



OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

KOHTI RUOKAMAAKUNTAA 2020

Selvitys Kuopion alueen yritysten arvoista ja valmiudesta sitoutua European Region of Gastronomy – verkoston toimintaperiaatteisiin

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Jenni Hinkkanen	
Työn nimi Kohti ruokamaakuntaa 2020: Selvitys Kuopion alueen yritysten arvoista ja valmiudesta sitoutua European Region of Gastronomy -verkoston toimintaperiaatteisiin	
Päiväys	18.12.2017
Sivumäärä/Liitteet	32/2
Ohjaaja(t) Anne-Mari Heikkinen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) ProAgraria Pohjois-Savo ry	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön aiheena oli tehdä haastattelututkimus, jossa tutkitaan Kuopion alueen matkailu- ja ravitsemisalan yritysten kiinnostusta European Region of Gastronomy –tunnustusta kohtaan sekä sitä, että kohtaavatko yritysten arvot tunnustuksen arvojen kanssa. Opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta: teoriaosuudesta ja empiirisestä osiosta. Empiirisessä osiossa käsitellään tutkimuksen toteutusta ja tuloksia sekä pohdintoja ja johtopäätöksiä. Teoriaosuudessa käsitellään työn keskeisimmät teoriat, kuvaillaan opinnäytetyöprosessin kulku sekä kerrotaan toimeksiantajasta, ProAgraria Pohjois-Savo ry:stä.</p> <p>Työn keskeisimmät teoriat liittyvät European Region of Gastronomy -tunnustukseen ja siihen liittyviin hankkeisiin, vastuullisuuteen, lähiruokaan sekä ruokamatkailuun.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä on kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Työssä tutkimuskeinona on käytetty puolistrukturoitua teemahaastattelua. Teemahaastatteluja toteutettiin yhteensä seitsemän kappaletta erilaisille matkailu- ja ravitsemisalan yrityksille Kuopion alueella. Teemahaastattelussa esitettiin yhteensä kaksitoista kysymystä, neljässä eri teemassa. Kysymykset ja teemat päätettiin yhdessä toimeksiantajani kanssa.</p> <p>Työn keskeisimmät tulokset ovat tutkimuskysymyksiin saadut vastaukset sekä teemahaastatteluiden pohjalta tehdyt johtopäätökset. Haastatteluiden avulla saatiin selville, että European Region of Gastronomy on vielä hieman tuntematon asia yrityksille. Haastatteluista selvisi myös, että Kuopion alueen yritykset ovat tietämättömyydestä huolimatta kiinnostuneita European Region of Gastronomy -tunnustuksesta. Tämän lisäksi saatiin selville, että yritysten asettamat arvot ja tunnusten arvot kohtaavat jo nyt todella hyvin puhuttaessa vastuullisuudesta sekä paikallisruoan käyttöasteesta.</p>	
Avainsanat European Region of Gastronomy, lähiruoka, vastuullisuus, ruokamatkailu	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management			
Author(s) Jenni Hinkkanen			
Title of Thesis Towards food province 2020: The value and readiness of the Kuopio region companies to commit to the principles of the European Region of Gastronomy network			
Date	18.12.2017	Pages/Appendices	32/2
Supervisor(s) Anne-Mari Heikkinen			
Client Organisation /Partners ProAgria Pohjois-Savo ry			
<p>Abstract</p> <p>The subject of this Bachelor's Thesis was to conduct an interview study on the interest of tourism and catering companies in the Kuopio region for the recognition of the European Region of Gastronomy and whether the values of the companies meet with the values of recognition. This thesis consists of two parts: the theoretical part and the empirical part. In the empirical part I will deal with the implementation and results of the research and the reflections and conclusions. In the theoretical part, I deal with the most important theories of the work, describe the course of the thesis process, and I tell about my client, ProAgria North Savo Association.</p> <p>The most important theories of my work concern the European Region of Gastronomy and related projects, responsibility, local food and food tourism.</p> <p>The research method of my thesis is the qualitative research method. In my thesis I have used theme interviews as the research tool. A total of seven theme interviews were conducted for various tourism and catering companies in the Kuopio area. In the theme interview, I put together twelve questions on four different themes. Questions and themes were decided together with my client.</p> <p>The most important results of my thesis are the answers to the research questions and the conclusions based on the answers of the theme interviews. Through interviews I found out that the European Region of Gastronomy is still a little unknown to businesses. From the interviews I also found that companies in the Kuopio area, despite their ignorance, are interested in the European Region of Gastronomy recognition. In addition to this, I found out that the values set by companies and the values of the recognition, already meet really well when talking about responsibility and the use of local food.</p>			
Keywords European Region of Gastronomy, local food, sustainability, food tourism			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	OPINNÄYTETYÖN TAUSTA	7
2.1	Opinnäytetyön toimeksiantaja	7
2.2	Opinnäytetyöprosessi	7
3	EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY	9
3.1	IGCAT	9
3.2	European Region of Gastronomy ja sen toimintaperiaatteet	10
3.3	Hankkeet European Region of Gastronomyn takana	11
3.3.1	Pohjois-Savon maaseutustrategia	12
3.3.2	RuokaSavo -hanke	12
3.3.3	Premium -hanke	12
4	VASTUULLISUUS	13
4.1	Taloudellinen vastuullisuus	13
4.2	Ekologinen vastuullisuus	13
4.3	Sosiaalinen vastuullisuus	14
5	LÄHIRUOKA	15
5.1	Lähiruoan määritelmä	15
6	RUOKAMATKAILU	16
6.1	SATOA Kuopio Food Festival	16
7	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	18
7.1	Tutkimuskysymykset	19
7.2	Haastateltavat yritykset	19
7.2.1	Kaunismaan Tila	19
7.2.2	Koivumäen Kartano	19
7.2.3	Ravintolamestarit	20
7.2.4	Ravintola Morton	21
7.2.5	Ravintola Urban	21
7.2.6	Sininen Helmi	21
7.2.7	Sport&Spa Vesileppis	22
8	TUTKIMUKSEN TULOKSET	23
8.1	Yleiset tiedot	23

8.2	Vastuullisuus	24
8.3	Paikallisruoka.....	25
8.4	Sitoutuminen	26
8.5	Odotukset, tavoitteet ja tulevaisuus	27
9	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	29
9.1	Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	30
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	31
	LIITE 1: YRITYKSILLE LÄHETETTY SÄHKÖPOSTIPOHJA.....	33
	LIITE 2: TEEMAHAASTATTELURUNKO.....	34
	KUVIOT	35
	TAULUKOT.....	36

1 JOHDANTO

Tutkimukseni otsikko on kohti ruokamaakuntaa 2020. Toimeksiantajani ProAgria Pohjois-Savo ry yhteistyössä Kuopion kaupungin ja Savonia-ammattikorkeakoulun kanssa haki European Region of Gastronomy -tunnustusta Kuopion alueelle vuodelle 2020. Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, onko Kuopion alueen ruoka- ja matkailupalveluita tuottavilla yrityksillä kiinnostusta European Region of Gastronomy -tunnustusta kohtaan. Lisäksi selvitän kohtaavatko yritysten ja tunnustuksen arvot.

European Region of Gastronomy on eurooppalainen yhteistyöverkosto, joka pyrkii edistämään yhteistyötä ruokakulttuurin, matkailun ja taiteen parissa. Verkostossa tutkitaan ruokakulttuuriin sekä matkailuun liittyviä ilmiöitä ja innovaatioita, mutta pyritään myös edistämään alueen tunnettavuutta sekä parantamaan aluetaloutta.

Opinnäytetyöni aihetta valitessa pohdin, että matkailu ja ruoka ovat molemmat minua kiinnostavia aiheita ja sen vuoksi päädyin tähän aiheeseen. Ehdotuksen aiheeseen sain ProAgrian Jarkko Kääriäiseltä, kun lähetin hänelle sähköpostikyselyn mahdollisista opinnäytetyönaiheista. Aihe on mielestäni mielenkiintoinen ja ajankohtainen, sillä Kuopion alue on ensimmäinen alue, joka tunnustusta Suomessa hakee. Opinnäytetyöni on laadullinen tutkimus ja aineistona työssä käytän teemahaastattelusta saatuja vastauksia. Puolistrukturoidun teemahaastattelun toteutin yhteensä seitsemälle eri matkailu- ja ravitsemisalan yritykselle Kuopion alueella. Toteutin haastattelut syys- ja lokakuussa 2017.

Opinnäytetyöni rakentuu yhdeksästä luvusta, joista ensimmäinen on johdanto. Luvussa kaksi pohdin työn taustaa, selvitän opinnäytetyöprosessin ja kerron opinnäytetyöni toimeksiantajasta ProAgria Pohjois-Savo ry:stä. Luvussa kolme kerron European Region of Gastronomy -tunnustuksesta, sen myöntäjäjärjestöstä IGCAT:sta sekä hankkeista tunnustuksen takana. Luvut neljä, viisi ja kuusi käsittelevät opinnäytetyöni tärkeimpiä käsitteitä; vastuullisuutta, lähiruokaa sekä ruokamatkailua.

Näiden viiden luvun jälkeen siirryn opinnäytetyön empiriseen osioon, joka alkaa luvusta seitsemän. Seitsemännessä luvussa esittelen tutkimuskysymykset ja yritykset, joille toteutin suunnittelemani teemahaastattelun ja kerron myös tutkimuksen toteutuksesta sekä kvalitatiivisesta tutkimuksesta. Kahdeksannessa luvussa esittelen tutkimukseni tulokset. Viimeisessä luvussa käyn läpi johtopäätökseni sekä käsittelen myös työn luotettavuutta sekä eettisyyttä.

Aloitin opinnäytetyön tekemisen kesällä 2017, jolloin tein opinnäytetyösuunnitelman ja tutustuin teoriaan. Varsinaisen työn tekemisen aloitan loppukesästä 2017, jolloin aloin kirjoittamaan tietoperustaa ja suunnittelin teemahaastattelurungon. Syksyn ja alkutalven aikana toteutin teemahaastattelut ja litteroin ne sekä kirjoitin työni valmiiksi.

2 OPINNÄYTETYÖN TAUSTA

Opinnäytetyöni toimeksiantaja ProAgria Pohjois-Savo ry on yhteistyössä Kuopion kaupungin ja Savonia-ammattikorkeakoulun kanssa, hakemassa European Region of Gastronomy tunnustusta Kuopion alueelle vuodelle 2020. European Region of Gastronomy -tunnustus on eurooppalaisen yhteistyöverkoston IGCAT:in myöntämä tunnustus, joka pyrkii edistämään paikallista yhteistyötä ruokakulttuurin, matkailun ja taiteen parissa. Verkostossa tutkitaan ruokakulttuuriin sekä matkailuun liittyviä ilmiöitä ja innovaatioita, mutta pyritään myös edistämään alueen tunnettavuutta sekä parantamaan aluetaloutta.

2.1 Opinnäytetyön toimeksiantaja

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on ProAgria Pohjois-Savo ry, joka on yksi ProAgrian alaisista jäsenorganisaatioista. ProAgrian tavoitteena on tarjota palveluita kilpailukyyn kehittämiseksi maatalouden- ja yritystoiminnan osa-alueilla. Jäsenorganisaatioita on yhteensä 11 kappaletta ympäri Suomea. Yhdistyksen tavoitteena on tuottaa asiakkaille ja jäsenille sellaisia palveluita, jotka antavat yritykselle mahdollisimman paljon lisäarvoa, kilpailukykyä, unohtamatta tietenkään laatua sekä kannattavuutta. ProAgria toimii kumppanuusyhtymänä jäsenten kanssa. ProAgria toimii ns. ”pellolta pöytään saakka”, sillä toimialoihin kuuluvat muun muassa kasvit, sikatalous, luomutuotanto, hyvinvointi sekä tietenkin matkailu ja ruoka. (ProAgria 2014.)

ProAgrian yhteydessä toimii myös Maa- ja kotitalousnaisten järjestö, joka on valtakunnallinen asiantuntijajärjestö, jonka päätoimialoina ovat ruoka, maaseutumaisema sekä yrityspalvelut. Se on samalla myös aktiivinen verkosto maaseutuhenkisille ihmisille. (Maa- ja kotitalousnaiset s.a.)

2.2 Opinnäytetyöprosessi

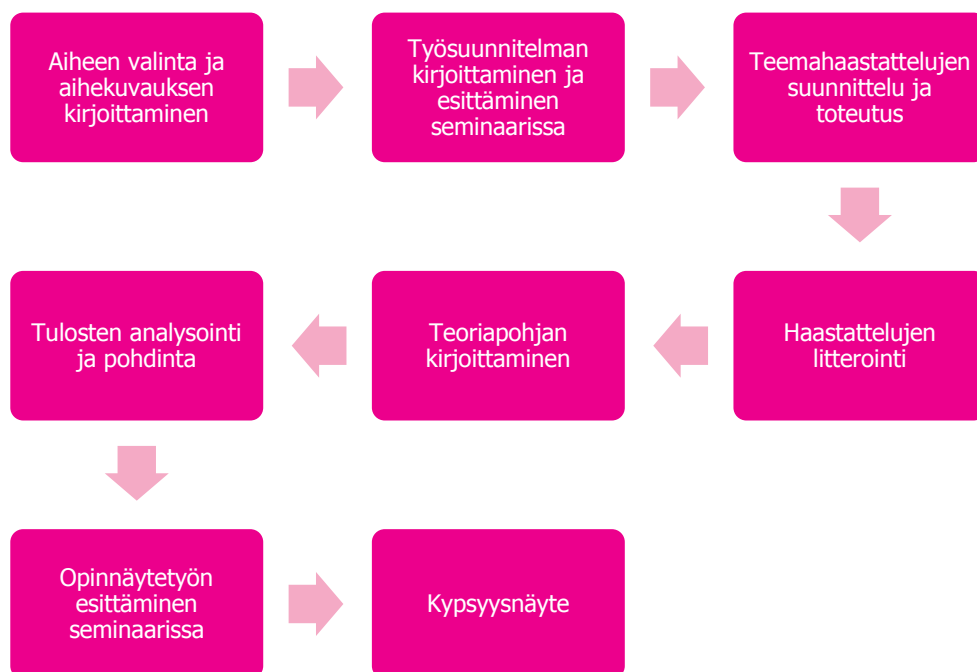
Opinnäytetyöprosessi alkoi opinnäytetyön aiheen etsinnällä ja valinnalla. Mielestäni paras tapa löytää opinnäytetyön aihe on tiedustella sitä suoraan yrityksiltä, joista itse on kiinnostunut. Opinnäytetyön aiheeni valinta ei ollut helppo. Mielenkiinnon aiheita oli monia ja mietin useasti mikä olisi kiinnostava aihe, mistä haluaisin oppia lisää ja mikä olisi niin sanotusti urauurtava aihe, että siitä olisi hyötyä itseni lisäksi myös toimeksiantajalle. Jo kouluun päästessäni tiesin, että opinnäytetyöni tulisi olemaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kyselin opinnäytetyön aiheita useista yrityksistä sekä ravintola- että matkailualalta, mutta harmikseni sain todeta, että vain muutama yrityksistä vastasi sähköpostikyselyyni. Sain kuitenkin ProAgrian Jarkko Kääriäiseltä monta mahtavaa ehdotusta opinnäytetyön aiheeksi, joista tämä kyseinen aihe loppujen lopuksi valikoitui minun opinnäytetyöni aiheeksi.

Aiheen valinnan jälkeen oli aika tehdä PowerPoint -muotoinen aihekuvaus. Aihekuvauksessa selvennettiin aihealue ja tehtiin alustava rajausta aiheeseen, jotta opinnäytetyöstä ei tulisi liian laaja. Aihekuvauksesta tuli käydä ilmi myös työelämäyhteys, opinnäytetyön tavoitteet ja merkitys, työn toteuttamistapa sekä alustava aikataulu.

Saatuani aihekuvauksen valmiiksi oli aika aloittaa raporttimuotoisen työsuunnitelman kirjoittaminen. Työsuunnitelma toimii pohjana ja suuntaviivoina viralliselle opinnäytetyölle. Työsuunnitelmassa pohjustettiin aiheeseen liittyvää teoriaa, avattiin toteutusta enemmän sekä kerrattiin suunniteltu aikataulu sekä opinnäytetyön merkitys. Työsuunnitelma tuli esittää ja ohjaavan opettajan tuli hyväksyä se, ennen kuin sai jatkaa opinnäytetyön tekemistä.

Työsuunnitelman kirjoittamisen, esittämisen sekä hyväksymisen jälkeen oli vuorossa teemahaastattelurungon suunnitteleminen ja teemahaastatteluiden toteutus valituille yrityksille. Haastateltavia yrityksiä minulla oli seitsemän kappaletta, joille lähetin sähköpostikyselyn, että olisiko heillä kiinnostusta osallistua haastattelututkimukseen (liite 1). Teemahaastatteluni oli puolistrukturoitu eli haastatteluissani oli neljä selkeää teemaa ja valmiiksi mietittyjä kysymyksiä, jotka kaikki esitin haastateltaville. Saatuani kaikki haastattelut tehtyä ja nauhoitettua, oli vuorossa nauhoitteiden litterointi eli äänitallenteiden puhtaaksikirjoittaminen tekstimuotoon.

Litteroinnin jälkeen oli vuorossa teoriapohjan kirjoittaminen valmiiksi sekä saatujen tulosten analysointi, joita käytin pohjana pohdinta-osioon sekä johtopäätöksiin. Opinnäytetyön kirjallisen osuuden oltua valmis esitin se opinnäytetyöseminaarissa. Opinnäytetyöseminaarissa toinen opiskelija myös opponoi työni. Seminaarin jälkeen tein vielä kypsyysnäytteen.



KUVIO 1. Kuvaus opinnäytetyöprosessin kulusta (Hinkkanen 2017a).

3 EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY

Tässä osiossa kerron European Region of Gastronomy -tunnustuksesta, IGCAT:sta, siitä miten tunnustus on mahdollista hakea ja saada sekä hankkeista tunnustuksen hakemisen takana.

European Region of Gastronomy -tunnustus on sitoutumattoman eurooppalaisen IGCAT -yhteistyöverkoston myöntämä tunnustus, joka pyrkii edistämään yhteistyötä ruokakulttuurin, matkailun ja taiteen parissa. Verkostossa tutkitaan ruokakulttuuriin sekä matkailuun liittyviä ilmiöitä ja innovaatioita, mutta pyritään myös edistämään alueen tunnettavuutta ja parantamaan aluetaloutta. European Region of Gastronomy -tunnustusta voidaan verrata myös kulttuuripääkaupunki -titteliin.

Tunnustus, jota Kuopion alue hakee, myönnetään vuodeksi kerrallaan kahdelle – kolmelle alueelle kerrallaan. Kuopion alue, hakijana ProAgria yhteistyössä Kuopion kaupungin ja Savonia-ammattikorkeakoulun kanssa, on ensimmäinen suomalainen alue, joka tunnustusta hakee. Tunnustuksen hakeminen alkaa liittymällä European Region of Gastronomy -verkostoon, johon toimeksiantajani ProAgria Pohjois-Savo ry on liittänyt Kuopion alueen vuonna 2015. Tunnustusta haetaan kirjamuu-
toisella hakemuksella, joka luovutettiin kansainväliselle raadille kesäkuun puolessa välissä Kuopiossa järjestetystä konferenssissa. Parhaimmillaan tunnustus voisi tuoda Kuopiolle ja sen lähialueille näkyvyyttä, arvostusta kaupunkina, uusia liiketoimintamalleja ja matkailijavirtojen kasvamista. Tunnustus mahdollistaa uusien, innovatiivisten tapahtumien järjestämisen, maatalouden kehittämisen sekä panostamisen koulutukseen ja yrittäjyyteen.

3.1 IGCAT

IGCAT eli International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism on voittoatavoittelematon ja sitoutumaton järjestö, joka on perustettu vuonna 2012. Toimimalla yhteistyössä hallitusten, alueellisten sekä paikallisten päättäjien kanssa järjestö pyrkii tuomaan keskusteluissaan esiin paikallista ruokaa, kulttuuria ja luonnonvaroja, mikä antaa näkyvyyden paikallisille tuotteille, luovuudelle sekä palveluille. Järjestö pyrkii parantamaan kansalaisten elämänlaatua esimerkiksi korostamalla erottuvia, omalaatuisia ruokakulttuureja, jakamalla tietoa paremmasta terveydestä, vastuullisuudesta sekä edistämällä innovaatioiden syntyä ja kehittämistä. (IGCAT 2017.)

IGCAT toimii virallisena sihteeristönä muun muassa seuraaville projekteille:

- 🚩 European Region of Gastronomy alusta
- 🚩 European Young Chef (Nuori Kokki) tunnustus → projektin tavoitteena on tukea ja ylläpitää paikallisia tuotteita, reseptejä sekä perinteitä alueiden nuorten kokkien avulla, jotka voivat toimia tulevaisuudessa alueensa lähettiläänä
- 🚩 Local Food Gift -tunnustus → projektin tavoitteena on edistää paikallista luovuutta ja kekseliäisyyttä. Projektin tavoitteena on myös edistää alueellista näkyvyyttä luomalla luovia, hyödyllisiä ja käytännöllisiä paikallisia elintarvikkeita (IGCAT 2017.) Tavoitteena on siis saada

tuotteistettua paikallisia tuotteita ja raaka-aineita, joita ulkomaiset turistit voisivat ostaa ja viedä matkamuinoina myös kotimaahansa.

3.2 European Region of Gastronomy ja sen toimintaperiaatteet

European Region of Gastronomy tarkoittaa suomennettuna Euroopan gastronomista matkailualueetta. Eurooppalaisten gastronomia-alueiden tunnustusta voi hakea mikä tahansa kunta, provinssi tai valtio, jotka huolehtivat, että ruoan laatu kehittyy ja paikallisia kulttuuriperinteitä tuetaan edelleen. Titteliä tavoittelevan alueen on sitouduttava yhteisöön vähintään viideksi vuodeksi. Tunnustuksen saamiseksi edellytetään seuraavia asioita:

1. Tiedon jakaminen
2. Akateemisen, julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin edustajien osallistaminen
3. Älykkään, kattavan ja kestävän kasvun tukeminen
4. Sitoutuminen eurooppalaisten gastronomia -alueiden verkostoon

Ensimmäinen tunnustus myönnettiin vuonna 2016 portugalilaiselle maakunnalle, Minholle. Tämän jälkeen tunnustuksia on myönnetty vielä yhdeksän (9) kappaletta, mukaan lukien Kuopion alue. Tunnustus on myönnetty tähän mennessä seuraaville alueille ja nimen perässä oleva vuosiluku tarkoittaa kyseisen alueen juhluvuotta:

- 🚩 Minho, 2016
- 🚩 Katalonia, 2016
- 🚩 Riika – Gauja, 2017
- 🚩 Itä Lombardia, 2017
- 🚩 Aarhus, 2017
- 🚩 Pohjois-Brabant, 2018
- 🚩 Galway, 2018
- 🚩 Etelä-Aegean, 2019
- 🚩 Sibiu, 2019
- 🚩 Kuopio, 2020 (European Region of Gastronomy 2017.)

Eurooppalaisten gastronomia – alueiden yhteisö painottaa 11 asiaa toiminnassaan:

- 🚩 Maapallon ruokkiminen → pyritään keskustelemaan ja jopa ratkaisemaan kuinka pystymme tuottamaan riittävästi ruokaa kaikille
- 🚩 Kestävä kehitys → pyritään herättämään keskustelua kestävästä turismista, gastronomiasta sekä ruokatuotannosta. Yhteisön tavoitteena on kehittää ympäristön kannalta kestävämpää ruoan tuotantoa ja kulutusta
- 🚩 Koulutus → lukuisia yhteistöitä koulujen ja muiden instituutioiden kanssa, jotta tieto paikallisen gastronomian merkityksestä tavoittaisi mahdollisimman monet

- ✚ Innovaatiot → perinteet ja paikalliset ruokakulttuurit muodostavat ruokakulttuurin ja paikallisen gastronomian ytimen. Paikallinen tieto onkin todella tärkeä innovatiivisten tuotteiden lähde
- ✚ Globalisaatio → uhka vai mahdollisuus? Kansainvälistyminen lisää kilpailua ja uhkaa paikallisia ja perinteisiä tuottajia, mutta toisaalta ruokamarkkinoiden kasvu luo mahdollisuuden laajentaa markkinoita. Yhteisön tavoitteena on jakaa tietoa paikallisten tuotteiden lisäarvosta ja pyrkiä erottumaan muista tuotteista. Tittelin saaneet alueet sitoutuvat tukemaan paikallisten tuotteiden ja palveluiden yhteismarkkinointia
- ✚ Digitaalisuus → nykyään perinteinen markkinointi ei enää riitä vaan tarvitaan luovuutta, siksi ruokatuotteidenkin arvo täytyy lisätä käyttämällä digitekniikkaa
- ✚ Maaseudun ja kaupungin välinen yhteistyö → nykyuoret eivät tiedä enää mistä heidän ruokansa tulee. Gastronomiamaakunnat tarjoavat mahdollisuuden yhdistää maaseudun kaupunkiin ja kaupungin maaseudulle.
- ✚ Globaali kilpailukyky → Gastronomiamaakuntien tavoitteena on korostaa Euroopan ruokakulttuurien ja -perinteiden omaleimaisuutta, jotta pystytään kilpailemaan muualla maailmassa tuotettujen elämyksien ja elintarvikkeiden kanssa. Yhteistyö Taste of Europe – ohjelman kanssa auttaa Eurooppaa profiloitumaan kansainvälisesti
- ✚ Terveys → yhteisön tavoitteena on edistää tietoisuutta terveysongelmista sekä lisätä tietoisuutta siitä, kuinka hyvinvointia pystyy lisäämään syömällä puhtaasti tukien paikallisia ja alueellisia ruokia
- ✚ Moninaisuus → kun suositaan paikallista ruokaa, auttaa se edistämään ruoan, kulttuurin ja luovuuden monimuotoisuutta alueella
- ✚ PK-yritysten tukeminen → pienet ja keskisuuret yritykset ovat ruokatuotannon ja elämyksen tukipilari. Eurooppalainen gastronomia -yhteisö tukee ja edistää pk-yritysten yhteistyötä, lisää heidän näkyvyyttään sekä avustaa niitä kohti kestävämpää taloudellista, kulttuurillista sekä ympäristöllistä tilaa (IGCAT s.a.)

3.3 Hankkeet European Region of Gastronomyn takana

ERG-kokonaisuutta on toteutettu Kuopion alueella RuokaSavo-hankkeen tuella jo vuodesta 2015. RuokaSavo-hanke on koordinaatiohanke vuosille 2015-2018 ja tavoitteena on ruokamaakunnan aseman vahvistaminen niin paikallisesti kuin valtakunnallisesti sekä myös kansainvälisesti vuoteen 2020 mennessä. Hankkeen tavoitteet ovat yhteneväiset Pohjois-Savon maaseutustrategian kanssa, mikä toimii pohjana RuokaSavo- ja Premium-hankkeille.

Hanke pyrkii myös vahvistamaan pohjoissavolaisten elintarvikeyritysten kasvua ja osaamista sekä se pyrkii jalkauttamaan ruokamatkailun Pohjois-Savoon. Kaikki hankkeen tavoitteet siis sopivat hyvin yhteen European Region of Gastronomyn tavoitteiden kanssa. RuokaSavo-hanketta rahoittaa Pohjois-Savon ELY-keskus ja rahat on myönnetty hankkeelle Euroopan maaseudun kehittämisrahoituksesta. (Lehtoaro ja Sares 2015a.)

3.3.1 Pohjois-Savon maaseutustrategia

Pohjois-Savon Elinkeino-, liikenne- ympäristökeskuksen (ELY) luoman maaseutustrategian slogan vuosille 2014-2020 on ”Rajattomien mahdollisuuksien maaseutu 2020”. Maaseutustrategiaa toteutetaan kohdentamalla rahastojen rahoitusta, tavoitteena yrittäjyyden kehittäminen ruoka- ja metsäketjuissa sekä maaseutuyrittäjyyden monipuolistamisessa. Tavoitteisiin päästääkseen erilaisten toimenpiteiden avulla pyritään lisäämään osaamista, vahvistamaan yhteistyötä ja kehittämään toimintaympäristöä. Strategiassa huomioidaan myös ympäristöön liittyvät asiat, kuten ilmastonmuutos. ELY-keskus on määritellyt strategiassa läpileikkaaviksi tavoitteiksi kansainvälisyyden, nuorison, ympäristön sekä erilaiset innovaatiot. (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2014.)

Pohjois-Savon maaseutustrategian visioidaan Pohjois-Savon olevan valtakunnallisesti ja kansainvälisesti tunnettu ruokamaakunta vuoteen 2020 mennessä. Ruoan tuotanto ja jalostus on ekotehokasta. Monipuolinen metsätalous on perustana vahvalle bioenergian tuotannolle. Uusiutumiskykyiset yritykset ja uudenlaiset yhteistyöverkostot ovat osa kestävää ja viihtyisää rajattomien mahdollisuuksien maaseutua.” (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2014.)

3.3.2 RuokaSavo -hanke

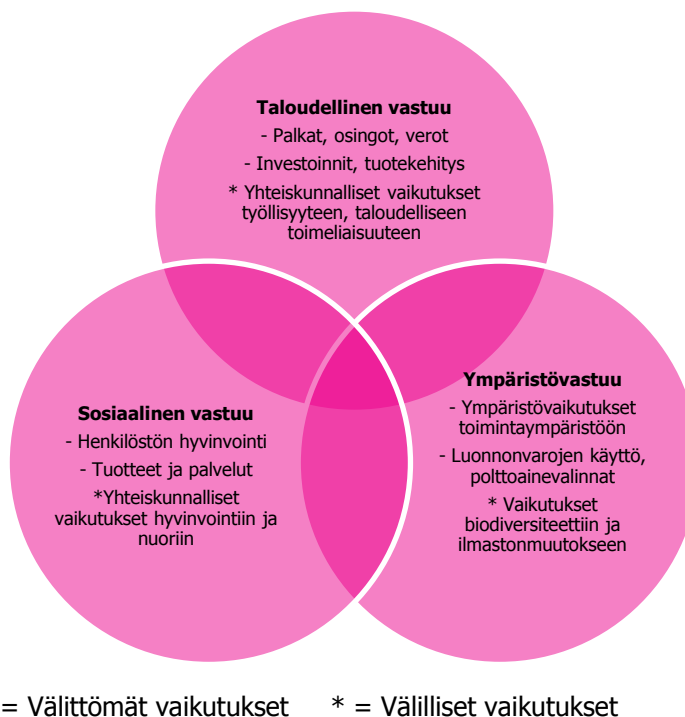
RuokaSavo -hankkeen tavoitteena on tuoda Pohjois-Savoon uusia ideoita sekä elinmahdollisuuksia. Tärkein hankkeen tavoitteista on ruokamaakunta-aseman vahvistaminen niin paikallisesti kuin myös valtakunnallisesti sekä kansainvälisesti. Toiminta perustuu perusmaatalouteen, joka on Pohjois-Savon alueella erittäin vahva ja, joka tuottaa alueelle runsaasti laadukkaita elintarvikkeita. Toisena suurena tavoitteena on yhteistyön vahvistaminen ja kehittäminen elintarvikeyrityksissä. Kolmas tavoite on tuoda ruokamatkailu myös Pohjois-Savon alueelle. Ruokamatkailua pyritään tuomaan alueelle erilaisilla, vuotuisilla tapahtumilla, kuten esimerkiksi Kuopiossa järjestettävä ruokakulttuurifestiivaali Satoa Kuopio Food Festival sekä myös osallistavaan matkailuun suunnitelluilla uusilla, innovatiivisilla tuotteilla, jolla pyritään tähtämään myös kansainvälisille markkinoille. (Lehtoaro ja Sares 2015a.)

3.3.3 Premium -hanke

Premium -hanke tähtää yritysten kasvuun, kansainvälisyyteen sekä kansainväliseen liiketoimintaan, mutta hankkeen ydintavoitteet ovat kuitenkin samat kuin RuokaSavon -hankkeessakin. Hankkeen tavoitteena on tuoda Pohjois-Savoon uusia ideoita sekä elinmahdollisuuksia. Hankkeeseen suunnitellut toimenpiteet perustuvat ”Pohjoissavolaiset maut matkalla kansainvälisyyteen” – hankkeessa tehtyyn selvitykseen sekä Pohjois-Savon maaseutustrategiaan. (Lehtoaro ja Sares 2015b.)

4 VASTUULLISUUS

Opinnäytetyön neljännessä osiossa selvitan mitä taloudellinen, ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus tarkoittavat.



KUVIO 2. Kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta ovat keskenään riippuvuussuhteessa. (Harmaala ja Jallinoja 2012.)

4.1 Taloudellinen vastuullisuus

Vastuullinen yritys pitää huolta omasta kannattavuudestaan sekä kilpailukyvystään, jotta yrityksen toiminta olisi kannattavaa myös pitkällä tähtäimellä ajateltuna. Yrityksessä pitää pohtia ja tehdä päätöksiä millaisella aikavälillä tuloksia halutaan; jos tavoitellaan kestävän kehityksen mukaista toimintaa, voidaan toimintaa kaavalla jopa seuraaville sukupolville. Lyhyen aikavälin tulokset tarkoittavat yleensä seuraavaa kvartaalia tai kuluva vuotta. (Harmaala ja Jallinoja 2012.)

Mikäli yrityksen taloudellinen vastuu ei ole kunnossa, se ei pysty huolehtimaan myöskään sosiaalisesta- tai ympäristövastuustaan. Taloudellinen vastuu tarkoittaa myös sidosryhmiin vaikuttavia taloudellisia toimintoja, esimerkiksi sitä, maksetaanko omistajille osinkoa, henkilöstölle palkkaa tai yhteiskunnalle veroja. (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.)

4.2 Ekologinen vastuullisuus

Ekologinen- eli ympäristövastuullinen yritys tuntee oman toimintansa ympäristövaikutukset, noudattaa ympäristölainsäädäntöä, tunnistaa muutostarpeet sekä pyrkii kehittämään toimintaansa ympäristövastuullisemmaksi jatkuvasti. Ympäristövastuullisuuden liittyvät muun muassa seuraavat aihealueet:

- ✚ energian, materiaalien ja luonnonvarojen säästävä sekä tehokas käyttö
- ✚ jätteiden määrän vähentäminen ja kierrätys
- ✚ vesien, ilman ja maaperän suojelu
- ✚ ilmastonmuutoksen torjunta kasvihuonekaasupäästöjä vähentämällä
- ✚ ympäristöä säästävien ratkaisujen tarjoaminen asiakkaille: muille yrityksille, julkisille toimijoille tai kuluttajille ja kansalaisille (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.)

Ekologisella vastuullisuudella tarkoitetaan siis yritysten pyrkimystä toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Vastuullisesti toimivan yrityksen tulee siis olla selvillä oman toimintansa vaikutuksista ympäristöön, tuntee lainsäädäntö sekä pyrkii kehittämään toimintaansa entistä ympäristövastuullisemmaksi. (Harmaala ja Jallinoja 2012.)

4.3 Sosiaalinen vastuullisuus

Sosiaalisesti vastuullinen yritys on tietoinen niistä vaikutuksista, jotka yrityksen toiminta aiheuttaa eri ihmisryhmille ja yhteisöille, jollaisia ovat esimerkiksi oma henkilöstö, asiakkaat ja alihankkijat. Motivoitunut henkilöstö on korvaamaton voimavara yritykselle. Sosiaalisen vastuun tavoitteena on:

- ✚ selvittää yhteisöiden odotukset yrityksen toimintaa kohtaan
- ✚ tarjota sidosryhmille tietoa yrityksen toiminnan vaikutuksista sekä vastuullisuustyöstä
- ✚ auttaa löytämään ratkaisuja siihen, kuinka eri sidosryhmien näkökulmia ja intressejä voidaan paremmin sovittaa yhteen (Elinkeinoelämän keskusliitto s.a.)

5 LÄHIRUOKA

Opinnäytetyön viidennessä osiossa selvitän mitä lähiruoka tarkoittaa. Lähiruoka on noussut tänä päivänä lähes megatrendiksi. Lähiruokan tunnistaa sen tuoreudesta, korkealaatuisuudesta sekä kuljetusketjusta, joka pyritään pitämään mahdollisimman lyhyenä. Lähiruokalla ei ole vielä virallista määritelmää Suomessa ja sen takia tilastotiedot aiheesta ovat varsin pienet. Tästä syystä myöskin kuluttajan on vaikeaa erottaa lähiruoka esimerkiksi luomuruoasta. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 7.)

Samoilla markkinoilla lähiruokan kanssa kilpailevat muun muassa Luomu, Reilukauppa sekä erilaiset trendiruokat sekä -ruokavaliot. Suomessa lähiruoka on nousukiidossa, mutta silti sen elinkaari on vasta alussa. MTK, Maa- ja metsätaloustuottajainkeskusliitto, on listanut seuraavat asiat, miksi lähiruokaa ja sen käyttöä pitäisi edistää:

- ✚ Paikallisuus → ruoasta saatavat tuotot jäävät paikkakunnalle, eikä turhia välikäsiä tarvita
 - ✚ Tuottaja saa paremman hinnan tuotteesta, jolloin kannattavuus sekä työllisyys omalla alueella paranevat
 - ✚ Maaseutu pystytään pitämään pidempään elinvoimaisena
 - ✚ Palvelu on joustavaa sekä yksilöllistä
 - ✚ Lähiruokan avulla alueen ruokaperinnettä pystytään kunnioittamaan
 - ✚ Sesonkien hyödyntäminen
- (Mäkipeska&Sihvonen 2010, 17.)

5.1 Lähiruokan määritelmä

”Lähiruoka on tuoretta, mahdollisimman lähellä tuotettua suomalaista ruokaa, jonka alkuperä, tuottaja ja valmistaja tiedetään” (Maa- ja Metsätaloustuottajain Keskusliitto, MTK 31.5.2011).

Suomessa ei ole vielä määritelty yhtä ainoaa määritelmää lähiruokalle, mutta voidaan sanoa, että lähiruoka on tuotettu lähellä käyttäen kyseisen alueen raaka-aineita, sen valmistuksessa on hyödynnetty alueen ammattiosaamista ja se vastaa kuluttajien toiveita lähiruoasta. Yhtenäisen määritelmän puute vaikeuttaa lähiruokan markkinointia eivätkä kuluttajat välttämättä tunnista, onko jokin lähiruokaa vai ei. Suomi on pieni maa, mutta osa alueista on harvaan asuttuja, joten tiheään asutulla alueella määritelmä lähiruoasta voi olla eri kuin harvaan asutuilla alueilla. Tämäkin hankaloittaa lähiruokan määrittelyä. (ProAgria Oulu s.a.)

Vuonna 2012 Maa- ja metsätalousministeriön tilaamassa lähiruokaselvityksessä nelihenkinen asiantuntija tiimi ehdotti lähiruokan määritelmäksi ”lähiruoka on paikallisruokaa, joka edistää oman alueen paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria, joka on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. Omalla alueella tarkoitetaan maakuntaa tai sitä vastaavaa tai pienempää aluetta.” (Maa- ja metsätalousministeriö, MMM 6.3.2012).

6 RUOKAMATKAILU

Viimeisen viiden vuoden aikana on ollut näkyvässä huomattava kasvu ruokamatkailun saralla. Ruokamatkailu on paljon muutakin kuin hyvää ruokaa; siihen vaikuttaa muun muassa alueen kestävän kehityksen mukaiset arvot, jotka perustuvat esimerkiksi alueeseen tai paikalliseen kulttuuriin. Ruokamatkailu voitaisiin määritellä virkistysmatkailuksi, joka tapahtuu gastronomisella alueella. (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis ja Cambourne 2003, 10.)

”Kaiken ruokaan liittyvän toiminnan, jossa matkailija tutustuu paikallisiin ruokatuotteisiin esimerkiksi ostamalla niitä suoraan tuottajilta, vieraillemalla toreilla, ravintoloissa, kahviloissa sekä tapahtumissa” (Hall ym. 2003, 10) näin määrittelee Hall ym. ruokamatkailun ja kaiken mitä ruokamatkailuun liittyy.

Suomen ruokamatkailustrategiassa ruokamatkailu määritellään olevan ”ruokaan liittyvää elämyksellistä toimintaa, jonka voi kokea monella tapaa matkan aikana”. Matkansa aikana matkailija pääsee tutustumaan paikalliseen ruokakulttuuriin kahviloiden, ravintoloiden, torien ja tapahtumien välityksellä. (Ruokamatkailustrategia s.a.) Ruokamatkailustrategia määrittelee osallistavan ruokamatkailun olevan esimerkiksi luonnonantimien poimimista metsästä, kalastusta sekä aineksien valmistamista ruoaksi nuotiolla. Ruokamatkailun voidaan siis määritellä olevan elämyksellistä ja osallistavaa toimintaa, joka pyrkii näyttämään matkailijalle erilaisen ja yllättävän puolen kohdemaan kulttuurista.

Ruokamatkailustrategia jaotellaan kolmeen teemaan: alueelliseen ruokakulttuuriin, puhtaaseen, suomalaiseseen ruokaan sekä kansainvälisesti tunnustettuihin ruokailmiöihin. (Ruokamatkailustrategia s.a.)

Matkailu vaikuttaa moneen toimialaan ja sen vaikutukset ovat moniulotteisia. Matkailu edistää sekä globalisaatiota että pyrkii tehostamaan arvostusta paikallisia resursseja kohtaan. Nykymaailmassa melkein mitä tahansa on mahdollisuus tehdä ja valmistaa, mutta lähivuosina aitous ja alkuperäisyys ovat nousseet suureen suosioon. Ruokamatkailu kertoo tarinoita paikallisesta historiasta, arvoista sekä se pyrkii vaalimaan paikallista kulttuuria pitämällä perinteet elossa. (UNTWO s.a.)

Matkailun trendit ovat tällä hetkellä kulttuurin kunnioittaminen, terveelliset elämäntavat, aitous, kestävyys sekä elämyksellisyys ja nämä kaikki sisältyvät myös ruokakulttuuriin. Ruokakulttuuri pyrkii monipuolistamaan matkailua sekä edistämään paikallisen talouden kehitystä esimerkiksi yhdistämällä eri alan toimijoita yhteen ja ideoimalla uusia käyttötapoja alkutuotantoon. (UNTWO s.a.)

6.1 SATOA Kuopio Food Festival

SATOA Kuopio Food Festival on Kuopion keskustan alueella järjestettävä katuruokafestivaali, joka järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2014. SATOA Kuopio Food Festival on osa RuokaSavo -hanketta. Pääosassa festivaaleilla ovat pohjoissavolaiset raaka-aineet sekä paikalliset ravintolat, jotka toimivat yhteistyössä luovien alojen kanssa. (SATOA 2017a.)

Vuonna 2014 Kuopion kaupunki palkitsi festivaalin vuoden ilmiönä. Vuonna 2017 Visit Finland yhdessä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun kanssa valitsi SATOA Kuopio Food Festivalin yhdeksi Suomen ruokamatkailun kärkituotteista. Kärkituotteita on yhteensä 14 kappaletta, joita Visit Finland markkinoi valtakunnallisilla sekä kansainvälisillä markkinoilla. Tapahtuma edustaa siis suomalaista ruokamatkailuosaamista parhaimmillaan. (SATO A 2017b.)

SATO A perheeseen kuuluu myös toinen ruokafestivaali SATOA goes wild, joka johdattaa osallistuja villiin ruokaseikkailuun Kuopion keskustassa. Molemmat SATOA tapahtumat ovat ylpeästi savolaisia tapahtumia. (SATO A 2017c.)

7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Opinnäytetyössäni käytin kvalitatiivista tutkimusotetta ja tutkimuskeinonani puolistrukturoitua teemahaastattelua. Sovimme teemahaastattelun tutkimusmenetelmäksi yhdessä toimeksiantajani kanssa, sillä uskoimme, että sen avulla saamme parhaat sekä laajimmat vastaukset opinnäytetyöhöni.

Kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän valinta tähän opinnäytetyöhön oli selvä alusta alkaen. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusote ei olisi sopinut tähän opinnäytetyöhön, sillä en tutkinut numeroin mitattavissa olevaa aihetta. Kvantitatiivisen tutkimusotteen voi tunnistaa yleensä myös siitä, että tutkimuskysymykset on muotoiltu esimerkiksi muotoon ”kuinka paljon?”. Määrällisessä tutkimuksessa suosittu tutkimuskeino on lomakekysely, joka suoritetaan yleensä joko postin tai sähköpostin välityksellä. (Vilkka ja Airakasinen 2003, 58-59.) Lomakemuotoinen kysely ei olisi sopinut aiheeseeni, sillä tulokset olisivat tuolloin olleet todella suppeat.

Kvalitatiivinen eli laadullinen on tutkimusmenetelmä, jonka tavoitteena on ymmärtää esimerkiksi tiettyä ilmiötä kokonaisvaltaisemmin. Laadullisessa tutkimuksessa kirjoittaja pyrkii saamaan kirjoittamatonta faktatietoa tai esimerkiksi pyrkii ymmärtämään ihmisen toiminnan taustalla vaikuttavia taustatekijöitä. Kvalitatiivisessa tutkimuskysymykset alkavat yleensä kysymyssanoilla ”mitä”, ”miksi” tai ”miten”. Laadullisessa tutkimusmenetelmässä voidaan käyttää, aiheesta riippuen, joko yksilö tai ryhmähaastatteluja. (Vilkka ja Airaksinen 2003, 63.) Päädyin käyttämään opinnäytetyössäni yksilöhaastattelua ryhmähaastattelun sijaan, sillä halusin yrittäjiltä yksilölliset vastaukset enkä halunnut, että muiden vastaukset olisivat vaikuttaneet toisten vastauksiin. Myöskin aikataulutus oli yksi syy yksilöhaastattelun valintaan.

Teemahaastattelu on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto. Teemahaastattelussa aihepiirit eli haastattelun teema-alueet ovat tiedossa, mutta kysymysten lopullinen muoto ja järjestys on jätetty avoimeksi. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2009, 208.) Teemahaastattelu -nimi ei siis sido haastattelua kvantitatiiviseen tai kvalitatiiviseen tutkimukseen, vaan sitä voidaan käyttää molemmissa tutkimusmenetelmissä. Nimi puolestaan kertoo siitä, että yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelu etenee etukäteen valittujen teemojen mukaan. (Hirsjärvi ja Hurme 2015, 48.) Käyttämäni teemat tutkimuksessa olivat vastuullisuus, paikallisruoan käyttöaste, sitoutuminen sekä odotukset, tavoitteet ja tulevaisuus.

Valitsin aineiston analysointitavaksi ymmärtämiseen pyrkivän lähestymistavan, jota yleensä käytetään juurikin laadullisen analyysin yhteydessä. Teemoittelun avulla sain parhaiten vastauksen tutkimuskysymyksiini. Toinen vaihtoehto olisi ollut selittämiseen pyrkivä lähestymistapa, jossa käytetään tilastollista analyysia ja se sopii paremmin kvantitatiiviseen tutkimukseen. Litteroin myös tekemäni haastattelut sanatarkasti ja pyrin pitämään haastattelutilanteet kaikille haastateltaville samanlaisina.

7.1 Tutkimuskysymykset

Jokaisen opinnäytetyön lähtökohtana on tutkimusongelma, joka voi olla yksittäinen tai useampi kysymys, johon opinnäytetyöllä haetaan vastauksia. Tutkimuskysymykseni päätettiin yhdessä toimeksiantajani, ProAgria Pohjois-Savo ry:n kanssa. Tutkimusaiheeni on aivan uusi eikä siitä ole aiempaa tutkimusmateriaalia, joten kysymys mahdollisuuksia olisi ollut rajattomasti, mutta päädyimme valitsemaan kysymykset sen mukaan, mitä olisi hyödyllisintä tietää aiheesta tässä vaiheessa. Valitsemamme tutkimuskysymykset olivat:

- ✚ onko alueen yrityksillä kiinnostusta ERG:tä kohtaan?
- ✚ kohtaavatko ERG:n ja yritysten arvot?

7.2 Haastateltavat yritykset

Valitsin haastattelututkimukseeni seitsemän erilaista majoitus- ja ravintola-alan yritystä Kuopiosta ja sen lähialueilta. Sähköpostikysely (liite 1) lähetettiin toimeksiantajani kanssa yhdessä valitsemille 15 yritykselle, joista seitsemän yritystä valikoitui teemahaastatteluun.

7.2.1 Kaunismaan Tila

Kaunismaan Tila on Leppävirran Sorsakoskella sijaitseva erikoismyymälä ja maaseutuyritys. Heidän tuotteistoonsa kuuluu muun muassa lampaanliha, kananmunat, villalangat, hunaja sekä kuusenkerkkäsiirappi. Tällä hetkellä heidän tilallaan on noin 150 lammasta. Heidän toimintaansa kuuluu myös mehiläistarhaus sekä pölytyspalvelu. Yrittäjinä toimivat Tuulikki ja Alois Böhmisch. Yrityksellä ei ole ulkopuolisia työntekijöitä yrittäjien lisäksi. (Böhmisch 2017-09-21.)

7.2.2 Koivumäen Kartano

Koivumäen Kartanon sijaitsee Kuopion keskustan eteläpuolella Hiltulanlahden kaupunginosassa. Koivumäen Kartanon mailla on eletty jo vuodesta 1792 nauttien Suomen luonnosta, sen antimista sekä rauhasta. Vuodesta 1869 kauppaneuvos Gustav Ranin ostaessa kartanon pakkohuutokaupasta, on siellä pidetty niin liikeneuvotteluja kuin juhliakin. Kartanon päärakennus on rakennettu vuonna 1907. Kaikkien näiden vuosien jälkeen kartano on edelleen saman suvun omistuksessa; viidettä sukupolvea edustava Kirsti Dunkel pitää kartanossa nyt ravintolaa. (Koivumäen Kartano s.a.)

Tänä päivänä Kartanon omistaa neljä yrittäjää, toimitusjohtajana toimii Sari Mielonen, keittiömestarina haastateltavani Harri Ruutiainen, tilan emäntänä viidettä sukupolvea edustava Kirsti Dunkel sekä ravintolapäällikkönä Hanna Eskanen, jotka ottivat Kartanon haltuunsa jo vuonna 2008. Edellä mainittujen lisäksi yrityksessä työskentelee sesongista riippuen 0-10 extraajaa. Aiemmin Kartano toimi vain tilausravintolana, mutta nykyään se on avoinna lähes joka päivä. (Lindroth 9.2.2016.) Yrityksen liikevaihto on tällä hetkellä 470 000€. (Ruutiainen 2017-09-28.)

7.2.3 Ravintolamestarit

Ravintolamestarit Oy on kuopiolainen, vuonna 1997 perustettu ravintolayritys. Yrityksellä on yhteensä seitsemän erilaista liiketoimintayksikköä. Yrityksen toimitusjohtajana toimii Eeva Mertanen. Yrityksellä on suuri työllistävä vaikutus, sillä se työllistää noin 70 ravintola-alan ammattilaista ympäri vuoden. Yrityksen liikevaihto on noin 3,5 miljoonaa. (Mertanen 2017-09-19.)

Ravintola Isä Camillo

Isä Camillon ruoka on jaettu kolmeen gastronomiseen sesonkiin – syksyyn, talveen ja kevääseen. Syksyisin nautitaan riistasta, metsän ja maan antimista sekä kalasta. Talvella panostetaan lämpimiin ja syviin makuihin niin viineissä kuin ruoassakin. Kevään tullessa ruokalistaa kevennetään ja grillaus nousee suurempaan rooliin. Kevään tullen myös täyteläiset viinit vaihtuvat raikkaisiin roseviineihin. Keittiössä kunnioitetaan eurooppalaista ruokaperinnettä sekä tuoreita raaka-aineita. Isä Camillon ruoka on siis rehellistä, kausipainotteista ja aitoa. (Isä Camillo s.a.)

Kuopio Klubi

Kuopion Klubi tarjoaa mahtavat puitteet erilaisten tilaisuuksien ja tapahtumien, kuten häiden ja syntymäpäivien, järjestämiseen Kuopion keskustassa. Klubilta löytyy kuusi eri tilaa, joten samaan aikaan menossa voi olla kuusi eri kokousta tai tapahtumaa, riippuen ryhmien koosta. (Kuopion Klubi s.a.)

Makumestarit

Ravintolamestareilla on myös oma juhlapalvelu – makumestarit. Juhlapalvelun käyttämät ruokalista tulevat yrityksen muista ravintoloista, kuten esimerkiksi Mustan Lampaan ja ravintola Olivan keittiöistä. Tarvittaessa juhlapalvelulla on mahdollisuus hoitaa kaikki alusta loppuun, jolloin asiakas voi keskittyä juhlintaan. Tarjolla on myös erilaisia take away -menuja esimerkiksi illanistujaisiin. (Makumestarit s.a.)

Musta Lammas

Kellariholvit rakennettiin vuonna 1862 oluttehtaan käyttöön. Muutama vuosi myöhemmin herra nimeltä Gustaf Ranin lunasti tilat ja alkoi valmistaa oluen lisäksi myös Savon Wiinaa. Vuonna 1982 tiloissa alkoi toimia myös ravintola, joka sai nimen Musta Lammas ja siitä lähtien he ovat pyrkineet viemään eteenpäin suomalaista sekä paikallista ruoka- ja juomakulttuuria. Mustassa Lampaassa inspiraation lähteenä toimii Pohjolan puhdas luonto. Alusta alkaen itse valmistettujen ruokalajien takana ovat lähialueen tuottajat sekä metsästäjät ja kalastajat. (Musta Lammas s.a.)

Ravintola Oliva

Ravintola Oliva toimii Technopoliksen rakennuksen alakerrassa Viestikadulla, Kuopiossa. Ravintola tarjoaa arkisin lounasta, take-away salaatteja sekä kahvilaleivonnaisia. Ruoat valmistetaan Olivan keittiössä itse. Olivan tavoitteena on tehdä suomalaista paikallisruokaa Välimerellisellä twistillä. (Ravintola Oliva s.a.)

Pannuhuone

Kuopion ydinkeskustassa sijaitseva ravintola Pannuhuone palvelee asiakkaitaan aina iltaisin tiistaista lauantaihin. Hyvän ruoan lisäksi Pannuhuoneella voit nauttia myös hyvästä musiikista, keikoista ja tunnelmasta, sillä iltaisin ravintolassa voi nähdä niin livemusiikkia kuin stand up-komiikkaa. Kesäisin asiakkaiden käytössä on myös katettu, suuri terassi. ”Tunnelmallinen seurusteluravintola tai intiimi live-klubi. You decide.” (Pannuhuone s.a.)

Peräniemen Kasino

Peräniemen Kasino sijaitsee Väinöläniemellä, Kuopion keskustassa, jossa voi järjestää kaikki juhlat aina kokouksista häihin ja pikkujouluihin. Sijainti, kauniit maisemat sekä kasinon yli 100-vuotinen historia tarjoavat ikimuistoisen paikan juhlien järjestämiseen. (Peräniemen Kasino s.a.)

7.2.4 Ravintola Morton

Konttiravintola -konsepti Morton on perustettu vuonna 2010, mutta sen tarina juontaa juurensa 1600 -luvulta. 1600-luvulla rautalampilainen Martti Marttinen lähti paremman elämän toivossa Ruotsiin yhdessä monen muun savolaisen kaskiviljelijän kanssa. 1700-luvulla kaskenpolttajat, mukaan lukien Marttisen suku, jatkoivat matkaansa uudella mantereella Atlantin yli. Amerikassa Marttinen-sukunimi muuttui Morton-sukunimeksi. Yksi tunnetuimmista jälkeläisistä oli maanviljelijä ja seriffi John Morton. Vuonna 1776 John Morton toimi Pennsylvanian edustajana kongressissa, jolloin äänestettiin Britannian siirtomaahallinnosta irtautumisesta. Vuodesta 1776 pääsemme heinäkuuhun 2010, jolloin ensimmäisen ravintola Morton avasi ovensa Rautalammille. Ravintola Morton luotiin John Mortonin tarinan innoittamana. (Morton s.a.)

Tällä hetkellä kontteja löytyy kesäisin kolmelta paikkakunnalta – Kuopiosta, Varkaudesta sekä Äänekoskelta. Yrittäjinä konttiravintoloissa toimivat Jarna Kaplas, Iiro Lyytinen ja Petri Virta. (Morton s.a.) Tällä hetkellä yrityksen liikevaihto on noin 750 000€. (Kapas 2017-09-28.)

7.2.5 Ravintola Urban

Ravintola Urban on Suomen Top Chef 2015 voittajan, Anssi Kantelisen, käsialaa. Urban, joka on perustettu vuonna 2013, sijaitsee aivan Kuopion ydinkeskustassa torin laidalla. Yritys tarjoaa arkisin lounasta, joka lounaalla on tarjolla kaksi eri lounasvaihtoehtoa – yksi liha ja yksi kasvisvaihtoehto. Yrityksen liikevaihto on 600 000€ ja kahden omistajan lisäksi yrityksessä työskentelee kolme vaki- tuista työntekijää. (Kantelinen 2017-09-19.)

7.2.6 Sininen Helmi

Hotelli-ravintola Sininen Helmi sijaitsee Kiuruvedellä, vain lyhyen ajomatkan päässä Iisalmesta. Hotelli majoittaa 20-25 vierasta kerrallaan kahden hengen huoneissa. Hotellin puitteet ovat mahtavat – upeat maisemat ja miljöö sekä yksilöllinen, kaunis sisustus saa vieraat viihtymään. Sininen Helmi toimii myös 80 paikkaisena ravintolana. Ravintola toimii upeassa vanhassa kartanorakennuksessa, jossa järjestetään paljon esimerkiksi yritys- ja yksityistilaisuuksia. (Sininen Helmi s.a.)

Menuissaan Sininen Helmi painottaa paikallisuutta, perinteitä sekä historiaa. Menuissa käytetään paljon kauden raaka-aineita ja paikallisruoan käyttö on todella tärkeää sekä yrittäjälle, että yrityksen historialle. Yrittäjä vaihtui vuoden 2017 alussa, jolloin yrityksen otti haltuunsa perheyritys Matkailu J. Saastamoinen. Kolmen yrittäjän lisäksi yrityksessä työskentelee kaksi tuntityöntekijää sekä kaksi kii-reapulaista. (Saastamoinen 2017-09-20.)

7.2.7 Sport&Spa Vesileppis

Sport&Spa Vesileppis sijaitsee Leppävirran keskustassa. Kompleksiin kuuluu hotellin lisäksi ravintola, vuonna 2015 valmistunut monitoimiareena, kylpylä sekä hiihtoareena. Lounasravintolan lisäksi hotellilta löytyy Bistro, ruoka- ja seurusteluravintola. Bistro tarjoaa monipuolisen á la carte - menun, josta löytyy vaihtoehto jokaiselle, myös lapset on otettu huomioon omalla menulla sekä leikkinurkkauksella. Ravintoloiden lisäksi hotellin alueelta sijaitsee myös Coffee Corner niminen kahvila sekä Castro Bar, joka palvelee viikonloppuisin. Castro Barin puolella asiakkaat voivat halutessaan laulaa karaoke tai pelata biljardia. Hotellin ja ravintolan puolella työntekijöitä on yhteensä noin 25. Keittiömestarina toimii Henna Vainio-Roodt. (Vesileppis s.a.)

8 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkimushaastatteluuni valikoitui seitsemän erilaista matkailu- ja ravitsemisalalan yritystä, joille toteutin puolistrukturoidun teemahaastattelun yksilöhaastatteluina. Teemahaastattelun kysymyksien (liite 2) lisäksi kysyin haastattelun aluksi yrityksiltä heidän yhteystietonsa, toimialansa, liikevaihtonsa sekä henkilöstömäärän yrityksessä. Haastattelu aloitettiin jokaisen yrityksen kanssa kertomalla European Region of Gastronomy -tunnuksesta ja siihen liittyvästä kokonaisuudesta. Haastatteluja ei ole suoritettu yritysten esittelyjärjestyksessä.

8.1 Yleiset tiedot

Ensimmäinen epävirallinen teemani oli yleiset tiedot. Teeman tarkoituksena oli selvittää haastateltavien yritysten tietoisuutta European Region of Gastronomystä sekä kartoittaa tämän hetkistä yhteistyötilannetta muiden yritysten kanssa.

Ensimmäisenä kysyin ovatko yritykset kuulleet European Region of Gastronomy -tunnuksesta ja jos ovat, niin milloin ja missä.

”Kyllä. Varmaan ProAgrian kautta aikoinaan, että semmoista tullaan hakemaan.” (H2)

”En ole kuullut.” (H3)

Vain kolme haastateltavista oli kuullut European Region of Gastronomystä aiemmin. Kaikki kolme, jotka kertoivat kuulleensa tunnuksesta aiemmin, olivat kuulleet siitä toimeksiantajaltani ProAgria Pohjois-Savo ry:ltä.

Seuraava kysymykseni koski yritysten yhteistyötä muiden alan yritysten kanssa ja myös toimialan rajojen ulkopuolella tapahtuvaa yhteistyötä. Kaikki haastateltavat yritykset kertoivat tekevänsä yhteistyötä sekä muiden alan yritysten kanssa että toimialojen rajojen ulkopuolella. Yhteistyötä tehdään paljon varsinkin muiden ravintoloiden kanssa – lainataan työntekijöitä, annetaan vinkkejä ja suositellaan muita alan yrityksiä asiakkaille, mikäli itsellä on esimerkiksi täyttä. Toinen esille nousnut yleinen yhteistyö oli yhteistyö erilaisten tapahtumatuottajien sekä tietenkin paikallisten tuottajien kanssa.

”No jonkun verran on yhteistyötä. Yritetään aina sen mukaan löytää niitä, että missä voidaan tehdä yhteistyötä.” (H4)

”Tehdään paljon yhteistyötä. Hiljaista yhteistyötä tehdään varmasti kaikista eniten.” (H7)

Haastattelemani yritykset tekevät siis paljon yhteistyötä ja pyrkivät verkostoitumaan muiden alan toimijoiden kanssa.

"Mutta kyllä sitä itse halutaan ja tarvitaan myös, että ei tätä niin, kun yksin tee." (H3)

8.2 Vastuullisuus

Yksi haastattelututkimuksen teemoista oli vastuullisuus ja sen eri osa-alueet. Tällä teemalla pyrin selvittämään, kuinka vastuullista yritysten toiminta on, kuinka vastuullisuus näkyy yritysten toiminnassa ja onko vastuullisesta toiminnasta ollut esimerkiksi taloudellista tai asiakasmäärällistä hyötyä yritykselle.

Ensimmäisenä kysyin haastateltavilta, kuinka vastuullisuus näkyy heidän yrityksensä toiminnassa. Kaikki yritykset kertoivat, että vastuullisuus on heille tärkeä asia ja että he pyrkivät kierrättämään kaiken mahdollisen syntyvän jätteen niin biojätteen kuin muovipullotkin, kuin myös kaiken siltä väliltä. Muutamassa haastattelemassani yrityksessä kierrätysmateriaaleja suosittiin myös muun muassa sisustusmateriaaleissa. Kaksi haastateltavista mainitsi vastauksissaan myös sosiaalisen vastuullisuuden osa-alueita, kuten esimerkiksi henkilöstön työssäjaksamisen sekä henkilöstön motivoinnin.

"Totta kai vastuullisuus on meille tärkeä kestävän kehityksen osalta, että työntekijöiden ja asiakkaiden kannalta yritetään mahdollisimman hyvin kestävää kehitystä tukea omilla toimillamme ja kierrättää mahdollisimman hyvin ja niin raaka-aineissa kuin sisustusmateriaaleissa." (H1)

"Säästetään ympäristöä, pyritään pienentämään sitä omaa hiilijalanjälkeä paremmilla ratkaisuilla, energiankulutuksen vähentämisellä, sähkön- ja vedenkulutuksen vähentämisellä ja sitten just, että käytetään tuotteita, joita tilataan lähialueilta paljon ja käytetään sellaisia yhteistyökumppaneita, jotka ovat myös ympäristövastuullisia." (H6)

"Meillä sekajätettä ei tule ollenkaan vaan pyritään siihen, että kaikki on energiajacetta, sitten biojätettä ja sitten kaikki pullot ja muut tietysti palautellaan." (H7)

"Pyritään olemaan maailman paras työnantaja, että se on meille tosi tärkeää, että henkilökunta voi hyvin ja on motivoitunut." (H2)

Toisena kysymyksenä teemassa oli: millaista hyötyä yrityksenne on saavuttanut toimimalla vastuullisella tavalla.

"Emme ole huomanneet selkeää hyötyä. Se on enemmän siellä pinnan alla olevaa hyötyä." (H5)

"No ei oikeestaan, me hirveesti ei ehkä tuoda sitä esille meidän nettisivuilla tai markkinoinnissa." (H2)

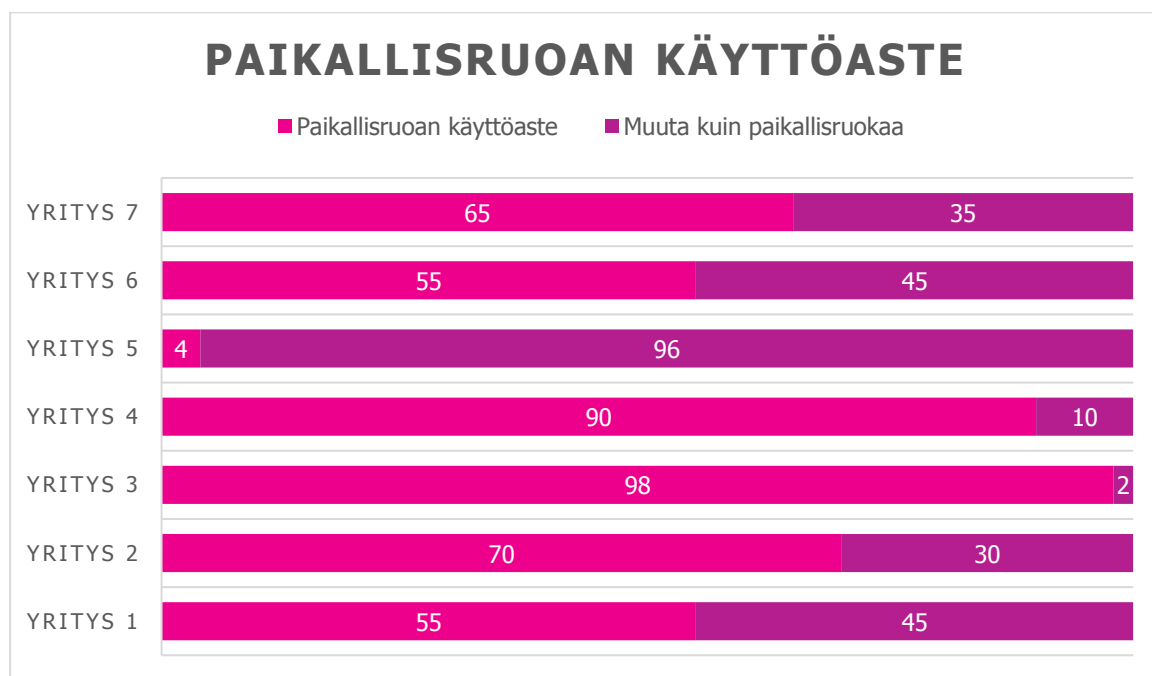
Haastattelemani yritykset eivät siis ole huomanneet konkreettista hyötyä, kuten esimerkiksi asiakasmäärien kasvua, toimiessaan vastuullisesti, mutta he ovat panneet merkille, että yhä enemmän asi-

akkaat sekä kuluttajat ovat kiinnostuneita ja tietoisia vastuullisesti toimivista yrityksistä. Yksi haastatteluvastaavista yrityksistä mainitsi myös harkitsevansa vastuullisen toiminnan esille tuomista muun muassa nettisivuilla ja markkinoinnissa.

8.3 Paikallisuoka

Toisena teemana oli paikallisuoka ja sen käyttöaste yrityksissä. Teeman tavoitteena oli selvittää prosenttimääräisesti, kuinka monta prosenttia yritysten käyttämistä raaka-aineista on paikallisuokaa ja ovatko yritykset valmiita lisäämään paikallisuokan määrää yrityksen toiminnassa. Tiedustelin myös hyödyntävätkö yritykset paikallisuutta esimerkiksi yrityksen ruokalistoilla tai muuten markkinoinnissa. Haastattelussani määrittelin paikallisuokaaksi noin 100 kilometrin säteellä yrityksestä saatavat raaka-aineet.

TAULUKKO 1. Yritysten arvio paikallisuokan käyttöasteesta (Hinkkanen 2017b).



Taulukosta 1 käy ilmi, että vain yhden yrityksen paikallisuokan käyttöaste raaka-aineiden osalta on alle 50%. Yritysten vastauksista laskettu keskiarvoprosentti on ~62%. Paikallisuokan käyttöprosentti on siis valitsemissani yrityksissä todella hyvä jo nyt.

”Se riippuu niin ajankohdasta, meillä on paikalliset lähiruoka menut välillä käytössä, jotka on suunniteltu erikseen tiettyihin tapauksiin.” (H5)

”Oisko se 50-60 prosenttia.” (H1)

Seuraavaksi kysyin yrityksiltä halukkuudesta lisätä paikallisten raaka-aineiden käyttöprosenttia.

”No kyllä, siis mielelläänhän niitä käyttää ja varmasti mielellään sitä lisääänkin, jos niinku hintapuoli ja tarjontapuoli antaa myöten. Talvi on varsinkin Suomessa tosi vaikeeta aikaa niinkun tuoreitten

tavaroitten kanssa ja sitten ei haluta sillä tavalla sitoutua oikeestaan pelkästään käyttämään paikallisia tai lähiruokaa, että paljon myös hyviä raaka-aineita ympäri maailmaa muuallakin.” (H1)

”Koko ajan yritetään.” (H7)

Kolmas teemaan kuuluva kysymys oli, että ”onko yrityksellänne tiettyä strategiaa paikallisten raaka-aineiden lisäämiseksi”. Kaikkien yritysten edustajat sanoivat pyrkivänsä lisäämään paikallisruoan käyttöä, mutta yhdelläkään yrityksellä ei ollut varsinaista strategiaa sen toteuttamiseen.

Viimeinen kysymys tässä teemassa liittyi paikallisuuden hyödyntämiseen ruokalistoilla ja/tai markkinoinnissa.

”Kyllä. Esimerkiksi tuomalla esiin sen paikallisen tuottajan/toimittajan ruokalistoilla.” (H5)

”Tilaisuuksissa niin yleensä keittiömestari käy esittelemässä menun, niin siinä kerrotaan mistä liha tulee, mistä kala tulee, mistä marjat tulee, mistä sienet tulee ja voidaan nimetä ihan, että kuka on tuonut sienet tuohon sienisalaattiin.” (H6)

Kaikki haastateltavat yritykset kertoivat käyttävänsä paikallisuutta markkinointivalttina niin ruokalistoilla, markkinoinnissa kuin myös sosiaalisessa mediassakin.

8.4 Sitoutuminen

Kolmas teemani oli sitoutuminen ERG:n arvoihin, jossa selvitin ovatko yritykset valmiita muuttamaan omaa toimintaansa European Region of Gastronomy -tunnustuksen arvojen mukaiseksi, jos tunnus on mahdollista saada yrityksen käyttöön. ERG -tunnustus painottaa juurikin vastuullisesti toimimista, paikallisruoan käyttöä sekä pienten -ja keskisuurten yritysten välistä yhteistyötä.

”Ehdottomasti kyllä.” (H2)

”Mikä ettei, mielenkiintoisen kuullosta on ja varmasti semmonen meidän arvojen mukainen juttu.” (H3)

”No kyllä varmasti, silleen, että miten omien voimavarojen puitteissa pystyy tekemään, niin kyllä. Jos siitä jotain lisäarvoa sitten tavallaan tulee ja myöskin sitten tietenkin niitä markkinoita ja asiakkaita lisää.” (H4)

Kaikki seitsemän haastateltavaa olivat siis valmiita suuntaamaan omaa kehitystään European Region of Gastronomy arvojen mukaisiksi, omien voimavarojen ja resurssien puitteissa.

8.5 Odotukset, tavoitteet ja tulevaisuus

Viimeisenä kysyin haastateltavilta yrityksiltä mitkä ovat heidän odotuksensa koskien European Region of Gastronomya, minkälaisena he näkevät tulevaisuuden, kun tunnustus saadaan ja kysyin myös, olisiko heillä antaa konkreettisia esimerkkejä tapahtumista, minkälaisia he haluaisivat nähdä toteutuvan tai millaisiin he itse haluaisivat/olisivat valmiita osallistumaan.

Ensimmäisenä kysyin haastateltavilta odotuksia koskien European Region of Gastronomya ja mitä yritykset toivovat gastronomisen matkailualueen -tunnustuksen tuovan Kuopion alueelle ja sen yrityksille.

”Ja sit just sitä, että me kaikki yhdessä ollaan sitouduttu niihin ja toimitaan niiden arvojen mukaisesti ja sit myös, että se aidosti näkyy varsinkin turistille, ulkopaikkakuntalaiselle, ulkomailta tulevalle, et se näkyy katukuvassa ja kaikessa tekemisessä, että se ei jää vaan semmoseks jokskuks mistä kukaan ei tiedä mitään.” (H2)

”Hirveen suuria odotuksia ei ole, se on tosi mahtavaa, että se tunnustus saadaan ja ollaan tosi etuoikeutettuja ja sen eteen on tehty tosi paljon työtä.” (H7)

”No kyllä täällä on paljon hyviä esimerkkejä jo mihin vielä valitettavasti ite ei olla ehditty mukaan, mut SATOA ja muut tapahtumat ovat tosi hienoja tapahtumia. Jos niitä pystyis jollain tavalla lisäämään muutenkin kuin kesäkaudelle, talvelle ja muulle, ruokatori henkee ja vaikka johonkin varastorakennukseen tai muuhun semmosia ois kyllä hieno nähdä.” (H1)

Yrityksillä ei siis ole kovin suuria odotuksia ja uskoisin tämän johtuvan siitä, että European Region of Gastronomy -tunnustus on niin uusi asia eikä selvää vertailukohtaa ole. Vastauksissa esille nousi kuitenkin vahvasti yhteistyön kehitys yritysten välillä sekä uusien, innovatiivisten tapahtumien luominen ja kehittäminen Kuopion alueella. Kysyin haastateltavilta myös konkreettisia esimerkkejä tapahtumista, joihin he haluaisivat osallistua:

”SATO, mut se pitäis olla laajemmassa mittakaavassa, että siel ois sitten kokkikoulu ja olis niinkun niitä raaka-aineiden käsittelyä ja pääsis oikeesti tutustumaan niihin paikallisiin tekijöihin ja mistä se lähtee se koko homma. Ja just jotain, että yhdessä lähettäis viemään sitä meidän sanomaa muualle, että vaikka brändättäis ERG ruokarekat ja lähettäis ajelemaan eri paikkakunnille ja näkymään sitä kautta laajemmin.” (H2)

”Varmaan joku semmonen tapahtuma, jossa ois paikallisia toimijoita esillä ja siinä mukana sitten. Tavallaan tuoda sitä Kuopiota esille, että mitä täällä on ja mitä tehdään.” (H6)

Viimeisenä kysymyksenä neljännessä teemassa oli, että kiinnostaisiko yritystä osallistua esimerkiksi SATOA Kuopio Food Festival- tai muuhun samankaltaiseen -tapahtumaan, jossa yritykset voisivat

esitellä tuotteitaan sekä palveluitaan. Tapahtumissa yritykset voisivat verkostoitua muiden yrittäjien kanssa ja oppia uutta.

"On, mutta se vaatii sen, että se uusiutuu, ei voi kaikilla olla se liepuskarieskaa ja possuburgeria ja sen pitää olla semmonen, että siellä esitellään niitä uusia ideoita ja ajatuksia ja aitoo ruokakulttuuria." (H2)

"Voisi mahdollisesti ollakin." (H5)

Kaksi yrityksistä on ollut jo aiemmin mukana SATOA -tapahtumassa. Kaikki haastattelemani yritykset olisivat halukkaita osallistumaan SATOA Kuopio Food Festival -tapahtumaan, mikäli yrityksen resurssit, erityisesti henkilöstöresurssit, saadaan riittämään ja sopiva menu luotua tapahtumaan. Kaksi yrityksistä olisi halukkaita osallistumaan tapahtumaan esimerkiksi yhteistyössä toisen yrityksen tai ProAgria Pohjois-Savo ry:n kanssa.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Aloitin opinnäytetyöprosessini, kun tunnustusta oltiin hakemassa Kuopion alueella. Prosessin aikana tunnustus myönnettiin Kuopion alueelle vuodelle 2020.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää Kuopion alueen matkailu- ja ravitsemisalalan yrityksillä kiinnostusta sitoutua European Region of Gastronomy -tunnustukseen, ja kohtaavatko ERG:n ja yritysten arvot tällä hetkellä. Tutkimuksessani tutkin seitsemää erilaista Kuopion alueella sijaitsevaa matkailu- ja ravitsemisalalan yritystä, jotka valitsin yhdessä toimeksiantajani ProAgria Pohjois-Savo ry:n kanssa. Näiden tutkittavien yritysten perusteella voidaan tehdä päätelmiä koko mittauksen kohteesta eli tässä tapauksessa Kuopion alueen matkailu- ja ravitsemisalalan yrityksistä. Mielestäni onnistuin saamaan vastaukset näihin kysymyksiin tutkimuksessani.

Vaikka vain kolme haastateltavista oli kuullut European Region of Gastronomystä aiemmin, silti jokainen haastateltava oli todella kiinnostunut haastattelusta sekä ERG:stä ja sen tuomista mahdollisuuksista Kuopion alueelle. Tästä voi myös päätellä, että yritysten tietoisuutta European Region of Gastronomystä pitäisi pyrkiä lisäämään, varsinkin nyt, kun tunnustus on myönnetty Kuopion alueelle vuodelle 2020.

European Region of Gastronomy -tunnustuksen kriteereissä painotetaan vastuullisuutta yritysten toiminnassa sekä lähiruoan käyttöä. Kaikki haastattelemani yritykset pyrkivät toimimaan mahdollisimman vastuullisesti, kuten kohdasta 8.2 voi päätellä. Yritykset kertoivat lähtökohtaisesti kierrättävänsä kaiken syntyvän jätteen ja osa yrityksissä käytti kierrätysmateriaaleja jopa sisustuksessaan. Yritykset pyrkivät myös panostamaan sosiaaliseen vastuullisuuteen huolehtimalla henkilöstönsä työhyvinvoinnista, työssäjaksamisesta sekä motivoimalla henkilöstöä tarpeeksi. Vastuullisuuden osalta yritysten arvot kohtaavat todella hyvin European Region of Gastronomy – tunnustuksen arvojen kanssa.

Yritysten paikallisruoan käyttöprosentti on myös mielestäni todella hyvä jo nyt. Kuten kohdassa 8.3 esitestystä taulukosta 1 voidaan todeta, vain yhdellä haastatelluista yrityksistä paikallisruoan käyttöprosentti oli alle 50%. Suurin osa yrityksistä kertoi myös panostavansa koko ajan enemmän paikallisruoan käyttöön, mutta valitettavasti yhdelläkään yrityksistä ei ollut konkreettista ”paperistrategiaa” paikallisruoan käyttöasteen lisäämiseksi. Yritykset pyrkivät myös hyödyntämään paikallisruokaa niin markkinoinnissaan kuin ruokalistoillaan.

Kysyin yrityksiltä valmiudesta sitoutua European Region of Gastronomystä -tunnustuksen arvoihin ja jokainen yritys vastasi kysymykseen myöntävästi, tietenkin olemassa olevien resurssien puitteissa, kuten kohdasta 8.4 voi todeta. Tuloksista voidaan siis päätellä, että Kuopion alueen matkailu- ja ravitsemisalalan yrityksillä on kiinnostusta sitoutua European Region of Gastronomy -tunnustuksen arvoihin. Viimeisessä teemassa, kohdassa 8.5 Odotukset, tavoitteet ja tulevaisuus sain yrityksiltä mahdollisia ideoita siihen, millaisia tapahtumia he haluaisivat nähdä ERG:n tuovan sekä millaisiin he itse haluaisivat osallistua.

Tutkimuksessani tutkittavia kohteita – matkailu- ja ravitsemisalan yrityksiä – on melko vähän verrattuna kyseisten toimialojen yritysten kokonaismäärään Kuopion alueella. Tutkimukseni tuloksia voidaan joka tapauksessa pitää suuntaa antavina ja joku toinen tutkija voi tulevaisuudessa käyttää tekemääni opinnäytetyötä pohjana jatkotutkimuksille.

Tutkimustyössäni on toki myös kehitettävää. Jos aloittaisin opinnäytetyöprosessini nyt uudestaan, aloittaisin työhön liittyvään teoriaan tutustumisen ja teoriapohjan kirjoittamisen aikaisemmin. Jos olisin tutustunut ja perehtynyt teoriaan aiemmin, olisivat opinnäytetyön myöhemmät vaiheet olleet helpompia kirjoittaa. Pyrkisin myös saamaan useampia haastateltavia yrityksiä, tosin tämä ei ole välttämättä minusta riippuvainen asia. Tätä opinnäytetyötä varten lähetin sähköpostipohjan (liite 1) 15 yritykselle, mutta valitettavasti sain vastauksen vain seitsemältä yritykseltä.

Opinnäytetyötä tehdessäni opin todella paljon tutkimustyön tekemisestä. Mielestäni onnistuin tekemään opinnäytetyöstäni selkeän ja loogisesti etenevän kokonaisuuden, jota toimeksiantajani ProAgria Pohjois-Savo ry sekä muut European Region of Gastronomysta, lähiruoasta sekä vastuullisuudesta kiinnostuneet voivat hyödyntää esimerkiksi tulevissa jatkotutkimuksissa.

9.1 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida käyttäen erilaisia tutkimus- ja mittaustapoja. Tutkimuksen reliabeliudella tarkoitetaan tutkimuksen tai mittauksen kykyä antaa tuloksia, jotka eivät ole satumanvaraisia. Reliabelius tarkoittaa siis, että tutkimuksen mittaustulokset täytyisi pystyä toistamaan. Tulos voidaan määritellä reliabeliksi esimerkiksi silloin, kun kaksi arvioijaa päätyy samaan tulokseen tai kun eri tutkimuskerroilla saadaan sama tulos. Tutkimusten tulosten arviointiin liittyy myös käsite validius, joka on synonyymi pätevyydelle. Validius tarkoittaa jonkin tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä on tarkoitus mitata. Tutkimuksen validiuteen eli pätevyteen vaikuttaa se, ovatko tutkittavat ymmärtäneet haastattelussa esitetyt kysymykset, sillä tavalla kuin tutkija on tarkoittanut ne ymmärrettäviksi. (Hirsjärvi ym. 2009, 231-233.)

Laadullisessa tutkimuksessa reliabelius ja validius ovat kuitenkin saaneet erilaisia tulkintoja. Laadullinen tutkimus on sitä luotettavampi, mitä tarkemmin tutkija selostaa tutkimuksen toteuksen. Pyrin selittämään kysymykset haastateltaville, sillä tavalla kuin ne tarkoitin, jotta vältyttäisiin sen vaikuttamiselta validiuteen. Opinnäytetyötäni voi siis mielestäni pitää melko validina, varsinkin kun olen perusteluina käyttänyt suoria haastatteluotteita.

Tutkimukseni tutkimusote on kvalitatiivinen tutkimus, joten perinteisiä luotettavuuden ja pätevyden arviointeja ei voida tutkimuksessani suoraan käyttää. Esimerkiksi mittaustulokseni eivät välttämättä ole aivan sellaisenaan toistettavissa, sillä haastattelut ovat aina yksilöllisiä. Vaikka samat kysymykset esitettäisiin samoille haastateltaville, olisi litteroiduissa vastauksissa varmasti eroja.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

- BÖHMISCH, Tuulikki 2017-09-21. Yrittäjä. [Haastattelu.] Leppävirta: Kaunismaan Tila
- ELINKEINOELÄMÄN KESKUSLIITTO s.a. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>
- ELINKEINO-, LIIKENNE- JA YMPÄRISTÖKESKUS 2014. Pohjois-Savon maaseudun kehittämissuunnitelma 2014-2020. Rajattomien mahdollisuuksien maaseutu 2020. [Viitattu 2017-11-02.] Saatavissa: https://www.ely-keskus.fi/documents/10191/58193/POS_maaseudun+kehitt%C3%A4missuunnitelma_2014-2020_23_09_2014.pdf/602339c3-1f73-46c0-ab9a-7e72d178cd04
- EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY 2017. Awarded regions. [Viitattu 2017-11-15.] Saatavissa: <http://europeanregionofgastronomy.org/>
- HALL C. Michael, SHARPLES Liz, MITCHELL Richard, MACIONIS Niki ja CAMBOURNE Brock 2003. Food Tourism Around the World. Butterworth-Heinemann. Oxford
- HARMAALA, Minna-Maari ja JALLINOJA, Niina 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Talentum
- HAVAS, Kristiina, SIEVERS, Kristian ja ADAMSSON, Kristiina 2017. Hungry for Finland kärkituotteet. Saatavissa: <http://hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/K%C3%A4rkituotteet.pdf>
- HIRSJÄRVI. Sirkka ja HURME, Helena 2015. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press Oy Yliopistokustannus, HYY Yhtymä
- HIRSJÄRVI, Sirkka, REMES, Pirkko ja SAJAVAARA, Paula 2009. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy
- IGCAT 2017. About IGCAT. [Viitattu 2017-11-02.] Saatavissa: <http://igcat.org/about/>
- IGCAT s.a. Official guidelines. [Viitattu 2017-10-31.] Saatavissa: http://europeanregionofgastronomy.org/wp-content/uploads/2017/10/10_2017_Official-Guidelines.pdf
- ISÄ CAMILLO s.a. Ravintola Isä Camillo - Rehellisiä makuelämyksiä! [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <http://isacamillo.ravintolamestarit.net/fi/etusivu/>
- KANTELINEN, Anssi 2017-09-19. Yrittäjä. [Haastattelu.] Kuopio: Ramin Konditoria
- KAPLAS, Janna 2017-09-28. Yrittäjä. [Haastattelu.] Kuopio: ABC Pitkälahti
- KOIVUMÄEN KARTANO s.a. Tarinamme. [Viitattu 2017-10-13.] Saatavissa: <http://www.koivumaenkartano.com/fi/tarinamme/>
- KUOPION KLUBI s.a. Tervetuloa viihtymään Kuopion Klubille! [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <http://klubi.ravintolamestarit.net/fi/etusivu/>
- LEHTOARO, Helena ja SARES, Ilona 2015b. Hankesuunnitelma Premium. Uusien elintarvike- ja matkailutuotteiden kehitys ja kv-markkinointi. Kuopio: ProAgria Pohjois-Savo ry
- LEHTOARO, Helena ja SARES, Ilona 2015a. Hankesuunnitelma RuokaSavo Ruokamaakunta. Kuopio: ProAgria Pohjois-Savo ry
- LINDROTH Mari-Anne 9.2.2016. Maalaisromantiikka kaupungissa. [Viitattu 2017-10-13.] Saatavissa: <http://www.nmt.fi/fi/artikkeli/ruoka/koivumaen-kartano-maalaisromantiikka-kaupungissa>
- MAA- JA KOTITALOUSNAISET s.a. Maa- ja kotitalousnaiset Tietoa meistä. [Viitattu 2017-10-31.] Saatavissa: <https://www.maajakotalousnaiset.fi/mkn-tietoa-meista>
- MAA- JA METSÄTALOUSMINISTERIÖ, MMM 6.3.2012. Selvitys antaa eväitä hallituksen lähiruokaohjelmaan. [Viitattu 2017-10-13.] Saatavissa: http://mmm.fi/artikkeli/-/asset_publisher/selvitys-antaa-evaita-hallituksen-lahiruokaohjelmaan

- MAA- JA METSÄTALOUSTUOTTAJAIN KESKUSLIITTO, MTK 31.5.2011. Lähiruoalle määritelmä. [Viitattu 2017-10-13.] Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/uutiset/uutiset_2011/fi_FI/lahiruoalle-maaritelma/
- MAKUMESTARIT s.a. Liikuttavan hyvää. [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <http://makumestariit.ravintolamestarit.net/fi/etusivu/>
- MERTANEN, Eeva 2017-09-19. Toimitusjohtaja. [Haastattelu.] Kuopio: Ravintola Oliva
- MORTON s.a. Mortonin tarina ja historia. [Viitattu 2017-10-04.] Saatavissa: <https://morton.fi/tarina/>
- MUSTA LAMMAS s.a. Ravintola Musta Lammas - Elämys joka ei unohdu. [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <http://mustalammas.ravintolamestarit.net/fi/etusivu/>
- MÄKIPESKA, Tuomas ja SIHVONEN Mikko 2010. Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Helsinki: Sitra. Sitran selvityksiä 29. Saatavissa: <https://media.sitra.fi/2017/02/23070513/SelvityksiC3A42029-3.pdf>
- PANNUHUONE s.a. Tunnelmallinen kapakka Kuopiossa! [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <http://pannuhuone.ravintolamestarit.net/fi/etusivu/>
- PERÄNIEMEN KASINO s.a. Peräniemen Kasino. [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <http://peraniemenkasino.ravintolamestarit.net/fi/etusivu/>
- PROAGRIA 2014. Tietoa ProAgriasta. [Viitattu 2017-10-10.] Saatavissa: <https://www.proagria.fi/tietoa-proagriasta>
- PROAGRIA OULU s.a. Lähiruoan määritelmä ja tietoa lähiruoan ostopaikoista sekä vaihtoehtoisista jakelukanavista. [Viitattu 2017-10-13.] Saatavissa: http://www.proagrioulu.fi/fi/mita_lahiruoka_on_ja_mista_sita_saa/
- RAVINTOLA OLIVA s.a. Ravintola Oliva. [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <http://oliva.ravintolamestarit.net/fi/etusivu/>
- RUOKAMATKAILUSTRATEGIA s.a. Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia 2015-2020. [Viitattu 2017-10-19.] Saatavissa: http://www.e-julkaisu.fi/haaga-helia/ruokamatkailustrategia_2015-2020/
- RUUTIAINEN, Harri 2017-09-28. Keittiömestari. [Haastattelu.] Kuopio: Koivumäen Kartano
- SAASTAMOINEN, Jaana 2017-09-20. Yrittäjä. [Haastattelu.] Kiuruvesi: Hotelli-ravintola Sininen Helmi
- SATOA 2017a. SATOA Kuopio Food Festival. [Viitattu 2017-11-29.] Saatavissa: <http://satoa.fi/satoa-kff/>
- SATOA 2017b. Satoa KFF: Suomen ruokamatkailun kärkituote. [Viitattu 2017-11-29.] Saatavissa: <http://satoa.fi/article/satoa-kff-suomen-ruokamatkailun-karkituote/>
- SATOA 2017c. SATOA goes wild. [Viitattu 2017-11-29.] Saatavissa: <http://satoa.fi/satoa-goes-wild/>
- SININEN HELMI, s.a. Hotelli-ravintola Sininen Helmi. [Viitattu 2017-10-04.] Saatavissa: <http://www.sininenhelmi.fi/index.html>
- TYÖ-JA ELINKEINOMINISTERIÖ s.a. Matkailu lukuina. [Viitattu 2017-10-22.] Saatavissa: <http://tem.fi/matkailu-lukuina>
- UNWTO s.a. UNWTO Gastronomy Network. [Viitattu 2017-10-21.] Saatavissa: <http://affiliatemembers.unwto.org/content/unwto-gastronomy-network>
- VESILEPPIS s.a. Ruokaa rakkaudella. [Viitattu 2017-10-30.] Saatavissa: <http://www.vesileppis.fi/fi/11/Ravintolat>
- VILKKA, Hanna ja AIRAKSINEN, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

LIITE 1: YRITYKSILLE LÄHETETTY SÄHKÖPOSTIPOHJA

Hei!

Olen Jenni Hinkkanen, 3. vuoden restonomi opiskelija Savonia-ammattikorkeakoulusta, ja kartoitan opinnäytetyössäni Kuopion alueen ruoka- ja matkailualan yritysten valmiutta sitoutua European Region of Gastronomyn mukaiseen toimintaan ja sen arvoihin.

European Region of Gastronomy on eurooppalainen yhteistyöverkosto, joka pyrkii edistämään yhteistyötä ruokakulttuurin, matkailun ja taiteen parissa. Verkostossa tutkitaan ruokakulttuuriin sekä matkailuun liittyviä ilmiöitä ja innovaatioita, mutta pyritään myös edistämään alueen tunnettavuutta ja parantamaan aluetaloutta. Verkosto paljittaa vuosittain 1-2 ansioitunutta aluetta ERG-tunnustuksella. Kuopion alue on saanut suosituksen ERG-tunnusta varten vuodelle 2020 ja lopullinen päätös tittelin myöntämisestä tullaan tekemään lokakuussa. ERG-tunnustusta voidaan verrata myös kulttuuripääkaupunki -titteliin; kulttuurin lisäksi tittelissä painotetaan vahvasti gastronomiaa, lähiruoan käyttöä sekä koulutusta.

Olemme toimeksiantajani ProAgria Pohjois-Savon ja Savonia-ammattikorkeakoulun asiantuntijoiden kanssa valinneet alueelta 12 ruoka- ja matkailualueen yritystä tutkimukseen. Teidän yrityksenne on yksi valituista ja haluaisin siis haastatella teitä aiheesta ja käyttää saamiani vastauksia opinnäytetyössäni. Sopsisiko Teille haastattelupäiväksi jokin alla olevista? Ja mikä aika Teille kyseisenä päivänä olisi sopivin? Haastatteluun on hyvä varata aikaa noin yksi tunti.

xx.xx

xx.xx

xx.xx

Pyydän vastaustanne xx.xx mennessä.

Ystävällisin terveisin,

Jenni Hinkkanen

Opiskelija

040 xx xx xxx

LIITE 2: TEEMAHAASTATTELURUNKO

Yrityksen nimi ja yhteystiedot:

Toimiala:

Yrityksen liikevaihto:

Henkilömäärä yrityksessä:

YLEISET:

1. Oletko kuullut ERG:stä ennen tätä?
→ Jos kyllä, niin missä ja milloin?
2. Teettekö yhteistyötä muiden alueen/toimialan yritysten kanssa?
→ Jos kyllä, niin millaista yhteistyötä ja keiden kanssa?
→ Jos ei, niin miksi ei ja olisiko halua/innostusta tehdä yhteistyötä?

TEEMA 1: Vastuullisuus

1. Miten vastuullisuus näkyy yrityksenne toiminnassa?
2. Millaista hyötyä yrityksenne on saavuttanut toimimalla vastuullisella tavalla? (esimerkiksi taloudellisesti tai onko asiakkaita tullut lisää)

TEEMA 2: Paikallisuus

1. Arvioikaan prosenttimääräisesti, kuinka suuri osa käyttämistänne raaka-ainesta on paikallisia. Tässä tapauksessa max. 100 kilometrin päässä tuotettuja/kasvatettuja.
 2. Onko yrityksenne valmis lisäämään paikallisten raaka-aineiden käyttöä?
 3. Onko yrityksellänne strategiaa paikallisten raaka-aineiden käytön lisäämisestä?
- Hyödynnetäänkö paikallisuutta yrityksen ruokalistoilla ja markkinoinnissa?
→ Jos kyllä, näkyykö tämä matkailija-/ruokailijamäärissä?
→ Jos ei, miksi ei?

TEEMA 3: Sitoutuminen

1. Onko yritys valmis suuntaamaan omaa kehitystään ERG:n arvojen mukaiseksi, jos on mahdollista saada ERG-tunnus yrityksen käyttöön?
(Vaatii mm. tiettyjen kriteereiden täyttymisen: xx% raaka-aineista tulee läheltä.)

TEEMA 4: Odotukset, tavoitteet ja tulevaisuus

1. Odotuksenne ERG:tä koskien?
2. Mitä toivotte tittelin (gastronomisen matkailualueen tunnustuksen) tuovan Kuopion alueelle ja alueen yrityksille?
3. Kiinnostaisiko yritystä tulla mukaan esimerkiksi SATOA Kuopio Food Festivaalille tai jollekin muulle alueen festivaaliin esittelemään tuotteitaan, verkottumaan ja oppimaan uutta?

KUVIOT

Kuvio 1. Kuvaus opinnäytetyöprosessin kulusta (Hinkkanen 2017a).

Kuvio 2. Kestävän kehityksen kolme ulottuvuutta ovat keskenään riippuvuussuhteessa. (Harmaala ja Jallinoja 2012.)

TAULUKOT

Taulukko 1. Yritysten arvio paikallisruoan käyttöasteesta (Hinkkanen 2017b).