



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän



Mailis Korkiakangas (toim.)

**UUDENMAAN ALUETTA
PALVELEMASSA JA KEHITTÄMÄSSÄ.
ARTIKKELEITA
RESTONOMIKOULUTUKSESTA**

Mailis Korkiakangas (toim.)

UUDENMAAN ALUETTA
PALVELEMASSA JA KEHITTÄMÄSSÄ.
ARTIKKELEITA
RESTONOMIKOULUTUKSESTA



Copyright© tekijä ja Laurea-ammattikorkeakoulu 2016

Etukannen kuva: Shutterstock

Sivujen 29, 31, 98 ja 109 kuvat Laurean omasta kuvapankista.
Kuvaajina Ilpo Vuorivirta ja Heidi-Hanna Karhu.

ISSN-L 2242-5241

ISSN 2242-5241 (painettu)

ISSN 2242-5225 (verkko)

ISBN: 978-951-799-442-2 (painettu)

ISBN: 978-951-799-443-9 (verkko)

Kopio Niini Oy, Helsinki 2016

SISÄLLYSLUETTELO

ESIPUHE	6
I YRITTÄVÄN IHMISEN KORKEAKOULU	8
Yrittäjyysosaamista restonomikoulutuksella	10
Laureasta design-yrittäjäksi - Hyvästä Luksusta!	20
Koulunpenkiltä yrittäjäksi	26
II ALUETTA PALVELEVA KORKEAKOULU	34
Miten ruokamatkailusta saadaan vetovoimatekijä Uudellemaalle?.....	36
Uudenmaan pientuottajat opiskelijaprojektin keskiössä.....	46
Opiskelijasta asiantuntijaksi	56
Työ vahvasti läsnä korkeakuluopinnoissa.....	62
Laurean toimialueelle kohdistuneet opinnäytetyöt vuosina 2010 – 2015.....	68
III YHTEISKUNTAVASTUULLINEN KORKEAKOULU	84
Kestävä kehitys – Minunko asiani?.....	86
Kestävä kehitys ravintolatoiminnassa.....	92
BarLaurean työkalut hävikinhallinnassa	100
Vastuullista luomuruokaa	104
Ruokahävikistä Hävikkiravintolaksi	110
KIRJOITTAJAT	115

ESIPUHE

Laura-ammattikorkeakoulussa kehitetty Learning by Developing (LbD) -toimintamalli yhdistää ammattikorkeakoulun aluekehitys-, tutkimus- ja kehitys- sekä opetustehtävät. Toimintamallin mukainen oppiminen toteutuu työelämälähtöisissä kehittämishankkeissa, joissa opettajat, opiskelijat ja työelämän toimijat kohtaavat. Aidot kehittämishankkeet mahdollistavat eri toimijoiden vuorovaikutteisen ja uutta osaamista tuottavan yhteistyön.

Laurean megatrendeihin pohjautuva strategia¹ muodostuu seitsemästä eri teemasta. Niistä kolme tarkastellaan tässä Matkailu- ja palveluliiketoiminnan julkaisussa. Tarkasteltavana ovat yrittävän ihmisen, aluetta palvelevan ja yhteiskuntavastuullisen korkeakoulun teemat. Niihin liittyviä kehittämishankkeita ja alueellista yhteistyötä kuvaavat artikkelit ovat Laurean koulutuksen parissa työskentelevien, työelämän toimijoiden ja opiskelijoiden kirjoittamia.

Yrittävän ihmisen korkeakoulu painottaa strategisena ratkaisuna rohkeutta ja luovuutta. Se tukee ja kannustaa opiskelijoita yrittäjämäiseen toimintaan. Tavoitteena se ilmentää yrittämisenä, halukkuutta tehdä, oppia ja yrittää. Tämän teeman artikkelit valottavat yrittäjyyttä ja yrittäjämäistä toimintaa eri näkökulmista. **Leena Alakoski ja Sari Jääskeläinen** kuvaavat kokemuksia yrittäjyysosaamisen kehittymistä erityisesti opiskelijoiden näkökulmasta. **Amanda Kääriäinen ja Miia Vakkuri** pohtivat yrittäjyyttä designalan ympäristössä. **Mailis Korkiakankaan** teksti tarkastelee henkilöstöpalveluja tarjoavan yrittäjän toimintaa ja koulutuksen tuottamaa yrittäjämäisyyttä.

Aluetta palveleva korkeakoulu on strategisesti siellä, missä osaamista tarvitaan. Laurea on tuottamassa yhdessä hyvinvointia ja kilpailuetua kansainvälistyvällä Uudellamaalla. Aluekehitys näkyy johdonmukaisena yhteistyönä yritysten, julkisorganisaatioiden, kolmannen sektorin ja eri järjestöjen kanssa. Tiivis yhteistyö alueen toimijaverkostossa mahdollistaa ennakoivan työskentelyn myös Uudenmaan erityiskysymysten parissa. Teeman tekstit tarkastelevat alueen kehittämistä hankkeiden, harjoittelujen ja opinnäytetöiden näkökulmista. **Päivi Mantere** kysyy artikkelissaan, miten ruokamatkailusta saadaan vetovoimatekijä Uudellemaalle. Lähi- ja

¹ Laurean strategia 2020.

luomuruoan tuottajia ja yrittäjiä kokoava Herkkujen Suomi -ruokatapahtuma on keskiössä **Aino Maijalan** ja **Outi Kinnusen** tekstissä. **Marjo Pääskyvuori** kuvaa opiskelijasta asiantuntijaksi kehittymistä opintopolun eri vaiheiden mukaisena prosessina. **Mari Meriläinen** ja **Kaija Meriläinen** pohtivat työelämäprojekteja opiskelijan ja asiakasprojekteja opetuksen näkökulmista NERA-kongressiin liittyvinä oppimiskokemuksina. **Leila Jaakkolan** ja **Mervi Niemelän** artikkelissa selvitetään, miten restonomiopiskelijoiden opinnäytetyöt sijoittuvat Laurean toimialueelle ja vastaavat työelämän kehittämistarpeisiin.

Yhteiskuntavastuullinen korkeakoulu perustaa toimintansa kestäville ja laajasti hyväksytyille arvoille, jotka ovat yhteisöllisyys, sosiaalinen vastuu ja luovuus. Laurea on toiminnassaan sitoutunut edistämään kestävästä kehityksestä taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti. Luonnonvarojen ja ympäristön kunnioittava sekä yhteiskunnan voimavaroja vastuullisesti käyttävä toimintatapa kuuluu niin ikään laurealaisiin valintoihin. Vastuullisuus ilmenee yhteisön jatkuvana kehittymisenä ja tuloksellisuutena. Tämän teeman artikkelit painottuvat kestävästä kehityksestä ja vastuullisiin ratkaisuihin taloudellisesta, sosiaalisesta ja ekologisista näkökulmista. **Auli Guilland** tarkastelee kestävästä kehityksestä yksilön ja yhteiskunnan valintana. **Auli Guilland** ja **Henry Lybäck** kirjoittavat kestävästä kehityksestä ravintola- ja liiketoiminnan näkökulmasta. **Teemu Siraisen** artikkeli käsittelee hävikinhallintaa ravintolatoiminnassa. **Tuula Kuivanen** pohtii, miksi luomutuote on vastuullinen valinta. **Auli Guilland** ja **Johanna Kohvakka** esittelevät liikeidean, jossa ravintola hyödyntää ruokahävikkiä.

Laurean strategian mukainen tahtotila on olla metropolialueen hyvinvoinnin ja kilpailukyvyn kansainvälinen kehittäjä. Koulun ja työelämän yhteiset oppimisympäristöt tuottavat kokemuksia, virittävät luovuutta ja uteliaisuutta sekä motivoivat tutkimaan ja kehittämään. Näin on mahdollista luoda tulevaisuudessa tarvittavaa osaamista ja rakentaa yhdessä tulevaisuuden työelämää Uudellamaalla.

Antoisia lukuhetkiä!
Mailis Korkiakangas



Strateginen tavoite:

*Laurean toimintatapaa kuvastaa
parhaiten yrittämisenne – halu tehdä, kokeilla, oppia
ja yrittää niin yksilönä kuin organisaationakin.*



I YRITTÄVÄN IHMISEN KORKEAKOULU

ovat voineet tehdä opiskelun aikana kehittämistehtäviä omaan yritykseensä ja näin edetä konkreettisesti urallaan innostaen samalla toisia opiskelijoita.

Opiskelijoiden oman yhdistyksen, Laurea Entrepreneurship Society ry:n toiminta ja aktiviteetit ovat tärkeä tuki yrittäjyysosaamisen saavuttamisessa (Laureas 2016). Restonomiopiskelijat ovat olleet aktiivisia yhdistyksessä ja siten edistäneet matkailu- ja ravitsemisalalan yrittäjyysosaamista.

Leena Alakoski & Sari Jääskeläinen

YRITTÄJYYSOSAAMISTA RESTONOMIKOULUTUKSELLA

Laurea-ammattikorkeakoulun restonomikoulutuksessa tuetaan opiskelijayrittäjyyden sekä yrittäjämäisen oppimisen kehittämistä monin eri työtavoin. Tässä artikkelissa kuvataan kokemuksia yrittäjyysosaamisen kehittymisestä erityisesti opiskelijoiden näkökulmista. Restonomikoulutuksessa on käytetty Laureassa vakiintunutta kehittävän oppimisen eli Learning by Developing -mallia, jota on Laureassa sovellettu pedagogisena mallina kaikkien oppimiseen. Käytännön tuloksia on tässä artikkelissa pohdittu kolmen opiskelijakokemuksen pohjalta.

Johdanto

Matkailu- ja ravitsemisalalle hakeutuu opettajien kokemusten mukaan opiskelijoita, jotka ovat käytännön osaajia, työhön tarttuvia ja yritteliäitä toimijoita. Suurin osa toimialalla olevista yrittäjistä on pienyrittäjiä, pienten ja keskisuurten yrittäjien osuus on huomattava. Alalle perustetaan myös jatkuvasti uusia yrityksiä, kuten kahviloita ja ravintoloita (MaRa 2016). Restonomikoulutuksen yksi keskeisistä tavoitteista on vahvistaa opiskelijan yrittäjyysvalmiuksia eli valmiuksia toimia työelämässä yrittäjämäisesti joko toisen palveluksessa tai omassa yrityksessä. Muutaman viime vuoden aikana taloudellinen tilanne on voimistanut ajatusta siitä, että opiskelijat rakentaisivat työuraansa yrittäjyyden ja oman yritystoiminnan avulla. Laurea-ammattikorkeakoulussa on yrittäjyys nostettu yhdeksi strategiseksi painopisteeksi, jossa korostetaan rohkeutta ja luovuutta yrittävän ihmisen ammattikorkeakoulussa (Strategia 2020, 2015).

Artikkelissa esitellään matkailu- ja ravitsemisalalan opiskelijoiden yrittäjyys- ja yrittäjyysosaamisen esimerkkejä Laurea-ammattikorkeakoulussa. Laureassa on syntynyt useita restonomiopiskelijoiden opiskelijayrityksiä. Opiskelun aikana on edistetty yritysideoita, joista osa on kehittynyt ja kasvanut toimiviksi yrityksiksi. Opiskelijat

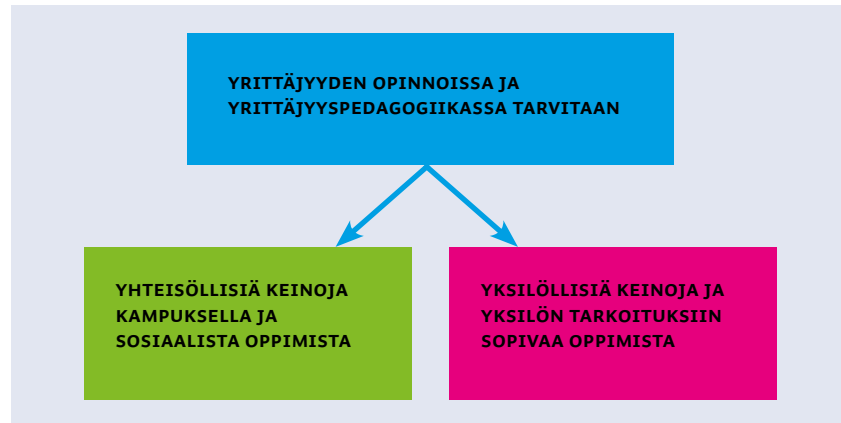
Yrittäjyysosaamista kehitetään yhteisöllisesti ja yksilöllisesti

Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto, Arene ry on antanut omat suosituksensa yrittäjyystoiminnan kehittämisen tueksi. Arenen yrittäjyysuositukset vuodelta 2015 sisältävät erilaisia näkökulmia, kuten uusi yrittäjyys, yrittäjyysosaamisen kehittäminen, ammattitaitoisen työvoiman kouluttaminen sekä yritysten uudistumis- ja kilpailukyvyyn lisääminen. Samalla todetaan, että yrittäjyys on moniulotteinen ja vaikeasti mitattava käsite. Sen huomioiminen koulutuksessa ja oppimisessa on kuitenkin tärkeää.

Yrittäjyyspedagogiikassa on tapahtunut käänne yrittäjyyden opiskelusta yrittäjyyden ymmärtämiseen (Rae 2000). Hän on todennut, että opiskelijan yrittäjyyden ja yrittäjyysosaamisen näkyminen on järkevää, jos opiskelija havaitsee sen käyttökelpoiseksi ja omiin tarkoituksiinsa sopivaksi. Vain todellisella, kokemuksen kautta oppimisella on merkitystä yrittäjyysopinnoissa, koska juuri se aikaansaa autenttisuuden tunteen. Santandreu-Mascarellin, Garzon & Knorin (2013) mukaan yrittäjyysosaamista voidaan tarkastella seuraavien ulottuvuuksien avulla: mahdollisuuksien etsintä ja aloitekyky, riskinotto, tarve tehokkuudelle ja laadulle, sinnikkyys, sitoutuneisuus toimeksiantoon, tiedon etsiminen, tavoitteen asettaminen, järjestelmällinen suunnittelu ja valvonta, verkostoituminen sekä itsenäisyys ja itseluottamus. Nämä ovat ratkaisevia yrityksen aloitusvaiheessa ja näitä voidaan kehittää erilaisilla menetelmillä ja toimintatavoilla.

Gibbin (2015) mukaan yrittäjyyden oppimisessa on tärkeää tukea niitä tekijöitä, jotka tekevät kampukselta yrittäjyystavallisen. Hän korostaa, että yrittäjyystoiminnan kampuksen kehittämistä tukevat erilaiset yhteisölliset keinot ja sosiaalinen oppiminen sekä yhteistyökumppanit. Yrittäjyyden oppimista tapahtuu aidoissa kehitys- ja tutkimusprojekteissa, sen lisäksi tietoisuus voi kehittyä erilaisissa tapahtumissa ja tilanteissa sekä perinteisillä oppimistavoilla. Kuitenkin hänen mukaansa yrittäjyyspedagogiikka on edellytys yrittäjämäiselle toiminnalle.

Sosiaalisen oppimisen esimerkeistä Laureassa voidaan mainita erilaiset liikeideakilpailut, start up -ideoiden kehittäminen tai yrityshautomotoiminta, jotka edistävät opiskelijoiden motivaatiota yrityksen perustamiseen. Gibbin (2015) mukaan virtuaalinen ja sosiaalinen kanssakäyminen ovat yrittäjäksi aikoville tärkeitä tekijöitä kampuksen toimivuudessa. Niiden näkyvyyttä tulee edistää eri tavoin (Kuvio 1).



Kuvio 1. Yhteisölliset ja yksilölliset keinot tukemassa yrittäjyysosaamista

Oppimisympäristöissä tarvitaan yksittäisen yrittäjän arvostamista ja kunnioitusta (Gibb 2015). Yrittäjyyden oppiminen on siis yksilöllisten tarpeiden huomioon ottamista. Innostus yrittäjyyteen pitää löytää. Politis (2005) on kuvannut yrittäjyysoppimisen viitekehystä kolmen ulottuvuuden avulla, joihin kuuluvat kokemukset yrittäjän urapolusta, tieto yrittäjyysosaamisesta ja tieto tekijöistä, jotka vaikuttavat muutosprosessissa. Käsitteellistetty viitekehys luo ymmärrystä yrittäjyysosaamisesta ja kokemuksellisesta prosessista. Yrittäjyyttä opitaan kokemuksen kautta. Se on siis elämänmittainen oppimisprosessi, missä yrittäjämäisen tiedon ja yrittäjämäisen käyttäytymisen hankkiminen on hidasta, mutta innovatiivinen prosessi. Oppimisessa korostuvat luovuuden ja kriittisen ajattelun kehittäminen sekä reflektointi toisten kanssa.

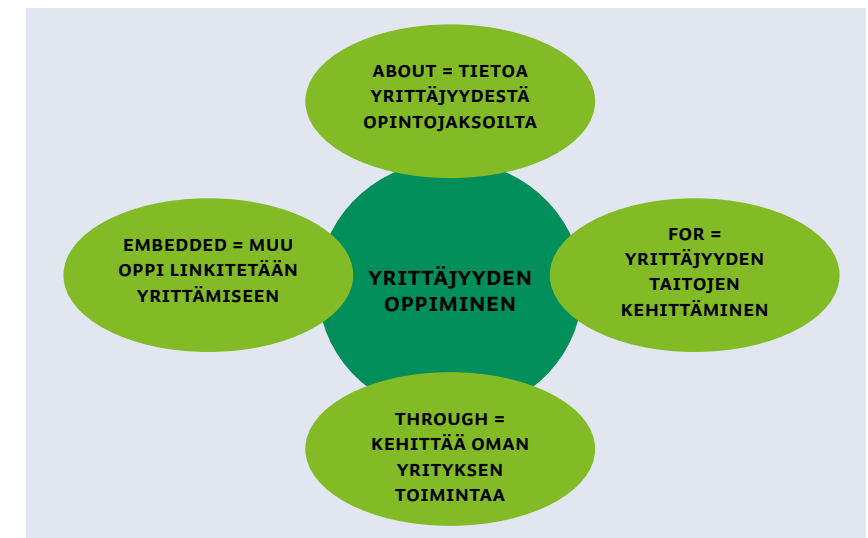
Kehittämispohjainen oppiminen Learning by Developing -malli (LbD) tukee hyvin yrittäjyysvalmiuksia. LbD-mallia voidaan hyödyntää yrittäjyysosaamisen kehittämiseen opintojen alusta saakka (Kallioinen 2008). Se jättää tilaa luovuudelle ja sitä voidaan soveltaa myös sosiaalisen oppimisen keinona yritystoimintojen kehittämiseen. Yhdistämällä LbD-malli palvelukeskeisen liiketoiminnan ja palvelumuotoilun kehittämismetodeihin saavutetaan uudenlainen yrittäjämäntyönteinen oppimisympäristö. Se perustuu oppimiseen tutkimuksellisen kehittämisen avulla. Kokemuksen mukaan LbD-malli tarjoaa mahdollisuuden yksilöllisten tavoitteiden määrittämiseen ja saavuttamiseen opinnoissa, mutta myös yhteisölliseen oppimiseen ryhmässä.

Restonomikoulutuksessa kehitetään erilaisia pedagogisia toimenpiteitä

Restonomikouluttajat kokeilevat erilaisia menetelmiä ja toimintatapoja yrittäjyysosaamisen tukemiseksi. Toimenpiteinä perinteisten, teoriapainotteisten opintojaksojen lisäksi käytännön liiketoimintaa harjoitellaan opiskelija- ja henkilöstöravintola BarLaureassa. Opinnoissa ohjataan ja rohkaistaan opiskelijoita osallistumaan

erilaisiin Laurean sekä ympäröivän korkeakouluuyhteisön tarjoamiin yrittäjyyspahtumiin ja -yhteisöihin, jotka tukevat opiskelijan vapaaehtoista ja vastuullista toimintaa sekä antavat ajan ja paikan yrittäjyysosaamisen hankkimiseen.

Pittawayn & Edvardsin (2012) mukaan yrittäjyyden oppimista voidaan jakaa neljään toimintatapaan (Kuvio 2). Perinteisesti opiskellaan opintojaksoilla (about), joissa opitaan tietoa liiketoiminnasta ja yrittäjyyden prosesseista. Projektityyppisissä opinnoissa (for) osaaminen kehittyy opiskelijan oman toiminnan kautta ja kehittää yleisiä yrittäjämäiseen osaamiseen liitettyjä taitoja, kuten ideoiden kehittämistä ja arvioimista. Tällöin hankitaan monipuolisia taitoja yrittäjämäiseen toimintaan. Opiskelijan on mahdollista suorittaa opintojaan myös kehittämällä oman yrityksensä toimintaa (through), jolloin saavutetaan autenttinen kokemus yrittäjyydestä ja jossa on läsnä yrittäjäriski ja yrittäjyyden monimutkaisuus. Samalla voidaan hankkia ja oppia käytännön osaamista omassa verkostossa. Neljäntenä tapana voidaan linkittää muuta opetuksen yhteydessä tapahtuvaa toimintaa yrittämiseen (embedded/in).



Kuvio 2. Yrittäjyyden oppimisen toimintatapoja (Pittaway & Edwards 2012)

Usein esitetään kysymys, miten yrittäjyyden teemaa korkeakouluopetuksessa pitää lähestyä ja voiko yrittäjyyttä opettaa? Blenkerin (2015) esityksen ”Eleven Theses on Entrepreneurship Education” mukaan yrittäjyyttä voi oppia, ei niinkään opettaa. Opiskelijoille pitää luoda erilaisia matalan kynnyksen tilaisuuksia tai tilanteita keskustella omasta yrittäjyydestä ja yritysideoista.

Yrittäjyysosaaminen on ollut vahvasti mukana restonomikoulutuksen kehittämässä työelämälähtöiseksi ja uutta osaamista luovaksi. Yrittäjyysmyönteisyys näkyy tietoperustassa, käytännön projekteissa ja opiskelijan oman yrityksen tai yritysidean kehittämisen mahdollistamisessa. Yrittäjät ovat myös mukana koulutusohjelman sidosryhmäyhteistyössä. Oheisessa taulukossa (Taulukko 1) on esimerkkejä aktiivintoihin liittyvistä, joista jokainen on ollut kehittämässä yrittäjyysosaamista.

Silloin, kun yrittäjyys on vaihtoehtona, voivat opintojaksojen oppimistehtävät, harjoittelu ja opinnäytetyö yhdistyä oman yrityksen toiminnan kehittämiseen. Uusia toimintatapoja kehitetään yksilöllisesti jokaisen opiskelijayrittäjän kanssa, koska toimintaympäristö ja yrittäjien tarpeet muuttuvat liiketoimintamahdollisuuksien muuttuessa. Opiskelijayrittäjien kanssa yhdessä kehitetyt toimintatavat ovat osoittautuneet koko oppimisympäristöä ja -yhteisöä rikastaviksi.

Taulukko 1. Opiskelijoille järjestettyjä aktivointitoimenpiteitä Laurean kampuksella Leppävaarassa

AKTIVOINTITOIMENPITEITÄ (2014 - 2016)	RESTONOMIOPISKELIJAT
YRITTÄJYYSSTARTTI 2014 ERI KOULUTUSASTEIDEN (AALTO, LAUREA, OMNIA) OPISKELIJAT OLIVAT YHTEISESSÄ INNOESPOO-HANKKEEN OPINTOKOKONAISUUDESSA KEHITTÄMÄSSÄ OMIA YRITYSIDEITAAN.	RESTONOMIOPISKELIJA AMANDA KÄÄRIÄINEN KEHITTI OMAA YRITYSIDEAANSA ETEENPÄIN YRITTÄJYYSSTARTIN AIKANA JA PERUSTI YRITYKSENSÄ VINTAGE STYLE EVENTS HKI (VINTAGE STYLE EVENTS HKI 2016).
INNOBUSSI TUTUSTUMISKIERROS OPISKELIJOILLE YRITTÄJYYTTÄ TUKEVISSA HUBEISSA ESPOON ALUEELLA.	RESTONOMIOPISKELIJA ONERVA KANTONEN KEHITTI INNOBUSSI-KONSEPTIA OPINNÄYTETYÖNÄÄN. UUDEN TAPAHTUMAKONSEPTIN KEHITTÄMINEN: CASE INNOBUSSI (KANTONEN 2015).
INNOVAARA PRESENTS -LUENTOTAPAHTUMAT INSPIRAATIOLENNOT INNOVAARAN OPISKELIJOILLE, YHTEISTYÖSSÄ LAUREAES JA LAUREAMKO. LUENNOITSIJOINA OVAT OLLEET ESIMERKIKSI YRITTÄJÄT JARI PARANTAINEN JA PETRI RAJANIEMI.	RESTONOMIOPISKELIJAT OVAT SAANEET INNOSTUSTA YRITTÄJYYTEEN LIIKETOIMINTA JA MARKKINOINTI -OPINTOJAKSOON KUULUVILLA, KAMPUKSEN YHTEISILLÄ INNOVAARA PRESENTS -LUENNOILLA.
LAUREASPINNO TEKNOLOGIA- JA OSAAMISPOHJAISIA YRITYKSIÄ PALVELEVA YRITYSHAUTOMO, JOKA AUTTAA MM. ALKUVAIHEEN RAHOITUKSEN HANKINNASSA.	RESTONOMIOPISKELIJAT JA VILLADA OY:N YRITTÄJÄT TOMMI LEHTONEN JA EERIK RUSANEN OVAT SPINNON ASIAKKAINA KEHITTÄNEET JA KASVATTANEET LIIKETOIMINTAANSA MATKAILUALALLA (VILLADA 2016).
YHTEISTYÖ LAUREA ENTREPRENEURSHIP SOCIETY:N KANSSA YRITTÄJYYSIISTAIT, PITCH AND BEER -TAPAHTUMAT JA CAMBRIDGE VENTURE CAMP -YRITTÄJYYSLEIRIT OVAT TARJONNEET VERTAISTUKEA OPISKELIJAYRITTÄJILLE JA YRITTÄJYYDESTÄ KIINNOSTUNEILLE.	RESTONOMIOPISKELIJAT OVAT OLLEET MERKITTÄVÄNÄ VOIMAVARANA LAUREA ENTREPRENEURSHIP SOCIETY RY:N KÄYTÄNNÖN TOIMINNASSA. KAKSI VIIMEISTÄ YHDISTYKSEN PUHEENJOHTAJAA TOMMI LEHTONEN JA SAMUEL MUURONEN OVAT RESTONOMIALUMNEJA.

Laurea Entrepreneurship Society ry on osa yhteisöä

Laurea Entrepreneurship Society ry (LaureaES) on vuonna 2011 rekisteröity yhdistyksenä, jonka tavoitteena on edistää yrittäjyyttä järjestämällä tapahtumia, tarjoamalla opiskelijoille verkostoja ja kehittämällä yrittäjyystoimintaa yhdessä ammattikorkeakoulujen kanssa (Laureaes 2016). LaureaES on ollut tärkeä yhteisö myös restonomiopiskelijoille ja -opettajille. Yrittäjyysosaamista tukevaa toimintaa ja

tekemistä on voitu kehittää yhdessä ja yhdistyksen aktiivijäsenet ovat tuoneet oman innotuksensa oppimisympäristöön.

Laurea Entrepreneurship Society on erinomainen yhdistys erilaisten matalan kynnyksen aktiviteetteihin (Taulukko 1). Sen erityisenä vahvuutena on opiskelijoiden oma aktiivisuus, joka näkyy kaikessa toiminnassa. Yrittäjyystiistai-luentotapahtumat ovat vuodesta toiseen keränneet ison joukon opiskelijoita kuuntelemaan yrittäjätarinoita, jotka ovat saaneet monet opiskelijat pohtimaan yrittäjyyttä uudesta näkökulmasta. Luennot ovat keränneet opiskelijoita useista eri koulutusohjelmista, mikä edistää myös eri koulutusohjelmien opiskelijoiden yhteistyötä.

Kahden viikon Cambridge Venture Camp -yrittäjyysleirejä on järjestetty vuosien ajan yhteistyössä Cambridgen yliopiston ja Laurea-ammattikorkeakoulun välillä. Yhteensä noin 200 korkeakouluopiskelijaa on niissä saanut vahvistusta omaan yrittäjyystoimintaan (Laurea 2016). Yrittäjyysleiri on ollut myös hyvä esimerkki verkostojen ja uudenlaisen avoimen kehittämisen kulttuurin tärkeydestä yrittäjyyden alkuvaiheessa oleville opiskelijoille. Laureaes on vastannut leirien käytännönjärjestelyistä perustamisestaan alkaen ja järjestelyissä on ollut mukana useita restonomiopiskelijoita. Toiminnan aktiivisuus on ollut vaihtelevaa. Yhdistys on kiinnittänyt tähän huomiota, kehittämistoimenpiteitä jäsenistön aktivointiin ja sitouttamiseen on aloitettu (Javanainen & Kahila 2016).

Restonomiopiskelija **Katja Kontturi** on ollut yksi aktiivisista Laureaes:n jäsenistä. Opiskelijakollegan suositus sai Katjan mukaan Laureaes:n toimintaan. Aluksi hän osallistui yhdistyksen järjestämiin tapahtumiin ja se vakuutti Katjan hänelle sopivasta vapaaehtoistoiminnasta yrittäjyyttä edistävässä yhdistyksessä. Katja on voinut yhdistää omia opintojaan Laureaes:n toimintaan ja saanut käytännön kokemusta, joka on syventänyt opinnoissa käsiteltyä teoriatietoa. Opintopisteitäkin olisi voinut suorittaa, mutta toiminta on ollut jo itsessään niin motivoivaa, ettei hän ole kokenut sitä tarpeelliseksi.

Laureaes:n toiminta on ollut verkostoitumisen kannalta hyödyllistä ja toimintaan on voinut sitoutua, kun on huomannut sosiaalisen oppimisen merkityksen. Katja kokee arvokkaaksi yhdessä tekemisen taidot eri alojen opiskelijoiden kanssa ajatellessaan valmistumisen jälkeistä työelämää tai tulevaisuudessa tapahtuvaa työskentelyä omassa yrityksessä. Suunnitteluosaamisen tärkeys yritystoiminnassa on välittynyt yrittäjien kertomusten kautta ja tätä taitoa tarvitaan myös yhdistystoiminnassa. Markkinointiviestinnän ja mainonnan osaamista Katja on hankkinut tapahtumien järjestämisen yhteydessä.

Laureaes:n toiminnassa yrittäjyysosaaminen on vahvistunut aidon tekemisen ja samalla myös uuden tiedon etsimisen kautta. Tilanteet ovat aina uusia ja niissä tarvitaan luovuutta ja ongelmanratkaisutaitoja. Yrittäjyysvalmiuksien osaaminen välittyy Katjan kuvailla yhdessä tekemistä, toisilta oppimista ja myös kuvaillaan itsetuntemuksen kehittymistä. Hän on voinut rakentaa Laureaes-toiminnan



Kuva 1. Alejandron vuoden laurealainen opiskelijayritys maininta

yhteydessä hyvän verkoston eri alojen osaajista ja samalla oppinut paljon myös omasta osaamisestaan. LaureaES on luonut positiivista ja uudenlaista kulttuuria opiskeluympäristöön, jossa opiskelijat, yrittäjät ja henkilöstö voivat toimia tasavertaisesti arvostaen toistensa osaamista.

Opiskelijayrittäjien kokemuksia restonomikoulutuksesta

Toiminta opiskelijana ja yrittäjänä samaan aikaan on vaativaa, mutta ei mahdotonta. Restonomiopiskelija **Alejandro Santacreulla** on käytännön kokemus opintojen ja yritystoiminnan yhdistämisestä. Hän aloitti opinnot vuonna 2012 toimitilajohtamisen koulutusohjelmassa ja jo silloin hänen mielessään oli unelma kestävästä elektroniikkalaitteista. Opinnot Suomessa ja Laureassa saivat espanjalaisen Alejandron pohtimaan uudelleen ideansa muuttamista liiketoiminnaksi. Alejandro osallistui 2013 syksyllä Laurea Entrepreneurship Societyn Pitch & Beer -tapahtumaan, jossa hän sai kannustavaa palautetta. Tämän jälkeen hän osallistui Cambridge Venture Camp -yrittäjyysleirille, jossa hän kehitti ideaansa edelleen. Oma verkosto kasvoi ja ennen kaikkea usko omaan yritysideaan lujittui. Muutaman kuukauden jälkeen Alejandron yritys PuzzlePhone oli perustettu. Tähän vaikutti myönteisesti Laurean ja Laurea Entrepreneurship Societyn tuki ja kannustus.

Alkoi yrityksen (Puzzlephone 2016) kehittämistyö ja samalla jatkuivat myös restonomiopinnot. Alejandro kertoo voineensa yhdistää hyvin oppimistehtäviä oman yrityksensä kehittämiseen. Opinnot ovat tuoneet mukanaan uusia työvälineitä

kuten blueprint-menetelmän, jota on voinut suoraan soveltaa PuzzlePhonen kehitystyössä. Myös monet oppimistehtävät, kuten esimerkiksi Environmental Responsibility, ovat tukeneet kehittämistyötä.

Tärkeää opintojen sujumisessa on ollut tutoreiden ja opettajien proaktiivinen tuki ja suhtautuminen yritystoimintaan. Opettajat ovat kannustaneet yhdistämään yritystoiminnan opintoihin ja näin on saavutettu yksilöllisiä ratkaisuja. Laurea on myös tukenut yritystä suoraan ja LaureaSpinno on avustanut muun muassa rahoituksen hakemisessa. Alejandron yritys on valittu vuoden 2014 laurealaiseksi opiskelijayritykseksi, joka hänen mukaansa ei suoraan kehittänyt yritystä, mutta antoi toimitusjohtajalle innostusta jatkaa eteenpäin (Kuva 1).

Koulutusohjelman opintojaksot ovat olleet PuzzlePhonen palvelujen kehittämisen osalta suureksi avuksi, sillä HaaS (Hardware as a Service) ajattelu soveltuu hyvin yhteen Service Design ajattelun kanssa, joka kuuluu restonomien koulutusohjelman sisältöihin. Laurean palveluajattelu on auttanut Alejandroa määrittämään itsensä uudelleen yrittäjyys- ja työelämäosaamisen kautta ”kestävän yritystoiminnan yrittäjäksi – sustainable-entrepreneur”.

Toinen esimerkki yritystoiminnan aloittaneesta restonomiopiskelijasta on **Satu Ahonen**. Sadun yritysidea lähti liikkeelle opintojakson kehittämistehtävästä hänen suorittaessa matkailu- ja palveluliiketoiminnan opintojaan. Liiketoiminta ja markkinointi -opintojaksolla tehtiin Espoon Rantaraittiin liittyvä kehittämistehtävä ja samalla Sadun oma haave urheilutapahtuman järjestämisestä löysi toteutuspaikan. RantsuRun järjestettiin Rantaraitilla ensimmäisen kerran keväällä 2016 ja samoihin aikoihin Satu perusti Capricorn Enterprise (Capricorn enterprise 2016) yrityksensä (Kuva 2). Sadun näkemyksen mukaan opintoihin yhdistyvät aidot opiskeluprojektit ulkopuolisille toimeksiantajille luovat opiskelijoille mahdollisuuden rakentaa verkostoja ja kehittää uusia ideoita.

Restonomiopinnot ovat tuoneet mukanaan Sadulle hyviä oppimiskokemuksia, joita on voinut käyttää oman liiketoiminnan kehittämisessä. Markkinointikanavien käyttöön ja vuorovaikutukseen liittyvät kokonaisuudet ovat soveltuneet erityisen

Capricorn Enterprise

Tapahtumapalvelut

ESPOON



Kuva 2. Sadun suunnittelemat logot yritykselleen

hyvin yrittäjälle. Opintoihin kuuluvan harjoittelun Satu teki omaan yritykseensä. Opettajat ovat myös tukeneet Satua yritystoimintojen kehittämisessä. Tällä hetkellä on ajankohtaista löytää sparrausapua yrityksen nettisivujen kehittämiseksi eteenpäin (10/2016).

Sadulla on jäljellä enää yksi lukuvuosi opintoja, joten opinnot tulevat viemään kaksi ja puoli vuotta. Opinnot ja yrittäjyys ovat tukeneet toisiaan ja Satu rohkaiseekin opiskelijakollegoita toteuttamaan omaan yritysideoon jo opintojen aikana, sillä opinnoista ja opettajien tuesta on paljon apua yrityksen aloitusvaiheessa.

Päätelmät

Kirjoitelman tarkastelu on opettanut, että yrittäjyyden opinnoissa ja yrittäjyyspedagogiikassa tarvitaan sekä yksilöllisiä että yhteisöllisiä keinoja ja toimenpiteitä (Gibb 2015). Henkilökohtaisten tavoitteiden ja kiinnostuksen kohteiden huomioon ottaminen ovat mahdollistaneet yrittäjyyden ja yritystoiminnan yksilöllisten opintopolkujen kehittämisen (PuzzlePhone). Erilaiset yhteisölliset aktivointitoimenpiteet ovat auttaneet kiinnostuksen herättäjinä. Yhteinen toiminta nähdään tärkeäksi, samoin erilaiset tapahtumat sekä yhteiset foorumit, joita tarvitaan sosiaalisen oppimisen tueksi. LaureaES on tarjonnut tästä hyviä kokemuksia opiskelijoille. Laureassa käytetty kehittämispohjaisen oppimisen malli LbD mahdollistaa yrittäjyysosaamisen hankkimisen sekä yksilöllisinä että yhteisöllisinä aktivointitoimina.

Opiskelijayrityksiä tarkastellessa havaittiin, että Pittawayn ja Edvardsin (2012) yrittäjyysosaamisen ulottuvuudet ovat osoittautuneet hyväksi tavaksi kehittää yrittäjyyden osaamista. Kun tietoa hankitaan opintojaksoilla (about), se on ollut opiskelijayrittäjälle merkityksellistä, kuten Alejandro kertoi sustainable entrepreneur -opintojaksolta (PuzzlePhone). Ratsurinin yritystoiminta käynnistyi projektien toteuttamisesta käytännössä (for) (Capricorn enterprise). Sekä Alejandro että Satu ovat linkittäneet muuta opetusta yrittäjyyteen (embedded) ja oman yritystoiminnan kautta tapahtuva oppiminen (through) on osoittautunut tärkeäksi. Pedagogisten toimenpiteiden avulla luodaan yhteisöä, jossa hankittu yrittäjyysosaaminen rikastaa koko oppimisympäristöä.

Restonomikoulutuksen yrittäjyysosaamisen kehittämisessä on henkilöstöä ja toimijoita voimaannuttanut erityisesti opiskelijoiden oma innostus ja kiinnostus yrittäjyydestä. Matkailu- ja ravitsemisalalan koulutus on perinteisesti asiantuntemuksen ja ammattitaidon kehittämistä, missä osaaminen on helposti muutettavissa yritys-toiminnaksi. Koulutus on mahdollistanut aktiivista tekemistä, käytännön toimintaa ja edesauttanut toimintoihin tarttumista. Se näyttää edesauttavan myös yrittäjyysosaamisen hankkimisessa.

Yritysideoita ja yrityksiä syntyy opiskelun aikana. Viime vuosina ovat restonomi-opiskelijat perustaneet yrityksiä jo opiskeluaikana, vaikkakin tyypillistä on ollut perustaa yritys vasta muutaman vuoden jälkeen valmistumisesta. Omaehtoisen ja innostavan tekemisen on nähty lisäävän yrittäjyyttä, mikä onkin tulevaisuudessa varteenotettava urapolkuvaihtoehto restonomeille.

LÄHTEET

Arenen yrittäjyysuositukset 12.3.2015. <http://www.aren.fi/sites/default/files/PDF/2016/Arenen%20YS%2012032015%282%29.pdf> Luettu 10.10.2016.

Blenker, P. 2015. Eleven Theses on Entrepreneurship Education. Conference ECSB, 22 -24 April 2015, Lüneburg, Germany.

Capricorn Enterprise. <http://capricornenterprise.fi/> Luettu 17.10.2016.

Gibb, A. 2015. European Networking Conference on Entrepreneurship Education 28 - 30 January 2015, Horsens, Denmark.

Javanainen, T. & Kahila, N. 2016. Yhdistyksen toimintamallin kehittäminen: case: Laurea Entrepreneurship Society ry. www.theseus.fi.

Kallioinen, O. (Ed.) 2008. Oppiminen Learning by Developing –toimintamallissa. Laurea publications A-61, Edita Prima Oy, Helsinki.

Kanttonen, O. 2015. Uuden tapahtumakonseptin kehittäminen: Case InnoBussi. www.Theseus.fi.

Laurea. <https://www.laurea.fi/en/news/Pages/Cambridge-VentureCamp-takes-students-to-the-UK.aspx>. Luettu 12.10.2016.

Laurea Entrepreneurship Society ry. <http://www.laureaes.fi>. Luettu 24.10.2016.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRary. <http://www.mara.fi/toimiala/tilastoja-ja-tutkimuksia/alan-tunnuksia>. Luettu 24.10.2016.

Pittaway, L. & Edwards, C. 2012. Assessment: examining practice in entrepreneurship education. Education + Training, vol. 54, Iss. 8/9, pp. 778 – 800.

Politis, D. 2005. The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework, Entrepreneurship Theory and Practice, 29 (4), 399–424.

PuzzlePhone. <http://www.puzzlephone.com>. Luettu 10.10.2016.

Rae, D. 2000. Understanding entrepreneurial learning: a question of how? International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, vol. 6, no. 3, pp. 145-158.

Santandreu-Mascarellin, C., Garzon, D. & Knorr, H. 2013. Entrepreneurial and innovative competences, are they the same? Management Decision, 51 (5), 1084 – 1095.

Strategia 2020. 2015. Vantaa. Laurea-ammattikorkeakoulu. https://www.laurea.fi/dokumentit/Documents/Laurea_strategia2020.pdf. Luettu 10.10.2016.

Villada. <http://www.villada.fi/>. Luettu 10.10.2016.

Vintage Style Events Hki. <http://www.vsehki.fi/> Luettu 18.10.2016.

Haastattelut

Ahonen, S. 2016. Opiskelijayrittäjän haastattelu. 10/2016.

Kontturi, K. 2016. Opiskelijan haastattelu. 10/2016.

Santacreu, A. 2016. Opiskelijayrittäjän haastattelu. 10/2016.



Amanda Kääriäinen & Miia Vakkuri

LAUREASTA DESIGNYRITTÄJÄKSI - HYVÄSTÄ LUKSUSTA!

Laurea-ammattikorkeakoulusta valmistunut Amanda Kääriäinen on antiikki- ja tapahtuma-alan yrittäjä. Amandaa ohjaa yrittäjämäinen ajattelu ja toiminta. Hän teki sen, mistä toiset vain unelmoivat "mahdottomasta mahdollista". Rohkeus ja intohimo veivät Amandan design-alalle. Laurea on tarjonnut Amandalle yrittäjävalmiudet, työelämän verkoston ja laaja-alaisen tapahtumaosaamisen. Ammattiosaamiseen yhdistettynä oma-aloitteisuus, asiakassuhdeosaaminen, viestintätaidot, joustavuus ja ratkaisukeskeisyys ovat tärkeitä ominaisuuksia Amandan työssä. Yrittäjyys on mahdollista joka alalla, jos vain motivaatiota riittää. Alussa pitää vain olla selkeä idea, palvelu tai tuote, jota lähdetään kehittämään.

Antiikkia ja palvelua

Amanda Kääriäinen on yrittäjä, joka valmistui kesällä 2014 Laureasta palveluiden tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmasta restonomiksi. Opintojen alussa jo herännyt ajatus yrittäjyydestä toteutui pian valmistumisen jälkeen, jolloin Amanda perusti Vintage Style Events HKI toiminimen. Vintage Style Events HKI tarjoaa kattavan valikoiman antiikki- ja vintage-esineitä sekä tapahtumien somistuksiin että kattauksiin myynti- ja vuokrauspalveluina.

Amandan uraan liittyvät haaveet ja kuva itsestä työelämän osajana saivat runsaasti tilaa muotoutua ja kehittyä Laurean opintojen aikana. Yksi käänntekevimmistä opinnoista oli englanninkielinen Tapahtuman tuottamisen -opintojakso Amandan toisena opiskeluvuotena. Opintojakso oli käytännönläheinen ja projektina ryhmässä toteutettu kokonaisuus, jossa järjestettiin pikkujoulu Laurean Leppävaaran henkilöstölle. Tapahtuman teemaksi valittiin Old Time's Hollywood,

jossa uppouduttiin 1950-luvun amerikkalaiseen tunnelmaan. Tapahtumaprojektin myötä Amandalle heräsi ajatus siitä, että Suomen markkinoilla olisi tilaa ja kysyntää aidosti vanhoille somisteille, joiden avulla voitaisiin järjestää elämyksellisiä tapahtumakonsepteja. Viimeisinä opiskeluvuosinaan Amanda keskittyi kurssivalinnoissaan, vaihto-opintojen aikana ja työharjoittelujaksoilla tapahtuman tuottamisen, markkinoinnin ja yrittäjyyden opintoihin. Oma liikeidea alkoi kehittyä opintojen ohessa. Opinnäytetyössään Amanda suunnitteli verkkosivut tulevalle yritykselleen.

Elämykset osana palvelun tuottamista

Yrittäjänä Amandalle on tärkeää myydä ja markkinoida antiikki- ja vintage-esineitä samoin kuin, mitä tahansa korkeatasoista designia. Loogisesti ajateltuna juuri oman aikakautensa toimivimmat ja kestävimmat designesineet säilyvät antiikiksi asti. Kuten työelämässä yleisesti, myös designbisineksessä verkostoituminen on tärkeää. Tästä esimerkkinä on Vintage Style Events HKI:n liittyminen osaksi Helsingin ydinkeskustan luovien tekijöiden keskittymää Design District Helsinkiä, jonka hallitukseen Amanda valittiin syksyllä 2015.

Yrityskuvan rakentamisessa visuaalisuus on Vintage Style Events HKI:n toiminnassa oleellinen viestinnän keino. Niin yrityksen esineistössä kuin

markkinointimateriaaleissakin on nähtävissä kauniita visuaalisia kokonaisuuksia, kiinnostavia vastakohtia ja graafista eheyttä. Amandan mielestä yrityksen tärkeimpänä arvona on kuitenkin kehittää kohdeyleisön yleisiä kulutustottumuksia entistä yksilöllisempään, kestävämpään ja elämyksellisempään suuntaan. Elämykset vaikuttavat tunteisiin ja suunnittelemalla elämyksiä voidaan parantaa yrityksen toimintaa. Elämys on arvokas osa yrityksen markkinoinnissa. Tuottamalla elämyksiä yritykset voivat liittää asiakkaita palveluihinsa. Elämysten avulla yritys voi kasvattaa asiakasuskollisuutta ja tarjota jatkossakin palveluitaan kanta-asiakkailleen. (Markkanen 2008, 24.)

Palveluita myydään yhä useammin elämyksinä. Mikä tekee palvelusta elämyksen? Elämyksen erottaa palvelusta tarinallisuus ja asiakkaan kokemuksen suunnittelu. Palveluita tuotetaan asiakkaille, mutta elämys-tuotteenkuluttajaa taas pidetään kutsuttuna vieraana. Palveluammateissa olevat työntekijät ovat tarjoilijoita ja myyjiä, kun taas elämyspalveluita tarjoava henkilökunta työskentelee palveluroolissa. Elämys syntyy kokemuksen aikana, silloin kun asiakas käyttää palvelua. Palvelussa tarjotaan asiakkaalle jotain ratkaisua, kun taas elämys koostuu siitä, miten vieras otetaan vastaan. (Pine & Gilmore 2011, 56 - 64.)

ELÄMYS SYNTYY
KOKEMUKSEN AIKANA,
SILLOIN KUN ASIAKAS
KÄYTTÄÄ PALVELUA.

Amanda tarvitsee visuaalisia elämyksiä ympärilleen ja samalla hän tekee siitä itselleen elinikäistä ammattia. *“Innostun valtavasti, kun oikeat palaset loksahtavat kohdalleen. Tämä tapahtuu useimmiten silloin, kun onnistun yhdistämään kaksi täysin erilaista maailmaa kauniiksi kokonaisuudeksi.”*

Tarinat mukana yrityksen myyntityössä

Tarinalla kerrotaan ja todistetaan tuotteen aitous. Tarina kertoo myös tuotteen historian. Hyvä tarina yhdistää eri elementit toisiinsa yhtenäisellä tarinalla, jolloin asiakkaan palvelukokemuksesta tulee käsinkosketeltava. Tarina antaa tuotteelle merkityksen ja asiakkaalle tarpeen kuluttaa kyseessä oleva tuote. (Rauhala & Vikström 2014, 207 - 209.)

Käytännöllisyyden ja tietyn tunnelman lisäksi vanhoissa esineissä viehättää myös niiden historia. Amanda toteaa, että *“on käsittämättömän yksinkertaista perustella esineen laadukkuus sen näyttäessä upealta ja ajattomalta vielä sadan vuoden iässä.”* Antiikkimyyjä osaa kertoa esineen taustaa vuosikymmenten takaa, mutta tosiasiat eivät ole ainoita lisäarvon tuojia. *“Pariisin katuja kävellessäni voin yhden Art Nouveau-tyylisen metro-opasteen myötä uppoutua pohtimaan, miten 1900-luvun alussa Pariisissa elänyt Amanda olisi pukeutunut tai sisustanut. Hetkessä olen piirtänyt mieleeni kartan*





suosikkiravintoloista ja ajanviettopaikoista samaan ajalliseen ympäristöön yhdistettynä.”

Tarinankerronta liiketoiminnassa on menestyksekkästä, kun sitä tehdään tavoitteellisesti. Tarinan kerronnassa tulee ottaa huomioon tavoite, mitä tarinalla halutaan saada aikaan. Yrittäjän on tunnettava yleisönsä ja mietittävä, mikä tarina heihin voisi vaikuttaa tunnetasolla. Yrittäjän on myös osattava laatia tarina, joka miellyttää asiakasta ja toimii osana palvelua. (Rauhala & Vikström 2014, 43.)

Tulevaisuuden näkymät nuorena yrittäjänä

Nykyisessä työssään Amanda on yhdistänyt koulutukseensa, omaan kiinnostukseensa ja työkokemuksensa liittyvän osaamisensa. Amanda haluaa kuitenkin tulevaisuudessa kouluttautua lisää edetäkseen urallaan, mutta oikean suunnan löytämiseen tarvitaan vielä aikaa ja suunnittelua. Vintage Style Events HKI:n liiketilat sijaitsevat Helsingin Punavuorella, jossa ajankohtaisimpana edistysaskeleena on liikkeessä parhaillaan käynnissä oleva remontti ja uudelleensomistaminen.

Yrittäjyys on antanut Amandalle mahdollisuuden kokeilla erilaisia uraan liittyviä etenemisvaihtoehtoja. Esimerkiksi Fiskarsin Antiikkipäivät ry on antiikkialan kauppasyhdistys, joka järjestää antiikitapahtumia ympäri vuoden. Amanda vastaa yhdistyksen markkinointiviestinnästä ja on myös mukana yhdistyksen tapahtumien järjestämisessä. Heinäkuisin järjestettävä Fiskarsin Antiikkipäivät on yhdistyksen vuosittaisen toiminnan päätapahtuma. Tapahtuma tarjoaa laadukkaan valikoiman sisustukseen, kattaukseen ja keräilyyn soveltuvia huonekaluja, taidetta, pienesineitä ja tekstiilejä 1700-luvun antiikista 1900-luvun designiin asti.

On pitkälti Laurean koulutuksen ansiota, että Amanda hallitsee samanaikaisesti useampia työtehtäviin sisältyviä suuria vastuualueita ja kokonaisuuksia, kuten esimerkiksi jokavuotiset tapahtumaprojektit ja niiden tavoitteellinen eteneminen tietyissä aikataulussa. Tärkeimmäksi asiaksi Amanda kaikesta huolimatta kokee sen, että hän on aina saanut toimia sellaisten asioiden parissa, jotka ovat häntä aidosti kiinnostaneet.

LÄHTEET

Markkanen, S. 2008. Myymäläympäristö elämysten tuottajana: Myymäläsuunnittelun työkalupakki. Helsinki: Media Talentum.

Pine, J. & Gilmore, J. 2011. Welcome to the experience economy. Boston: Harvard Business School Publishing.

Rauhala, M. & Vikström, T. 2014. Storytelling työkaluna: Vaikuta tarinoilla bisneksessä. Helsinki: Talentum.

<http://www.vsehki.fi/>

<https://designdistrict.fi/fi/>

<http://www.fiskarsinantiikkiapaivat.fi/>

Mailis Korkiakangas

KOULUNPENKILTÄ YRITTÄJÄKSI

Artikkeli tarkastelee yrittäjyyttä koulutuksen ja yrittäjän näkökulmista. Se pohjautuu tutkimuskirjallisuuteen ja haastatteluun. Puheenvuoron saa Laurea-ammattikorkeakoulusta valmistunut restonomi, joka on käynnistänyt henkilöstöratkaisuja tarjoavan yrityksen jo opiskelujensa aikana. Hän kuvailee yrittäjänä toimimisen haasteita ja pohtii, mitä osamista koulutus on tuottanut menestymisen tueksi.

Aluksi

Laaja-alainen ja aloista riippumaton yrittäjäkoulutus käynnistyi Suomessa 1990-luvulla vaikean talous- ja työttömyystilanteen seurauksena. Yrittäjyyskasvatusta on kehitetty edelleen osaksi koko koulutusjärjestelmää: peruskoulusta korkeakouluihin. Yrittäjyyskasvatus-käsitettä käytetään eri koulutustasoilla toteutettavasta työelämään tutustumisesta ja yrittäjyyteen kasvattamisesta. Opetusministeriön Tahtotila 2015 -ohjelmassa yrittäjyyskasvatuksen tavoitteeksi on kirjattu sekä yrittäjyyteen innostaminen että yrittäjämäisen asenteen vahvistaminen. Nämä tavoitteet näkyvät vahvasti myös korkeakoulujen strategioissa. Ammattikorkeakouluissa painottuu tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminta yrittäjyyden edistämisen yhteydessä.

Arenen vuodelta 2015 olevat yrittäjyys-suositukset tarjoavat tukea ammattikorkeakouluille toiminnan kehittämistä varten. Suositukset sisältävät muun muassa näkemyksiä opettajien, opiskelijoiden ja työelämän toimijoiden yrittäjyyden edistämiseen. Yrittäjyyteen kasvaminen ja yrittäjäidentiteetin kehittyminen tapahtuvat

prosessimaisesti, mikä tulisi ottaa huomioon pedagogisten ratkaisujen suunnittelussa. Tavoitteena on myönteisten asenteiden lisääminen, yrittäjyysvalmiuksien kehittäminen ja uuden yrittäjyyden käynnistäminen sekä yrittäjämäisen toimintatavan edistäminen.

Laurea-ammattikorkeakoulu kannustaa opiskelijoitaan monin eri tavoin yrittäjämäiseen toimintaan, mikä on tuottanut myönteistä suhtautumista yrittäjyyttä kohtaan. Laureasta valmistuneista noin 2,5 prosenttia toimi yrittäjänä vuosi opintojen päättymisen jälkeen (Tilastokeskus 2014; Vipunen 2015). Yksi heistä on vuonna 2015 restonomiksi valmistunut Jenni, joka aloitti yrittäjänä jo viimeisen harjoittelunsa aikana. Jennin oma käsitys yrittäjäksi ryhtymisestä on, että ”olen kasvanut siihen ja valinnut sen”.

Yrittäjyys ja yrittäjämäinen toiminta

Yrittäjyys on monimerkityksellinen käsite, joten sen määrittely vaihtelee tarkastelunäkökulmasta riippuen. Erilaisista painotuksista huolimatta sen määrittelyssä nähdään eroavuuksien ohella myös yhtäläisyyksiä. Käsitteeseen liitetään vahvasti yrittäjänä toimiminen ja yrittäminen toimintana sekä riskin kantaminen. Yrittäjyys nähdään ihmisessä olevana haluna ja tahtona toimia aloitteellisesti ja tuloksellisesti. Hyvin tyypillisesti siihen liitetään myös luovuus, vastuullisuus ja toiminnallisuus. Perimmäisessä merkityksessä yrittäjyydellä tarkoitetaan ammatillisen liiketoiminnan harjoittamista, joka tarkoituksena on voiton tavoittelu yrityksen perustamisen ja liiketoiminnan avulla.

Tyypillisiä yrittäjyyden tarkastelunäkökulmia ovat olleet liiketaloudellinen, psykologinen, kulttuurinen ja sosiologinen (Ristimäki 2007). Aiemmin aihealueen tutkimuksissa keskityttiin pitkälti yksilöön yrittäjänä muodostamalla erilaisia persoonallisuusprofileita, joissa esiteltiin yrittäjiä muista henkilöistä erottavia ja toisaalta yrittäjiä keskenään yhdistäviä piirteitä. Sitten tutkimusaihealueina ovat olleet liiketoiminnallinen prosessi, yrittäjyysmahdollisuudet sekä sisäinen ja ulkoinen yrittäjyys. (McMullen & Shepherd 2006.)

Yrittäjyysmuotoja on jaoteltu eri tavoin. Yrittäjyyskasvatuksen alkuvaiheissa Peltonen (1989) jakoi yrittäjyyden ulkoiseksi ja sisäiseksi. Näistä ensimmäinen tarkoittaa toimista itsenäisenä omistajayrittäjänä ja jälkimmäinen yritteliästä toimintaa toisen palveluksessa. Kyrö (1998) on tarkastellut yrittäjyyttä kulttuurihistoriallisesti. Hän erotti omaehtoisien, sisäisen ja ulkoisen yrittäjyyden. Omaehtoinen yrittäjyys painottaa yksilön itseohjautuvuutta, joka on mahdollista vapaassa toimintaympäristössä. Kyrön (1998) mukaan sisäinen yrittäjyys ilmentää organisaation jäsenten kollektiivista toimintatapaa, jonka edistämiseksi johtamisella on merkittävä asema. Sisäisen yrittäjyyden avulla voidaan lisätä tuottavuutta ja uudistaa organisaation työkäytänteitä. Myös Kyrön määrittelyssä ulkoinen yrittäjyys tarkoitti yrittäjäomistajana toimimista omassa yrityksessä.

Kyrö, Lehtonen & Ristimäki (2007) ovat tarkastelleet yrittäjyyttä päätyen neljään keskenään vuorovaikutuksessa olevaan yrittäjyyden muotoon. Ne ovat yksilön omaehtoisen ja ulkoisen yrittäjyyden ohella sisäinen ja organisaatioyrittäjyys. Sisäinen yrittäjyys nähdään omaehtoisen ja organisaatioyrittäjyyden muodostamana yrittäjämäisenä toimintana. Organisaatioyrittäjyydessä taas painottuu kollektiivinen toimintatapa. Käytännössä yrittäjyyden eri muodot toteutuvat vuorovaikutuksessa keskenään muokkaamalla toisiaan. (Kyrö ym. 2007.) Parhaimmillaan niiden yhteisvaikutuksella organisaatioissa voidaan päästä yrittäjämäiseen kulttuuriin.

Yrittäjyyttä käsittelevissä tutkimuksissa yrittäjäksi ryhtymisen motiivina nähdään selkeästi taloudelliset seikat. Niiden ohella monet liiketoiminnan aloittaneet ker-

MONET KERTOAVAT HALUNNEENSA YRITTÄJÄKSI ITSENÄISYYDEN, HAASTEELLISUUDEN, INNOVATIIVISUUDEN TAI HYVÄN TILAISUUDEN TAKIA.

tovat halunneensa yrittäjäksi itsenäisyyden, haasteellisuuden, innovatiivisuuden tai hyvän tilaisuuden takia. Oman yrityksen perustamista on edistänyt monilla jokin elämäntilanteeseen tai toimintaympäristöön liittyvä epäkohta. Usein yrittäjyyteen ohjain tekijöinä mainitaan tyytymättömyys nykytilanteesta vallitseviin oloihin, kuten työtehtäviin, toimialaan tai

toteutumattomiin uratoiveisiin. Monien kiinnostusta on herättänyt mahdollisuudet toteuttaa omia unelmiaan ja päästä määräämään omista ratkaisuista ja kehittymisestä sekä omien taitojen käyttämismahdollisuuksista. (ks. Bracci & Vagnoni 2011; Hyytiäinen & Pajarinen 2005; Nurmi & Paasio 2007; Ristimäki 2007.)

Ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneilla tulisi olla hyvät valmiudet yrittäjämäiseen toimintaan. Valmiuksia pyritään kehittämään koulutuksen aikana opintojaksoilla sekä erilaisten tapahtumien ja projektien avulla. Osaamis- ja ammattitaitovaatimukset tarkoittavat sellaisia ominaisuuksia, joista on jokaiselle hyötyä työelämässä. Yrittäjäksi ryhtyvä tarvitsee menestyäkseen myös verkostoja, joista hän voi saada joustavasti tukea erilaisissa käytännön pulmissa. Luonnollisesti jokainen toimintaansa aloittava tarvitsee myös muita resursseja sekä rahoituksen oman liikeideansa toteuttamista varten.

Kun Laureassa palveluyrittäjyyttä opiskelevat pohtivat yrittäjänä tarvittavia ominaisuuksia, nousi esille seuraavia asioita: halu vaikuttaa, itseluottamus, päätöksentekokyky, joustavuus, täsmällisyys ja epävarmuuden sietokyky. Menestymistä edistävinä tekijöinä opiskelijat näkivät intohimon yrittämiseen, vastoinkäymisten sietämisen, periksiantamattomuuden, luottamuksen, riskien hallinnan, muutosmyönteisyyden, aloitekyvyn, luovuuden ja suuren kuvan ymmärtämisen. Jenni on oman käsityksensä mukaan yrittäjänä päättäväinen, pitkäjänteinen ja joustava. ”Tiedän mitä haluan ja päättäväisesti myös toimin sen eteen”, hän toteaa.

Yrittäminen uranvalintana

Yritys, jonka Jenni perusti kesällä 2015, toimii työvoiman vuokrauksen alalla. Jenni kuvailee yritystään kattavien henkilöstöratkaisujen toteuttajana. Sen asiakkaita ovat pääasiassa ravintolat sekä tapahtumissa ja messuilla toimivat yritykset. Erilaisiin tehtäviin työntekijöitä palkkavat yritykset muodostavat Jennin yrityksen tärkeimmän asiakasryhmän. Asiakassuhteista muodostuu asiakkaan tarpeiden mukaisesti joko pitkä- tai lyhytaikaisia. Toinen tärkeä asiakasryhmä ovat ne työntekijät, joita vuokraava yritys välittää asiakasyrityksiin.

Jennin uranvalinnan tärkein vaikuttaja ja kannustaja on ollut hänen pitkään yrittäjänä toiminut äitinsä. Myös muiden perheenjäsenten tuki on ollut tarpeen. Erityisesti ensimmäisen vuoden aikana läheiset osoittautuivat ensiarvoisen tärkeiksi, sillä ilman heidän henkistä ja taloudellista tukeaan toimiminen olisi ollut liian haastavaa. Jenni tietää halunneensa aina yrittäjäksi, sillä hän näkee yrittäjyyden palkkatyötä tavoiteltavampana vaihtoehtona. Hän ei ole myöskään halunnut sitoa yritystään pelkästään oman osaamisensa varaan, jotta voi varmistaa yritystoiminnan kasvumahdollisuudet.

Toiminnan aloittamista joudutti se, että perustamisvaiheessa oli jo olemassa joitakin asiakkaita, joilla oli henkilöstöpalvelujen tarpeita. Kattavan liiketoimintasuunnitelman laatiminen starttirahan saamista varten sujui Jenniltä mutkattomasti. Joitakin asioita hänen oli silti opeteltava käytännön kautta, koska hänen oli löydettävä itselleen parhaiten sopiva toimintatapa. Alussa liian ruusuisena näyttäytynyt



kuva liiketoiminnasta on tekemisen myötä myös realisoitunut. Verkostot ja luottamus muodostavat Jennin käsityksen mukaan kaiken toiminnan perustan.

Jennin mukaan yritystoiminnan käynnistymistä edistäviä tekijöitä oli useita. Henkilöstöpalvelualalla toimivien isojen organisaatioiden rinnalle oli selkeä tarve pienestä ja ketterästä yrityksestä. Jennin yrityksen toiminta oli mahdollista rakentaa

**JOUSTAVUUS ON TARPEEN,
SILLÄ HARVOIN ASIAT
MENEVÄT SUUNNITELLUSTI
- AINA ON OLTAVA
VARASUUNNITELMA.**

olemassa olevien verkostojen ja asiakkuuksien pohjalle. Perustettavalle yritykselle ei tarvittu erillisiä toimintiloja, sillä työ oli mahdollista hoitaa kotoa. Näin kiinteiden kulujen määrä oli minimoitavissa, joten yritystoiminnasta tuli nopeasti kannattavaa. Ensimmäisen toimintavuoden aikana Jennin on ollut mahdollista oppia valtavasti uutta – sellaistaakin, jota hän

ei varmaan edes itse vielä tiedosta. Hänestä on ollut hyvä oppia jakamaan vastuuta muillekin, eikä vain pyrkiä itse tekemään kaikkea. Monista päivittäin toistuvista asioista on tullut Jennille jo rutiineja, vaikka aina on myös uutta opittavaa. Jennistä joustavuus on tarpeen, sillä harvoin asiat menevät suunnitellusti - aina on oltava varasuunnitelma.

Yrittämiseen liittyy haasteitakin. Itsensä johtaminen on avainasemassa, sillä kukaan ei tule sanomaan, mitä, miten ja milloin asiat pitää tehdä. Yrittäjällä tulee olla valmius oppia nopeasti uutta ja pysyä toimintakykyisenä muuttuvissa tilanteissa. Oman osaamisalueen ulkopuolelle jäävissä tilanteissa tarvitaan toimivia verkostoja, josta saa neuvoja. Talouteen liittyvissä kysymyksissä Jenni on saanut apua kirjanpitäjältään. Jennin mukaan hyvä kirjanpitäjä onkin yrittäjän paras apu. Yritystoiminta edellyttää jatkuvaa kehittämistä, sillä toimintaympäristö muuttuu digiaikana yhä nopeammin.

Kouluopit yrittäjyyteen

Laurea on tarjonnut Jennille hyvän pohjan yrittäjyyteen. Koulusta saadut opit olivat tuoreessa muistissa liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä, muistelee Jenni. Uusille yrittäjille suunnatut palveluorganisaatiot ovat myös olleet avuksi. Tärkeintä Jennin mukaan on kuitenkin se, että on voinut oppia yrittäjämäisen toimintatavan ja saanut rohkeutta hakea kulloinkin tarvittavaa tietoa, sillä ”aina löytyy joku joka osaa vastata ja auttaa”.

Koulussa opitun teorian siirtäminen käytäntöön on kuitenkin ollut välillä haastavaa. Koulussa opeteltiin lukemaan tuloslaskelmaa ja tasetta, mutta niiden ymmärtäminen käytännössä tuottaa silti välillä päänvaivaa. Tärkeintähän ei ole osata asioita ulkoa, vaan tietää, mistä tiedon voi tarvittaessa hankkia nopeasti. Laurean valitsema

kehittämispohjaisen oppimisen malli sopi hyvin yrittäjyyteen suuntautuvalle, sillä oppimaansa on mahdollista hyödyntää yritystoiminnassa.

Erityisesti Jennin mieleen on jäänyt Laurean kerran kuussa järjestämät yrittäjyystiistait, jossa yrittäjä kertoi liiketoiminnastaan. Jenni harmitteleekin, ettei itse vielä silloin ymmärtänyt niiden arvoa, mutta näin jälkepäin ajatellen ne olivat ehkä parasta oppia yrittäjyyteen. Jenni pystyy palauttamaan mieleensä edelleen muuttaman vuoden takaisia puhujia sekä heidän tarinoitaan. Jenni opastaa, että kannattaa hyödyntää tilaisuuksia, joissa pääsee kuuntelemaan ja keskustelemaan toisten yrittäjien kanssa. Heillä on kokemus yrittäjän arjesta, joten heidän kanssaan on hyödyllistä verkostoitua. Myös muiden osaajien kanssa verkostoituminen on kannattavaa, sillä he voivat olla tulevia yrittäjiä tai yhteistyökumppaneita.

Lopuksi

Ammattikorkeakouluilla on merkittävä tehtävä yrittäjyyskasvatuksessa. Tähän on viimeisten vuosien aikana kiinnitetty paljon huomiota toiminnan eri tasoilla. Koulutuksen aikana olisi tärkeää saada opiskelijat havaitsemaan yrittämisen ja yrittäjämäisen toiminnan hyödyllisyyden tulevaisuuden työelämässä.



Moni nuori opiskelija ei ole ajatellut yrittäjyyttä oman uran suunnitteluvaiheessa, mutta koulutuksessa on mahdollista motivoitua ja suuntautua yrittäjäksi tai ainakin yrittäjämäiseksi toimijaksi. Laurean valitsema LbD-toimintamalli, jonka ideana on toimia aidoissa työelämän hankkeissa, tukee yrittäjämäisen toiminnan oppimista yhteistyössä ei toimijoiden kanssa. Omien verkostojensa rakentamisen jokainen voi aloittaa jo opiskeluaikana, sillä työelämässä ja erityisesti yrittäjänä verkostojen merkitys korostuu.

Yrittämisestä tekee haasteellista muun muassa toimintaympäristöjen jatkuva muuttuminen. Kehityksessä mukana pysymisen näkökulmasta omistaja itse on liiketoiminnan keskeisin resurssi, joten hän voi varmistaa menestymisensä vain jatkuvan itsensä ajan tasalla pitämisen ja kehittämisen avulla. Varsinkin liiketoiminnan alousvaiheessa yrittäjän on kyettävä luottamaan omiin kykyihinsä ja mahdollisuuk-

HARVA YRITYS ON
MENESTYSTARINA
ENSIMMÄISINÄ
VUOSINAAN.

siinsa, sillä oman liiketoiminnan käynnistäminen vaatii kärsivällisyyttä ja energiaa, jotta toiminnalle saadaan luotua hyvä perusta ja toimivat verkostot.

Harva yritys on menestystarina ensimmäisinä vuosinaan. Yrittäjäksi ryhtyvän tulee olla valmis tekemään pitkää päivää pienellä palkalla. Yrittäjyydessä tarvitaan pitkäjänteisyyttä ja kykyä nähdä tulevaan. Yrittäjänä toimiva Jenni nauttii sekä vapaudesta että vastuusta, jotka yritystoiminta tarjoaa. Hän voi itse olla vastuussa menestyksestään ja tietysti myös mahdollisesta epäonnistumisestaan. Jennin mukaan ”oleellista ei olekaan se, kuinka monta kertaa kaatuu vaan se, kuinka monta kertaa nousee ylös”.

Jenni evästää yrittäjäksi aikovia, että kannattaa kuunnella kokeneita yrittäjiä ja käydä heidän kanssaan keskusteluja. Heiltä voi saada parhaat neuvot siihen, mitä kannattaa tehdä ja mitä ei. Jennin mukaan kukaan ei koskaan ole valmis yrittäjäksi, mutta kysymys kuuluukin, onko valmis aloittamaan oppimisen. On hyvä löytää itselleen mentori, johon voi luottaa ja joka ohjaa löytämään ratkaisuja. Yrittäjän ei tarvitse olla yksin.

LÄHTEET

Arenen yrittäjyysuositukset. 2015.
<http://www.arena.fi/sites/default/files/PDF/2015/Arenen%20YS%2012032015.pdf>

Bracci, E. & Vagnoni, E. 2011.
Understanding Small Family Business Succession in a Knowledge Management Perspective. Julkaisussa: IUP Journal of Knowledge Management.

Hyytinen, A. & Pajarinen, M. 2005.
Yrittäjäksi ryhtyminen ja yrittäjyysasenteet Suomessa. Havaintoja kyselytutkimuksesta. Helsinki: The Research Institute of the Finnish Economy.

Jenni. Yrittäjän haastattelu. Elokuu 2016.

Kyrö, P. 1998. Yrittäjyyden tarinaa kertomassa. Helsinki: WSOY.

Kyrö, P., Lehtonen, H. & Ristimäki, K. 2007. Yrittäjyyskasvatuksen suuntia etsimässä. Julkaisussa Yrittäjyyskasvatuksen monia suuntia. Ristimäki, K. (toim.) Yrittäjyyskasvatuksen julkaisusarja 5/2007. Tampere: Tampereen yliopisto. Juvenis.

McMullen, J. & Shepherd, D. 2006.
Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. Baylor University and Indiana University.

Nurmi, P. & Paasio, K. 2007.
Entrepreneurship in Finnish universities. Julkaisussa Education & Training. Peltonen, M. 1989. Yrittäjyys. Helsinki: Otava.

Opetusministeriö. 2009. Tahtotila 2015.

Ristimäki, K. 2002. Yrittäjyyskasvatus - Yrittäjyyttä ja kasvatus. Helsinki: Tat.

Ristimäki, K. 2007.
Yrittäjyyskasvatuksen osalliset. Julkaisussa Yrittäjyyskasvatuksen monia suuntia. Ristimäki, K. (toim.) Yrittäjyyskasvatuksen julkaisusarja 5/2007. Tampere: Tampereen yliopisto. Juvenis.

Tilastokeskus. 2013. Yritysrekisteri.

Vipunen. Tutkinnon suorittaneiden sijoittuminen. Ammattiasema. Viitattu 7.9.2016. <https://vipunen.fi/fi-fi/amk/Sivut/Tutkinnon-suorittaneiden-sijoittuminen.aspx> Mailis Korhakangas



Strateginen tavoite:

*Laureana olemme siellä, missä osaamista tarvitaan -
kansainvälisesti Uudellamaalla.*

II ALUETTA PALVELEVA KORKEAKOULU



Päivi Mantere

MITEN RUOKAMATKAILUSTA SAADAAN VETOVOIMATEKIJÄ UUDELLEMAALLE?

Maailmanlaajuisesti ruokamatkailu on selvässä kasvussa. Ruoka on yksi ihmisen perustarpeista ja siten tärkeä tekijä myös matkailussa. Vaikka kyseessä ei olisikaan puhtaasti ruokamatkailija, moni turisti haluaa nauttia erityisesti paikallista ruokaa. (Sánchez-Cañizares & López-Guzmán 2011, 12.) Ruokamatkailu mahdollistaa myös eettisten ja vastuullisten arvojen toteuttamisen ja se tukee kulttuurisen kuluttamisen trendiä (UNWTO 2012, 5).

Ruokamatkailun kirjo on laaja ja sen määrittely onkin usein tulkinnanvaraista. Olennaista ehkä onkin, miten hyvistä ruokamatkailun esimerkeistä voi oppia oman matkailutuotteen kehittämiseksi. Ruokamatkailun saralla Suomessa ja etenkin Uudellamaalla on vielä saavutettavaa.

Ruokamatkailussa yhdistyvät paikalliset tarinat elämykseksi

Ruokamatkailu perustuu matkailijoiden kohtaamiin tarinoihin ja paikallisuuteen. Muodoltaan se voi olla hyvin moninaista. Joskus se on maukasta ruokailua ravintolassa, toisinaan katuruokaa tai vaikkapa suomalaisen ruoan tekemistä ohjatusti. Toisaalta ruokamatkailu voi keskittyä luonnonantimiin ja keräilyyn liittyviin ruokamatkailutuotteisiin.

Myös luonnossa tai kulttuuriympäristössä tapahtuva ruokailu on yksi ruokamatkailun muodoista. Erilaiset reitit ja tapahtumat, torit, kauppahallit, erikoismyymälät, kuten juustolat, viinitilat sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma

ovat hyviä esimerkkejä ruokamatkailusta. Ruokamatkailuun liittyvät vahvasti tarinat, paikallisuus ja puhtaus. Parhaimmillaan ruokamatkailutuote on osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta. Se tekee matkailutuotteen elämykselliseksi. (Haaga-Helia 2015, 4.)

Koska ruoka on niin vahvasti kiinnittynyt alkuperäänsä, se antaa mahdollisuuden markkinoida ruokamatkailua ainutkertaisena kokemuksena (UNWTO 2012, 4). Yhä useammat yrittäjät ovat myös Uudenmaan alueella havainneet, että paikallisen ruoan ja tuotannon avulla voidaan asiakkaalle luoda enemmän elämyksiä.

Ruoka kytkeytyy vahvasti paikallisiin yrittäjiin, tuottajiin ja tarinoihin. Parhaimmillaan ruoan merkitys koetaan yksilöllisinä kokemuksina ja elämyksinä. (Ruokamatkailustrategia 2015, 2.) Kuluttajat toivovat, että matkalta jää muistoksi mieleenpainuvia hetkiä ja kokemuksia. Tarinoiden avulla on mahdollista koskettaa ihmisiä ja luoda kokemuksille merkityksiä.

Ruokamatkailusta voidaan löytää kaksi pääulottuvuutta. Ensimmäinen on matkailijan sitoutumisen taso. Alhainen sitoutuminen tarkoittaa, että matkailija voi esimerkiksi valita ruokalistalta lähiruoan. Korkea sitoutuminen tarkoittaa taas toimintaa, jossa matkailija esimerkiksi osallistuu kokkauskursseille. (Yeoman 2015.) Luonnollisestikin sitoutuneisuuden aste vaikuttaa siihen, millaisia ruokamatkailutuotteita millekin kohderyhmälle kannattaa tuottaa ja markkinoida.

Toinen ulottuvuus pohjautuu matkailijan yksilöllisiin kiinnostuksen kohteisiin. Esimerkkejä ovat ruokateemaiset alueelliset kierrokset. Yksilöllisestä näkökulmasta on vielä kaksi mahdollisuutta: terveellisen, turvallisen ja puhtaan ruoan etsintä ja toisessa ääripäässä muodikkaiden trendien tai ”fine-dinen” etsintä. (Yeoman 2015, 210.) Ruokamatkailutuotteita luotaessa on siis pohdittava, mitkä ovat asiakkaan motiivit. Onko paikallisen ruoan kuluttaminen osa itsensä toteuttamista, pyritäänkö sillä vahvistamaan tietynlaista minäkuvaava vai mikä on perimmäinen syy, miksi ruoka muodostuu matkailukohteessa merkittäväksi tekijäksi?

Ruokamatkailu mahdollistaa eettisten ja vastuullisten arvojen toteuttamisen ja tukee kulttuurisen kuluttamisen trendiä. Matkailija voi olla kiinnostunut esimerkiksi kansanperinteestä tai gastronomisista tuotteista, joiden avulla hän voi oppia erilaisista yhteisöistä, perinteistä ja elämäntavoista. Ruoka- ja kulttuurimatkailu tukevat hyvin toisiaan. (Dallen & Amos 2013, 6.) Paikalliseen tuotantoon perustuva tarinallisuus yhdistää kulttuurinäkökulman, aluevaikutuksen ja alkutuotannon.

Ruokamatkailijan moninainen muotokuva

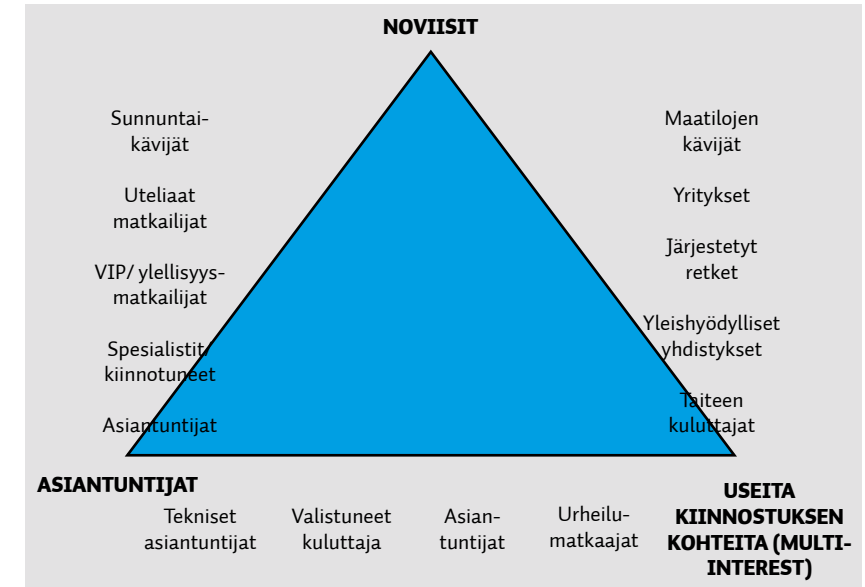
Ruokamatkailun kohderyhmää on vaikea tarkasti määritellä. Markkinoilla on tuotteita ja palveluita hyvinkin erilaisille kuluttajaryhmille. On myös tunnistettava

yleisesti kuluttaja- ja asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavat ja sitä selittävät tekijät. Kuluttajat tai matkailijathan eivät toimi vain yhden vaikuttavan seikan pohjalta. On muistettava, että esimerkiksi mieliala ja matkakumppaneiden ominaisuudet voivat vaikuttaa päätökseen. Tutkimusten (Croze & Perri 2010, 51-57; Hjalager & Richards 2003, 37-41) pohjalta asiakkaan käyttäytymistä ja motivaatiota ruokamatkailijana voidaan luokitella seuraavasti (taulukko 1). Huomattavaa on, että useammassakin näkökulmassa itsensä kehittäminen ja oppiminen näyttäytyvät vahvasti. Miten tätä voisi parhaiten hyödyntää suomalaisessa ruokamatkailussa? Ratkaisu pitää pystyä upottamaan tehokkaasti osaksi tuotetta ja sen markkinointia.

Taulukko 1. Ruokamatkailun asiakkaan kuluttajakäyttäytyminen (Croze & Perri 2010, 51-57; Hjalager & Richards 2003, 37-41).

KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMISTÄ SELITTÄVÄT TEKIJÄT (CROZE & PERRI)	MOTIVAATIOOTEKIJÄT (HJALAGER & RICHARDS)
NAUTTII RUOASTA JA VIINISTÄ JA ON KIINNOSTUNUT TUOTANTOMENETELMISTÄ	FYYSISET (AISTIT)
PITÄVÄT ITSEÄN OPPINEINA (EDUCATED) TAI HALUAVAT OMATA ENEMMÄN TIETOA	KULTTUURISUUS TEKIJÄT, JOTKA KANNUSTAVAT (PUSH FACTOR)
OVAT AVOINNA UUSILLE KOKEMUKSILLE JA NÄKEVÄT RUOAN ILAHDUTTAVANA VÄYLÄNÄ KOKEA UUSIA JA ERILAISIA KULTTUUREITA JA IDENTITEETTEJÄ (RUOKA SAMANLAINEN KULTTUURINEN ILMAISU KUIN TAIDETEOS)	”INTERPERSONAL” ELI YKSILÖIDEN VÄLISEET TEKIJÄT (VAIKKA YKSILÖMATKAAJA, SILTI MATKAILU TOTEUTUU USEIN SOSIAALISISSA RYHMISSÄ)
KOULUTETTUJA JA OMAAVAT KULTTUURITUNTEMUSTA. HALU ELINIKÄISEEN OPPIMISEEN JA OVAT HALUKKAITA OSALLISTUMAAN, JOTTA OPPISIVAT	STATUS JA MAINE, ARVOVALTA (MODERNI, STATUS-TIETOINEN KULUTTAJA ETSII UUSIA)
OVAT HALUKKAITA KÄYTTÄMÄÄN OSAN LOMASTA OPPIMISEEN JA ITSENSÄ KEHITTÄMISEEN (TILAVIERAILUT, OPASTETUT KIERROKSET, MAISTELUT YMS.)	
MATKUSTAVAT ITSENÄISESTI JA TEKEVÄT ITSE OMAT MATKAJÄRJESTELYNsä, EIVÄT KIINNOSTUNEITA MATKATOIMISTOJEN JA MATKANJÄRJESTÄJIEN PALVELUISTA, VAIKKA NE OLISIVATKIN KESKITTYNEET RUOKA- TAI VIINIMATKAILUUN	
OMAAVAT KORKEAT ODOTUKSET	

Asiakasymmärryksen rakentaminen on avain menestyvään liiketoimintaan. Erityisesti uusia matkailupalveluja luotaessa on tärkeää maltaa pysähtyä miettimään kyllin tarkasti, millaista matkailijaryhmää tai asiakaskuntaa pyrkii ensisijaisesti tavoittelemaan.



Kuvio 1. Ruoka- ja viinimatkailijan tyypittelyä (Croze & Perri 2010, 51-57).

Ruoka- ja viinimatkailun käyttäjät voidaan luokitella pääasiassa kolmeen pääkategoriaan: asiantuntijoihin, noviiseihin ja sellaisiin, joilla on useanlaisia kiinnostuksen kohteita. Uudellamaalla on mahdollisuuksia monenlaisen asiakkaiden profilointiin. (Croze & Perri 2010, 51-57). Pääkaupunkiseudun läheisyydessä on paljon asiantuntijoita ja yrityksiä, jotka voisivat olla hyvinkin potentiaalisia asiakkaita. Kansainvälisille stop-over eli välilaskun vuoksi Suomessa yöpyville matkailijoille puolestaan voisi tarjota ylellisyustuotteita. Ylellisyys kannattaakin nähdä monipuolisena seikkana, se voi esimerkiksi aasialaiselle matkailijalle olla hiljainen retki luonnossa. Tähän on tehty hyviä, kiinnostavia uusia avauksia, esimerkiksi Tentsile (Honkalintu www.honkalintu.fi) Nuuksiossa tarjoaa mahdollisuutta nukkua puuteltassa.

Ruokamatkailun ilmentymä Suomessa

Matkailuala on kasvanut pitkään sekä Uudellamaalla että koko maassa. Vaikka venäläisturismi on hiipunut vuoden 2013 jälkeen jatkuvasti, on Uudenmaan matkailu pärjännyt kotimaisten ja muiden ulkomaisten matkailijoiden ansiosta. Uudenmaan majoitusliikkeissä yöpyi vuonna 2014 lähes 3,2 miljoonaa matkailijaa. Määrä on kasvanut lähes miljoonalla yhdeksässä vuodessa. Uudenmaan kasvu kattoi lähes 60 prosenttia Suomen matkailualan kasvusta. Etenkin Läntisen Uusimaan, Vantaan ja pääkaupunkiseudun matkailijamäärät ovat kasvaneet edellisestä vuodesta lähes seitsemän prosenttia. (Uudenmaanliitto 2015.)

Tärkeimmistä Suomeen suuntautuvista matkailijamaista kiinalaisten ja espanjalais-ten yöpymiset ovat lisääntyneet eniten. Kiinalaisten yöpymisten määrä on kohonnut runsaaseen 42 000 vuorokautteen, mikä oli 35,3 % enemmän kuin vastaavana ajanjaksona vuotta aiemmin. Espanjalaisten yöpymisiä kirjattiin majoitusliikkeissä noin 33 000 vuorokautta. Määrä oli lähes neljänneksen enemmän kuin tammi-huhtikuussa 2015. (Tilastokeskus 2016). Taloudellisesti haastavana aikana Uudenmaan matkailun kysyntä on jopa kasvussa. Matkailuyrittäjän kannattaakin ottaa selvää esimerkiksi kansainvälisten asiakasryhmien kohdalla, miten juuri kyseisen ryhmän arvoja ja toiveita vastaavaa toimintaa voi saada aikaiseksi. Lisäksi on huomion arvoista, että Suomen matkailu- ja ravintola-alan liikevaihdosta yli 70% pohjautuu kotimaiseen kysyntään (Mara 2016). Tästä syystä kehittämistyössä kannattaakin pitää erityisesti kotimaiset matkailijat kohderyhmänä, oli sitten kyseessä yksittäiset matkailijat, perheet, ryhmät, työpaikan virkistäytymis- tai kouluttautumisryhmät.

Yeoman (2015, 212) on tutkimuksessa määritellyt ruokamatkailun menestystä selittäviä tekijöitä. Erilaisten tuotteiden ja alueiden kohdalla erilaiset tekijät painottuvat. Kaikkiaan tutkimusten ja määrittelyjen mukaan ruokamatkailu on hyvin monimuotoista (taulukko 2.). Tämän lisäksi asiakkaat arvioivat sitä monesta eri näkökulmasta. Ruokamatkailuyrittäjän tehtävänä on pyrkiä muodostamaan sellainen yhdistelmä, joka soveltuu omaan tarinaan ja tuotteeseen. Lisäksi kannattaa pohtia, mitkä ominaisuudet tekevät omasta tuotteesta kilpailukykyisen ja menestyksekkään.

Tässä artikkelissa ruokamatkailun menestystekijöitä on peilattu suomalaisiin matkailupaikkoihin, jotka hyödyntävät luonnontuotteita. Aineisto pohjautuu Arktiset aromit palveluun, jossa analyysin tekoheikellä (syyskuu 2016) 65 yritystä esitteli omaa toimintaansa. Yritysten markkinointitekstiä on tulkittu pohjautuen Yeomanin (2015) tekemään jakoon ruokamatkailun menestystekijöistä.

Erilaisten ruokakurssien järjestäminen on luonteva tapa tehdä lähiruokaa tai luonnontuotteita tunnetuksi. Siinä erityispiirteinä on huomioitava sesonginmukaisuus ja kausivaihtelut. Palvelun laatuun liittyvät huomiot eivät välttämättä ole suoraan sidottuja lähiruoka-aiheeseen, vaan yleiseen asiakkaan kohtaamiseen. Teksteissä saattaa olla lueteltuna useita raaka-aineita, jolloin välittyy kuva monipuolisesta ruokatarjonnasta. Ruoan määrästä (isoista annoksista tms.) ei ollut paljon havaintoja. Aineisto pohjautuu usein luonteeltaan kevyisiin luonnontuotteita hyödyntäviin yrityksiin. Tällöin ilmeisesti ruoan määrä tai täyttävyyt eivät ole luontevia lähtökohtia.

Taulukko 2. Ruokamatkailun menestystekijät analyysin pohjalta, mukaeltu Yeoman 2015, 212).

MENESTYS-TEKIJÄ	ESIMERKKEJÄ LUONNONTUOTTEITA HYÖDYNTÄVIEN YRITYSTEN MARKKINOINNISTA	
RUOKAKURSSIT	VOIVAT KÄYTÄNNÖSSÄ OLLA MYÖS TUOTE- TAI RUOKAKIERROKSA, RUOKATAPAHTUMIA	JÄRJESTÄN SIENIKURSSEJA JA SIENIRETKIÄ. NEUVONTAA ON SAATAVILLA LUONNONTUOTTEIDEN HYÖDYNTÄMISEEN. JÄRJESTÄMME TILAUksesta VILLIYRTTIKURSSEJA, KASVIEN TUNNISTAMISRETKIÄ, LUONTORETKIÄ NUOTIOKAHVEILLA JA LAMMASRUOKAKURSSEJA.
PALVELUN LAATU	ON SAANUT MM. SEURAAVANLAISIA MÄÄRITELMIÄ ”HENKILÖKUNTA ON JATKUVASTI AUTTAVAISTA JA YSTÄVÄLLISTÄ”, ”PALVELU OLI YSTÄVÄLLISTÄ JA AMMATTIMAISTA”	HALUAMME NÄYTTÄÄ JA KERTOA PAIKALLISESTA ELÄMÄSTÄ ASIAKKAILLEMME.
RUOAN JA RUOKALAJIEN MONINAISUUS	ON SUOMALAISESSA KULTTUURISSA ON TUNNETTU ”SEN SEITSEMÄN SORTTIA”-AJATTELUNA	TARJOAMME LÄHIRUOKAA POROSTA, KALASTA SEKÄ KAUDEN TUOTTEISTA (SIENET, MARJAT). TEEMME ITSE MUSTIKKAPIIRAKAT JA LAKKA-, PUOLUKKA-, MUSTAVIINIMARJA- JA VÄINÖN-PUTKIHILOT SEUDUN LUONNONTUOTTEISTA SEKÄ SIENIAIKANA KÄYTÄMME OMAN METSÄN ANTIMIA. PORONLIHA ON ALUEELTAMME JA SAMOIN KALA. LAAJASTA VALIKOIMASTA LÖYTYY TUOTE JOKA TILANTEESEEN.
RUOAN MÄÄRÄ	TARCOITTAÄ SITÀ, KUN ANNOKSET OLIVAT RUNSAITA JA TULEE TÄYTEEN, NIIN RUOASTA JÄÄ POSITIIVINEN MUISTI	VALMISTAMME TILALLA KAIKEN AAMIAISRUUAN JA LEIVONNAISET. KÄYTÄMME METSÄMARJOJA JA LÄHELLÄ TUOTETTUJA RAAKA-AINEITA.

PAIKALLINEN KULTTUURI	ESIMERKIKSI RUOKA ON ERINOMAINEN TAPA HANKKIA KULTTUURINEN KOKEMUS JA SE SISÄLTÄÄ PALJON KIINNOSTAVAA PAIKALLISTA TIETOA	LUONNONTUOTTEET OVAT LUONNOLLINEN TAPA TUTUSTUA PAIKALLISEEN ELÄMÄNTYYLIIMME. OLIMME AIKOINAAN ALUEEN ENSIMMÄINEN LUOMUVILJELIJÄ JA SAMOIN LÄHIRUOKA KOKONAIUUDESSAAN ON OLLUT KESKEISESSÄ ROOLISSA. TARJOAMAMME LÄHIRUOKA ON LÄHES 35 VUODEN AJAN VALMISTETTU ALUEEN VILLEISTÄ KALOISTA, MARJOISTA, SIENISTÄ JA PAIKALLISTEN VILJELIJÖIDEN TUOTTEISTA. ATERIAT KOOSTETAAN VUODENAJAN RAAKA-AINETARJONNASTA, JOSTA 90-95 % TULEE LÄHIALUEELTA.
AIDON KOKEMUKSEN TUNTU	ESIMERKINÄ VOISI OLLA, ETTÄ TUNTUI AIDOLTA KOKEMUKSELTA PAIKALLISESSA KODISSA KOKATA PAIKALLISTEN ASUKKAIDEN, ERITYISESTI VANHAN KANSAN KANSSA	ELÄMYKSELLINEN RAVINTOLA, JOKA TARJOILEE PÄIVÄLLÄ RENTOA JA MUTKATONTA LOUNASTA JA ILTAISIN SUOMALAISTA LÄHIRUOKAA MODERNILLA OTTEELLA. MEILLÄ ON KÄYTÖSSÄ OMA LAMPAANLIHA SEKÄ HIRVENLIHA, LIHAA EMME OSTA. TUOREEN JÄRVIKALAN SAAMME KAHDelta KALASTAJALTA. OLEMME YHDESSÄ TEHNEET YLI VUODEN TÖITÄ SUOMEN VILLIVIHANNESLÄHETILÄÄN, SAMI TALLBERGIN, KANSSA. TULOKSENA ON SYNTYNYT MENUT, JOIDEN PUAINEN LANKA ON VILLIRUOKA.
AISTIT MAKUJEN TAUSTALLA	TOTEUTUU VÄRIEN VISUAALISUUTENA, ESIMERKIKSI, ETTÄ UPEAT AROMIT TÄYTTIVÄT ILMAN. HAVAINTONA VOI OLLA VAIKKA, ETTÄ VALKOSIPULIN TUOKSU LEIJUI ILMASSA	KAIKKI MAKU JA VÄRI TULEE AIDOISTA MARJOISTA, PUUTARHASTA TAI VILLISTÄ LUONNOSTA!
ESIRIPUN TAKAISET TOIMINNOT	TÄLLÖIN ASIAKKAILLE VOIDAAN MARKKINOIDA RUOKAMATKAILUA AJATUKSELLA, ETTÄ OLETKO KOSKAAN HAAVEILLUT NÄKEVÄSI KAUPUNGISTA JOTAIN SELLAISTA, MITÄ TAVALLISET TURISTIT EIVÄT NÄE?	TARJONTAAN KUULUVAT MYÖS TUULA-EMÄNNÄN KERÄÄMÄT JA HYÖDYNTÄMÄT VILLIYRTIT NIIN RUOKIEN KUIN LEIVONNAISTEN MUODOSSA.
HAUSKUUS JA VIHDE	ILMENTYY SIINÄ, MITEN VIHEDYTTÄVÄ KOKEMUS ON OLLUT	NAUTI LUONNON VOIMAUTTAVASTA VAIKUTUKSESTA JA RENTOUDEU. PYRIMME SAAMAA OSALLISTUJIA RENTOUTUMAAN LUONNON KESKELLÄ.

Paikallinen kulttuuri välittyy monissa maininnoissa. Asiakkaalle tarjotaan mahdollisuutta päästä olemaan osa ruoan tuottamisen ja kuluttamisen läpinäkyvää ketjua. Kokemuksellisuus painottuu myös selvästi. Yhdessä tekeminen, ruoanlaittoon, keräämiseen ja oppimiseen liittyvä tekeminen mahdollistavat osallistumisen ja yhteisöllisyyden. Aisteihin viittaavissa huomioissa maku luonnollisesti on keskeisin. Mutta monesti luonnontuotteiden värit ja tuoksut tuottavat moniaistisia kokemuksia. Taustalla tehtävä työ ja sen näkyväksi saattaminen liittyy paikallisen kulttuurin esille tuomiseen, palvelun tuottamiseen asiakkaan tarpeita vastaavaksi. Viihtymisen näkökulmasta rentoutuminen näkyy vahvasti tavoitetilana.

Miten ruokamatkailutuotteen luomisessa voi onnistua?

Hyvän ruokamatkailutuotteen ominaisuuksia on, että se antaa vierailijalle mahdollisuuden kokea tuote ja myös korjata ruokaan liittyviä väärinkäsityksiä. Viestinnän tulee olla selkeää, ja sen avulla voidaan opettaa vierailijoita arvostamaan tuotetta parhaiten. Onnistunut ruokamatkailutuote sisältää hyödyllistä tietoa, esimerkiksi siitä, miten kuluttajat ovat kokeneet tuotteet ja alueen matkailun. Tuote voi toimia myös ratkaisijana rakennettaessa läpinäkyvää ja vastuullista suhdetta matkailijoiden ja tuottajien välille. Parhaimmillaan hyvä ruokamatkailutuote innostaa markkinoita jatkuvaan tuotekehitykseen. Säilyttämällä alueen paikallista tuotantoa, ruokamatkailu lisää myös vierailijoiden arvostusta alueelle. (Croce & Perri 2010, 87 - 88.)

Ruokaan perustavassa matkailutuotteen suunnittelussa voi käyttää hyödyksi muistilistaa, jonka avulla voi arvioida palvelutuotetta kokonaisuutena (taulukko 3.). Lista kuvaa palvelutuotteen suunnittelun ja tuottamisen polkua. Asiakkaan näkökulma on tärkeä huomioida esimerkiksi erilaisten palvelumuotoilun työvälineiden avulla. Asiakkaita kannattaa myös osallistaa palautteen antoon sekä olemassa olevista että suunnitteilla olevista palveluista.

Taulukko 3. Ruokamatkailutuotteen suunnittelun ajurit (Croce & Perri 2010, 88-108).

SUUNNITTELUN AJURIT	AJURIT KÄYTÄNNÖSSÄ
ENSIKOSKETUS KULUTTAJAAN	OIKEANLAINEN TERVETULOTOIVOTUS
YRITYS	HENKILÖKUNNAN ESIINTYMINEN
TILAT	MAISTELUTILAT, MUUT KONKREETTISET ELEMENTIT, TILASUUNNITTELUN RATKAISUT
LISÄTIETOA	TARJOLLA LISÄTIETOA KIINNOSTUNEILLE
HENKILÖKUNTA	AMMATTIMAINEN ASENNE, SISÄINEN KOMMUNIKOINTI, TALON SISÄINEN KOULUTUS
VIERAILUN JÄRJESTÄMINEN	ETUKÄTEISUUNNITTELU, KIERROKSEN JA VIERAILUN TOTEUTTAMINEN
MAISTELUT	OSALLISTUJIEN OSALLISTAMINEN
TUOTTEEN OSTAMINEN	MAHDOLLISTAMINEN, HUOM! LAINSÄÄDÄNNÖLLISET KYSYMYKSET
ITSE-ARVIOINTI	LAADUN ARVIOINTI

Outi Kinnunen & Aino Maijala

UUDENMAAN PIENTUOTTAJAT OPISKELIJAPROJEKTIN KESKIÖSSÄ

Helsingissä Rautatientorilla vuosittain järjestettävä Herkkujen Suomi -tapahtuma kokoaa yhteen lähi- ja luomuruoan tuottajat, alan ammattilaiset ja aiheesta kiinnostuneet kuluttajat. Tapahtuma on viiden vuoden aikana vakiinnuttanut paikkansa ruokatahtumien joukossa ja edistänyt tuottajien ja kuluttajien kohtaamista Suomessa.

Laurea on ollut mukana Herkkujen Suomessa ensimmäisestä vuodesta 2011 lähtien sekä TKI-hankkeiden, opintojaksojen, opinnäytetöiden, työharjoitteluiden että vapaavalintaisten projektien muodossa. Opiskelijoita on ollut mukana myös Laurean kumppanikorkeakouluista Hämeen ammattikorkeakoulusta sekä Lahden ammattikorkeakoulusta. Viiden vuoden ajan, joka kevät ja kesä, ovat opiskelijat yhdessä luoneet näyttävän, herkullisen ja Uudenmaan pientuottajia palvelevan teltan Herkkujen Suomi -tapahtumaan.

Herkkujen Suomi lähiruoan asialla

Herkkujen Suomi on Rautatientorilla Helsingissä vuosittain järjestettävä kolme-päiväinen lähiruokatahtuma, joka kokoaa yhteen lähi- ja luomuruoan tuottajia ja yrittäjiä kaikkialta Suomesta, kuluttajia sekä alan ammattilaisia. Vuodesta 2011 järjestetty tapahtuma on vakiinnuttanut paikkansa Helsingin tapahtumatarjonnassa ja ruokatahtumien monipuolisessa kokonaisuudessa.

Herkkujen Suomen pääjärjestäjiä ovat Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry, Svenska lantbruksproducenternas centralförbund (SLC), Aitojamakuja.fi, Lammin Sahti ja Pienpanimoliitto. Tapahtumassa on perinteisesti mukana myös ruokakasvatuksen ja ruuantuotannon parissa toimivia yhteisöjä kuten Ruokatieto, Martat, Maa- ja kotitalousnaiset, Luomuliitto, Pro Luomu, Maa- ja

metsätalousministeriön Laatuketju ja Helsingin yliopiston maatalous-metsätieteellinen tiedekunta. Herkkujen Suomen yhteydessä on Syystober-tapahtuma, joka tarjoaa mahdollisuuden tutustua kotimaisiin panimotuotteisiin. Vuonna 2016 Syystoberin anniskelualueutta suurennettiin ja ruokamyymien määrää alueella kasvatettiin street food -trendin mukaisesti.

Tapahtumien merkitys markkinoinnissa, asiakashankinnassa ja kaupunkikuvan luomisessa on muuttunut ja kehittynyt huomasti viime vuosien aikana. Tapahtumamarkkinointi nähdään osana kaupungin markkinointia ja tapahtumat itsessään nähdään merkittävänä kohtaamispaikkoina digitalisaationkin aikakaudella. Tapahtumissa toteutuu ihmiseltä ihmiselle -ajatusmaailma, jossa ihmisten persoona saa ja kuuluu näkyä. (Kilpeläinen, Kostainen & Laakso 2012; Niippola 2016; Tapaus 2015.) K-kauppiaaliiton (2010) tekemän Lähiruokamarkkinat vetävät -selvityksen mukaan kuluttajien mielestä miellyttävimpiä lähiruoan hankintatapoja ja -paikkoja ovat muun muassa torit, suora kohtaaminen tuottajien kanssa ja erilaiset ruokamessut ja myyjäiset.

KULUTTAJIEN MIELESTÄ
MIELLYTTÄVIMPIÄ
LÄHIRUOAN
HANKINTATAPOJA JA
-PAIKKOJA OVAT TORIT,
SUORAT KOHTAAMISET
TUOTTAJIEN KANSSA JA
ERILAISET RUOKAMESSUT.

Sekä Herkkujen Suomeen että Syystoberiin on vapaa pääsy ja ne ovat vakiinnuttaneet paikkansa Helsingin tapahtumakirjossa. Vuoteen 2015 asti tapahtumat järjestettiin aina Taiteiden yön kanssa samaan aikaan, Taiteiden yön toimiessa myös lähtölaukauksena kolmen päivän mittaiselle herkkumatkalle, mutta vuonna 2016 tapahtuma aikaistui viikolla ollen näin erillään Taiteiden yöstä. Avajaispäivän osalta sekä tuottajat että järjestäjät pohtivat, miten hyvin asiakkaat löytävät tapahtumaan kun samaan aikaan ei ollut toista massatapahtumaa. Huoli oli kuitenkin turha; asiakkaita riitti ja asiakassegmentissä huomattiin positiivinen muutos. Aiemmin nimenomaan torstai-ilta on ollut ruuhkainen, mutta liikkeellä olleet asiakkaat ovat olleet pikemminkin Taiteiden yön vuoksi liikkeellä ja tulleet vain kuljeskelemaan Herkkujen Suomen tapahtuma-alueelle. Tällä kertaa torstaina olivatkin liikkeellä jo potentiaaliset ostajat ja myynti oli nousujohteisempaa kuin aiempina vuosina.

Vuoden 2011 kokemusten pohjalta huomattiin, että tuottajien ja tuotteiden esittely alan ammattilaisille oli haastavaa, kun kuluttajat olivat samaan aikaan liikkeellä. Haaste päätettiin ratkaista ja vuodesta 2012 lähtien Herkkujen Suomessa on järjestetty erikseen ammattilaistapahtuma, johon kutsutaan kaupan alan, ravintola-alan ja pääkaupunkiseudun julkisten ruokapalveluiden sisäänostajia ja päättäjiä. Kutsutut saavat tutustua rauhassa tapahtumassa mukana oleviin tuottajiin ja näiden tuotteisiin. Kohtaamisen järjestämisen taustalla on tavoite edistää myyntiä ja mahdollistaa kuluttajille monipuolisempi valikoima lähiruokatuottajien tuotteita lähikaupan hyllyillä ja lempiravintolan lautasella.

Lyhyt katsaus lähiruokaan

Kuluttajien jatkuvasti kasvava kiinnostus terveys- ja ympäristöasioihin näkyvät myös lisääntyneenä kiinnostuksena lähi- ja luomuruokaa kohtaan ja trendi on näkynyt myös vuosittain Herkkujen Suomen kasvavassa kävijämäärässä. (Kurunmäki, Ikäheimo, Syväniemi & Rönni, P 2012; MTK.) Kasvaneesta kiinnostuksesta lähiruokaa kohtaan on käytetty muun muassa käsitettä lähiruokabuumi. Nykypäivänä ei ole enää se ja sama, mistä ruoka tulee ja miten se on valmistettu; vastuullisuus, ruoan terveys ja ympäristö- ja talousasiat ovat merkittäviä ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä. Ruoalle myös asetetaan yhä enemmän odotuksia luonnonmukaisuuden, puhtauden, tuoreuden, paikallisuuden ja jäljitettävyyden suhteen. (Kurunmäki ym. 2012.)

Vuosina 2000 - 2010 useat eri tahot mukaan lukien suomalainen elintarviketeollisuus ja alkutuotanto käyttivät käsitettä lähiruoka kaikesta suomalaisesta ruokatuotannosta. Lähiruokabuumin alettua kunnolla kuluttajien keskuudessa vuonna 2010, pienet paikalliset yritykset nousivat valokeilaan, ja vuonna 2011 lähiruosta tuli monien kehittämistoimien fokus, josta tutkijat käyttivät vuoden 2000 määritelmää ja joka noteerattiin myös EU-komission lainsäädännössä. Lopulta vuonna 2012 tehdystä lähiruokaselityksessä ehdotettiin lähiruoalle selkeää määritelmää, joka perustuu lainsäädännön ja kuluttajan näkemykseen. (Kurunmäki ym. 2012.)

Lyhyen määritelmän mukaan lähiruoka on paikallisruokaa ja pitkän määritelmän mukaan se on "...ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria" (Kurunmäki ym. 2012).

Vuonna 2016 Herkkujen Suomen yhteydessä MTK julkisti uuden Ruokaa Suomesta -verkkokaupan, jonka kautta kuluttajat voivat ostaa ruokaa suoraan maataloilta ja pientuottajilta. Verkkokaupan tavoitteena on kasvaa koko maan kattavaksi lähiruoan markkinapaikaksi. (Ruokaa Suomesta 2016.) Verkkokaupan on nähty olevan vastaisuksi isojen ketjujen "halpuuttamiselle" ja vastaaville kampanjoille, joissa keskustelu pyörii mahdollisimman alhaisen hinnan ympärillä laadun ja alkuperän sijaan.

Laurea lähiruoan asialla

Lähiruoan kysynnän kasvun myötä myös erilaisia kehittämis- ja tutkimushankkeita on syntynyt vuosien varrella monia. Hankkeiden tavoitteissa on yhdistynyt tarve kyetä toimittamaan tuoreita ja puhtaita raaka-aineita asiakkaille sekä halu tukea paikallista ruokakulttuuria ja elinkeinoä. Tavoitteissa on ollut myös mahdollisuus tehdä luonnontalouden kannalta hyviä ratkaisuja mm. lyhentämällä tuotteiden kuljetusmatkoja. (Ollila, Eronen, Kiviluoma, Kivinen & Käyhty 2011.)

Suomessa lähiruokaa on kehitetty niin paikallisesti kuin valtakunnallisestikin. Hankkeiden sisällöissä on eroja muun muassa paikallisista erityispiirteistä johtuen, mutta monien hankkeiden toimet ovat kohdistuneet julkisiin keittiöihin ja suurkeittiöihin, sillä niiden merkitys lähiruoan menekin kasvattavana kanavana on todettu erittäin tärkeäksi. Toinen erittäin tärkeäksi koettu aihe on ollut pyrkimys kehittää alueen tuottajien yhteistyötä ja toimintaa ja tämän parissa Laureassakin on työskennellyt paljon useamman hankkeen muodossa. (Ollila ym. 2011.)

Laurea on vastannut Uudenmaan teltan koordinoinnista ja toteuttamisesta ensimmäisestä Herkkujen Suomesta vuodesta 2011 asti. Kipinä osallistua Herkkujen Suomeen heti ensimmäisenä vuonna kumpusi Kestävää liiketoimintaa lähiruosta -hankkeesta. Kolmivuotinen hanke tähtäsi Uudenmaan alueen lähiruoka-liiketoiminnan kehittämiseen. Sen rahoitti Uudenmaan ELY-keskuksen (elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus) Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelma. Hankkeen tavoitteena oli kasvattaa Uudenmaan alueen lähiruokatarjontaa ja parantaa lähiruoan tunnistettavuutta ja näkyvyyttä alueella. Hankkeessa myös tuettiin lähiruokayrittäjien liiketoimintavalmiuksia ja verkostoyhteistyön kehittämistä. Mahdollisuus lähteä mukaan Herkkujen Suomeen heti hankkeen ensimmäisenä vuotena edisti loistavasti hankkeen tavoitteita ja tuottajilta tullut palaute oli lähinnä positiivista.

Perinteisesti yrityksen toiminta tähtää loppuasiakkaan löytämiseen ja myynnin syntymiseen. Loppuasiakkaan löytämiseksi yrityksen on luotava mahdollisimman kattava ja toimiva jakeluverkosto. Tapahtumiin ja messuille osallistumisen on nähty olevan tehokas ja usein myös edullinen vaihtoehto toimintaa laajennettaessa. (Keinonen & Koponen 2001.) Kuitenkin kotimaisten pienten elintarvikealan yritysten kehittäessä toimintaansa myynti ja markkinointi harvoin ovat tehtävälisan



kärjessä. Kehitystä on tehty paljon tuotelähtöisesti eikä asiakkaan näkökulmaa ja tarpeita tutkien. Budjetoidessa toiminnan kuluja, tuotekehitykseen ja tuotteiden valmistamiseen on panostettu huomattavasti enemmän kuin myyntiin ja markkinointiin. (Ruoka-Suomi 2006.) Tapahtumainfran rakentaminen Rautatientorille teltoineen, sähköineen ja vesivessoineen ei ole halpaa touhua ja telttaneliöt ovatkin olleet hinnaltaan todella korkeat joka vuosi. Pienillä myynti- ja markkinointibudjeilla toimivilla yksittäisillä tuottajilla ei olisi ollut mahdollisuutta lähteä tapahtumaan ilman hankkeen taloudellista avustusta.

Vuonna 2014 Kestävää liiketoimintaa lähiruosta -hankkeen päättyessä Uudenmaan maakunnan osallistuminen Herkkujen Suomeen 2015 oli hetken aikaa epävarmaa. Tuottajien markkinointibudjetit eivät olisi riittäneet kokonaishinnan maksamiseen ja Laurean budjetissa ei ollut ylimääräistä kattamaan erotusta. Apuun tuli Uudenmaan liitto 10 000 euron avustuksella, jolla saatiin kokonaisuus toteutettua vastaavalla tavalla kuin aiemminkin.

Alkuvuodesta 2016 saatiin ilouutinen, kun aiempi lähiruokahanke sai jatkoa Lähiruokaa Uudeltamaalta -hankkeen muodossa. Lähiruokaa Uudeltamaalta -hankkeessa jatketaan aiemman hankkeen askeleissa; tarkoituksena on kasvattaa lähiruoan saatavuutta, lähiruokayritysten kannattavuutta ja toimijoiden verkostoitumista Uudellamaalla. Hankkeen puitteissa etsitään ja aktivoidaan uusia lähiruoka-tuottajia ja edistetään kysynnän realisoitumista lähiruokaliiketoiminnaksi.

Kuten Vallo & Häyrinen (2012) toteavat tapahtumamarkkinoinnin vahvuuksia ovat vuorovaikutteisuus ja henkilökohtaisuus kävijän ja osallistujan välillä. Näin on myös Herkkujen Suomen tapauksessa, jossa vuorovaikutus tapahtuu kuluttajan ja tuottajan välillä. Tapahtuma viestintäkanavana tarjoaa mahdollisuuden erottautua kilpailijoista, tuottaa elämyksiä ja tarjota ainutlaatuisia muistijälkiä osallistujille (Vallo & Häyrinen 2012), ja sen vuoksi vuosittainen osallistuminen Herkkujen Suomeen on nostettu hankkeessa yhdeksi tärkeäksi viestintäkanavaksi.

Laurean rooli Herkkujen Suomessa on ollut joka vuosi monipuolinen ja opiskelijoita on ollut mukana monin eri tavoin. Edellä mainitun hanketoiminnan lisäksi Herkkujen Suomeen osallistuminen on tuottanut opiskelijoille opintopisteitä opintojaksojen, vapaavalintaisten projektipisteiden, opinnäytetöiden ja työharjoittelujen muodossa.

Ketä meitä nyt oli

Ensimmäisenä vuonna Uudenmaan teltan suunnittelun ja toteutuksen hoitivat markkinointisuunnittelija Outi Kinnunen ja tapahtumakoordinaattori Aino Maijala opiskelijatiimin kanssa. Opiskelijoilla on ollut erilaisia rooleja tapahtuman tuottamisessa, ja ammatillisen osaamisen kehittymistä on syntynyt monien eri teemojen alla.

Vuodesta 2012 lähtien Uudenmaan teltan suunnittelu ja toteutus on toteutettu Tapahtuman tuottamisen -opintojaksoilla. Opiskelijat ovat aloittaneet suunnitteluprosessin tutustumalla Herkkujen Suomi -tapahtumaan, sen erityispiirteisiin, kohderyhmiin, Uudenmaan tuottajiin ja tapahtumatuotannon prosessiin.



Kuvassa Nora Uotila.
Kuva: Ilpo Vuorivirta.

Myös Kestävää liiketoimintaa lähiruosta -hankkeessa on ollut joka vuosi opiskelijaprojektipäällikkö, joka on vastannut hankkeen muiden toimien lisäksi myös Herkkujen Suomen Uudenmaan teltan toteuttamisesta. Projektipäällikkö on toiminut myös ohjaajana opiskelijoille, jotka ovat vastanneet Uudenmaan teltan käytännön toteuttamisesta. Projektipäällikkönä on toiminut restonomeja ja tradenomeja, mm. Suvi Kärkäs, Nora Uotila ja Laura Hokka.

Projektipäällikön tehtävä sisältää paljon käytännönjärjestelyitä. Vuonna 2015 projektipäällikkönä toiminut Nora Uotila kertoi aloittaneensa projektissa toukokuussa 2015 ja alkuvaiheessa hänen tehtävänä oli ottaa yhteyttä uusmaalaisiin tuottajiin ja etsiä näytteilleasettajia Uudenmaan osastolle. Nora korosti, että hyvä tiimi merkitsee paljon, jotta stressi ja kiire pysyvät hallussa ja innokkuus toimintaan säilyy. Ohjaajien tehtävä on ollut ohjata ja tukea projektipäällikköä itsenäiseen toimintaan. Monelle opiskelijalle tämä onkin ollut haastava ja upea kokemus.



Vuoden 2016 ryhmän opiskelijat tutustuivat toisiinsa piirtämällä toisensa ja kysymällä erilaisia kysymyksiä.

Vallila & visuaalisuus

Visuaalisen ilmeen punaisena lankana toimi alusta asti kaupunkimaiseman ja perinteisen ruokatuotannon, maanviljelyn, yhdistäminen. Tätä haluttiin tuoda esiin myös teltan sisustuksessa ja somistuksessa. Teltan ilmeeseen varatun budjetin koon johdosta oli alusta asti selvää, että toteutukseen tarvitaan yhteistyökumppani, jonka tuotteet ilmentävät Uudenmaan ominaispiirteitä. Parhaiksi vaihtoehdoiksi nousivat Vallila Interior ja Marimekko, joista Vallila innostui tapahtumasta ja lähti mukaan. Vallilan vastaanotto oli lämmin ja yhteinen sävel kestävän liiketoiminnan näkökulmasta löytyi. Vallilan Soile Hannula on ollut mukana järjestämässä tapahtumaa joka vuosi opiskelijoiden kanssa ja Vallilan tärkeyttä tapahtuman kumppanina ei voi korostaa liikaa. Se on pysynyt menossa mukana kaikki nämä vuodet luoden upean ja tunnelmallisen ilmeen Uudenmaan telttaan. Samalla Vallila on tehnyt kävijöiden kokemuksesta rikkaamman ja viihtyisämmän ja opettanut opiskelijoille tärkeitä viestinnällisiä taitoja ja suhdetoimintaa. Vuosien aikana mukana on ollut vaihtelevasti myös muita yrityksiä.

Tapahtumassa oppimassa – yhdessä tuottajien kanssa

Projektipäällikön lisäksi Herkkujen Suomea on ollut toteuttamassa useita opiskelijoita – myös Laurean kumppanikorkeakouluista Lahden ammattikorkeakoulusta ja Hämeen ammattikorkeakoulusta. Kiinnostus konkreettiseen tapahtuman järjestämiseen on innostanut opiskelijoita tulemaan kauempaakin. Neljäs toteutus Herkkujen Suomi -tapahtumasta toteutettiin uudella näkökulmalla, palvelumuotoilun keinoin. Tämä toimintatapa toi mukanaan asiakaslähtöistä ajattelua laittamalla Herkkujen Suomi -tapahtuman kävijät sekä opiskelijoiden asiakkaat, Uudenmaan tuottajat, toiminnan keskiöön. Suunnitteluprosessin aikana käytiin palvelumuotoilun menetelmin läpi tapahtuman tuottamisen eri vaiheita – teeman löytymistä, palvelupolkuja ja asiakaspersoonien rakentamista.

Opintojaksoilla oppiminen ja ammattitaidon kasvaminen on keskittynyt tapahtuman tuottamisen eri vaiheisiin, markkinointiin, viestintään ja asiakasymmärrykseen. Näiden lisäksi opiskelijat ovat oppineet, miten käytännössä projektin toteuttaminen toimii ja minkälaista on toteuttaa iso ulkoilmatapahtuma.

Tapahtumassa työskentely on tuonut joka vuosi opiskelijoille jotain sellaista, mitä he eivät ole osanneet odottaa – tutustumista pientuottajien vaatimaan ja haastavaan maailmaan, ruoan alkuperään, myynnin hoitamiseen innostuneesti monen tunnin ajan ja raskaaseen työhön. Tärkeinä kokemuksina on tullut myös kokemus yhteisöllisyydestä ja yhteen hiileen puhaltamista. Opiskelijat ovat saaneet työpaikkoja pientuottajilta ja solmineet hyviä, kestäviä suhteita.

Hauskoja sattumuksia ja niistä oppimista

Viiden vuoden aikana on sattunut kaikenlaista – on ollut aikaisia aamuja ja myöhäisiä iltoja, on ollut paahtavaa aurinkoa ja rankkasadetta, on syttynyt kaksi tulipaloa ja on myyty jäätelöt loppuun, on pelätty, osataanko ja pystytäänkö, on kohdattu haasteita toimia projektipäällikkönä omille opiskelijakollegoille ja on voitettu pelot kohdata asiakas, on naurettu ja on itketty. Pitkäaikainen Kestävää liiketoimintaa lähiruoasta -hanke on saanut paljon hyvää aikaan niin uusimaalaisille tuottajille, kuin opiskelijoille ammattikorkeakouluissa. Tietoisuus pientuottajien toiminnasta on jäänyt pysyvästi monen opiskelijan mieleen ja monen sydämeen on jäänyt kuuluvuuden tunne johonkin. Monen vuoden jälkeenkin opiskelijat palaavat tapahtumaan tervehtimään siellä työskenteleviä, niin tuottajia kuin opiskelijoita ja muistelevat omia kokemuksiaan. Tapahtuman tuottaminen Herkkujen Suomelle on mahdollistanut usean opiskelijan ammatillisen kasvun sekä kypsyyttä ja kokemusta projektityöstä ja vastuullisuudesta.



Yhteenveto

Herkkujen Suomi -tapahtumasta on tullut opiskelijoiden kohtaamispaikka ja aito oppimisympäristö. Sen tarjoamat puitteet ovat olleet joka vuosi erinomaiset ja vastaan tulleet haasteet ovat pitäneet toiminnan mielenkiintoisena. Jatkumo tälle yhteisöllisyydelle on varmasti ainakin Kestävää liiketoimintaa lähiruoasta -hankkeen pituinen, ellei sen jälkeen löydetä taas uudenlaisia tapoja toimia pientuottajien hyväksi ja tuottaa osaamista tulevaisuuden ammattilaisille.

Vuosi 2017 on Suomen juhluvuosi – katsotaan, mitä pientuottajat valtakunnallisesti tarjoavat seuraavassa Herkkujen Suomi -tapahtumassa.



LÄHTEET

Bäckgren, N. 2016. Kun nyhtökauraa ei löydy, testaa näitä – kasvi-proteiinien myynti on lisääntynyt huomasti tänä vuonna. <http://www.hs.fi/ruoka/a1469680102944>

Kilpeläinen, P., Kostiainen, E. & Laakso, S. 2012. Kaupungissa tapahtuu – tapahtumaklusteri ja tapahtumien vaikutukset Helsingissä. Kaupunkitutkimus Ta Oy. http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/tapahtumien_vaikuttavuus.pdf

Keinonen, S. & Koponen, P. 2001. Menesty messuilla - yrityksen opas. Helsinki: Fintra.

K-kauppaliitto. 2010. Lähiruokamarkkinat vetävät.

Kurunmäki, S., Ikäheimo I., Syväniemi, A. & Rönni, P. 2012 Lähiruokaselvitys – ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012-2015. http://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiruokaselvitys_valmis.pdf/ee29abaf-2a81-41da-834f-634dd022630a

Laurea-ammattikorkeakoulu. 2016. Lähiruokatapahtuma toi esiin maakuntien herkkuja. <https://www.laurea.fi/tiedotteet/Sivut/Lahiruokatapahtuma-toi-esiin-maakuntien-herkkuja.aspx>

Länsiväylä. 2016. Juhannuksen ruokaperinteissä hiljainen vallankumous – ”Yhä useampi sekasyöjäkin valitsee”. <http://www.lansivayla.fi/artikkeli/406572-juhannuksen-ruokaperinteissa-hiljainen-vallankumous-yha-useampi-sekasyojakin>

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry. 2016. Herkkujen Suomi. <https://www.mtk.fi/herkkujen-suomi/>

Niipola, J. 2015. Miten tapahtuma järjestetään digiaikana? Kauppalehti. <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/miten-tapahtuma-jarjestetaan-digiaikana/Hm8V7wLH>

Ollila, P., Eronen, K., Kiviluoma, A., Kivinen, S. & Käyhty, M. 2011. Lähiruoka, pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä. Tutkimuksia lähiruoan jakelun nykytilasta. Helsingin yliopisto: taloustieteen laitos.

Ruoka-Suomi 2006. Elintarvikealan pienryrittäjyyden imagon parantaminen ja menekinedistäminen. Valtakunnallinen strategia vuosille 2007-2013. http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/selvitykset/ajank_pienryrittajyyden.pdf

Ruokaa Suomesta –verkkokauppa. MTK. <http://ruokaasuomesta.fi/>

Tapaus Oy. 2015. Face-to-face-kohtaamisen rooli yrityksen menestyksessä.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus : tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki:Tietosanomaa.

Vuorivirta, I. 2015. Lähiruokatapahtuma toi esiin maakuntien herkkuja: <https://www.laurea.fi/tiedotteet/Sivut/Lahiruokatapahtuma-toi-esiin-maakuntien-herkkuja.aspx>. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Marjo Pääskyvuori

OPISKELIJASTA ASiantuntijaksi

Tässä artikkelissa kuvataan Facility Management -opiskelija Matiaksen opintopolkua sekä hänen, Laurean ja yhteistyöyrittäjä Ovenian kumppanuuden kehittymistä. Opiskelijan opintopolkua tarkastellaan muutamien opiskelun eri vaiheisiin liittyvin esimerkein, joita ovat opintojakson aikana tehty yhteistyö, harjoittelujaksot ja oppinnäytetyön tekeminen. Lopuksi kuvataan opiskelijan työuran alkua yrityksen palveluksessa sekä osallistumista Laurean opiskelijaedustajana kansainväliseen kilpailuun valmistumisen jälkeen.

Johdanto

Laurean kehittämissä pohjainen toimintatapa (Learning by Developing, LbD) auttaa opiskelijaa rakentamaan henkilökohtaisia suhteita työelämäkumppaneihin ja mahdollisesti löytämään työpaikan jo opintojen aikana.

Laurean strategian 2020 mukaan alueen elinvoima syntyy toimijoiden yhteisistä tavoitteista, mikä tarkoittaa vuorovaikutusta ja yhdessä tekemistä erilaisten kumppaneiden kanssa. Laurea on sitoutunut strategiassaan toimimaan yhdessä kumppaneiden kanssa kansainvälisenä kehittäjänä ja profiloitumaan metropolialueen innovaatioympäristössä erityisesti aluekehitysvaikutukseen, työelämälähtöiseen koulutukseen, klusterikehitykseen kytkeytyyn t&k-toimintaan, verkosto- ja liiketoimintaosaamiseen sekä niihin perustuvien toimintamallien ja hyvinvointialan ja -yrittäjyyden kehittämiseen. Kumppanina voi olla julkisorganisaatio, kolmannen sektorin toimija tai työ- ja elinkeinoelämän järjestö. (Laurea 2020 –strategia 2015, 17).

Verkostot, jotka luodaan opiskeluaikana, kantavat pitkälle tulevaisuuteen. Työelämäyhteistyö, erilaiset yrittäjyys- ja osaamis- sekä työnantajaverkostot varmistavat opiskelijalle hyvän työllistymisen ja urakehityksen (Laurea 2020 –strategia, 2015, 11).

Ovenia Group Oy (myöh. Ovenia) on Laurean pitkäaikainen kumppani ja moni Laureasta valmistunut ”toimitilajohtamisen” restonomi työskentelee yrityksessä. Ovenia yrityksenä tuottaa valtakunnallisesti kiinteistöjen isännöinti- ja johtamispalveluita sekä asuin- että liiketiloille ja toimii 23 paikkakunnalla (Ovenia 2016).

Matias aloitti opinnot Laureassa syksyllä 2011 englanninkielisessä Facility Management degree (suom. toimitilajohtamisen) -koulutusohjelmassa. Koulutusohjelmassa oli opiskelijoita muutaman suomalaisen lisäksi useista eri maista. Matias aloitti työskentelyn Oveniassa jo opintojensa aikana ja valmistui keväällä 2016 restonomiksi (Bachelor of Hospitality Management). Matias työskentelee edelleen Oveniassa.

Työelämässä oppiminen

Matiaksen ensimmäinen kontakti Ovenian kanssa oli vuonna 2014 opintojaksolla, joka suunniteltiin ja toteutettiin yrityksen kanssa yhteistyössä. Facility Management -opinnoissa on pakollisina, syventävinä ammatillisina opintoina 5 opintopisteen laajuinen Workplace Management -opintojakso. Opintojakson ydinosaaminen muodostuu työpiste- ja tilasuunnitteluun liittyvistä asioista. Opintojaksolla perehdytään rakennushankkeen eri vaiheisiin suunnittelusta rakentamiseen, selvitetään rakennusvaiheiden kustannusvaikutuksia sen elinkaaren aikana sekä opetellaan tulkitsemaan pohjapiirustuksia ja rakennuspiirustusmerkintöjä. Pääpaino opintojaksolla on kuitenkin työpiste- ja tilasuunnittelussa, jossa opiskelija toimii asiantuntijan roolissa selvittäen eri toimijoiden tarpeita ja toiveita sekä muun muassa harjoittelee tilasuunnittelua Visio-sovellusohjelman avulla.

Opintojakson suunnittelu lähti liikkeelle Ovenian yhteydenotosta. Ovenian ja opintojakson opettajan kanssa käydyssä keskustelussa sovittiin alustavat tavoitteet projektille. Tavoitteita tarkennettiin opintojakson alkaessa Ovenian edustajan, opiskelijoiden ja opettajan kanssa yhteistyössä.

Projektin ensimmäiseksi tavoitteeksi sovittiin Ovenian erään toimipisteen henkilöstön työtiloihin kohdistuvien tarpeiden ja toiveiden kartoitus. Tavoitteena oli löytää epäkohtia ja toteuttamiskelpoisia ideoita tilojen uudelleen sisustamiseen. Tapaamisessa sovittiin myös, että tilojen kalustus ja sisustus suunnitellaan niin, että tilat vastaavat mahdollisimman hyvin käyttäjien tarpeita ja toiveita ja että ne ovat mahdollisimman kustannustehokkaat. Lisäksi sovittiin alustavasti aikataulusta, vastuista ja opiskelijoiden vierailukäyntien organisoinnista.

Opintojaksolle osallistui 16 Facility Management -opiskelijaa sekä muutama vaihto-opiskelija. Opintojakso kesti 15 viikkoa.

Opintojakson 5 ensimmäistä viikkoa käytettiin mm. ymmärryksen ja tietoperustan rakentamiseen, projektisuunnitelman laatimiseen, työskentelyn suunnitteluun ja organisoimiseen sekä käytettävän atk-ohjelman opetteluun. Loppuvaihe (2/3) käytettiin Ovenialla vierailuihin, itsenäiseen työskentelyyn ja ohjaukseen kontaktitunneilla. Opiskelijat työskentelivät sekä yksin että pienryhmissä ja kävivät keskustelua muun muassa Facebookissa.

Opiskelijat toimittivat lopullisen raportin kustannuslaskelmineen Ovenialle ennen loppuesitystä. Suunnitelmat esiteltiin Ovenian johtoryhmälle Matiaksen ja muuttaman muun opiskelijan toimesta. Esitystilaisuudessa oli mukana kaikki opintojakson osallistujat. Lopputuloksena esiteltiin kaksi vaihtoehtoista suunnitelmaa. Ensimmäisessä suunnitelmassa tilat ja toiminnot oli suunniteltu kokonaan uudelleen. Toisessa suunnitelmassa oli päädytty yhdistämään kahden kerroksen tilat samaan kerrokseen. Näihin ehdotuksiin opiskelijat olivat päätyneet tilojen käyttöasteiden ja haastattelujen pohjalta. Tarkastelun tuloksena kävi ilmi, että toteuttamalla opiskelijoiden esittämistä suunnitelmista kumman tahansa Ovenia voisi luopua osasta tiloja ja säästää merkittävän summan rahaa vuositasolla.

Ovenian johto osoitti sitoutumisensa projektiin, koska opiskelijat pääsivät esittämään työnsä tuloksia johtoryhmälle. Opiskelijat olivat mielissään arvovaltaisesta kuuntelijajoukosta ja heiltä saamastaan palautteesta sekä kiitoksesta. Ovenian tiloissa työskentely opetti, miten asioidaan, kommunikoidaan ja viestitään yrityksen henkilöstön kanssa sekä millainen käytös on sopivaa työskennellessä yrityksen tiloissa.

Työelämässä kehittyminen

Ammattikorkeakouluopintoihin kuuluu kaksi pakollista harjoittelua, jotka molemmat Facility Management -ohjelmassa ovat 15 opintopisteen laajuisia. Opiskelija hankkii harjoittelupaikat itse, joten yrityskumppanuuden syntyminen jo aiemmin opintojaksoilla auttaa opiskelijaa harjoittelupaikan hankkimisessa.

Matiaksen harjoittelupaikan löytymistä auttoi aiempi kokemus opintojaksoprojektista Ovenian kanssa ja edelliseltä vuosikurssilta valmistuneen opiskelijan yhteydenotto Ovenialta. Matias suoritti kaksi harjoittelujaksoa, yhteensä 30 opintopistettä, Ovenialla. Ajallisesti harjoittelut tapahtuivat yhtäjaksoisesti viiden kuukauden aikana. Matiakselle tarjottiin jo harjoittelun alkaessa vakituista työsuhdetta, johon hän lupautui.

Matiaksen ensimmäiseen harjoitteluun kuului erilaisia avustavia tehtäviä eräissä Ovenian hallinnoimassa yrityskohteessa. Toisen harjoittelun aikana hän työskenteli

erään yrityksen aulapalveluissa. Hänen tehtäviinsä kuului muun muassa asiakkaiden vastaanotto sekä postitus- ja puhelinpalvelut, mutta ei vartijakorttia edellyttäviä vartiointitehtäviä. Tämän lisäksi harjoitteluun kuului palvelujen kehittämiseen liittyviä asioita.

Opinnäytetyön Matias teki myös Ovenialle. Opinnäytetyön idea syntyi jo harjoittelun aikana ja hän sai käyttää työajastaan kaksi päivää viikossa opinnäytetyön tekemiseen. Hän keskusteli ja sopi opinnäytetyöhön liittyvistä asioista sekä yksikön päällikön että segmentin vastuualueen päällikön kanssa. Opinnäytetyön aihealueena olivat työmotivaatioon liittyvät asiat, kuten huonon työmotivaation vaikutukset yrityksen taloudelliseen tulokseen.

Asiantuntijana vaikuttaminen

Matias valmistui keväällä 2016 restonomiksi. Valmistumisen jälkeen hän osallistui yhtenä Laurean opiskelijaedustajana kansainväliseen Facility Management -konferenssiin Milanossa. Kyseisessä konferenssissa järjestetään vuosittain opiskelijoille suunnattu posterikilpailu, joihin voivat osallistua sekä Bachelor että Master -tason opiskelijat ammattikorkeakouluista ja yliopistoista. Lisäksi opiskelijoilla on mahdollisuus osallistua harjoittelukokemuksia ja sen tuloksia esittävään kilpailuun.

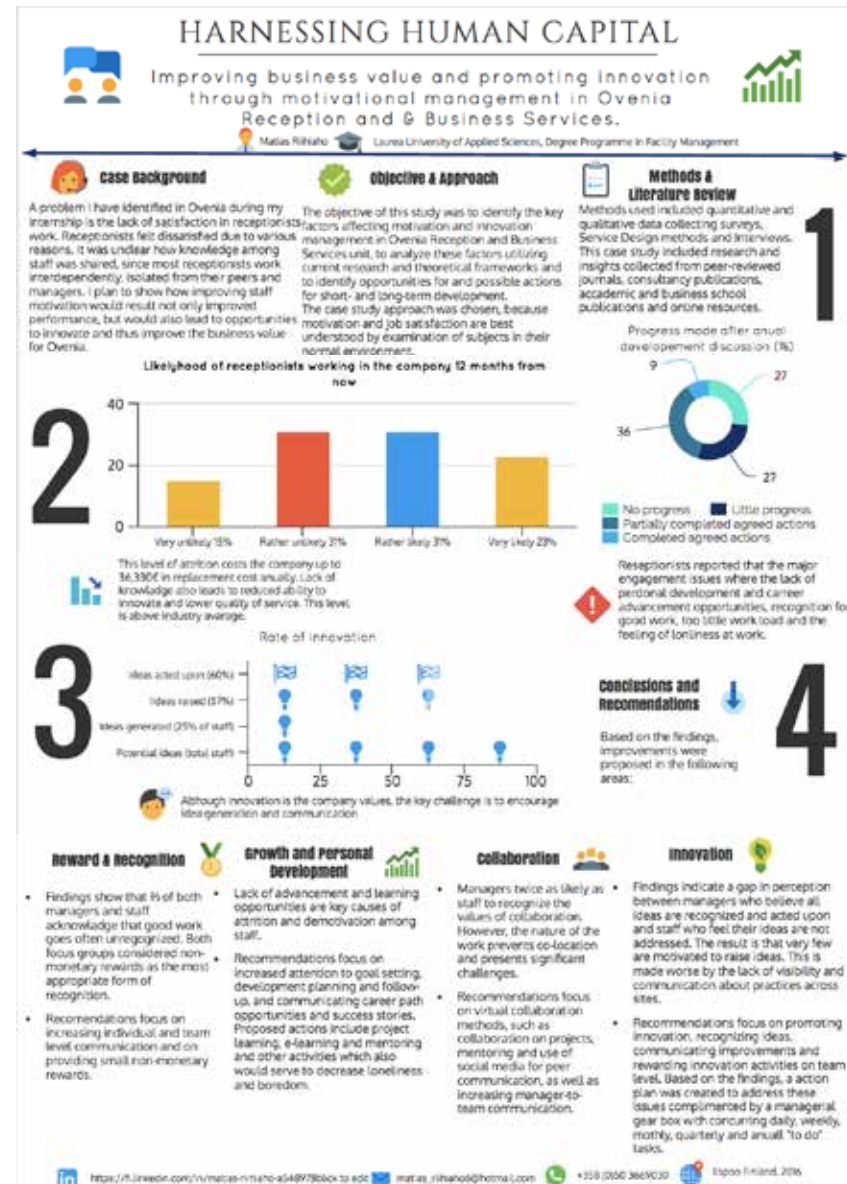
Matias osallistui harjoittelua koskevaan kilpailuun, johon osallistui 10 opiskelijaa. Näistä kymmenestä karsittiin kolme osallistujaa loppukilpailuun. Matias pääsi ansiokkaalla tuotoksellaan ja hienolla esityksellään kolmen parhaan joukkoon. Kolme loppukilpailuun päässyttä opiskelijaa esittivät työnsä tuloksia koko yleisölle konferenssin päätösseminaarissa.



Kuva 1. Matias (toinen vasemmalla) kilpailukollegoiden kanssa (kuva: Riiahho 2016).

Lopuksi

Matias työskentelee edelleen Ovenialla ja vastaa Ovenian 22 oman toimipisteen sisäisistä palveluista kuten hankinnoista, vuokrasopimusten tekemisestä, joiltakin osin yhtenäiseen brändi-ilmeeseen liittyvistä asioista toimitiloissa ja toimitiloihin tehtävistä muutostöistä. Ovenian toimialueena on koko Suomessa, joten



Kuva 2. Matiaksen kilpailuposteri (Riihiho 2016).

Matiaksen toimialueella on kohteita eteläisestä Suomesta Kemiin ja Tornioon saakka. Matiaksen tiimiin kuuluu kaksi henkilöä ja hän toimii heidän esimiehenä.

Laurean strateginen päätös opetuksen järjestämisestä yhdessä yrityskumppaneiden kanssa tuottaa tuloksia. Matiaksen ura on hyvällä alulla ja hän viihtyy työssään. Matiaksen opintojen aikana tekemä ansiokas työ yrityskumppanin kanssa on auttanut häntä työllistymään jo opintojen aikana ja toisaalta tarjonnut Ovenialle mahdollisuuden löytää potentiaalisia, kehityskykyisiä työntekijöitä. Matiaksen ja muiden Laureasta valmistuneiden työskentely Oveniassa auttaa myös ylläpitämään ja vahvistamaan jo syntynyttä kumppanuutta Ovenian ja Laurean välillä.

LÄHTEET

Laurea-ammattikorkeakoulu Oy. 2015. Strategia 2020. Vantaa. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Ovenia. 2016. Luettu 24.9.2016. <https://www.ovenia.fi/yritys>

Riihiho, M. 2016. Ovenialle työllistyneen opiskelijan haastattelu 22.6.2016. Ovenia Group Oy. Helsinki.

Mari Meriläinen & Kaija Meriläinen

TYÖ VAHVASTI LÄSNÄ KORKEAKOULUOPINNOISSA

Tässä artikkelissa pohditaan ammattikorkeakouluopintoja ammattiin oppimisen näkökulmasta. Juuri valmistunut restonomiopiskelija Mari Meriläinen pohtii omasta näkökulmastaan, mitä lisäarvoa aidot työelämäprojektit tuovat osaamisen kehittymiseen opintojen aikana. Lehtori Kaija Meriläinen kuvailee asiakkaille tehtäviä projekteja opetuksen näkökulmasta. Artikkelissa pohditaan erityisesti kansainväliseen NERA-kongressiin liittyviä oppimiskokemuksia.

Laura-ammattikorkeakoulu on mahdollistanut meille, restonomiopiskelijoille, tilaisuuden tutustua alamme erilaisiin työnkuviin. Meillä opiskelijoilla on hyvät mahdollisuudet päästä vaikuttamaan oman urapolun luomiseen. Lähes jokaisen opintojakson aikana pääsemme työskentelemään eri toimeksiantajien kanssa alaamme liittyviä projekteja työstäen. Nämä projektit antavat meille tilaisuuden tutustua mahdollisiin tulevaisuuden työtehtäviin ja työpaikkoihin. Yritysten edustajilta saamme myös usein ajan hermoilla olevaa palautetta, joka kehittää meitä opiskelijoina ja tulevaisuuden moniosaajina.

Usein tapahtumatuoottamista käsittelevät kirjat ja oppaat heijastavat teoriaansa vain yhteen tapahtumaan, näin saadut käsitykset ja kuvat eivät ole kovin moniulotteisia (Ziakas 2014, 10.) Olemme saaneet olla osana useita eri tapahtumia joko järjestäen niitä tai järjestäen oheisohjelmaa tapahtuman sisällä. Meitä on kannustettu myös vierailemaan eri tapahtumissa ja myöhemmin reflektomaan omia asiakaskokemuksia tulevien tapahtumien järjestelyissä.

Tapahtumatuotannon opiskelu vaatii opiskelijoilta itsensä likoon laittamista. Opintojaksoista ei selviä pelkällä teoreettisella pohdiskelulla vaan tapahtuman

tuottajan on uskallettava tarttua toimeen, olipa kyse toimeksiantajatapaamisesta tai konferenssimateriaalin kokoamisesta. Tapahtumalla on aina niin taloudellisia kuin sosiokulttuurisia vaikutuksia. Tapahtuman vaikutukset näkyvät aina luokkahuonetta kauemmas. (Quinn 2013,19.) Kansainvälistä tapahtumaa toteutettaessa sosiokulttuuriset näkökulmat korostuvat. Opiskelijan on oltava kulttuurisesti herkkä ja avoin toimiessaan joko monikulttuurisen ryhmän jäsenenä tai toteuttaessaan tapahtumaa monikulttuuriselle ryhmälle. (Shabajee, Hiom & Preist 2013, 59 - 65.)

NERA-kongressi, oppia oppimisesta

Viimeisimpänä näistä projekteista pääsimme keväällä 2016 järjestämään kansainvälistä NERA-kongressia opintojaksomme puitteissa. NERA on pohjoismainen koulutuksen tutkimusta tekevien yhdistys. Yhdistyksen perusta on pohjoismaisessa yhteistyössä ja koulutuksen tutkimuksen kehittämisessä nimenomaan pohjoismaisessa kontekstissa. Yhdistys on avoin kaikille koulutustutkimuksesta kiinnostuneille. (Nera.) Yhdessä erilaisten sidosryhmien kanssa olimme mukana suunnittelemassa ja toteuttamassa kolmipäiväistä kongressia. Päävastuualueena meillä oli elämyksellisyyden luominen NERA-kongressiin. Elämyksellisyyttä luodessa pääsimme toteuttamaan kongressin suurimpia osa-alueita. Olimme vastuussa muun muassa opasteista, infopisteistä, vapaaehtoisten rekrytoinnista sekä heidän perehdyttämisestään.

Kongressin vastuullisena järjestäjänä oli Helsingin yliopiston käyttäytymistieteellinen tiedekunta ja erityisesti kasvatustieteen laitos, jonka henkilöstö muodosti projektiryhmän operatiivisen ytimen. Kongressi järjestetään vuosittain eri maissa ja eri teemalla. Vuoden 2016 kongressin teemana oli "Social justice, equality and solidarity in education". NERA 2016 kongressiin odotettiin noin 500 osallistujaa, lopullinen osallistujamäärä oli kuitenkin lähes 700. Kongressi järjestettiin Helsingin yliopiston päärakennuksessa, josta oli käytössä 30 erilaista tilaa, lähinnä seminaarihuoneita ja auditorioita sekä uudelta että vanhalta puolelta. Myös molemmat juhlasalit olivat kongressin käytössä. Tilaratkaisut, joihin sen enempää projektiryhmä kuin opiskelijatkaan eivät voineet vaikuttaa, olivat merkittävässä asemassa myös muussa kongressin käytännön järjestelyjen suunnittelussa.

Ennen kuin opintojakson ohjaavat opettajat hyväksyivät toimeksiannon osaksi opintojaksoa, käytiin kongressin projektiryhmän kanssa perusteellinen keskustelu tehtävän rajauksesta ja eri roolituksista. Vaikka tehtäväkenttä lähes poikkeuksetta aina kasvaa opiskelijoiden osalta suuremmaksi kuin alun perin on ajateltu ja sovittu, on rajauskeskustelu tärkeä molemmille osapuolille. Parhaassa tapauksessa toimeksiannon hyväksymisen ja rajaamisen jälkeen viestintä siirtyy toimeksiantajan edustajan ja opiskelijaryhmän edustajan väliseksi viestinnäksi. Tällöin ohjaavan opettajan rooli on nimenomaan opiskelijoiden ohjaamisessa, ei viestien välittämisessä toimeksiantajan ja opiskelijoiden välillä.

NERA-kongressia järjestettäessä opittiin etenkin suunnittelun tärkeys. Sen lisäksi oli tärkeää luoda myös varasuunnitelmat, mikäli kaikki ei menisikään niin kuin oli suunniteltu. Esimerkkiä varasuunnitelmista ei tarvinnut hakea kauaa: suunnitelimme kongressin infopisteille tietyt paikat ja toimintatavat. Kuitenkin tapahtumaa edeltävänä iltana saimme kuulla, etteivät suunnitellut paikat syystä tai toisesta käyneetkään. Varasuunnitelmaa sijainnille ei ollut, joten jouduimme vain pikaisesti tekemään päätöksen uusista sijainneista ja niiden toimivuudesta.

Tapatuman tuottaja saa tapahtumia järjestäessään oivan tilaisuuden itsereflektion. Tapahtuma-alan ammattilaisen on osallistuttava myös muihin kuin omiin tapahtumiinsa voidakseen arvioida ja kehittää omaa toimintaansa eteenpäin. Joskus harvoin toimeksiantajan toiveet ja tapahtumatrendit ovat yhdistettävissä kaikkia osapuolia palvelevaksi elämykselliseksi kokemukseksi. Opiskelijoiden yksi tavoite oli tuottaa kongressin osallistujille elämyksiä. Kun itse kongressin ohjelmaan ei voinut vaikuttaa, oli elämyksellisyys tuotava esille oheispalveluissa ja jaettavissa kongressimateriaaleissa.

Vapaaehtoisten rekrytointi ja motivointi ovat yksi suurehkojen tapahtumien kriittisistä pisteistä. Tapahtuman järjestäjän intresseissä on saada mahdollisimman paljon vapaaehtoisia, jotka työskentelevät pientä materiaalista korvausta vastaan. Yleisin palkkio on ruoan ja työvaatteen tarjoaminen ja mahdollisesti osallistumistodistus ja loppukaronkka. Nämä ovat suhteellisen pieniä menoeriä palkattuun työvoimaan verrattuna. Vastaavasti kolikon kääntöpuolella on motivoinnin tärkeys, jotta tarpeellinen työvoima ei katoa ennen työtehtävien suorittamista. (Byers & Gorse 2014, 83 - 91.)

Myös NERA-kongressissa suurin yksittäinen tehtäväkokonaisuus oli vapaaehtoisten rekrytointi ja heidän perehdyttämisensä ja ohjaamisensa. Opiskelijoiden kannalta



Kuva 1. Vilskettä vapaaehtoisten ilmoittautumistiskillä

suurin yllätys oli vapaaehtoisten rekrytointiprosessin työläys ja lopulta myös ilmoittautuneiden vapaaehtoisten saapumatta jättämisessä. NERA-kongressiin tarvittiin vähintään 40 vapaaehtoista huolehtimaan jokaisen seminaarisalin tekniikasta rinnakkaisten sessioiden aikana sekä yleisestä opastuksesta koko kongressin aikana. Ilmoittautuneita toivottiin tulevan jopa 70, jolloin kunkin vapaaehtoisen työmäärä olisi ollut kohtuullisen pieni, eikä kaikkien olisi tarvinnut sitoutua kolmen päivän rutistukseen. Vapaaehtoisten motivointi ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana oli opiskelijoille yksi haastavimmista tehtävistä. Tässä ehkä paras apu oli opiskelijaryhmän oma motivaatio ja hyvä ryhmähenki, joka välittyi niin vapaaehtoisille kuin kongressivieraillekin.

Vastuu kasvattaa projektien myötä

Eri opintojaksoilla suoritettavat projektit toteutetaan yhdessä työelämän edustajien kanssa. Usein työelämän edustajat antavat opiskelijoille hyvin vapaat kädet lähteä toteuttamaan projekteja. Projektien tarkoitus on kehittää yrityksen toimintaa ja tuoda heille uusia näkökulmia toimintatapoihin. Projektit voivat koostua esimerkiksi täysin uuden konseptin luomisesta, kehittämissuunnitelmista tai yhteistyökumppanuuksista.

Yritysten antama vapaus merkitsee meille opiskelijoille suurta vastuuta. Vastuu näkyy erityisesti siinä, että projektit luodaan aina oikeille asiakkaille. Asiakas voi olla itse kohdeyritys tai jokin kohdeyrityksen asiakaskunnasta. Koska projektit ovat aina sidoksissa työelämään, on tehtävät suoritettava vastuuntuntoisesti. Projekteilla on tarkka yrityksen asettama määräaika, jolloin kaiken tulee olla valmiina. Meillä opiskelijoilla on vastuu luoda projektille sellainen aikataulu, jolla saamme kaiken valmiiksi määräpäivään mennessä.

Vastuu näkyy etenkin siinä, että olemme itse henkilökohtaisesti yhteydessä kaikkiin projektien osapuoliin. Esimerkiksi, jos projektit vaativat sponsorointia, olemme itse yhteydessä mahdollisiin yhteistyökumppaneihin. Tilanteet vastaavat oikeita työelämän tehtäviä, joten se saa opiskelijat työskentelemään tavalla, josta niin toimeksiantaja kuin ohjaava opettajakin voivat olla ylpeitä.

Kun vastuullisista tehtävistä suoriutuu ja saa niistä positiivista palautetta, luottamus omiin taitoihin kasvaa. Vaikka projekteja tehdessä työskentely on vapaata ja itsenäistä ja vaikka tehtävänannot ja tilanteet usein tuntuvatkin varsinaisilta työtilanteilta, ei virheitä pidä kuitenkaan pelätä. Apu on aina lähellä, koska joko opettaja tai yrityksen edustaja auttaa tilanteessa kuin tilanteessa. Projekteja työstäessä on tärkeää tehdä välitarkistuksia yhdessä asiakkaan ja opettajan kanssa, jolloin kaikille osapuolille on selvää, että suunta on oikea. Näin myös vältetään suurimmilta virheiltiltä, sillä lyhyen aikavälin muutokset on usein helpompi tehdä kuin uusia koko tuotos.

Tiimityö, olennainen osa työskentelyä

Organisaation näkökulmasta tiimityöllä pyritään tehostamaan toimintaa. Tiimityö kehittää henkilöstön ongelmaratkaisu- ja päätöksentekotaitoja. Toimivan tiimin kyky ratkaista yhdessä haastavia ongelmia kehittyy ja tuottaa tiimille suorituskykyä. Tiiminvetäjän tärkeä rooli on motivoida tiimin jäseniä. (Thompson 2008, 19.)

Projekteissa mukana oleminen on opettanut erinomaisia tiimityöskentelytaitoja. Olemme oppineet antamaan sekä myös vastaanottamaan rakentavaa palautetta. Olemme päässeet työskentelemään erilaisten ihmisten parissa ei työtehtävissä. Olemme olleet vaihtelevasti kollegoita, esimiehiä ja palveluntarjoajia asiakkaille. Kun lisäksi tiimin jäsenet tulevat erilaisista taustoista, on heillä erilaisia taitoja ja

vahvuuksia rikastuttamassa tiimin toimintaa. Tiimityöskentely on opettanut luottamaan ja joustamaan, koska tietäminen ei ole koskaan yhden henkilön varassa, vaan tiimistä saa aina apua ja tukea.

**VIESTINNÄN TÄRKEYS
KOROSTUU TIIMITÖITÄ
TEHDESSÄ, KOSKA MUIDEN
TIIMIN JÄSENTEN ON
OLTAVA TIETOISIA SIITÄ,
MISSÄ MENNÄÄN JA MITÄ
TAPAHTUU.**

Viestinnän tärkeys korostuu tiimitöitä tehdessä, koska muiden tiimin jäsenten on oltava tietoisia siitä, missä mennään ja mitä tapahtuu.

Usein muutokset vaikuttavat muuhunkin kuin omaan työhön ja tehtäviin. On myös hyvä tietyin väliajoin viestiä toimeksiantajalle väliaikatietoja. Näin kaikki pysyvät ajan tasalla ja tulevat muutokset on helpompi sisäistää. Kommunikointitaidot kehittyvät, kun työskennellään erilaisten persoonien kanssa ja ollaan yhteydessä tiimin jäseniin sekä toimeksiantajaan.

Jotta vuorovaikutus tiimissä toimisi, tulisi sen olla tasavertaista. Tällä tarkoitetaan sitä, että uudet ideat ja ehdotukset jaetaan jokaiselle tiimin jäsenelle, jotta kaikilla on mahdollisuudet lähteä kehittämään niitä eteenpäin. Palautteen antaminen ja vastaanottaminen koetaan myös tärkeiksi tekijöiksi vuorovaikutuksen toimivuuden kannalta. Palautteen antamisella on tärkeä muistaa pyrkiä asioiden kehittämiseen eikä pelkkien virheiden osoittamiseen. (Nissinen, Anttalainen & Kauppinen 2008, 50.)

Tapahtumia järjestettäessä on tärkeä muistaa, ettei tapahtumia ja projekteja luoda itselle, vaan aiemmin määritellylle kohderyhmälle. Siksi kohderyhmä on syytä tuntea tarkkaan ja onkin osattava analysoida, mikä kohderyhmälle sopii. (Ziakas 2014, 67 - 69.) Onkin hienoa, että olemme päässeet luomaan projekteja oikeille asiakkaille, koska näin olemme oppineet huomioimaan erilaisten asiakkaiden tarpeita. Erilaiset toimeksiannot ovat opettaneet meitä työskentelemään erilaisten ihmisten parissa. Tämä koetaan rikkautena ja etenkin asiakasymmärrys on koettu tärkeäksi. Kun asiakaskuntansa tuntee, on paljon helpompi lähteä tuottamaan heille palveluita.

Työelämäyhteistyön tärkeys

Ammattikorkeakouluopinnot aloittaessaan opiskelijalla ei välttämättä ole vielä selkeää suuntaa, mihin koulun loputtua haluaisi työllistyä. Erilaiset yhteistyöt työelämän edustajien kanssa avartavat näkökulmaa siihen, millaisia eri työtehtäviä on mahdollista tehdä koulusta valmistuttua. Usein yhteistyöt eri yritysten ja työelämän edustajien kanssa suoritetaan projektinomaisesti. Näin opiskelija oppii projektityöskentelytaidot, joista varmasti on hyötyä työssä kuin työssä.

Työelämäyhteistyöhankkeet ovat oivia tilaisuuksia saada opiskelijan osaamista erilaisten yritysten tietoon. Monissa tapauksissa tämä mahdollistaa opiskelijoille harjoittelupaikan tai jopa työllistymisen yhteistyöyritykseen. Yhteistyöt kumppaniyritysten kanssa tarjoavat kokemuksia, joita arvostetaan muissakin työpaikoissa.

Projektit, joita teemme yritysten kanssa yhteistyössä, ovat usein hyvin ajankohtaisia, näin opiskelijana saa näkemyksen oman alansa tämänhetkisestä tilanteesta ja oppiminen tapahtuu ajankohtaisessa ympäristössä. Käytännön oppiminen täydentää koulunpenkillä opittua teoriaa ja usein asioita konkreettisesti tehdessä huomaa, että näistähän me siellä luennoilla puhuttiinkin.

Jos työelämäprojektit ovat tärkeitä opiskelijalle, ovat ne tärkeitä myös ohjaajille. Yritysten ja yhteisöjen kanssa yhteistyössä työstetyt projektit pitävät myös ohjaavat opettajat ajan hermolla. Oman alan viimeisimmät kuulumiset, trendit ja pullonkaulat on helpompi viedä myös teorian tasolle, kun impulssi asioiden, toimintatapojen ja prosessien kehittämiseen tulee suoraan omalta toimialalta.

LÄHTEET

Byers T. & Gorse S. 2014. Managing people and the role of volunteers. Teoksessa John Beech, Sebastian Kaiser and Robert Kaspar (toim.) The Business of Events Management. Si-vut 73-92. Pearson.UK.

Nera. 2016. www.nera.fi. viitattu 20.9.2016.

Nissinen V., Anttalainen J. & Kauppinen R. 2008. Sovella syväjohtamista - huipputuloksiin vuorovaikutusta oppimalla. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Quinn, B. 2013. Key Concepts in Event Management. Sage. London.

Shabajee, P., Hiom, D. & Preist, C. 2013. Rethinking events in higher and further education. Teoksessa Tomas Pernecky & Michael Lück (toim.) Events, Society and Sustainability sivut 58-76. Routledge. London.

Thompson, L. 2008. Making the Team – A Guide for Managers. 3rd Edition. Pearson Prentice Hall.

Ziakas, V. 2014. Event Portfolio Planning and Management. Routledge.

Leila Jaakkola & Mervi Niemelä

LAUREAN TOIMIALUEELLE KOHDISTUNEET OPINNÄYTETYÖT VUOSINA 2010-2015

Uusimaa on Suomen suurin, monipuolisin ja kansainvälinen yritystoiminnan keskittymä. Alueella tuotetaan koko maan yritysten liikevaihdosta lähes puolet ja alueella sijaitsee noin kolmannes yritysten henkilöstöstä. Erilaisten yhteiskuntaan vaikuttavien ilmiöiden ja megatrendien pohtiminen ja tulkinta auttaa yritystä tarkoituksenmukaisten liiketoimintaratkaisujen tekemisessä ja liiketoiminnan kehittämisessä ja edelleen markkinoilla menestymisessä. Opinnäytetyö palvelee sekä työelämää ja aluekehitystä että opiskelijan ammatillista kehittymistä. Opinnäytetyön avulla yrityksen on mahdollista kehittää liiketoimintaansa huomioiden sen toimialaan ja yritykseen vaikuttavat megatrendit. Tämän artikkelin tavoitteena oli selvittää, miten restonomiopiskelijoiden opinnäytetyöt sijoittuvat Laurean toimialueelle ja vastaavat työelämän kehittämistarpeisiin huomioiden yhteiskuntaan vaikuttavat megatrendit ja Laurean strategia 2020.

Megatrendit ja muutokset yhteiskunnassa ja matkailu-, ravitsemis- ja talousalalla

Yrityksen pitää kehittyä jatkuvasti menestyäkseen markkinoilla, sillä tulevaisuuden todellisuutta rakennetaan jo tämän päivän valinnoilla. Sen vuoksi erilaisten ilmiöiden ja muutosvoimien pohtiminen ja tulkinta voi auttaa tekemään tarkoituksenmukaisia liiketoimintaratkaisuja. Ennakointityössä onnistuvat usein parhaiten ne, jotka pyrkivät itse aktiivisesti rakentamaan tulevaisuutta toiveidensa ja visioidensa mukaiseksi. (Kiiski Kataja 2016, 3; Viitala & Jylhä 2014, 362 – 368.) Suomessa

esimerkiksi Sitra laatii laajoja, koko yhteiskuntaa koskevia tulevaisuusraportteja. Lisäksi eri toimialoja edustavat organisaatiot laativat visioita oman alansa näkökulmasta. (Viitala & Jylhä 2014, 366.) Tässä artikkelissa hyödynnetään koko yhteiskuntaan kohdistuvaa Sitran megatrendilistaa (Kiiski Kataja 2016) ja matkailu-, majoitus- ja ravitsemisalalan toimialaraportteja (Jänkälä 2016, Jänkälä 2014, Harju-Autti 2013, Harju-Autti 2012). Megatrendilistan mukaan (Kiiski Kataja 2016) kolme yhteiskuntaan parhaillaan, ja erityisesti tulevaisuudessa, vaikuttavaa megatrendiä ovat teknologia, globaali keskinäisriippuvuus sekä kestävyyskriisi. Megatrendejä esitellään yksitellen, vaikka ne käytännössä ovat sidoksissa toisiinsa.

Teknologian nopealla kehityksellä, kuten digitalisaatiolla, virtualisaatiolla, digitaalisten joukko-alustojen kehittymisellä ja robotisaatiolla, on laajoja vaikutuksia yhteiskunnan toimintaan (Kiiski Kataja 2016, 6). Digitalisaatio on meneillään olevaa murrosta voimakkaimmin määrittelevä kehitysmuoto. Yhä suurempi määrä prosesseja siirtyy digitaaliseen muotoon. Virtualisoituminen mahdollistaa todellisuuden simuloinnin koneellisesti. Virtuaalitodellisuuden myötä voi kokea olevansa paikassa, jota katselee laitteen läpi. Esimerkiksi matkustaminen ja kulttuurikokemukset tulevat mahdollisiksi ilman fyysistä siirtymistä. Digitaaliselle joukko-alustalle tunnusomaista on tiedon demokratisoituminen ja läpinäkyvyyden lisääntyminen. Lisäksi muun muassa jakamistalous ja joukkoistaminen luovat tilaa uusille innovaatioille ja organisoitumisen muodoille. Esimerkkejä digitaalisista joukkoalustoista ovat sosiaalinen media, Wikipedia, hakukoneet, Uber, Airbnb, eBay ja Paypal. Robotisaatio mahdollistaa joko kokonaan tai osaksi automatisoidut palvelut ja kokonaan automatisoidun tuotannon. Robotisaatio vaikuttaa erityisesti liikenteen ja logistiikan kehitykseen. (Kiiski Kataja 2016, 9 – 11.)

Globaali keskinäisriippuvuuden tiivistyminen jatkuu. Ihmiset, tavarat, ideat ja palvelut liikkuvat ympäri maailmaa ja kauppa, investoinnit sekä finanssijärjestelmät sitovat talousalueet toisiinsa. Maailman valtasuhteiden painopisteet muuttuvat uusien allianssien ja vapaakauppa-alueiden muotoutumisen mukaan. Venäjän kehitys, Yhdysvaltain presidentinvaalit, ilmastomuutos, informaation käyttö epävakauden ylläpitämiseen ja luomiseen sekä kansainvälisten järjestöjen tulevaisuus ovat tärkeitä globaalin toimintaympäristön muuttujia, joissa tapahtuvat äkinäiset muutokset tai muut yllättävät tapahtumat voivat toteutuessaan aiheuttaa ennakoimattomia ilmiöitä. Suomen tulevaisuuden menestyksen kannalta on tärkeää ymmärtää olla erottamaton osa globaalia toimintaympäristöä ja osata toimia tavoitteellisesti sekä ketterästi tässä ympäristössä. (Kiiski Kataja 2016, 6 – 7.)

Kestävyyskriisi on seurausta ilmastomuutoksesta ja luonnonvarojen ehtymisestä. Niiden vaikutukset luonnonympäristöön, ihmisten elinoloihin, talouteen ja yhteiskuntaan ovat monenlaisia ja pitkällä aikavälillä dramaattisia sekä monimutkaisia. Sen vuoksi aikakautemme suurin haaste on talouskasvun irtikytkentä luonnonvarojen ylikäytöstä ja hiilidioksidipäästöistä. Irtikytkentä tarkoittaa hyvinvoinnin ja talouden kasvun irtikytkentää toisistaan sekä erityisesti luonnonvarojen kestävästä käytöstä. Ilmastomuutokseen kohdistuvat ratkaisumahdollisuudet voivat tarjota tulevaisuudessa laajasti hyvinvointia, työtä ja kehitystä myös Suomelle

osaavana cleantech-maana. Ratkaisut liittyvät esimerkiksi hiilineutraaliin liiketoimintaan, olemassa olevien ja toimivien ratkaisujen skaalaamiseen sekä kiertotalouteen. (Kiiski Kataja 2016, 7 – 8.) Kiertotaloudessa materiaalien hukkaaminen ja jätteen syntyminen on minimoitua. Muun muassa pullonkierrätys, kirpputorit ja tuotteiden modulaarisuus ovat kiertotaloutta. (Kiiski Kataja 2016, 45.) Myös jakamistalous on yksi kestäviin elämäntapoihin liittyvä liiketoimintamahdollisuus, mistä osoituksena on Airbnb:n ja Uberin kaltaisten yritysten menestys (Kiiski Kataja 2016, 49).

Toimialaraporteissa todetut majoitus-, matkailu- ja ravitsemisalalan muutokset (Jänkälä 2016, 53 – 66; Jänkälä 2014, 61 – 66; Harju-Autti 2013, 40 – 51; Harju-Autti 2012, 30 – 36, 47 – 50) mukailevat edellä esiteltyjä (Kiiski Kataja 2016) yleisiä yhteiskunnassa ilmeneviä megatrendejä ja niiden keskinäisriippuvuutta. Teknologian hyödyntämistä ja digitaalisuuden ja sähköisen liiketoiminnan kehittämistä pidetään tärkeänä kilpailukyvyyn säilyttämisen kannalta (Jänkälä 2016, 55 – 57; Jänkälä 2014, 62; Harju-Autti 2013, 42; Harju-Autti 2012, 47 – 48). Huomattakoon, että majoituspalvelun ja matkailun ohjelmapalvelutoiminnoissa korostetaan palvelumuotoilun hyödyntämistä liiketoiminnan kehittämisessä (Harju-Autti 2013, 47 – 48; Harju-Autti 2012, 47 – 48). Jakamistalous tuodaan esille merkittävänä toimialoja muuttavana tekijänä. Esimerkkeinä mainitaan Airbnb, Uber, Ravintolapäivä ja erilaiset digitaaliset joukkoalustat, joiden avulla voidaan järjestää yhteisruokailuja kotona tai muualla (Jänkälä 2016, 54 – 55; Jänkälä 2014, 63 – 64). Lisäksi se nähdään myönteisenä ekologisesti kestävä talouden ja hyvinvoinnin yhdistämisen näkökulmasta, sillä luonnonvarojen säästymisen ohella elintaso ei välttämättä heikkene lainkaan (Jänkälä 2014, 72).

Laurean strategia 2020

Laurean tahtotilana on olla vuonna 2020 metropolialueen hyvinvoinnin ja kilpailukyvyyn kansainvälinen kehittäjä. Laurean toimintatapaa aluetta palvelevana ammattikorkeakouluna kuvaa brändilupaus ”Yhdessä enemmän – Laurea Uudellamaalla”. (Laurea-ammattikorkeakoulu 2015, 6.) Leppävaaran kampuksen toiminnan vaikutus painottuu Espoon alueelle, mutta kattaa myös muuta Uuttamaata ja Suomea laajemmin (Koulutus- ja aluepalveluyksikkö W 2016). Uudellamaalla sijaitsee noin kolmannes (36 %) koko maan yritysten henkilöstöstä ja yritysten liikevaihdosta ähes puolet (48 %) tuotetaan Uudellamaalla. Uudenmaan yritysten toimipaikoista noin kaksi kolmannesta (68 %) sijaitsee pääkaupunkiseudulla eli Espoossa, Helsingissä, Kauniaisissa ja Vantaalla. Uusimaa onkin Suomen suurin, monipuolisin ja kansainvälinen yritystoiminnan keskittymä. (Uudenmaan liitto ym. 2014, 4 – 5.) Laurean tahtotila vuonna 2020 on johdonmukainen jatko 2000-luvun alun strategioille. Vuonna 2015 tahtotilana oli olla kansainvälisesti tunnustettu tulevaisuuden osaamisen ja metropolikehityksen ammattikorkeakoulu. (Laurea-ammattikorkeakoulu 2009, 8 – 9.)

Strategiassa on seitsemän teemaa, jotka ilmentävät seuraavia kilpailuetua kehittäviä menestystekijöitä: palvelulupauksen lunastaminen, tulevaisuuden työelämä- ja yrittäjyysosaaminen, ratkaisukeskeinen ja eettinen toiminta kumppaniverkostoissa sekä kustannustehokas toiminta (Laurea-ammattikorkeakoulu 2015, 6). Seuraavaksi esitellään tulevaisuuden työelämä- ja yrittäjyysosaamiseen sekä aluetta palvelevaan korkeakouluun liittyviä teemoja.

Teemassa Työelämään integroitunut korkeakoulu korostetaan monimuotoisen ja uudistuvan työelämän olevan mahdollisuus laurealaisille toimijoille: teknologistuminen muuttaa työtä ja työelämää. Digitaalinen osaaminen on ammattilaisen perustaito kaikilla aloilla. Globalisaatio ja kansainvälisyys ovat luonnollinen osa opintoja ja työtä. Teemassa Yrittävän ihmisen korkeakoulu painotetaan Laurean tavoittelevan toiminnallaan innostavaa ja kokeilevaa ilmapiiriä, jossa opiskelijat inspiroituvat yrittäjyydestä. Teemassa Aluetta palveleva korkeakoulu esitetään tavoitteeksi, että Laurea on siellä missä osaamista tarvitaan – kansainvälisesti Uudellamaalla. Palvelumuotoilun avulla voidaan kehittää alueen erilaisia palveluja. Laurea luo kumppaniensa kanssa kilpailukykyistä tulevaisuuden Suomea. (Laurea-ammattikorkeakoulu 2015, 11, 13, 17.)

Opinnäytetyö osana restonomitutkintoa ammattikorkeakoulussa

Laurea Leppävaarassa restonomitutkinnon (amk) on voinut suorittaa kahdessa koulutusohjelmassa, jotka ovat Hotelli- ja ravitola-alan liikkeenjohto sekä Palvelujen tuottaminen ja johtaminen. Edellisessä opiskelija saa laaja-alaisen kuvan majoitus-, ravitsemis- ja talousalasta. Osaamista voi syventää majoitus-, ravitsemis- ja tapahtumapalveluissa. Jälkimmäisessä koulutusohjelmassa keskiössä on palveluosaaminen. Se kytkeytyy elintarvike- ja kuluttajapalveluihin, joissa osaamista voi syventää. Syksyllä 2015 restonomikoulutus (amk) on toteutunut palveluliiketoiminnan ja kevästä 2015 eteenpäin matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutuksessa. Niissä opiskelija voi profiloitua matkailu-, ruoka- tai tapahtumapalveluihin. (Opetussuunnitelmat 2016.)

Laureassa restonomiopiskelija (amk) tekee opinnäytetyön tavanomaisesti kolmannen lukuvuoden aikana. Työn laajuus on 15 opintopistettä tutkinnon 210 opintopisteen kokonaislaajuudesta. Opinnäytetyö palvelee niin opiskelijan ammatillista kehittymistä kuin työelämää ja aluekehitystä. Se kehittää työtä ja työelämän käytänteitä ja voi tuottaa myös laajemmin merkityksellisiä innovaatioita. Opinnäytetyö on osa ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyötä. (Opetussuunnitelmat 2016.)

Lähtökohtana opinnäytetyössä on työelämän kehittämishaaste, jossa painottuu vuorovaikutus työelämän kanssa sekä tutkiva ja kehittävä työote. Eli opinnäytetyöltä odotetaan selkeää yhteyttä työelämän kehittämiseen. Opinnäytetöiden raporteissa korostuu sekä tavoitteellisen toiminnan ja sen tulosten kuvaaminen että

teoreettinen ja tutkimuksellinen analysointi. Opinnäytetyöt sisältävät työelämää kuvailevaa tietoa, sitä selittävää, tutkimuksellista tietoa ja työelämää varten tuotettua uutta osaamistietoa. (Opetussuunnitelmat 2016.) Ne ovat lähtökohtaisesti aina julkisia asiakirjoja, jotka julkaistaan sähköisessä Theseus-tietokannassa opinnäytetyön ohjaajan luvalla (Laurean opinnäytetyöohje 2016, 9 – 10). Valmiista, arvioidusta opinnäytetyöstä täytetään rekisteröintilomake, mistä opintotoimisto siirtää tiedot opiskelijatietokantaan (Opinnäytetyö 2016).

Artikkelin kahden tutkimusaineiston yhdistäminen

Tutkimusaineistona oli suomenkielisessä restonomikoulutuksessa, Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto sekä Palvelujen tuottaminen ja johtaminen, koulutuksessa tehdyt opinnäytetyöt. Tutkimuksessa käytettiin kahdesta eri tietokannasta saatuja tutkimusaineistotiedostoja. Opintotoimisto teki toukokuussa 2016 Excel-tiedoston opiskelijatietokannasta vuosilta 2010 – 2015, jossa oli opinnäytetyön tekijän nimi, opinnäytetyön arviointipäivä, opinnäytetyön nimi ja opinnäytetyön kohdekuunta. Kansalliskirjasto puolestaan teki kesäkuussa 2016 kaksi CSV-tiedostoa Theseus-tietokannasta vuosilta 2010 – 2015. CSV-tiedostoissa oli opinnäytetyön tekijän tai tekijöiden nimet, työn Theseus-tietokantaan tallennuspäivä, suomenkielinen tiivistelmä ja asiasanat. Opintotoimiston Excel-tiedostossa jokainen opinnäytetyö oli omana tietueenaan opinnäytetyön tekijän mukaan, kun taas Kansalliskirjaston CSV-tiedostoissa parityön tekijöiden nimet olivat samassa tietueessa.

Theseus-tietokannasta saadut kaksi CSV-tiedostoa ja opiskelijarekisterin Excel-tiedosto yhdistettiin Python-ohjelmointikielellä kirjoitetun ohjelmakoodin avulla. Koska Excel- ja CSV-tiedostoilla ei ollut yhteistä yksilöivää tunnustetta, tehtiin ohjelma, joka käytti opinnäytetyöntekijöiden nimiä, työn otsikkoa, työn arviointivuotta ja Theseus-tietokantaan tallennusvuotta, etsimään opinnäytetyöt molemmista tietokannoista ja yhdistämään ne yhteen tietueeseen. Kuitenkin joissain tapauksissa työn tekijän nimi oli eri muodossa Excel-tiedostossa ja CSV-tiedostossa. Excel-tiedostossa oli joidenkin opiskelijoiden yksi etunimi ja taas CSV-tiedostossa oli kaksi etunimeä. Myös muutamissa tapauksissa sama opinnäytetyön nimi oli kirjoitettu eritavoin näihin kahteen tietokantaan. Tiedostoja ei siis voitu yhdistää yksinkertaisella nimivertailulla, näiden tiedostojen välisten erojen vuoksi.

Kaksi tietokantaa yhdistettiin vertaamalla tekijän etunimiä tai opinnäytetyön otsikkoa ja Theseus-tietokantaan tallennuspäivää pääasiallisena hakuehtona. Tutkimustiedostojen yhteen liittäminen varmistettiin vertaamalla tekijän sukunimeä ja työn julkaisuvuotta. Lopuksi kerättiin työn otsikkotiedot molemmista tiedostoista ja otsikoiden samanlaisuus varmistettiin visuaalisesti. Näin saatiin varmuus yhden tietueen oikeellisuudesta. Jos opinnäytetöitä olisi ollut suurempi määrä, tietojen varmistus olisi tehty SSDEEP fuzzy hash tai Levenstein etäisyysfunktiolla.

Tutkimusaineiston kvantifointi ja sisällönanalyysit

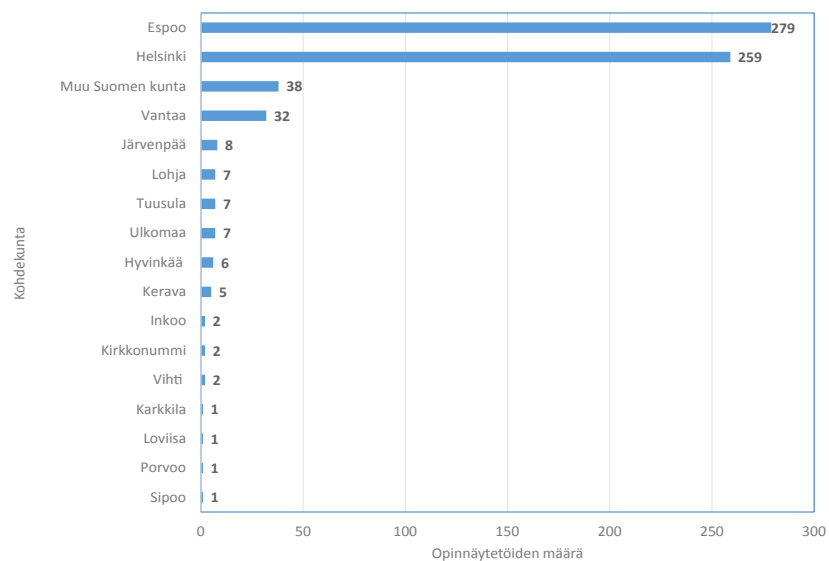
Tutkimusaineisto kvantifioitiin lukumäärällisesti tai prosentteina opinnäytetyön kohdekuunnan mukaan ja opinnäytetyön luokan mukaan. Opinnäytetyöt teemoiteltiin teoriaohjaavan sisällönanalyysin (Tuomi & Sarajärvi 2013, 117) avulla työn tiivistelmän, asiasanojen ja otsikon mukaan Megatrendien 2016 (Kiiski Kataja 2016) mukaisiin luokkiin ja luokkaan muu-luokka sekä opiskelijayrittäjyyden mukaan. Megatrendien 2016 mukaiset luokat olivat teknologia, digitalisaatio, globalisaatio, kestävä kehitys ja jakamistalous. Edelleen luokka ”muut opinnäytetyöt” teemoiteltiin teoriaohjaavan sisällönanalyysin (Tuomi & Sarajärvi 2013, 117) avulla työn tiivistelmän, asiasanojen ja otsikon mukaan Viitalan ja Jylhän mukaiseen liiketoimintaosaamisen teoreettiseen viitekehykseen. Luokat olivat Viitalan ja Jylhän 2014 mukaan yritystoiminnan organisointi ja resursointi (146 – 148), liiketoiminnan johtaminen (248), markkinointiosaaminen (74 – 77) ja yrityksen kestävä tulevaisuus (349 – 354, 362).

Opinnäytetyöt tyypiteltiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin (Tuomi Sarajärvi 2013, 108 - 112) avulla käytettyjen kehittämismenetelmien mukaan töihin, joissa oli käytetty palvelumuotoilua ja töihin, joissa ei ollut käytetty palvelumuotoilua. Opinnäytetyössä oli käytetty palvelumuotoilua, kun siinä oli käytetty aineistonkeruumenetelmien lisäksi asiakkaan kokemuksia hyödyntäviä kehittämismenetelmiä tai palvelumuotoilussa yleisesti käytettäviä visualisointimenetelmiä ja työn kehittämismenetelmät oli toteutettu palvelumuotoilun prosessin vaiheiden mukaan. Tutkimusaineistosta saadut tulokset esitettiin graafisesti erilaisina jakaumina ja kuvioina.

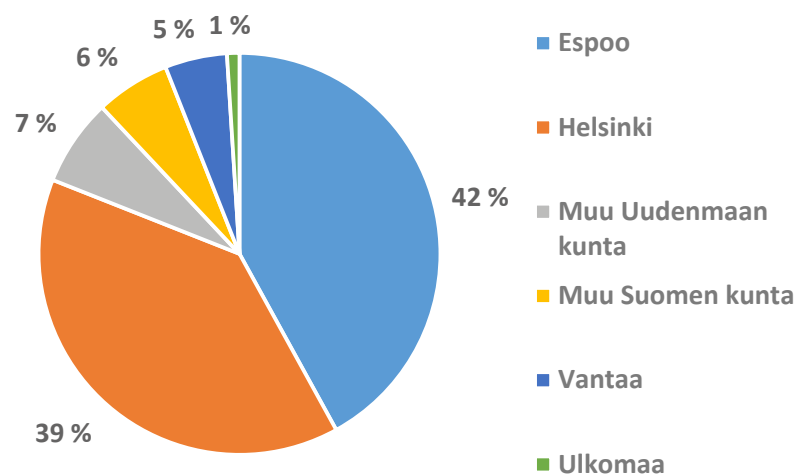
Opinnäytetöiden kohdekuunnat vuosina 2010 – 2015

Vuosina 2010 – 2015 yhteensä 658 opiskelijaa Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohtajan koulu-tusohjelmasta (342 opiskelijaa) ja Palvelujen tuottamisen koulutusohjelmasta (316 opiskelijaa) teki opinnäytetyön. Opinnäytetöistä 91 työtä tehtiin parityönä. Kuitenkin tässä artikkelissa opinnäytetyö on yhden opiskelijan tekemä työ. Parityöt on tilastoitu erillisinä töinä.

Uudenmaan 15 kuntaan tehtiin 613 opinnäytetyötä vuosina 2010 – 2015 (Kuvio 1). Espoo oli kohdekuunnista yleisin (Kuvio 2), Espooseen tehtiin 279 opinnäytetyötä, 42 % kaikista opinnäytetöistä. Opinnäytetöistä myös huomattavan suuri määrä tehtiin Helsingin alueella sijaitseville toimeksiantajille. Helsinki oli kohdekuuntana 259 opinnäytetyössä (39 %). Vantaa oli kohdekuuntana vain 32 opinnäytetyössä (5 %). Uudenmaan kunnista 12 kuntaan tehtiin vain muutamia opinnäytetöitä (8 työtä tai vähemmän) tai vain yksi työ. Muuhun Uudenmaan kuntaan tehtiin 7 % kaikista opinnäytetöistä. Uudenmaan alueen ulkopuolella sijaitseviin kuntiin lähinnä Keski- ja Etelä-Suomeen, tehtiin 38 opinnäytetyötä (muu Suomen kunta, 6 %). Jokin toinen valtio oli kohdekuuntana 7 opinnäytetyössä (1 %). Ulkomaille tehtiin 2010 -2015 opinnäytetöitä vain vähän.

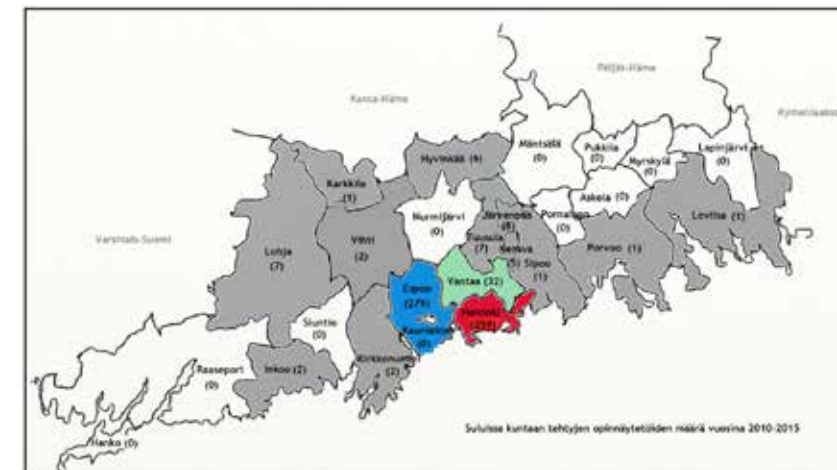


Kuvio 1. Opinnäytetöiden määrät kohdekuunnan mukaan vuosina 2010 – 2015 (n=658)



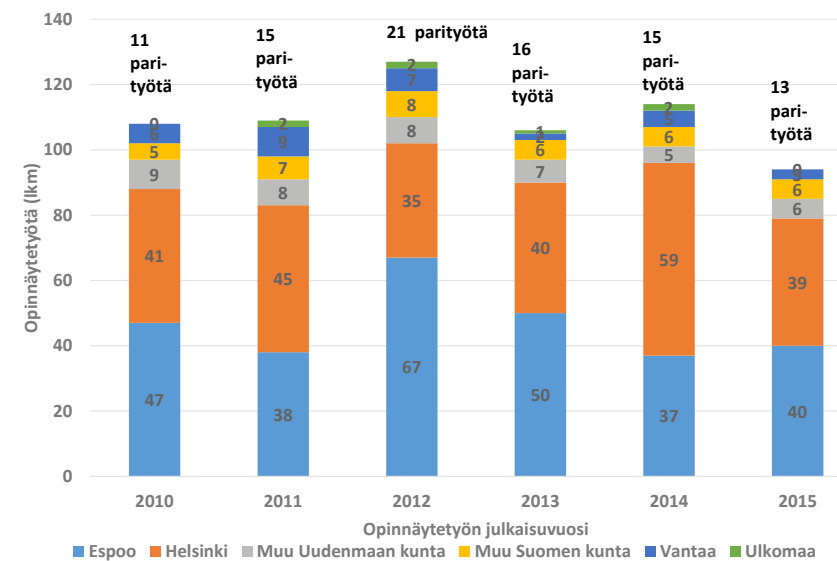
Kuvio 2. Opinnäytetöiden määrät prosentteina kohdekuunnan mukaan vuosina 2010 – 2015 (n=658)

Pääkaupunkiseudulle tehtiin yhteensä 613 opinnäytetyötä vuosina 2010 – 2015 (Kuvio 3). Vain 45 opinnäytetyötä tehtiin Uudenmaan ulkopuoliseen kuntaan tai ulkomaille. Pääkaupunkiseudulle tehtiin yhteensä 570 opinnäytetyötä. Espooseen ja Helsinkiin tehtyjen töiden määrä oli huomattava. Vantaalle tehtiin melko vähän töitä ja Kauniainsiin ei lainkaan. Uudellemaalle, pääkaupunkiseudun ulkopuolelle tehtiin 43 työtä. Melko monet kunnat eivät olleet lainkaan opinnäytetyön kohdekuuntana, kuten Askola, Hanko, Kauniainen, Lapinjärvi, Myrskylä, Mäntsälä, Nurmijärvi, Pornainen, Pukkila, Raasepori ja Siuntio.



Kuvio 3. Opinnäytetyöt jokaisen Uudenmaan kunnan mukaan vuosina 2010 – 2015 (n=613)

Kun tarkastellaan yhden vuoden aikana tehtyjä opinnäytetöitä kohdekuuntien mukaan, Espooseen tehtiin suurin määrä opinnäytetöitä, paitsi vuosina 2011 ja 2014, jolloin Helsinkiin tehtiin suurimmat määrät opinnäytetöitä (Kuvio 4). Muuhun Uudenmaan kuntaan tai muuhun Suomen kuntaan tehtyjen opinnäytetöiden määrä oli eri vuosina melko sama. Vantaa oli kohdekuuntana 2 – 9 opinnäytetyössä. Ulkomaille tehtiin vain muutamia töitä. Vuonna 2010 ulkomaille ei tehty lainkaan opinnäytetöitä. Vuosina 2010 – 2015 yhteensä 91 opinnäytetyötä tehtiin parityönä

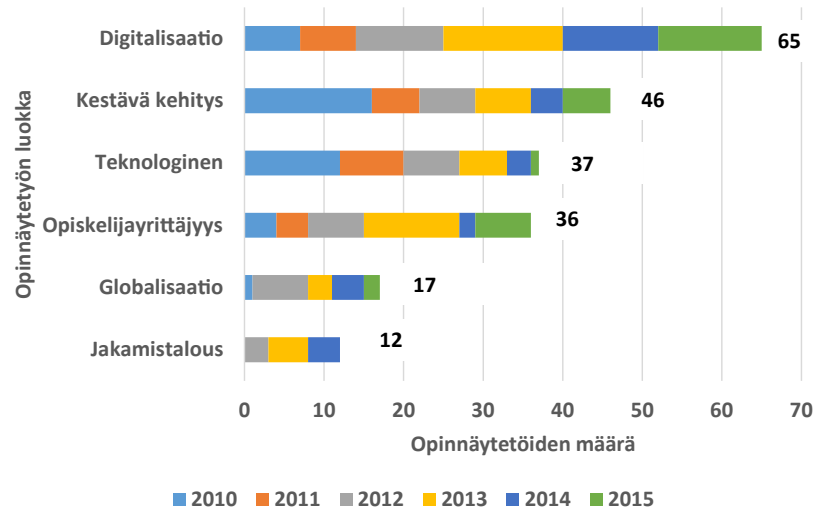


Kuvio 4. Opinnäytetöiden määrät kohdekuuntien mukaan ja parityöiden määrät erikseen vuosina 2010-2015 (n=658)

(Kuvio 4).

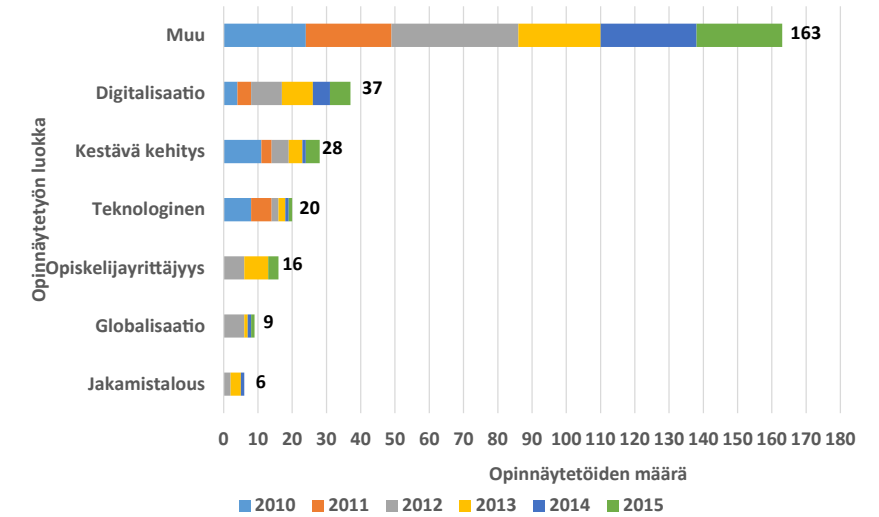
Uudenmaan alueen kuntiin tehdyt opinnäytetyöt luokan ja julkaisuvuoden mukaan

Uudenmaan kuntaan vuosina 2010 – 2015 tehdyistä opinnäytetöistä 35 % (213 työtä) sijoittui Megatrendit 2016 mukaisiin luokkiin (Kuvio 5). Opinnäytetöistä 65 % (400 työtä) sijoittui luokkaan ”muu”. Megatrendeistä suurin luokka oli digitalisaatio (65 työtä) ja selvästi pienempi luokka oli kestävä kehitys (46 työtä). Edelleen näitä kahta luokkaa pienemmät luokat ja keskenään melko saman kokoiset luokat olivat teknologinen ja opiskelijayrittäjyys (37 ja 36 työtä). Luokkiin globalisaatio (17 työtä) ja jakamistalous (12 työtä) opinnäytetöitä sijoittui vain vähän. Opinnäytetöistä kuitenkin huomattavan suuri määrä jäi megatrendien mukaisten luokkien ulkopuolelle. Muu-luokan sisällönanalyysin tuloksia käsitellään myöhemmin tässä artikkelissa.



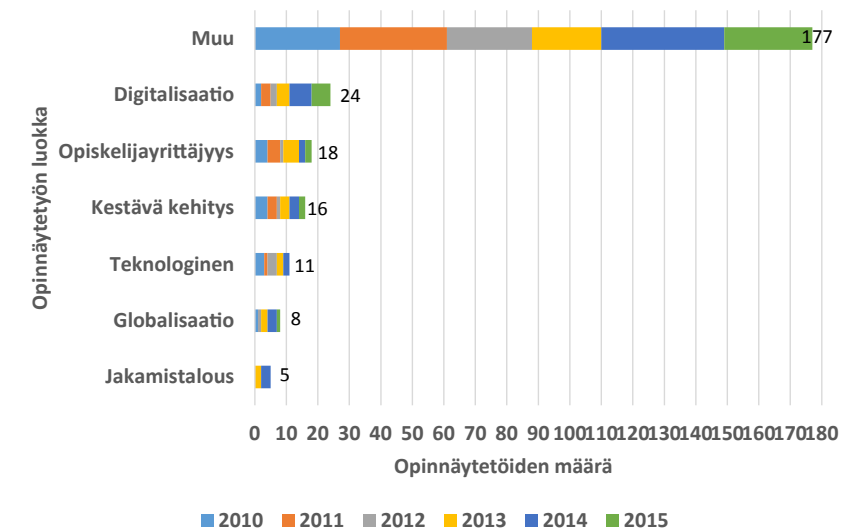
Kuvio 5. Uudellemaalle tehdyt opinnäytetyöt megatrendit- luokkien mukaan vuosina 2010-2015 (n=213)

Espooseen tehdyt opinnäytetyöt sijoittuivat muu-luokan lisäksi digitalisaatio-, kestävä kehitys- ja teknologinen-luokkiin vuosina 2010 – 2015 (Kuvio 6). Opiskelijayrittäjyys-, globalisaatioon ja jakamistalouteen liittyviä opinnäytetöitä tehtiin vähemmän. Vuosina 2010 ja 2011 näihin luokkiin liittyviä opinnäytetöitä ei tehty Espooseen laisinkaan.



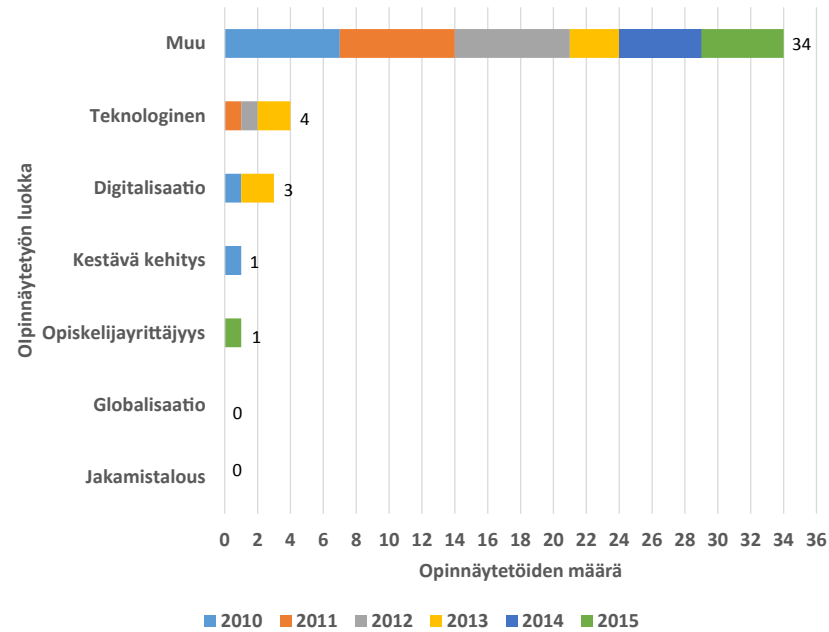
Kuvio 6. Espooseen tehdyt opinnäytetyöt megatrendit- luokkien mukaan vuosina 2010 – 2015 (n=279)

Helsinkiin vuosina 2010 – 2015 tehdyt opinnäytetyöt sijoittuivat muu-luokan lisäksi digitalisaatio-, opiskelijayrittäjyys-, kestävä kehitys- ja teknologinen-luokkiin (Kuvio 7). Toisin kuin Espooseen, Helsinkiin tehtiin joka vuosi opiskelijayrittäjyys-teen liittyviä töitä. Myös kokonaisuudessaan opiskelijayrittäjyys-teen liittyviä töitä oli enemmän. Helsinkiin tehtyjä opinnäytetöitä sijoittui luokkiin globalisaatio ja jakamistalous vain vähän ja tähän aiheeseen liittyviä töitä ei tehty edes joka vuosi.

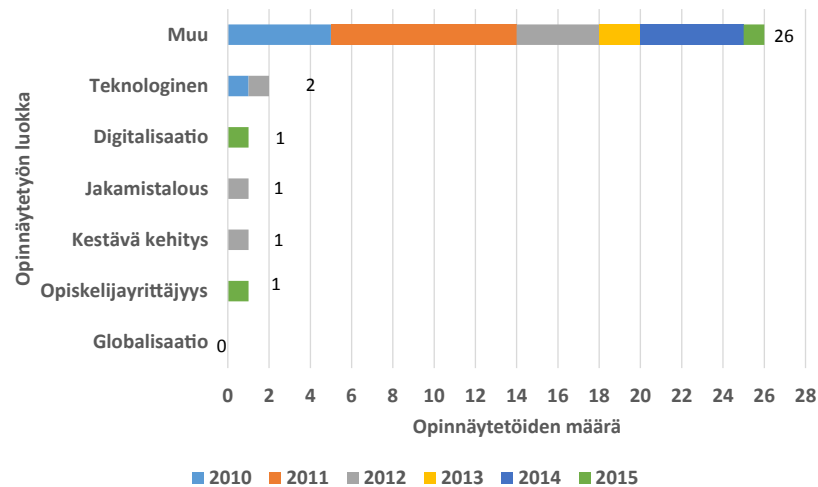


Kuvio 7. Helsinkiin tehdyt opinnäytetyöt megatrendit- luokkien mukaan vuosina 2010-2015 (n=259)

Muuhun Uudenmaan kuntaan tehdyistä opinnäytetöistä 34 sijoittui luokkaan muu (Kuvio 8). Vain 9 työtä sijoittui luokkiin megatrendien mukaan. Kuitenkaan globalisaatio- ja jakamistalous-luokkaan ei sijoittunut laisinkaan töitä.



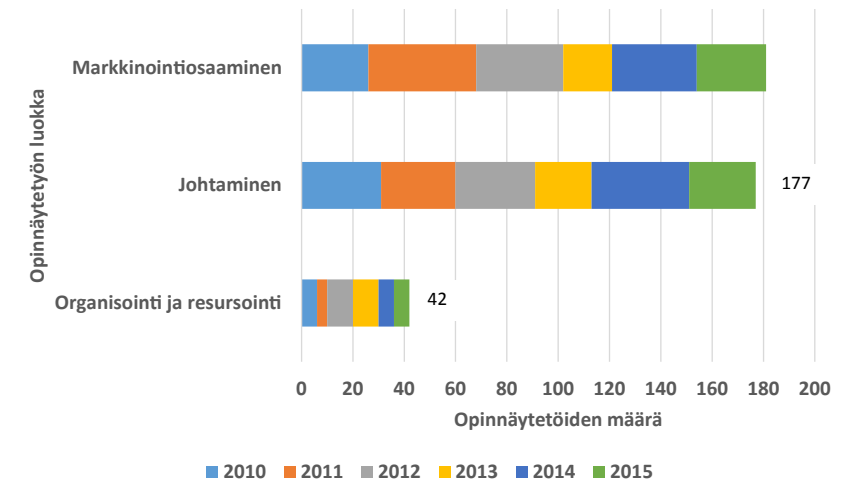
Kuvio 8. Muuhun Uudenmaan kuntaan tehdyt opinnäytetyöt megatrendit-luokkien mukaan vuosina 2010-2015 (n=43)



Kuvio 9. Vantaalle tehdyt opinnäytetyöt megatrendit-luokkien mukaan vuosina 2010-2015 (n=32)

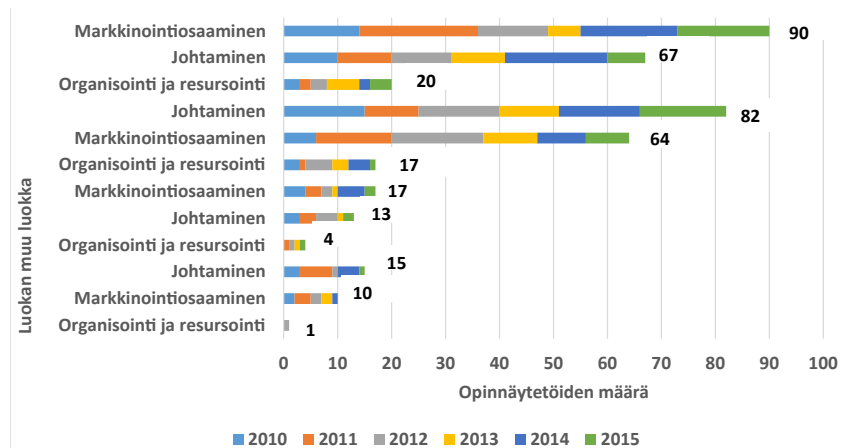
Muuhun Vantaan kuntaan tehdyistä opinnäytetöistä 26 sijoittui muu-luokkaan (Kuvio 9). Vain 6 työtä sijoittui luokkiin megatrendien mukaan. Kuitenkaan globalisaatio-luokkaan ei sijoittunut yhtään työtä.

Luokan muu opinnäytetyöt sijoituivat sisällönanalyysin tulkintoina edelleen luokkiin markkinointiosaaminen, liiketoiminnan johtaminen sekä yritystoiminnan organisointi ja resursointi (Kuvio 10). Analyysin tulkin mukaan luokkaan yrityksen kestävä tulevaisuus ei sijoittunut yhtään työtä, koska tämän luokan työt oli mahdollisesti teemoiteltu jo aikaisemmassa sisällönanalyysissä megatrendin alaluokkaan kestävä kehitys. Luokkaan markkinointiosaaminen sijoittui 181 työtä, eli 45 % muu-luokan töistä. Luokkaan liiketoiminnan johtaminen sijoittui myös melko paljon töitä, 177 työtä eli 44 % muu-luokan töistä. Luokkaan yritystoiminnan organisointi ja resursointi sijoittui vain 42 työtä, 11 % muu-luokan töistä. Kuitenkin joka vuosi, vuosina 2010 – 2015 on tehty opinnäytetöitä näihin jokaiseen kolmeen aiheeseen liittyen.



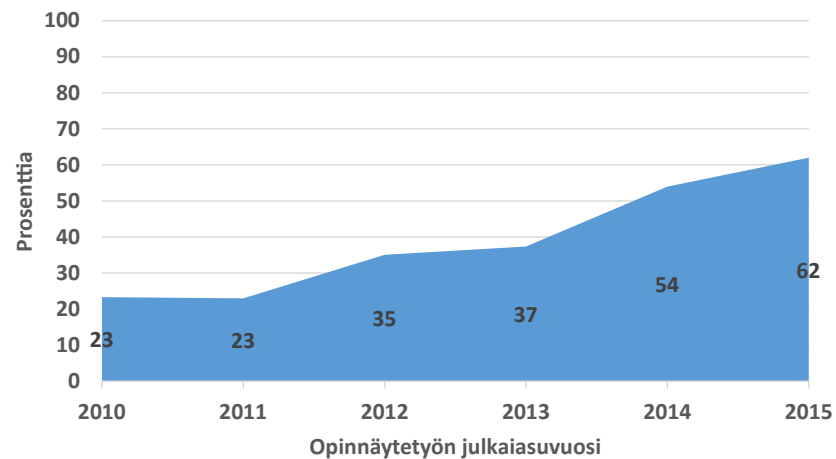
Kuvio 10. Luokan muu opinnäytetöiden määrät luokittain opinnäytetyön julkaisuveden mukaan (n=400)

Kun tarkastellaan muu-luokan opinnäytetöiden luokkia kunnittain, niin voidaan huomata, että Helsinkiin, Espooseen, muuhun Uudenmaan kuntaan ja Vantaalle on tehty suurin määrä opinnäytetöitä luokkiin markkinointiosaaminen ja liiketoiminnan johtaminen (Kuvio 11). Selkeästi vähiten, näillä neljällä alueella, opinnäytetöitä oli tehty luokkaan yritystoiminnan organisointi ja resursointi. Kuitenkin lähes joka vuosi, vuosina 2010 – 2015 Helsingissä, Espoossa, muussa Uudenmaan kunnassa ja Vantaalla tehtiin näihin kolmeen aiheeseen liittyviä opinnäytetöitä.



Kuvio 11. Kaikkien Uudellemaalle tehtyjen opinnäytetöiden muu-luokan luokat (n=400)

Vuonna 2010 palvelumuotoilua käytettiin 23 %:ssa opinnäytetöistä (Kuvio 12) Tämän jälkeen palvelumuotoilun käyttäminen opinnäytetöissä on lisääntynyt joka vuosi. Vuonna 2015 jo 62 %:ssa töistä oli hyödynnetty palvelumuotoilua.



Kuvio 12. Osuus prosentteina (%) opinnäytetöistä, joissa oli hyödynnetty palvelumuotoilua vuosina 2010-2015 (n=658)

Yhteenveto

Tässä artikkelissa tarkasteltiin, miten Laurea Leppävaaran matkailu-, ravitsemis- ja talous-alan restonomiopiskelijoiden (amk) vuosina 2010 – 2015 tekemät opinnäytetyöt kohdistuivat Laurean toimialueelle ja miten ne vastasivat työelämän kehittämistarpeisiin huomioiden yhteiskuntaan vaikuttavat megatrendit ja Laurean strategia. Opinnäytetöitä tehtiin yhteensä 658 kappaletta, joista 91 kappaletta tehtiin parityönä.

Opinnäytetöistä 86 % tehtiin yhteistyössä pääkaupunkiseudulla sijaitsevan toimeksiantajan kanssa vuosina 2010 – 2015. Töistä 42 % tehtiin Espooseen ja 39 % Helsinkiin, kun Vantaalle tehtiin töistä 5 %. Muihin Uudenmaan kuntiin töistä kohdistui 7 %, ja osaan Uudenmaan kunnista ei tehty yhtään työtä tarkasteluajanjaksona. Muihin kuin Uudellamaalla sijaitseviin kuntiin kohdistui töistä 6 %. Ulkomaille tehtyjen töiden osuus oli 1 %. Myös vuosikohtaisesti tarkasteltuna opinnäytetöiden lukumäärän jakautuminen eri kohdekuntien kesken oli samankaltainen koko tarkasteluajanjakson lukumäärän jakauman kanssa paitsi vuosina 2011 ja 2014, jolloin Helsinkiin tehtiin opinnäytetöitä eniten verrattuna muihin kuntiin.

Yhteiskuntaan ja edelleen opinnäytetöiden toimeksiantajien liiketoimintaan mahdollisesti vaikuttavien megatrendien näkökulmasta tarkasteltuna Uudenmaan alueella 35 % opinnäytetöistä liittyi megatrendeihin. Näiden töiden aiheista 31 % liittyi digitalisaatioon ja 21 % liittyi kestävään kehitykseen. Teknologistumisen tai opiskelijayrittäjyyden, kumpikin erikseen tarkasteltuna, osuus aiheista oli 17 %. Globalisaatio ja jakamistalous liittyivät aiheisiin selvästi vähemmän, edellisen osuuden ollessa 8 % ja jälkimmäisen 6 %. Uudenmaan ja pääkaupunkiseudun kunnista eniten megatrendeihin liittyviä aiheita kaikista kuntaan tehdyistä opinnäytetöistä oli Espoossa (106/279 työtä) ja vähiten Vantaalla (6/31 työtä).

Muihin kuin megatrendeihin liittyvien aiheiden osuus oli 65 %:a Uudenmaan alueelle tehdyissä opinnäytetöissä. Muista aiheista markkinointiosaamiseen liittyviä aiheita oli 45 %, ja johtamiseen ja resursointiin liittyviä aiheita oli 44 %. Sen sijaan organisointi ja resursointi liittyi 11 % aiheista. Palvelumuotoilun käyttö kehittämismenetelmänä yleistyi tarkasteluajanjaksolla selvästi, sillä vuonna 2010 sitä oli käytetty 23 %:ssa ja vuonna 2015 62 %:ssa opinnäytetöistä.

Laurean strategian 2020 seitsemään teemaan mukaan luetaan teemat työelämään integroitunut korkeakoulu, yrittävän ihmisen korkeakoulu ja aluetta palveleva korkeakoulu (Laurea-ammattikorkeakoulu 2015, 11, 13, 17). Vuosien 2010 – 2015 tarkasteluajanjakson tulokset opinnäytetöistä ilmensivät näiden kolmen teeman sisältöjä jo strategiakausten vaihtumisvaiheessa vuonna 2015. Näin ollen opinnäytetyöt ovat edistäneet kilpailukykyisen tulevaisuuden Suomen luomista Uudenmaan alueella (Laurea-ammattikorkeakoulu 2015, 17).

Tuloksista voidaan todeta vuosina 2010 – 2015 tehtyjen opinnäytetöiden kohdistuneen pääsääntöisesti Espooseen ja Helsinkiin. Myös Vantaalle sekä muutama Uudenmaan alueella sijaitseviin kuntiin ja osaan muilla alueilla Suomessa sijaitseviin kuntiin tehtiin jonkin verran opinnäytetöitä. Uudenmaan kuntiin tehty opinnäytetyöt vastasivat jo varsin hyvin yhteiskuntaan vaikuttavia megatrendejä (Kiiski Kataja 2016) sekä Laurean strategiaa (Laurea-ammattikorkeakoulu 2015), vaikka suuri lukumäärä opinnäytetöiden aiheita vielä liittyikin pelkkiin liiketoimintaosaimisen osa-alueisiin (Viitala ja Jylhä 2014). Näin ollen voidaan olettaa, että opinnäytetyön toimeksiantajalla on jatkossakin mahdollisuus saada yhteistyön tuloksena opinnäytetöitä aiheista, jotka vastaavat sekä yhteiskuntaan vaikuttavia megatrendejä että Laurean strategiaa.

LÄHTEET

Julkaistut

Harju-Autti, A. 2013. Majoitustoiminta. Toimialaraportti 8/2013. Viitattu 16.8.2016. http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1976/Majoitustoiminta_2013.pdf

Harju-Autti, A. 2012. Matkailun ohjelmapalvelut. Toimialaraportti 9/2012. Viitattu 16.8.2016. http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2133/Matkailun_ohjelmapalvelut_joulukuu_2012.pdf

Jänkälä, S. 2014. Matkailu. Toimialaraportti 5/2014. Viitattu 16.8.2016. http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu_joulukuu_2014.pdf

Jänkälä, S. 2016. Ravitsemistoiminta. Toimialaraportti 1/2016. Viitattu 16.8.2016. http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2576/1_2016_TOIMIALARAPORTTI_ravitsemistoiminta.pdf

Kiiski Kataja, E. 2016. Megatrendit 2016. Tulevaisuus tapahtuu nyt. Viitattu 23.5.2016. <http://www.sitra.fi/julkaisu/2016/megatrendit-2016>

Laurea-ammattikorkeakoulu. 2009. Laurean strategia 2010 – 2015.

Laurea-ammattikorkeakoulu. 2015. Laurean strategia 2020. Viitattu 30.5.2016. <http://markkinointi.laurea.fi/strategia2020/#/article/1/page/1>

Tuomi J. ja Sarajärvi A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Uudenmaan liitto, Kaupunkitutkimus TA Oy, Laakso, S. & Kilpeläinen, P. 2014. Uudenmaan elinkeinoitoimintojen nykytilanne ja kehityssuunnat. Uudenmaan liitto. Uudenmaan liiton julkaisuja E 141.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2014. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Julkaisemattomat

Koulutus- ja aluepalveluyksikkö W. 2016. Laurea-ammattikorkeakoulu, Intra, Laurea, Yksiköt. Muokattu 20.1.2016.

Laurean opinnäytetyöohje. 2016. Laurea-ammattikorkeakoulu, Intra. Hyväksytty 29.1.2016.

Opetussuunnitelmat. 2016. Laure Leppävaara. Hotelli- ja ravintoalan liikkeenjohdon koulutusohjelma. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Palveluliiketoiminnan koulutus. Matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutus. Viitattu 5.7.2016. https://soleops.laurea.fi/opsnet/disp/fi/ops_PuuHierValOpetSuun/tab/nop/clr?&menuid=1

Opinnäytetyö. 2016. Laure-ammattikorkeakoulu, Intra. Muokattu 25.2.2016.



Strateginen tavoite:

Laurea käyttää luonnonvaroja ympäristöä kunnioittaen ja toimii vastuullisesti käyttäessään yhteiskunnan voimavaroja. Laurea edistää toiminnallaan taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestävä kehitystä.



III

YHTEISKUNTA- VASTUULLINEN KORKEAKOULU

Auli Guiland

KESTÄVÄ KEHITYS - MINUNKO ASIANI?

*“Mitä jos sinulle ei kerrotaisi maailman surkeudesta, saasteista, ylikulutuksesta ja epäoikeudenmukaisuudesta, vaan sen sijaan näytettäisiin, mitä jo tehdään paremman huomisen hyväksi?” Näillä sanoilla Suomen YK-Liitto kutsui äskettäin katsomaan dokumenttielokuvaa *Demain/Tomorrow*. Elokuvan sanomana on, että nyt on korkea aika näyttää mahdollisimman laajalle yleisölle, etenkin nuorille, erilaisia olemassa olevia ratkaisuja luontoa, taloutta ja yhteiskuntaa uhkaavien ongelmien ratkaisemiseksi. Niillä voidaan turvata parempi huomina ja välttyä uhkaavilta katastrofeilta. Elokuvassa haastatellut eri alojen asiantuntijat toteavat, että on ehdottoman tärkeää, että jokainen omalta osaltaan ryhtyy välittömästi toimiin. Tiedetään jopa, että toimenpiteiden tulisi tehoa jo seuraavan kahden vuosikymmenen sisällä.*

Kestävä kehitys voidaan määritellä maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaksi jatkuvaksi ja ohjatuksi yhteiskunnalliseksi muutokseksi, jonka tavoitteena on hyvän elämisen mahdollisuuksien turvaaminen nykyisille ja tuleville sukupolville (Ympäristöministeriö). Kestävä kehitys pyrkii tyydyttämään nykyhetken tarpeet huomioiden ja turvaten myös tulevien sukupolvien mahdollisuudet tyydyttää omat tarpeensa (Gro Harlem Brundtland, 1987). On tärkeää, että jätämme tuleville sukupolville yhtä paljon mahdollisuuksia kuin meillä on ollut, ellei jopa enemmän (Maailmanpankin pääjohtaja, Professori Ismail Serageldin).

Lähtökohtana kestävälle kehitykselle on ekologinen kestävyys sekä biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien toimivuuden säilyttäminen. Ihmisen taloudellinen ja aineellinen toiminta on pitkällä aikavälillä sopeutettava luonnon sietokykyyn. Taloudellisen kestävyuden tavoitteena on sisällöltään ja laadultaan tasapainoinen

kasvu, joka helpottaa kohtaamaan vastaan tulevia uusia yhteiskunnallisia haasteita. Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys varmistaa hyvinvoinnin edellytysten siirtymisen sukupolvelta toiselle.

Kestävän kehityksen kannalta on tärkeää, että tehtävä mielletään kaikkien yhteiseksi ja jokaisen omaksi asiaksi. On välttämätöntä, että asiasta tiedotetaan ja siitä keskustellaan. Valintoja on helpompi tehdä, mikäli tietää, minkälaisilla teoilla on eniten vaikutusta, miten ja mihin valinnat vaikuttavat. Niin päättäjiä kuin eri yhteisöjä ja yksityisiä kansalaisia on tärkeää kannustaa luovasti ja innovatiivisesti etsimään arjen käytäntöihin sopivia ratkaisuja, jotka ovat niin helppoja, että niiden toteuttaminen on helppoa ja mahdollisimman moni sitoutuu valittuihin periaatteisiin ja ratkaisuihin.

Toukokuussa 2012 Etelä-Tapiolan lukion ja Joensuun Lyseon oppilaat halusivat tietää, mitä päättäjät tekevät paremman maailman eteen ja tenttasivat kolmea ministriä (Hautala, Niinistö ja Tuomioja) kestävästä kehityksestä. Haastattelussa Ville Niinistö totesi seuraavasti: *“Aiheuttaahan se päättäjissään turhautumista, että me olemme tienneet nämä asiat vuosikymmeniä. Ei riitä, että meillä on pari henkilöä, jotka näkevät ne ongelmat, vaan kaikkien pitää yhdessä kyetä päättämään, että me otamme kestävä kehityksen reunaehdot vakavasti. Tähän mennessä me emme ole siihen kyenneet, Suomessakaan. Silloin ihmiset yleensä oppivat, kun deadline paukkuu.”*

Suomessa uudistettiin vuonna 2013 kansallinen kestävä kehityksen strategia ja julkistettiin kestävä kehityksen yhteiskuntasitoumus ”Suomi, jonka haluamme 2050”. Yhteiskuntasitoumuksessa julkishallinto yhdessä muiden toimijoiden kanssa sitoutuu edistämään kestävä kehitystä kaikessa työssään ja toiminnassaan (VKN).

Yhdistyneiden kansakuntien (YK) jäsenmaat sopivat 25.-27.9.2015 New Yorkissa järjestetyssä huippukokouksessa kestävä kehityksen tavoitteista ja toimintaohjelmasta, jotka ohjaavat kestävä kehityksen ponnisteluja vuoteen 2030 asti. Tilaisuuden pohjalta julkistettu Kestävä kehityksen tavoiteohjelma (Agenda2030) tähtää äärimmäisen köyhyyden poistamiseen sekä kestävään kehitykseen, jossa otetaan tasavertaisesti huomioon ympäristö, talous ja ihminen. Ohjelmassa esitetyt, alla olevat 17 kestävä kehityksen globaalia tavoitetta (Sustainable Development Goals), sitovat vuodesta 2016 lukien niin köyhiä kuin rikkaita maita (VKN).

Sustainable Development Goals - Kestävän kehityksen 17 tavoitteet:

1. Poistaa köyhyys sen kaikissa muodoissa kaikkialta.
2. Saavuttaa ruokaturva, parantaa ravitsemusta ja edistää kestävää maataloutta.
3. Taata terveellinen elämä ja hyvinvointi kaiken ikäisille.
4. Taata kaikille avoin, tasaarvoinen ja laadukas koulutus sekä elinikäiset oppimismahdollisuudet.
5. Saavuttaa sukupuolten välinen tasa-arvo sekä vahvistaa naisten ja tyttöjen oikeuksia ja mahdollisuuksia.
6. Varmistaa veden saanti ja kestävä käyttö sekä sanitaatio kaikille.
7. Varmistaa edullinen, luotettava, kestävä ja uudenaikainen energia kaikille.
8. Edistää kaikkia koskevaa kestävää talouskasvua, täyttä ja tuottavaa työllisyyttä sekä säällisiä työpaikkoja.
9. Rakentaa kestävää infrastruktuuria sekä edistää kestävää teollisuutta ja innovaatioita.
10. Vähentää eriarvoisuutta maiden sisällä ja niiden välillä.
11. Taata turvalliset ja kestävät kaupungit sekä asuinyhdyskunnat.
12. Varmistaa kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys.
13. Toimia kiireellisesti ilmastonmuutosta ja sen vaikutuksia vastaan.
14. Säilyttää meret ja merten tarjoamat luonnonvarat sekä edistää niiden kestävää käyttöä.
15. Suojella maaekosysteemejä, palauttaa niitä ennalleen ja edistää niiden kestävää käyttöä; edistää metsien kestävää käyttöä; taistella aavikoitumista vastaan; pysäyttää maaperän köyhtyminen ja luonnon monimuotoisuuden häviäminen.
16. Edistää rauhanomaisia yhteiskuntia ja taata kaikille pääsy oikeuspalveluiden pariin; rakentaa tehokkaita ja vastuullisia instituutioita kaikilla tasoilla.
17. Tukea vahvemmin kestävä kehityksen toimeenpanoa ja globaalia kumppanuutta.

Suomessa pääministerin johtama Kestävän kehityksen toimikunta huolehtii kestävä kehityksen kansainvälisten tavoitteiden sisällyttämisestä kansalliseen politiikkaan. Toimikunnan työtä tukee ja haastaa Sitran isännöimä kestävä kehityksen asiantuntijapaneeli (VKN).

Kansainvälisesti tavoitteiden toteutumista seurataan Business Insider Sustainable Development Goals Indexin avulla. Talouselämä-lehti tiedotti heinäkuussa (26.7.2016), että ”Pohjoismaat ovat napanneet kärkisijat kansainvälisessä kestävä kehityksen tavoiteindeksissä. Business Insider Sustainable Development Goals Index vertaili 149 maata ja listauksen top neljä on täysin Pohjoismaiden hallinnassa. Ykkössijan sai Ruotsi 84,5 pisteellä, perässään Tanska (83,9) ja Norja (82,3). Suomi yletti neljännelle sijalle 81 pisteellä.”

Monilla yrityksillä ja yhteisöillä kestävä kehityksen periaatteita on kirjattu strategiaan. Liiketoiminnan yhteydessä käytetään usein termiä vastuullisuus tai vastuullinen liiketoiminta. Tällä tarkoitetaan yhteiskuntavastuullisuutta, jota voidaan tarkastella taloudellisen ja sosiaalisen sekä ympäristövastuun näkökulmista. Lakien ja kansainvälisten normien noudattaminen on vastuullisen liiketoiminnan lähtökohta. Vastuullisuus on yrityksissä arvoja, tekoja ja sanoja, joissa huomioidaan sidosryhmien tarpeet paremmin ja laajemmin kuin laki edellyttää (Ketola 2005). Yritykset ovat keskeisessä roolissa maailman taloudellisten, sosiaalisten ja ympäristöongelmien ratkaisussa ja siksi vastuullinen liiketoiminta on tänä päivänä välttämätöntä. Valtiovallan ja viranomaisten asettamat paineet vastuullisuuden osalta lisääntyvät, mutta myös kuluttajat, asiakkaat, rahoittajat, sijoittajat, työntekijät sekä kansalaisjärjestöt ja -aktivistit kiinnittävät yrityksen vastuullisuuteen entistä enemmän huomiota (Anttiroiko, 2004). Parhaimmassa tapauksessa yritysten vastuullinen toiminta näkyy ihmisten arjessa ja ympäristön tilassa välittömästi. Vastuullisuus on yritykselle myös etu: vastuullisuus edistää innovatiivisuutta, parantaa riskienhallintaa, mahdollistaa kestävä kehityksen mukaisen kasvun ja auttaa turvaamaan liiketoiminnan edellytykset myös pitkällä aikavälillä. (FIBS.) ”Suomalaisessa ruokaketjussa vastuullisuus tarkoittaa lainsäädännön vaatimusten ylittämistä ainakin seuraavissa ulottuvuuksissa: ympäristö, tuoteturvallisuus, ravitsemus, työhyvinvointi, eläinten hyvinvointi, paikallinen hyvinvointi ja talous.” (MTT, KTK, JUJ, 2012.)



Julkiset organisaatiot, yritykset ja erilaiset yhteisöt, kuten kansalaisjärjestöt, toimivat aktiivisesti tiedon ja osaamisen levittämiseksi ja tuottavat myös tätä tukevaa aineistoa. Myös sosiaalinen media on valjastettu kestävä kehityksen asialle. Esimerkiksi Facebookista löytyy hakusanalla “kestävä kehitys” kymmenkunta erilaisista tahoa, joilla kyseiset avainsanat ovat osa otsikkoa esim. Kestävä talous, Kestävä kehityksen yhteiskunta #sitoumus2050, Kestävä kehityksen keskus, Kestävä kehitys kirjastoissa, Kestävä Suomi, Kestävä metsänhoito, Kestävä kehityksen tavoitteet, FEE Kestävä elämäntapa, Kestävä kulutus - Hållbar konsumtion.

Kestävä kehitys ja vastuullinen liiketoiminta ovat kouluissa, oppilaitoksissa, korkeakouluissa ja yliopistoissa keskeisellä sijalla. Ammattikorkeakoulut ovat yritysten kannalta erityisasemassa tarjoamalla alan ammattilaisille jatko- ja täydennyskoulutusta, joka ohjaa toteuttamaan kestävä kehitystä liiketoiminnassa.

Laurea-ammattikorkeakoulussa kestävä kehitys ja vastuullinen liiketoiminta näytetään monissa eri muodoissa. Laurean strategisena tahtotilana on toimia ympäristöä kunnioittaen ja käyttää vastuullisesti yhteiskunnan voimavaroja. Laurea pyrkii toiminnallaan edistämään taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestävä kehitystä. (Laurea 2016.)

Kestävä kehityksen kannalta keskeiset välittömät toimenpiteet, joihin itse kukin voi tarttua, liittyvät elintarvikkeiden ja ruuan tuotanto- ja jakeluketjuun. Laurean restonomikoulutus on kiinteästi kytketty tähän aihepiiriin BarLaurean toiminnan kautta. Tämän vuoksi haluamme seuraavissa artikkeleissa kertoa tarkemmin niistä ratkaisuista, joita BarLaureassa on kehitetty kiinteässä yhteistyössä elintarvikkeiden tuottajien ja jakelijoiden kanssa.

LÄHTEET

Anttiroiko, A-V. 2004. Yhteiskuntavastuu ja sen määrittelyprosessi. Teoksessa Järvinen, R (toimit). 2004. Yhteiskuntavastuu. Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. Tampere University Press. Vammalan kirjapaino. Sähköinen julkaisu ISBN 951-44-6032-4 http://uta32-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/68199/yhteiskuntavastuu_2004.pdf?sequence=1#page=17

FIBS Yritysvastuuverkosto. <http://www.fibsry.fi/fi/>

FIBS. 2015. Biodiversiteettijulkaisu. Lisäärvaa Luonnosta Ympäristöä Säästään. Biodiversiteetti ja Ekosysteemipalvelut Ympäristöstrategian Lähtökohtana. http://www.fibsry.fi/images/TIEDOSTOT/FIBS_Biodiversiteetti_julkaisu_27012015.pdf

Kepa. 2012. Uutiset: Luokiolaiset tenttasivat ministereitä kestävästä kehityksestä. <http://www.kepa.fi/uutiset/9170;>

Kepa. 2016. Vähemmällä vähemmän. Miten kehitysyhteistyömäärärahojen leikkaukset ovat vaikuttaneet kansalaisjärjestöjen työhön? <http://www.kepa.fi/julkaisut/julkaisusarjat/18784>

Kestävä kehitys <http://kestavakehitys.fi/etusivu>

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta. Sanoista teoiksi. Edita.

Laurea.Strategia. Vastuullinen korkeakoulu. <https://www.laurea.fi/laurea/laurea-organisaationa/strategia/vastuullinen-korkeakoulu>

MTT, KTK, JUJ. 2012. Vastuullisuus ruokaketjussa. Eväitä johtamiseen, mittamiseen ja viestintään. <http://www.mtt.fi/julkaisut/vastuullisuusruokaketjussa.pdf>

Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Durand-Delacré, D. & Teksoz, K. (2016): SDG Index and Dashboards - Global Report. New York: Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network (SDSN). http://sdgindex.org/assets/files/sdg_index_and_dashboards_compact.pdf

Valtioneuvoston kanslia (VNK). <http://vnk.fi/kestavakehitys>

YK-Liitto, Demain/Tomorrow elokuvan esittely: <http://www.ykliitto.fi/tapahtumat/yk-kino-demain-tomorrow>

YK: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

YK: Agenda2030 Kestävä kehityksen tavoitteet <http://yk.fi/node/479>

Ympäristöministeriö. http://www.ymparisto.fi/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys

Auli Guillard & Henry Lybäck

KESTÄVÄ KEHITYS RAVINTOLATOIMINNASSA

Ympäristöystävällisyys ja -tehokkuus sekä kestävä kehitys leimaavat nykypäivänä liiketoiminnan kehittämistä. Itse asiassa perinteinen pelkkä voiton maksimointiin perustuva liiketoiminta ei enää ole yhteiskunnan ja ympäristön edun mukaista. Siksi myös ravintolatoiminnan kehittämisessä vastaavat periaatteet ja arvot on tuotava osaksi yritysten toimintaa ohjaavia strategisia päätöksiä. Kun kestävä kehitys tai vastuullinen liiketoiminta kirjataan yrityksen toimintaperiaatteeksi, ohjaa se yrityksen kaikkea kehittämistyötä ja arjen toimintaa. Tällä tavoin turvataan paitsi omistajien ja sidosryhmien myös yhteiskunnan ja ympäristön intressit.

Terveellinen ja maukas ruoka sekä miellyttävä ateriahetki hyvässä seurassa ovat hyvän elämän peruskiviä. Samalla on tärkeä huomioida ruoan tuottamisen vaikutus ympäristöön ja yhteiskuntaan. Ruoantuotanto ja -kulutus on toistaiseksi yksi merkittävimpiä uhkatekijöitä ympäristölle. Se tuottaa maailmanlaajuisesti yli viidenneksen hiilijalanjäljestä eli kulutuksen ilmastovaikutuksista (Tukker & Jansen, 2006). Vain asuminen kuormittaa ilmastoa enemmän kuin ruoka. Ruoantuotanto vaikuttaa ympäristössämme muun muassa ilmaston lämpenemiseen, ympäristön rehevöitymiseen ja happamoitumiseen sekä luonnon monimuotoisuuden vähenemiseen, mitkä kaikki ovat merkittäviä uhkia maapallolle. Ruoantuotanto myös kuluttaa paljon eri resursseja, kuten ravinteita, maapinta-alaa, energiaa ja vesivaroja. Suurin osa, peräti 2/3 ympäristövaikutuksista syntyy elintarvikkeiden tuotannosta (LUKE; EkoCentria).

Kestävän kehityksen huomioiminen ravintolatoiminnassa on tärkeää toiminnan laajuuden ja palveluiden kattavuuden vuoksi. Taloustutkimuksen tietojen mukaan kodin ulkopuolella valmistettiin vuonna 2011 lähes 900 miljoonaa ateria. Luku kattaa sekä kahviloiden, ravintoloiden että julkisten keittiöiden palvelut. Julkisten keittiöiden osuus tuotetuista aterioista oli 47% eli lähes puolet. Jatkossa tässä artikkelissa kaikista kodin ulkopuolella aterioita tarjoavista palveluntuottajista, tuotantiloista ja toiminnasta käytetään termiä ravintola.

Ravintolatoiminta kattaa kaikki ikäryhmät päiväkotihoidossa olevista lapsista aina ikääntyneiden ateriapalveluiden piirissä oleviin henkilöihin. Suuri osa suomalaisista nauttii aterioita elämänsä aikana päiväkodissa, koulussa, työpaikalla, vapaa-aikana tai hoitoa/hoivaa tarjoavassa palveluyksikössä. Keskimäärin suomalaiset syövät vuosittain 165 ateriaa kodin ulkopuolella eli noin kerran työpäivän aikana (Taloustutkimus). Tällä perusteella on jo ymmärrettävää, että ravintolapalvelut ovat merkittäviä suomalaisten terveyden- ja hyvinvoinnin kannalta. Ne toimivat myös esimerkin antajina. On helpompaa toteuttaa erilaisia uusia tavoitteita ja luoda niistä käytänteitä, kun saa esimerkkejä ja ideoita siitä, miten tulisi toimia. Varsinkin lasten ja nuorten kannalta mallioppiminen voi olla todella tärkeää. Lapset voivat viedä tietoa kokemuksistaan myös kotiin ja siten myötävaikuttaa asioiden etenemiseen kotiruokailussa.

Kestävä kehitys edellyttää, että ihmiset ryhtyvät jokapäivisissä ruokavalinnoissaan entistä enemmän tekemään kestävä kehityksen mukaisia valintoja. Tässä mielessä tiedon jakaminen, mallioppiminen ja esimerkit, joita ravintolat voivat tarjota, ovat hyvin merkityksellisiä. On tärkeää ymmärtää, että jokaisen valinnoilla



Kuva 1. Luonnon antimista vastuullisesti herkullista ja terveellistä ruokaa

on merkitystä. Kestävä kehitys ei ole vain yhteiskunnan ja julkishallinnon tehtävä vaan koskee kaikkia kansalaisia, yrityksiä ja yhteisöjä. (Mäkiniemi & Vainio, 2014; Siegrist, Visschers & Hartmann, 2015).

Ympäristön huomioiminen, kestävät valinnat ja vastuullinen toiminta ovat ravintolatoiminnassa lisääntyvässä määrin myös kilpailuetu. Kuluttajat ovat entistä valvotuneempia ja ravintoloiden asiakkaat arvostavat paitsi terveellistä ja turvallista ruokaa ja hyvälaatuisia ateriapalveluita myös ympäristön ja yhteisön huomioimista palvelujen tuottamisessa (Taloustutkimus; Feldmann & Hamm, 2015). Tämä on johtanut jopa uusien ruokavirtausten syntyä, mikä näkyy muun luomu-, lähi-, kasvis- tai kotiruoan lisääntymisenä ravintoloiden tarjonnassa. Myös kierrätyksen näkyvyys raaka-ainevalinnoissa, sisustuksessa ja tiedotuksessa ovat yleistyneet. Ilmiö ei koske vain suomalaista kuluttajaa: lähes puolet (45 %) ranskalaisista kuluttajista toivoo ravintoloiden tarjoavan luomuraaka-aineista valmistettua ruokaa ja joka kymmenennellä (10 %) amerikkalaisella ympäristöasioiden huomioiminen vaikuttaa ravintolan valintaan. Ranskassa julkiset ravintolat ovatkin reagoineet erityisen ripeästi: vuonna 2012 noin viidennes (20 %) julkisten ravintoloiden käyttämistä raaka-aineista oli luomua. Lisäksi ravintolat käyttävät enenevässä määrin lähiruokaa ja sesongin mukaisia tuotteita.

Ravintolatoiminnassa kestävä kehitys voidaan huomioida monella tavoin. Keskiössä ovat raaka-ainevalinnat, jakeluketjut ja ruoantuotanto. Kuitenkin



Kuva 2. Turhan kulutuksen välttäminen, kierrätys ja uusiokäyttö ovat trendiä ravintolatoiminnassa

kestävän kehityksen ulottuvuuksia on tärkeää tarkastella myös sosiaalisista, kulttuurisista sekä taloudellisista näkökulmista. Sosiaaliset vaikutukset voivat liittyä työllisyyteen ja työoloihin, aluetalouteen, tuotteeseen, yhteisöön, yhteistyöhön ja asiakkaisiin. Sosiaalista vastuullisuutta toteutetaan ravintoloissa hyvin eri tavoin muun muassa kehittämällä johtamista sekä turvaamalla työhyvinvointi. Varsinkin sosiaaliset yritykset työllistävät usein vaikeasti työllistettäviä ja pitkäaikaistyöttömiä henkilöitä. Tätä kautta työnhakijat päivittävät työssä tarvittavia monipuolisia taitoja ja saavat mahdollisuuden työllistyä myös muualla.

Kestävän kehityksen huomioiminen alkaa näkyä ravintola-alalla yhä selvemmin Suomessakin. Luomutuotteiden käyttö on lisääntynyt vuosittain muutaman prosenttiyksikön verran ja 2014 luomutuotteiden osuus ravintoloiden raaka-aineista oli jo 15 %. Myös lähiruoan käyttö lisääntyy; nykyisin jo joka viides (20 %) ravintola käyttää lähituottajien raaka-aineita päivittäin. Asenne ravintola-alan ammattilaisten piirissä on muuttunut nopeasti ja kiinnostus luomu- ja lähiruoan käyttöön on varsin laajaa. Lähiruoan käyttö on yleisintä alueilla, missä tuottajia on lähellä, kun taas luomuruoan käyttö on yleisintä pääkaupunkiseudulla. (Taloustutkimus.)

Kestävä kehitys on innoittanut myös täysin uusiin liiketoimintamalleihin. Lähi- ja luomuruokaa tarjoavia ravintoloita on jo eri puolilla Suomea (Lähi- ja luomuruokahakemisto; Voi Hyvin). Seuraavissa artikkeleissa kerrotaan hävikkiruokaravintolasta sekä kuvataan Laurea-ammattikorkeakoulun yhteydessä olevan BarLaurean toimintaa kestävän kehityksen alalla. Tässä artikkelissa on myös useita esimerkkejä BarLaurean toiminnasta.

BarLaurea

BarLaurea on Laurea-ammattikorkeakoulun opetusravintola ja oppimisympäristö, jonka kautta opiskelijat siirtyvät työelämään. BarLaurea käsittää opiskelija- ja henkilöstöravintolan, kahvilan ja à la carte ravintolan sekä huolehtii Laurean Leppävaaran kampuksella kaikista konferenssi-, kokous- ja vierastarjoiluista. Ravintolan toiminnasta huolehtii kaksi kokopäiväistä työntekijää. Lisäksi toimintaan osallistuu päivittäin eri oppilasryhmiä opettajiensa ohjauksessa.

BarLaureassa käytännön oppiminen kuuluu jokaisen Laurea-ammattikorkeakoulussa restonomiksi opiskelevan päiväopiskelijan perusedellytyksiin. Opiskelijat pääsevät heti opintojen alussa tuottamaan käytännössä BarLaurean ravintolamaailmassa palveluita oikealla asiakaskunnalle. Tämän kautta he saavat itsevarmuutta sekä oppivat perusteet ravintolan eri toimenkuvissa työskentelyyn. Opiskelijat saavat halutessaan myös työtodistuksen, missä lukee, millaisia tehtäviä he ovat tehneet ja kuinka monta tuntia. Monelle opiskelijalle BarLaurea on ponnahduslauta ravintola-alalle. Opiskelijoille on rohkeutta hakea ravintola-alan töihin jo opiskeluiden aikana, jolloin heille alkaa kertyä tärkeää työkokemusta.

Kansainväliset opiskelijat ovat myös oppimassa BarLaureassa ja heidät integroidaan osaksi ravintolamaailman arkea. BarLaureassa pääkielenä on englanti, joka helpottaa Restaurant Entrepreneurship -koulutusohjelman opiskelijoiden laadukasta oppimista ja rohkeutta toimia BarLaurean oppimisympäristössä. Kahden eri koulutusohjelman, Matkailu- ja palveluliiketoiminnan ja Restaurant Entrepreneurship:in, integrointi keskenään lisää kaikkien opiskelijoiden ymmärrystä kulttuurien moninaisuudesta. Samalla opiskelijat oppivat arvostamaan sekä omaa että muiden maiden kulttuureja.

Tiedottaminen

Niin laadunhallinta kuin ympäristön huomioiminen sekä selkeä viestintä ovat ravintolatoiminnassa kilpailuetu. Ravintoloiden asiakkaat arvostavat laadukkaita sekä ympäristön huomioivia elämyksiä enemmässä määrin. Ravintolan toiminta-periaatteista ja arvoista tiedottaminen asiakkaille ja sidosryhmille on erityisen tärkeää. Kuluttajat ymmärtävät, että ruoantuotanto ja -jakeluketjut ovat kasvaneet yhä pidemmiksi, mikä hämärtää ruoan alkuperää kuluttajien mielissä. Tämän vuoksi tarve tietää enemmän ruoan alkuperästä ja toimitusketjusta lisääntyy kuluttajien parissa nopeasti. (Feldmann & Hamm 2015.)

Kestävä kehitys näkyy esimerkiksi BarLaurean tiedotteissa tuoteturvallisuudesta, raaka-aineiden tuotanto-olosuhteista, tuotteiden jäljitettävyydestä sekä lähi- ja luomuruoan huomioimisesta. Asiakkaan on hyvä tietää myös ruoan ravitsemuksellisesta laadusta, samoin kuin sen soveltuvuudesta erityisruokavaliota noudattaville tai allergisille.

BarLaureassa tiedottaminen on osa laadunhallintaa ja ympäristön huomioimista kestävän kehityksen mukaisesti. Tiedotuksessa tärkeintä on, että se on läpinäkyvää. Henkilöstön pitää tietää, mitä tehdään ja miten. Parhaiten viestintä kulkee, kun opiskelijat pystyvät keskustelemaan asiakkaiden kanssa ja kertomaan esimerkiksi tuotteen allergisoivat aineet, gluteenittomuuden, maidottomuuden ja sen, miten tuote on valmistettu. Esimerkiksi kokouspalveluiden toiminnassa hyvänä toimintamallina pidetään sitä, kun on itse leivottu asiakkaille kreikkalaista piirakkaa, niin asiakaspalvelija on henkilökohtaisesti kertomassa ylpeydellä siitä. BarLaureassa tiedottamista ja viestintää tehdään jatkuvasti niin sisäisissä verkoissa kuin sosiaalisessa mediassa. Edelleen myös näkyvä paperitiedottaminen infotauluilla edistää asiakkaiden tietoisuutta.

Raaka-ainevalinnat

Lähiruoan tarjonta on viime vuosina lisääntynyt erilaisten tukitoimenpiteiden ansiosta mutta myös saatavuuden parantumisen kautta. Jopa suuret elintarvike-yritykset ovat lisänneet lähiruokaa valikoimiinsa. Samalla myös kuluttajien

kiinnostus lähiruokaa kohtaan on lisääntynyt. Lähiruoaksi mielletään useimmiten tuotteet, jotka on tuotettu noin sadan kilometrin säteellä jakelupaikasta. (Feldmann & Hamm, 2015.)

Feldmann & Hamm (2015) ovat julkaisseet laajan yhteenvedon artikkelin lähiruoan käyttöä ja valintaa koskevien viimeaikaisten tutkimusten tuloksista. Sen mukaan osa tutkimuksista painottaa hyvätuloisten, varttuneessa iässä olevien maaseudulla tai sen lähistöllä asuvien kuluttajien merkitystä lähiruokamarkkinoilla. Toiset tutkimukset puolestaan korostavat nuorten ja naisten mielenkiintoa lähiruokaa kohtaan.

Osa kuluttajista suosii lähiruokaa lisääntyneen tuontiruovan vaihtoehtona varsinkin, kun ruokaa tuodaan hyvin kaukaa ja alkuperästä on vain vähän tietoa. Perusteluissa korostuu ympäristön huomioiminen ja kestävän kehityksen periaatteet. Toisilla kuluttajilla hedonistiset näkökulmat ovat korostuneempia: lähiruokaa pidetään tuorempana, turvallisempana ja terveellisempänä kuin etäällä tuotettua ruokaa. (Feldmann & Hamm 2015.)

On ilmennyt, että kuluttajat eivät miellä lähiruokaa samalla tavoin kalliiksi kuin luomutuotteita. Samalla moni kuluttaja on valmis maksamaan lähiruoasta hieman korkeamman hinnan, koska uskovat maksavansa hyvästä laadusta. (Feldmann & Hamm 2015.)

Lähiruoan saralla BarLaurea toimii aktiivisesti ja sillä on yli 10 toimittajaa lähi-alueelta. Ruoan tuotannon ja kulutuksen maantieteellinen läheisyys elinkaariajattelun ”pellolta pöytään” näkökulmasta on yksi lähiruoan vahvuuksista. Paikallisten tuottajien kanssa tehdyt hankintasopimukset on tärkeitä, sillä niillä tuetaan sekä paikallista yrittäjää että tehdään kestäviä laadukkaita valintoja. Luomuruoan saralla BarLaurea toimii erittäin aktiivisesti. Tästä osoituksena ovat lukuisat palkinnot mm. Luomu SM 2015 -kilpailun voitto ja todistus viidennestä tasosta ”Portaat luomuun” arvioinnissa.

BarLaureassa ollaan erittäin ylpeitä siitä, että siellä pystytään tarjoamaan luomuruokaa linjastoruokailussa päivittäin jopa 500-700 asiakkaalle. Lisäksi kaikki asiakkaalle tarjottavat maitojuomat ovat luomua, ja joinain päivinä a’la carte ravintola Flow:ssa kaikki ruoat ovat luomua. Näiden ansiosta BarLaurea on saanut myös media näkyvyyttä ravintola-alan ammattilehdissä ja verkostoissa.



LÄHTEET

Feldmann, C. & Hamm, U. 2015. Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference* 40: 152–164.

Martinez, S. et al. Local Food Systems: Concepts, Impacts, and Issues, ERR 97, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, May 2010. <http://www.ers.usda.gov/media/122868/err97.1..pdf>

Mäkinen, J.-P., & Vainio, A. 2014. Barriers to climate-friendly food choices among young adults in Finland. *Appetite*, 74: 12–19.

Siegrist, M., Visschers, V.H.M. & Hartmann, C. 2015. Factors influencing changes in sustainability perception of various food behaviors: Results of a longitudinal study. *Food Quality and Preference* 46: 33–39.

Tukker, A. & Jansen, B. 2006. Environment impacts of products – A detailed review of studies. *Journal of Industrial Ecology* 10(3): 159–182

Elektroniset lähteet

Eat.fi. <http://eat.fi/>. Hakusanoilla kasvis/luomu/lähiruoka 29.9.2016

EkoCentria. Opas tarjouspyyntöjen tekijöille ja elintarvikehankinnoista vastaaville. <http://www.ekocentria.fi>. Luettu 27.9.2016

Lähi- ja luomuruokahakemisto. <http://www.lahijaluomuruoka.fi/yritykset/ravintolat/> Luettu 27.9.2016

LUKE, Luonnonvarakeskus. Ruoantuotannon ja -kulutuksen vaikutukset ympäristöön. <https://www.luke.fi> Luettu 26.9.2016

MTT, KTK, JUJ. 2012. Vastuullisuus ruokaketjussa. Eväitä johtamiseen, mittaamiseen ja viestintään. <http://www.mtt.fi/julkaisut/vastuullisuus-ruokaketjussa.pdf>. Luettu 23.9.2016

Taloustutkimus. <http://www.taloustutkimus.fi/> Luettu 28.9.2016

Utopie. 2010. Etude des tendances. Restauration et développement durable. Enjeux et meilleures pratiques. http://www.mescoursespourlaplanete.com/medias/pdf/EDT.Restauration&DD_Utopies2010.pdf Luettu 27.9.2016

Voi Hyvin. Kasvis- ja luomuravintolat sekä kahvilat. <http://www.voihyvin.fi> Luettu 27.9.2016

Teemu Sirainen

BARLAUREAN TYÖKALUT HÄVIKINHALLINNASSA

BarLaurea on vuonna 2002 käynnistetty innovatiivinen oppimisympäristö Laurean Leppävaaran kampuksella. Ensimmäisen ja toisen vuoden restonomiopiskelijat vastaavat BarLaureassa palvelujen tuottamisesta ravintolapäällikön ja keittiömestarin ohjauksessa. Myös BarLaurean kolme puolivuositain vaihtuvaa harjoittelijaa, yksi cateringvastaava ja kaksi esimiesharjoittelijaa ovat opiskelijoita. BarLaurean palveluita ovat lounasravintola, à la carte ravintola, kahvila sekä kokous- ja cateringpalvelut. Opiskelija on kaikissa BarLaurean toiminnoissa keskipisteessä ja toimintaa kehitetään jatkuvasti.

Hävikin huomioiminen ja sen hallinta ovat BarLaureassa erityisen tärkeässä asemassa. Asiakkaita BarLaurean linjastossa käy päivittäin 500 – 750, joten raaka-aineita tilataan reilusti. Esimerkiksi perunamuusia varten perunoita hankitaan 100 – 120 kiloa, joten ennakointi ja hävikin kontrollointi ovat myös taloudellisesti tärkeässä roolissa. Oleellinen asia hävikin hallinnassa on ennakointi ja ruokalistasuunnittelu. Selkeällä reseptiikalla saadaan selville tarkat tilausmäärät ja ylimääräisiä raaka-aineita ei tilata. BarLaureassa asiakasmäärien ennakointi on kuitenkin vaikeaa, koska viikon sisällä eroa saattaa olla jopa 200 asiakkaan verran. Tämän vuoksi hävikin käsittelylle tulee olla selkeä suunnitelma.

Hävikkiä syntyy usein siitä, että raaka-aineita tilataan väärä määrä tai raaka-aineet ovat vääränlaisia. Hyvällä suunnittelulla vältetään hävikin syntymistä, mutta kaikkea hävikkiä ei voida kuitenkaan välttää. Raaka-aineita on osattava myös käsitellä oikein, jotta hävikin syntymistä voidaan hallinnoida. Esimerkiksi lihan renssauksessa, eli lihan rasvojen poistamisessa, ammattitaidoton kokki saattaa aiheuttaa usean prosentin turhan hävikin. Ravintolassa on valvottava erityisesti koulutukseen liittyviä asioita, koska niissä saattaa olla suuria eroja. Myös asiakkaita tulisi ohjata oikeaan suuntaan. Ruokien kappalerajoituksilla ja valistuksella voidaan



Kuva 1. BarLaurea mukana hävikkifestareilla Korjaamolla

vaikuttaa siihen, että asiakkaiden lautaset tyhjäntyvät vatsaan, eikä biojäteastiaan. BarLaurean lautashävikki on päivittäin 10 – 30 kilon välillä, joten tämä on iso osa päivittäisestä hävikistä.

Yleisesti hävikkiä BarLaurean tuotannossa ja jakelussa syntyy 0 – 20 kiloa päivässä, riippuen siitä, miten huolellisesti ruuan valmistaminen ja jakelu suoritetaan. Luonnollisesti myös ruuan menekki vaikuttaa tähän, toisinaan kun päivät ovat vaikeasti ennakoitavissa. Todellinen hävikki on kuitenkin pientä, koska päivittäin kello 14.00 pidettävässä BarLaurean henkilöstöpalaverissa hävikkiruuat syödään palaverin lomassa. Ruuan ulkonäkö vaikuttaa osaltaan ruuan menekkiin. Visuaalisesti ruuan tulee näyttää siltä mitä se on, lihapata on lihaisaa ja paksua, ei pelkkää lientä ja kasvispihvit houkuttelevia, ei kuivia ja epämääräisen näköisiä. Myös ruuan nimellä on suuri vaikutus menekkiin, rotukarjan jauhelihapihvi kuulostaa paremmalta kuin pelkkä paistettu pihvi.

Koulutuksella voidaan vaikuttaa siihen, että työntekijät osaavat ja haluavat vaikuttaa hävikin määrään. BarLaurean linjastossa toimivat opiskelijat ovat keskeisessä roolissa, kun puhutaan hävikin hallinnoinnista. Kiireinä aikoina kaikki kolme linjastoa ovat avoinna, mutta lounaan hiljentyessä tarjottavan ruuan määrää

vähennetään ja yksi linjasto suljetaan. Ruuat, jotka eivät ole olleet tarjolla voidaan jäädyttää ja jatkokäyttää. BarLaurean linjastossa edellisen päivän lounas voidaan tarjota seuraavana päivänä ”bonusruokana” ja asiakkaat pitävät tästä. Näin saadaan enemmän valikoimaa ja asiakas voi vapaasti valita enemmän ruokaa lautaselle. Tämän lisäksi esimerkiksi ylijääneet perunat voidaan käyttää seuraavana päivänä perunasalaatissa.

Silmiä avaavaa on ollut BarLaurean mukanaolo hävikkiruokaviikoilla. BarLaurean restonomiopiskelijat ovat valmistaneet esimerkiksi syksyllä 2014 yli 2000 annosta kasviskeittoa kauppojen hävikkiraaka-aineista ja tarjonneet nämä maksutta Helsingin Narinkkatorilla. Kaikki hävikkiraaka-aineet, muun muassa 600 kiloa avokadoja, olisivat päättyneet biojätteeseen. Näistä 600 avokadokilosta puolet olivat täysin käyttökelpoisia ja puolet täysin tai osittain huonoksi menneitä. Ihmisten tulisi arvostaa raaka-aineita, olivat ne sitten hieman epämuodostuneita tai iskemiä ottaneita. Jos nämä ”pilalle menneet” raaka-aineet myytäisiin esimerkiksi puoleen hintaan, niin myös kauppojen tuottamaa hävikkiä voitaisiin vähentää.

Kuva 2. 600 kiloa hävikkiavokadoja



Hävikin hallinta on pitkäjänteistä toimintaa. Työyhteisössä voidaan kouluttaa toimivia käytänteitä hävikin hallintaan, mutta tärkeää on myös valvoa ja dokumentoida sitä. BarLaureassa syntynyt hävikki punnitaan päivittäin ja tulos merkitään hävikkivihkoon esimiesten käytettäväksi. Myös asiakkaiden jättämä lautashävikki kirjataan ja tämä tieto saatetaan asiakkaille tiedoksi. Tällä tavalla halutaan näyttää asiakkaille, että jokainen voi osallistua vaikuttamaan hävikin vähentämiseen. Ruokien valmistuksessa ja tarjoilussa syntyneitä hävikkiä seurataan jatkuvasti ja pohditaan, mistä hävikki on syntynyt. Kirjanpidon avulla hävikki voidaan sitoa esimerkiksi yksittäisiin ruokalajeihin ja tämä auttaa kehittämään koulutusta hävikin vähentämiseksi.

BARLAUREASSA
SYNTYNYT HÄVIKKI
PUNNITTAAN PÄIVITTÄIN
JA TULOS MERKITÄÄN
HÄVIKKIVIHKOON
ESIMIESTEN
KÄYTETTÄVÄKSI.

Tulevaisuudessa hävikkiä voidaan hallinnoida esimerkiksi erilaisten mobiilisovellusten avulla. Tälläkin hetkellä on jo olemassa sovelluksia, joiden ansiosta ravintola voi myydä ylimääräiset ja muuten hävikkiin menevät ruuat asiakkaalle. Sovelluksia voitaisiin hyödyntää myös hyväntekeväisyyteen menevien ruokien välittämisessä. Erilaiset hävikkitapahtumat, kuten hävikkiviikko, ovat hyviä tapoja hyödyntää hävikkiruokaa ja samalla valistaa ihmisiä hävikkiruuan hyödyntämismahdollisuuksista. Hävikkitahtumista tulisi kuitenkin tehdä arkipäivää, koska hävikki ruokaa syntyy päivittäin. BarLaurea on vuosittain mukana erilaisissa hävikkitahtumissa, koska hävikin kontrollointi ja sen esille tuominen on tärkeä osa BarLaurean toimintaa.

Tuula Kuivanen

VASTUULLISTA LUOMURUOKAA

Luomu on vastuullista ruoantuotantoa. Ammatistaan ylpeä vastuunsa kantava ruoka-alan ammattilainen haluaa tarjota arvojensa mukaista ruokaa asiakkailleen. Ruokaa, joka on laadukkaista tuoreista raaka-aineista valmistettua ja jonka tarinan voi ylpeänä kertoa asiakkaille. Pohdin tässä esseessä, miksi valintamme BarLaureassa on luomu.

Luomutietoa

Luonnonmukaisesti tuotetut elintarvikkeet ovat peräisin luonnonmukaisesta maataloudesta. Luomu on tuotantomuoto, joka tukee maaperän, ekosysteemien ja ihmisen hyvinvointia ja terveyttä. IFOAM on luomuorganisaatioiden kansainvälinen kattojärjestö, joka valvoo luomualkutuotantoa. Luomukasvituotannossa pyritään huolehtimaan maaperän hyvinvoinnista ilman keinolannoitteita ja kemiallisia kasvinsuojeluaineita, muun muassa viljelykierron ja viherlannoituksen avulla. Eläintuotannossa huomioidaan eläinten lajinomainen käyttäytyminen ja tavoitteena ovat hyvinvoivat, terveet tuotantoeläimet. (Luomuperustietoa 2016.)

Luomumaatalous on kestävä kehityksen periaatteisiin tukeutuvaa maataloutta. Tavoitteena on ekologisesti, yhteiskunnallisesti sekä taloudellisesti tasapainoinen ja kestävä tuotantjärjestelmä. (Luomuperustietoa 2016.)

Luomuelintarvikkeet jalostetaan käyttämällä hyvin rajoitetusti, vain muutamia tavanomaisessa elintarviketuotannossa sallittuja lisäaineita, väriaineita, aromeja ja synteettisiä lisä- ja apuaineita, eikä geneettisesti muunneltuja ainesosia (GMO) salita. Myöskään säteilytys ei ole luomussa sallittua. (Luomuperustietoa 2016.)

Luomutuotanto on aina tarkoin valvottua. EU:ssa luomutuotannon minimiehdot on määritelty luomulainsäädännössä. Koko luomuelintarviketjua säätelee luomulainsäädäntö, jossa EY määrittelee vähimmäisvaatimukset koko EU:n alueella luonnonmukaisesti tuotettuina markkinoitaville maataloustuotteille ja elintarvikkeille. Suomessa luomutuotantoa valvoo Evira, Valvira ja Ahvenanmaan maakuntahallitus. Alkutuotantoa valvovat paikalliset Ely-keskukset, elintarvikkeiden jalostusta Evira ja alkoholituotteita Valvira. Tuotantotiloilla, raaka-aineita jalostavissa yrityksissä ja myyntipaikoissa käydään tarkastamassa, että omavalvonnassa on otettu huomioon luomun erillään pito tavanomaisista tuotteista koko tuotanto- ja jatkojalostusketjun aikana. Tällä estetään tavanomaisesti tuotettujen raaka-aineiden sekaaminen luomuun ja asiakkaan harhaan johtaminen. Luomuun on voitava luottaa. (Luomuperustietoa 2016.)

Kaikki luomuruoka-annoksista asiakkaille annetut tiedot pitää pystyä todentamaan. Keittiön omavalvonnassa huomioidaan luomun käyttö ja dokumentointi. Omavalvontasuunnitelmaan kirjataan keittiön työntekijöiden toimenpiteet luomutuotteiden hankinnassa, vastaanotossa, varastoinnissa ja käsittelyssä. Toiminnan riskikohdat, joissa luomutuotteet ja tavanomaiset voivat sekoittua, tunnistetaan. Kirjauksia ja dokumentaatiota tehdään omavalvontasuunnitelman mukaisesti, jotta luomun jäljitettävyyttä säilyy asiakkaan lautaselle asti.

Muutokset ruokaketjussa ja ruokajärjestelmässä

Elintarvikkeiden tuotetarjoama on laajentunut viime vuosina, laadukkaiden kotimaisten tuotteiden rinnalle tarjolle on tullut kansainvälisiä ”halvemmista” raaka-aineista valmistettuja tuotteita, jotka eivät vastaa laadultaan kotimaisia meille tuttuja ”aitoja” elintarvikkeita. Emme tiedä toiselta puolelta maailmaa tulevien tuotteiden alkuperästä, tuotanto-oloista ja tuotannon vaikutuksista paljoakaan. Millaisia vaikutuksia ostamillamme ruokatuotteilla ja niiden tuotantoketjulla on ympäröivään yhteiskuntaan, luontoon ja ihmisten terveyteen ja hyvinvointiin? Minkälaisia vaikutuksia elintarvikkeiden tuotantoketjulla on globaalisti? Ruokaskandaalien kautta tietoisuutemme ja valppautemme on lisääntynyt.

Ilmaston muutoksen hillitsemisen tarve pakottaa meidät muuttamaan toimintaamme ja huomioimaan elintarviketjua ja sen toimintaympäristön ympäristövaikutukset. Kuluttajat haluavat läpinäkyvän tuotantoketjun ja ruokajärjestelmän, jotta voivat itse arvioida valintojaan ja niiden vastuullisuutta. Ravintolan asiakas haluaa tietää, mistä hänelle tarjottava ruoka tulee. Missä ja miten raaka-aineet on kasvatettu ja tuotettu? Eettisyys on edellytys ja odotusarvo, siitä ei olla valmiita maksamaan lisähintaa. Kestävä kehityksen toteutuminen ruokajärjestelmässä on kuitenkin vielä kovan työn takana. Monelle ruoan paikallisuus on tärkeää, lähellä tuotettu sesongin mukainen tuote kilpailee globaalista vastuullisuuden, luonnonmukaisen tuotannon ja reilun kaupan tuotteiden kanssa. Ostotilanteessa nämä arvot jäävät kuitenkin muiden valintasyiden varjoon. Meille suomalaisille ruuan

terveellisyys on tärkeä arvo. Luomu on turvallista ja terveellistä käyttäjälleen. Luomussa on tavanomaisesti tuotettuja elintarvikkeita vähemmän lisäaineita, eikä se sisällä jäämiä kemiallisista lannoitteista ja torjunta-aineista. Luomutuotannossa tärkeänä nostetaan esille ympäristön ja tuotantoeläinten hyvinvointi. Ekologisen vastuullisuuden lisäksi ruoka arvioidaan myös yhteiskunnallisen, sosiaalisen ja taloudellisen vastuullisuuden näkökulmasta.

Valtioneuvoston päätöksessä (VNP 6/2013) asetettiin tavoitteeksi, että julkisissa keittiöissä 20 prosenttia tarjotusta ruoasta olisi luomua vuoteen 2020 mennessä. Varsinkin luomumaidon käyttö nostettiin esille. Valtioneuvosto edellyttää periaatepäätöksessään, että valtion elintarvike- ja ruokapalveluhankinnoissa tavoitellaan korkeaa laatua ja kokonaisvaltaista kestävyttä. Tähän päästään ottamalla tehostetusti huomioon ympäristön kannalta hyvät viljelymenetelmät, eläinten hyvinvointi ja terveys sekä elintarviketurvallisuus. Muille hankintayksiköille, kuten

kunnille, periaatepäätös on suositus. Hallituksen tavoite on, että julkisissa elintarvike- ja ruokapalveluhankinnoissa käytetään jatkossa vain vastuullisesti tuotettuja ja laadukkaita tuotteita.

Ruokapoliittisen selonteon visiossa vuonna 2030 suomalaiset kuluttajat syövät kestävästi ja eettisesti tuotettua kotimaista, maukasta, terveellistä ja turvallista ruokaa.

**VUONNA 2030
SUOMALAISET KULUTTAJAT
SYÖVÄT KESTÄVÄSTI JA
EETTISESTI TUOTETTUA
KOTIMAISTA, MAUKASTA,
TERVEELLISTÄ JA
TURVALLISTA RUOKAA.**

Kuluttajilla on kyky ja mahdollisuus tehdä tietoisia valintoja. Kysyntään vastaa läpinäkyvä, osaava, joustava sekä kansainvälisesti kilpailukykyinen ja kannattava ruokajärjestelmä.

Alan kasvua ja kehitystä tukee hyvin koordinoitu korkean tason tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotyö. Hallitusohjelman toimeenpanosuunnitelman mukaisesti kotimaisen ruuantuotannon kilpailukykyä, vastuullisuutta, markkina- ja kuluttajalähtöisyyttä ja riittävyttä huoltovarmuuden näkökulmasta arvioidaan syksyllä 2016 eduskunnalle annettavassa ruokapoliittisessa selonteossa. (Ruoka 2030, 2016)

Luomu BarLaurean valintana

BarLaureassa innostus luomun käyttöön on alkanut keittiömestari Ilari Paanasen aloitteesta. Hyvää ruokaa syntyy laadukkaista, tuoreista ja lähellä tuotetuista raaka-aineista. Vastuullisuus, reilu kauppa ja kestävä kehityksen toteuttaminen hankinnoissa ovat tärkeitä. Lähellä tuotettuja elintarvikkeita käyttämällä tuetaan paikallistaloutta, tuotantoketju työllistää paikallisia yrityksiä ja tuottajia. Monipuolinen ja runsas sesongin mukaisten kasvien käyttö lounaspöydässä lihan

määrää vähentämällä tukee kannattavuutta ja mahdollistaa välillä hinnaltaan tavanomaisesti tuotettuja kalliimpien luomuelintarvikkeiden käytön.

BarLaurea on jo kuuden vuoden ajan (liittynyt 9.1.2010) ollut mukana EkoCentrian ammattikeittiöille luoman Portaat luomuun -valmennusohjelmassa. Sen tavoitteena on auttaa ammattikeittiöitä lisäämään luomutuotteiden käyttöä sekä kannustaa huomioimaan kestävä kehityksen toiminnassaan. Lähes joka kolmas ammattikeittiö käyttää jotain luomuraaka-ainetta viikoittain (Taloustutkimus 2015). BarLaurea on yltänyt jo viidennelle valmennusportaalle, josta seuraava on lähes kokonaan luomuelintarvikkeita käyttävä luomuravintola. Luomuravintolassa käytetään kriteerinä 85 - 100 % luomua, tavanomaisia tuotteita käytetään vain silloin, jos luomuvaihtoehtoja ei ole saatavissa. BarLaurea on sitoutunut edistämään kestävä kehitystä omassa toiminnassaan sekä käyttämään luomutuotteita säännöllisesti. Keittiössä käytetään vähintään 42 luomutuotetta pysyvästi. Keittiön käyttämistä raaka-aineista on luomutuotteita kiloina 51 % ja euromääräisenä luomun osuus on 30 %. BarLaureassa käytetään luomuna puurohiutaleita 400 kiloa vuodessa. Joka aamu opiskelijoille ja henkilökunnalle on kahvilassa tarjolla luomuhiutaleista keitetty puuro marjojen ja luomumaidon kera. Luomujauhoja käytetään vuodessa 2000 kiloa ruoanvalmistuksessa, luomuohraa 2000 kiloa riisiin sijaan lisäksi ja 2000 kiloa ”risotossa” sekä luomupastaa 3000 kiloa. Luomumaitotuotteita kuluu vuodessa maitona 13 000 litraa, piimänä 2000 litraa, jogurtina 100 kiloa, viilinä 100 kiloa ja muina maitovalmisteina 500 kiloa. Luomuvihanneksia käytetään vuodessa mittava määrä: perunaa 4000 kg, porkkanaa 500 kg, sipulia 300 kg, tuoretta punajuurta 200 kg, kaaleja 700 kg, muita juureksia 300 kg, tomaattia 500 kg ja kurkkua 300 kg. Luomuhedelmänä käytetään omenaa, appelsiinia ja muita hedelmiä noin 300 kiloa vuodessa. Luomulihaa kuluu 300 kiloa, luomukananmunia 500 kiloa ja tuoreita luomuvalmisruokia 2000 kiloa vuodessa.

**LUOMURAVINTOLASSA
KÄYTETÄÄN TAVANOMAISIA
TUOTTEITA KÄYTETÄÄN
VAIN SILLOIN, JOS
LUOMUVAIHTOEHTOJA EI
OLE SAATAVISSA.**

BarLaurea/ Laurean ammattikorkeakoulu voitti viime vuonna 2015 voittaja-tittelin ”Eniten luomua käyttävä keskisuuri julkinen toimija Luomu Suomen Mestaruus” -ravintolakilpailussa. Kilpailun järjestää EkoCentria ja se on tarkoitettu luomuraaka-aineita käyttäville ammattikeittiöille. Kilpailussa tarkastellaan vuoden ajalta luomun käyttömääriä ja etsitään vuoden luomuisinta ravintolaa. BarLaureassa tarjotaan noin 600 aterialla päivässä Leppävaaran kampuksen opiskelijoille ja henkilökunnalle. Kilpailussa julkisille ruokapalveluille ja yksityisille ravintoloille on omat sarjansa, lisäksi sarjat jakautuvat kolmeen alasarjaan keittiön tarjoamien kokonaisuusmäärien perusteella. Perusteluna BarLaurean voitolle raati mainitsi, että BarLaureassa käytetään ruokatuotannossa yli 51 prosenttia luomutuotteita ja että se on pitkäjänteisesti edistänyt luomun käyttöä. BarLaurea säilytti luokkansa voittaja-tittelin syksyllä 2016 luomuelintarvikepäivässä.

Myös BarLaurean opiskelijat ovat innostuneita luomuruoasta. Luonnonmukaisesti tuotetut raaka-aineet tuodaan esille ruokalistoilla ja tuotetiedoissa. Luomua ja vastuullisuutta opiskellaan ruokatuotannossa ja teoriatunneilla, ja siitä tehdään tuotekehitysprojekteja ja opinnäytetöitä. Juuri nyt esimiesharjoittelija valmistautuu luomukokkikisaan suunnittelemallaan luomumenuilla. Luomuruoka-annoksessa kaikkien maataloudesta peräisin olevien raaka-aineiden on oltava luonnonmukaisesti tuotettuja. Vuonna 2015 BarLaurean edellinen esimiesharjoittelija voitti kisan. Vastuullisuus ja sen esille tuominen on Laurea-ammattikorkeakoulussa tärkeä periaate kaikessa toiminnassa.

Yhteenveto

Kuluttajien kiinnostus ruoan alkuperään on kasvanut ja odotukset elintarvikkeiden laadusta nousseet. Ruokaskandaalit ja virheelliset valmistusainetiedot, esimerkiksi hevosenlihaa sisältävät lihatuotteet sekä antibiootteja sisältävä liha, herättävät epäluottamusta ruokaketjua kohtaan. Kuluttajat eivät tiedä, millaisissa oloissa ruoka on tuotettu, ja tuotantoeläinten elinolojen selvittäminen ja lapsityövoiman käyttö tuotannossa tulevat meille yllätyksenä ja kertovat epäeettisestä toiminnasta ruokajärjestelmässä, jossa tuottavuus on usein etusijalla. Luonnonmukaisessa tuotannossa valvonta on tavanomaista tarkempaa ja eläinten hyvinvointi otetaan huomioon paremmin. Eläinten terveyttä ylläpidetään luonnonmukaisella rehulla ja niillä on mahdollisuus liikkua ja ulkoilla sekä hoitaa jälkeläisiään.

Haluamme tarjota BarLaureassa turvallista ja terveellistä, vähän prosessoitua ruokaa. Vastuullisuus ruokatuotannossa ja elintarviketjussa on nykypäivän laatu-tekijä, ja ruoan alkuperän ja tarinan esille tuominen on tärkeä valintakriteeri sekä ruoan valmistajalle että aterian nauttijalle. Haluamme nauttia ja tarjota arvojemme mukaista hyvää ruokaa.

LÄHTEET

Luomu perustietoa. Viesti luomusta oikein –hanke. Luomukoulutuspaketin pilotointi huhtikuu 2016. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Ruoka 2030. 2016. Maa- ja metsätalousministeriö.fi

Taloustutkimus 2015.

Valtioneuvoston periaatepäätös julkisista hankinnoista. 2013.



Johanna Kohvakka & Auli Guillard

RUOKAHÄVIKISTÄ HÄVIKKIRAVINTOLAKSI

Liiketoimintamallien kehittäminen nähdään usein keskeisenä keinona tukea kestävää kehitystä. Liiketoimintamallilla tarkoitetaan tässä yrityksen toimintaperiaatteiden yleiskuvausta eli kuvausta siitä, miten yritys toimii. Kestävän kehityksen mukaiseen liiketoimintaan on monia ratkaisuja, joista tunnetuimpia lienevät materiaalien ja energian käytön tehokkuuteen, kierrätykseen ja uusiokäyttöön, ehtyvien luonnonvarojen käytön rajoittamiseen ja korvaavien (aurinko, tuulienergia tms) resurssien hyödyntämiseen perustuva liiketoiminta sekä sosiaalinen yrittäjyys. (Bocken, Short, Rana & Evans 2014.)

Noin kolmannes maapallolla tuotetusta ruoasta joutuu hävikiksi tai jää syömättä. Koko suomalaisen ruoantuotantoprosessin ruokahävikin ilmastovaikutukset vastaavat noin 300 000 henkilöauton vuosittaisia päästöjä. Ruoantuotanto on yksi suurimmista ilmastovaikutuksista aiheuttavista tekijöistä; sen piiriin lasketaan jopa noin kolmannes kaikista ihmiskunnan ilmastovaikutuksista. Erityisesti ympäristöä paljon kuormittavien ruokien heittämistä roskiin tulisi välttää. Suurimman osan ruoan ilmastovaikutuksista synnyttävät lihan ja maidon tuotanto – erityisesti naudanliha ja juusto kuormittavat ympäristöä nautojen ruoansulatuksen metaanipäästöjen vuoksi. Metaani on jopa 25 kertaa voimakkaampi kasvihuonekaasu kuin hiilidioksidi. Ympäri vuotisesta kasvihuoneviljelystä aiheutuu myös paljon energiankulutuksesta johtuvia päästöjä. Avomaalla viljeltävien kasvien ilmastovaikutukset ovat puolestaan pienet. Ongelmalla on tietenkin myös taloudelliset vaikutuksensa. Vuosittaisen ruokahävikin taloudellinen arvo on n. 500 miljoonaa euroa. Kun täysin syötäväksi kelpaavaa ruokaa heitetään roskiin, kaikki ruoan tuottamiseen käytetty energia ja työpanokset menevät hukkaan ja me jokainen makamme siitä kauppa- tai ravintolalaskumme loppusummassa.



Suomalaisten kotitalouksien, suomalaisen elintarviketeollisuuden, kaupan ja ravintoloiden yhteenlaskettu ruokahävikki on vuosittain yhteensä noin 335–460 miljoonaa kiloa. Kauppojen ruokahävikistä vain pieni osa, noin 10–15 prosenttia, hyödynnetään tavalla tai toisella. Ruokahävikin käytön tehostamisella voitaisiin vähentää ympäristön kuormittamista ja saavuttaa muitakin etuja, kuten luoda työpaikkoja ja tarjota ruokaa edulliseen hintaan (tai veloitusetta).

Idean Suomen ensimmäisen ruokahävikki ravintolan perustamiseen sai Rhea Solutions Oy:n Johanna Kohvakka ollessaan keväällä 2015 sattumalta organisoinnissa hävikkiruokatapahtumaa Helsingin Narinkkatorilla. Ruoka Kohvakka tarjosi tapahtumassa hävikkiraaka-aineista ammattikokin johdolla valmistettua herkkua ja houkuttelevaa lounasruokaa. Tilaisuudessa käydyn keskustelun yhteydessä paikalla ollut kauppias totesi: ”Teidän pitäisi järjestäytyä vähän paremmin, juuri heitin pari lavallista ruokaa roskiin!” Tästä Johanna Kohvakka sai ajatuksen selvittää asiaa lähemmin.

Suomessa ruokahävikin hyödyntäminen ihmisravinnoksi on toistaiseksi rajoittunut uskonnollisten yhteisöjen ja eri yhdistysten tai järjestöjen toimintaan ja se ollut varsin rajallista: ruoka-apua jaetaan useimmissa paikoissa vain muutamina päivinä viikossa ja toisaalta ruoka-aputoimijoita ei ole kaikkialla niin, että kauppojen ruokahävikkiä voitaisiin kattavasti hyödyntää.

Tästä Johanna Kohvakka saikin ajatuksen siitä, että hävikkiruoan logistiikkakustannukset voitaisiin kattaa valmistamalla raaka-aineista tavallisia ravintola-annoksia. Potentiaalisiksi asiakkaiksi profiloituivat ekologisesti ajattelevat nuoret, jotka haluaa olla mukana ilmastomuutoksen vastaisessa taistelussa.

Kaupan ruokahävikki on monesti täysin syötäväksi kelpavaa eikä suinkaan täysin käyttökelvoton. Suomalaisen kuluttajan vaatimukset siitä, miltä tuotteen pitää näyttää ulospäin määrittelevät paljolti sen, minkälaisia tuotteita kaupan kannattaa pitää hyllyssään. Muodoltaan tai väriltään muuttuneet tuotteet eivät välttämättä houkuttele asiakasta ja joutuvat sen vuoksi hylätyiksi. Tosiasiallisesti kuitenkin rumat porkkanat, käyrät kurkut tai pehmeät tomaatit ovat usein erittäin herkullisia. Lievästikin tummentunut banaani on suomalaiskuluttajan mielestä syömäkelpovoton, vaikka tosiasiaa juuri tummuneista, kypsistä banaaneista saa mitä parhaita jälkiruokaa – parempaa kuin tuoreista, vaaleista banaaneista, toteaa Johanna Kohvakka.

Kauppiailla ole aikaa tai resursseja miettiä, mitä tehdä hylätyille tuotteille saati kehittää järjestelmää, joilla hävikkiruoka toimitettaisiin uusiokäyttöön. Suomessa aihe on kuitenkin ajankohtainen ja esimerkiksi Luonnonvarakeskus (LUKE) etsii uusia keinoja hyödyntää ruokahävikkiä siten, että syömäkelpoinen ruoka hyödynnettäisiin ihmisravinnoksi ja syömäkelpoton muilla keinoin. *“Parhaimmillaan hävikistä ja sivuvirroista syntyy arvokkaampia tuotteita ja uutta liiketoimintaa”* (LUKE).

Pienestä heitosta alkunsa saanut idea konkretisoitui nopeasti konseptiksi, joka sai nimen **“From Waste to Taste”**. Toiminnan lähtökohtana on, että kunkin kauppiaan

kanssa tehdään sopimus, jonka jälkeen kauppias voi koska tahansa soittamalla, tekstiviestillä, netissä tai mobiili-aplikaatiolla ilmoittaa, milloin elintarvikkeita tai ruokaa on kertynyt riittävästi noudettavaksi. Keräilyautojen ajoreitit suunnitellaan säännöllisten sopimusten ja mahdollisten yllättävien ilmoitusten perusteella. Saapuneet tuotteet lajitellaan ja parhaat tuotteet käytetään omassa ravintolatoiminnassa. Ylimääräisistä tuotteista osa toimitetaan ruoka-aputoimijoille, osa käytetään säilykkeiden, mehujen tai esim. kotijuustojen valmistukseen ja loput toimitetaan eläinten ruoaksi. Ravinnoksi kelpaamattomat tuotteet kompostoidaan tai toimitetaan energian tuotantoon.

Suomen ensimmäinen hävikkiruokaravintola sai nimekseen ravintola Loop, joka tarkoittaa suomeksi silmukkaa. Se kuvaa yrityksen liiketoimintamallia, joka perustuu hävikkiruuan hyödyntämiseen ravintolan pääraaka-aineena. Helsingin Lapinlahdessa sijaitseva ravintola tekee ammattikokkien johdolla gourmet-tason ruokaa kaupan hylkäämistä elintarvikkeista ja ruoasta. Ruoan laadun lisäksi ravintola panostaa ruoan ulkonäköön ja ravintolan viihtyisyyteen. Ruokatuohtantoa johtavilta ammattilaisilta toiminta edellyttää nopeaa kykyä luoda käsillä olevista, hyvin vaihtelevista raaka-aineista herkullista ateriaa. Ennakointiin tai pitkäjänteiseen suunnitteluun on hyvin rajalliset mahdollisuudet.

Myös henkilöstön osalta ravintola pyrkii toimimaan vastuullisesti. Vaikka ydintyöntekijät ovat alan ammattilaisia, hanke työllistää myös säännöllisesti työ- ja opiskelu-elämän ulkopuolelle joutuneita nuoria, maahanmuuttajia ja pitkäaikaistyöttömiä ja auttaa heitä pääsemään kiinni työelämään. Työ tarjoaa työkokemuksen lisäksi kielikoulutusta, hygieniapassin ja apua työnhakuun. Tavoite on löytää kaikille hankkeen osallistujille heille sopiva jatkopolku työllistymisjakson jälkeen.

Tulevaisuuden tavoitteena hankkeella on laajentaa toimintaa ja perustaa ns. ruoankierrätyskeskus, joka toimisi hävikkiruuan logistiikkakeskuksena. Keskuksessa ruokaa voitaisiin käsitellä nopeasti ja tehokkaasti sekä sitä voitaisiin toimittaa yhä useampiin kohteisiin. Hävikkiruokaravintoloita on suunnitteilla tällä hetkellä Turkuun ja Rovaniemelle From Waste to Taste -hankkeen esimerkin innoittamana. Tärkeintä toimintamallissa on se, että ruoan korkeaan laatuun kiinnitetään huomiota eikä toimintaa perusteta vapaaehtoistoimintaan. Hyvä ruoka, työllistäminen ja ilmastomuutoksen vastainen taistelu ovat hankkeen ideologian keskiössä.



LÄHTEET

Luomu perustietoa. Viesti luomusta oikein –hanke. Luomukoulutuspaketin pilotointi huhtikuu 2016. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Ruoka 2030. 2016. Maa- ja metsätalousministeriö.fi

Taloustutkimus 2015.

Valtioneuvoston periaatepäätös julkisista hankinnoista. 2013.



KIRJOITTAJAT

Leena Alakoski
yliopettaja, ETT

Auli Guiland
yliopettaja, FL, MMM

Leila Jaakkola
lehtori, MMM

Sari Jääskeläinen
lehtori, KTM

Outi Kinnunen
palvelupäällikkö, restonomi (YAMK)

Johanna Kohvakka
toimitusjohtaja, laskentaekonomi

Mailis Korkiakangas
lehtori, KT

Tuula Kuivanen
lehtori, KM

Amanda Kääriäinen
yrittäjä, restonomi

Henry Lybäck
lehtori, restonomi (YAMK)

Aino Maijala
palvelupäällikkö, restonomi

Päivi Mantere
lehtori, MMM

Mari Meriläinen
opiskelija

Kaija Meriläinen
lehtori, FM

Mervi Niemelä
lehtori, ETM

Marjo Pääskyvuori
lehtori, KM

Teemu Sirainen
ravintolapäällikkö, restonomi

Miia Vakkuri
lehtori, restonomi (YAMK)



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän



Mailis Korkiakangas (toim.)

**UUDENMAAN ALUETTA
PALVELEMASSA JA KEHITTÄMÄSSÄ.
ARTIKKELEITA
RESTONOMIKOULUTUKSESTA**

Uudenmaan aluetta palvelemissa ja kehittämässä -julkaisu pohjautuu Laurean strategian kolmeen teemaan. Tarkasteltavana ovat yrittävän ihmisen, aluetta palvelevan ja yhteiskuntavastuullisen korkeakoulun teemat. Niihin liittyvät artikkelit kuvaavat opettajien, opiskelijoiden ja työelämän toimijoiden kehittämishankkeissa toteutuvaa yhteistyötä.

Laurean strategian mukainen tahtotila on olla metropolialueen hyvinvoinnin ja kilpailukyvyyn kansainvälinen kehittäjä. Koulun ja työelämän yhteiset oppimisympäristöt tuottavat kokemuksia, virittävät luovuutta ja uteliaisuutta sekä motivoivat tutkimaan ja kehittämään. Näin on mahdollista luoda tulevaisuudessa tarvittavaa osaamista ja rakentaa yhdessä tulevaisuuden työelämää Uudellamaalla.

Aluetta palveleva korkeakoulu on strategisesti siellä, missä osaamista tarvitaan. Laurea on mukana tuottamassa hyvinvointia ja kilpailuetua kansainvälistyvällä Uudellamaalla.