

Ympäristöystävällisyys ravitsemisliiketoiminnassa

Lappeenrantaisten yritysten toimintojen kartoitus

LAB-ammattikorkeakoulu

Restonomi (AMK), Majoitus- ja ravintola-alan liikkeenjohto

2021

Maria Tsykarev

Tiivistelmä

Tekijä(t) Tsykarev, Maria	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 63	Valmistumisaika 2021
Työn nimi Ympäristöystävällisyys ravitsemisliiketoiminnassa Lappeenrantalaisten yritysten toimintojen kartoitus		
Tutkinto Restonomi (AMK)		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa Lappeenrannan ravitsemisliikkeiden toimintojen ympäristöystävällisyyttä. Samalla oli aikomus selvittää, miten ravitsemisliikkeiden yritysjohtajat ja esimiehet suhtautuvat ympäristöystävällisyyteen ja mitkä seikat vaikuttavat heidän tekemiin päätöksiinsä.</p> <p>Tutkimuksessa haastateltiin yhtä helsinkiläistä ravintolaa sekä viittä lappeenranta-laista yritystä, joista yksi on tavarantoimittaja ja loput ravitsemisliikkeitä. Yritysten valintakriteereinä oli vähintään 2,5 vuoden vakiintunut liiketoiminta ja yrityksen viestintä ympäristöystävällisyydestään. Haastatteluun osallistuivat vain päätösvaltaiset henkilöt, kuten yritysjohtajat ja esimiehet. Tutkimusaineisto kerättiin laadullisen tutkimusmenetelmän teemahaastattelujen avulla. Haastattelut toteutettiin live- ja puhelinhaastatteluina sekä kyselynä sähköpostin välityksellä. Haastatteluaineisto analysoitiin vertaamalla tutkimustuloksia aiheesta kerättyyn teoriaan, ja näin tilanteesta luotiin yleiskuva.</p> <p>Tutkimus paljastaa, että ympäristöystävällisyys koostuu useasta eri ravitsemisliiketoiminnan osasta, joiden on pelattava yhteen monella tasolla. Ravitsemisliikkeen ympäristöystävällisyyttä pidetään Lappeenrannassa yleisesti tärkeänä asiana, mutta jotta se toteutuisi tehokkaasti käytännön arjessa, se täytyy integroida pitkäjänteisesti osaksi yritystoimintaa ja yrityksen arvoja. Tutkimus antaa paljon merkityksellistä tietoa siitä, kuinka ravintolatoimintoja saa muutettua ympäristöystävällisemmiksi. Tutkimustavoitteeseen päästään, mutta aiheesta olisi hyvä tehdä lisätutkimusta, jotta parempi luotettavuuden taso ja syvempi ymmärrys voitaisiin saavuttaa. Tutkimus luo pohjan mahdollisille jatkotutkimuksille. Opinnäytetyön tulokset pyrkivät tukemaan lappeenrantalaisia ravitsemisyriä ja edistämään positiivista yhteiskunnallista muutosta.</p>		
Asiasanat ympäristöystävällisyys, ravitsemisliiketoiminta, ravintolatoiminnot, ekologinen ravintola, yritysvastuu		

Abstract

Author(s) Tsykarev, Maria	Type of Publication Thesis, UAS	Published 2021
	Number of Pages 63	
Title of Publication Environmentally Friendly Restaurant Business Mapping the Operations of Restaurant Businesses in Lappeenranta		
Name of DegreeS Bachelor of Hospitality Management		
Name, title and organization of the client		
Abstract <p>The purpose of this thesis was to examine the state of environmental friendliness of restaurants and food industry businesses in Lappeenranta. The intention was to survey the operations of restaurant businesses and to understand the activities that have the most positive effect on the environment. The objective was to learn what environmental friendliness means to the restaurant managers and supervisors, as well as to indicate the things that affect their decision making. This thesis aims to discover basic eco-friendly principles of the companies studied.</p> <p>The data collection process comprised gathering information via semi-structured interviews with one restaurant from Helsinki and five restaurants from Lappeenranta as well as one wholesale business. The selection of businesses for the study was mostly arbitrary, however some criteria was used. The businesses had to be established for at least 2.5 years, and the businesses had to be known for their eco-friendly intentions. In the study only the managers were interviewed, for they have the biggest authority when it comes to decision making in restaurant business. Some interviews were conducted traditionally, while others were performed via phone or by e-mail. Interview material was analyzed by comparing the study results with the collected base theories about the subject.</p> <p>It becomes clear in this thesis that environmentally friendly restaurant business consists of several different synchronized components. Consistency, perseverance, and the values of managers have a great impact on a restaurant's eco-friendly operations. If these compounds are not found in the business and are not integrated deep into the restaurant's business strategy, it becomes hard for the business to be eco-friendly. Environmental friendliness of a restaurant business is a versatile subject that requires a lot more study, for which this thesis provides the foundation for. The findings of this study benefit any new starting businesses and promote positive social change by supporting local restaurants and food industry businesses in Lappeenranta.</p>		
Keywords environmental friendliness, restaurant business, restaurant operations, ecological food industry business, corporate responsibility		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Opinnäytetyön tavoite ja tausta.....	2
1.2	Ympäristöystävällisyys Lappeenrannassa ja ravitsemisliikkeet	3
1.3	Haastateltavien yritysten lyhyt esittely.....	4
2	Ravitsemisliikkeen toiminnot.....	8
2.1	Ravitsemisliiketoiminta	8
2.2	Tuotteet ja palvelut	10
2.3	Veden käyttö, energiakulutus ja puhtaanapito.....	11
2.4	Ruokahävikki	13
2.5	Jätehuolto ja kierrätys.....	14
2.6	Tavarantoimittajat ja hankintaketju.....	16
2.7	Kuljetukset ja jakelupäästöt	17
3	Ympäristöystävällisyys ravitsemisliiketoiminnassa	18
3.1	Ympäristöystävällisyys käsitteenä.....	18
3.2	Aiemmat tutkimukset aiheesta	19
3.3	Ravintolatoiminnan ympäristövaikutukset	20
3.4	Ympäristövastuu	22
3.5	Ympäristöjärjestelmät ja ympäristöjohtaminen	28
4	Tutkimuksen toteutus.....	32
4.1	Tutkimuksen viitekehys.....	32
4.2	Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruu.....	33
4.3	Aineiston analyysi ja tutkimuksen luotettavuus	35
5	Tutkimustulokset.....	39
5.1	Tutkimuksen kulku	39
5.2	Yritysjohdajien arvot ja asenteet	39
5.3	Ympäristöajattelun erot ketju- ja yksityisissä yrityksissä.....	41
5.4	Ympäristöystävälliset toimintatavat tutkituissa yrityksissä	43
5.4.1	Ympäristötietoiset raaka-ainevalinnat	44
5.4.2	Ruokahävikin vähentäminen.....	46
5.4.3	Energian- ja vedenkulutuksen hallinta	47
5.4.4	Toimiva kierrätys	48
5.4.5	Luotettavat tavarantoimittajat.....	50
5.5	Ympäristöystävällisen ravintolatoiminnan hyödyt.....	51
5.6	Ympäristöystävällisen ravintolatoiminnan haasteet	53

5.7	Tulevaisuuden visiot ja kehityskohteet	55
6	Yhteenveto ja pohdinta	58
6.1	Opinnäytetyön tarkoitus	58
6.2	Tärkeimmät tulokset	59
	Lähteet	62

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymyslomake

1 Johdanto

Vaikka tietoisuus ympäristön tilasta ja kasvavat ympäristöongelmat ovat saaneet niin yksittäisten kuluttajien kuin yritysten, päättäjien ja isompien organisaatioidenkin kiinnostuksen kasvamaan ympäristöasioita kohtaan, monessa tapauksessa ravitsemisliikkeet eivät ole tarpeeksi kiinnostuneita aiheesta, tai eivät ole perehtyneet siihen tarpeeksi toimiakseen ympäristöä kunnioittavasti. Ravitsemisliikkeiden soveltamia ja ympäristöystävällisyyttä edistäviä keinoja ja toimintatapoja on tästä syystä tärkeää tutkia ja kehittää entisestään. On myös tärkeää kerätä yhteen tietoja siitä, mitä ympäristöystävällinen ravintolatoiminta pitää sisällään. Tästä tiedosta voi esimerkiksi aloittava yrittäjä hyötyä paljonkin.

Opinnäytetyön tarkoitus on kartoittaa, miten ympäristöystävällisyys toteutuu Lappeenrannan ravitsemisliikkeissä. Opinnäytetyö tutkii, mitkä asiat vaikuttavat yritysjohdon valintoihin, asenteisiin ja arvoihin. Tutkimuksessa selvitetään, minkälaisia ympäristöystävällisiä toimintatapoja yrityksissä sovelletaan, mikä merkitys ympäristöystävällisyydellä on ravitsemisliikkeiden johtajille ja miten he suhtautuvat siihen, sekä mitä kaikkia asioita he ottavat huomioon tehdessään päätöksiä jokapäiväisessä liiketoiminnassa. Aihetta lähestytään yrityksen sisäisestä näkökulmasta ja huomiota kiinnitetään erityisesti yrityksen sisäisiin toimintatapoihin. Tutkimuksen tarkoitus on tuoda esiin esimiehen roolia ympäristövastuullisessa ravintolatoiminnassa. Tutkielmassa käsitellään karkeasti kolmea pääteemaa, joita ovat ympäristöystävällisyys, ravintolatoiminnot ja yritysjohdon arvot ja asenteet. On olennaista selvittää, miten nämä teemat linkittyvät yhteen ravitsemisliikkeen arjessa. Teemojen taustalla ovat ravitsemisliiketoiminnan eri osa-alueet ja käytännöt sekä niiden suhde yrityksen ympäristövastuuseen.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä toimii laadullinen tutkimus, joka on rajattu koskemaan vain lappeenrantalaisia ravitsemisliikkeitä. Aineisto kerätään teemahaastattelujen avulla. Tutkittava ilmiö on niin monitasoinen, että se on tärkeää kartoittaa syvällisesti, joten haastattelun avulla siitä saadaan tietoa mahdollisimman monipuolisesti. Haastattelun kohteeksi valitaan muutamia, toisistaan erilaisia ravintola-alan yrityksiä. Tarkoitus on haastatella sekä ketju- että yksityisiä yrityksiä, jotta aiheesta saadaan mahdollisemman totuudenmukainen kuva. Haastatteluun valitaan yritysjohtajat ja esimiehet siksi koska heillä on merkittävästi päätös- ja vaikutusvaltaa yrityksissä. Tutkimuksessa nostetaan esille vertailun vuoksi yksi tai useampi ääriesimerkki tai liikeidealtaan uniikki yritys myös muualta Suomesta. Teemahaastatteluista kerätty tieto analysoidaan teoriapohjan valossa. Yrittäjien toimintamalleja tarkastellaan suhteessa ympäristöystävällisyyttä käsittelevään tietoon.

Opinnäytetyö jakaantuu teoria- ja tutkimusosaan. Tutkielman teoriaosuus koostuu kahdesta pääluvusta. Ensimmäisessä luvussa on esittelyssä ravitsemisliiketoiminnan eri osa-alueet

ja ravintolatoiminnot. Esittelyssä ovat ne ravintolatoiminnan prosessit, jotka voivat kuormittaa potentiaalisesti ympäristöä, ja jotka tarvitsevat tästä syystä erityistä huomiota. Työn toinen luku kertoo ympäristöystävällisyydestä käsitteenä, ja sen soveltamisesta ravintolalalla. Esiin tulevia teemoja ovat energiatehokkuus, ympäristöjohtaminen ja yrityksen ympäristövastuu. Esittelyssä ovat myös erilaiset liiketoimintaa helpottavat ympäristöjärjestelmät ja sertifikaatit. Tutkimuksen kannalta on hyvä yrittää analysoida tilannetta niin kuin se oli ennen Covid-19 pandemiaa, mutta haastattelujen kohdalla kyseinen ilmiö on melko mahdollon sivuuttaa. Koska pandemialla on ollut suuri vaikutus yritysliiketoimintaan koko maassa, sen seurauksena yritysjohtajien ajatukset ympäristöystävällisyydestä ovat voineet muuttua viimeisten kuukausien aikana, tai nousta jopa uudelle tasolle. Joka tapauksessa pandemia mainitaan vain, jos se tulee vahvasti esille haastatteluissa. Muuten se sivuutetaan mahdollisuuksien mukaan koska se ei ole tämän tutkimuksen aiheena.

1.1 Opinnäytetyön tavoite ja tausta

Tässä opinnäytetyössä tavoitteena on tutkia, kuinka ympäristöystävällisyys huomioidaan ravitsemisliikkeissä Lappeenrannassa. Tutkimuksessa kiinnitetään huomiota erityisesti yrityksen sisäisiin vaikuttimiin, asenteisiin ja toimintatapoihin. Tutkimus nostaa esille ympäristöystävällisen johtamisen ravintola-alalla, ja siihen liittyvät haasteet. Käytännössä tutkimuksessa selvitetään, miten ympäristövastuullisuus näkyy konkreettisesti ravitsemisliikkeiden toiminnassa sekä kuinka yrittäjät suhtautuvat aiheeseen johtajatyössään. Opinnäytetyö kartoittaa ainoastaan ravintolan ruokatuotantoprosessia ja johtamista, eikä koko ruokaketjua. Ruokatuote ja keittiötoiminnot ovat tässä tutkielmassa pinnalla olevia asioita.

Tutkimus tarjoaa puitteet Lappeenrannan ravitsemisliikkeiden toimintojen ymmärtämiseen, ja johtamisen mahdollisuuksien tunnistamiseen. Tutkimuksen tuloksena on arvokas tieto ympäristöystävällisyyden merkityksestä muutamille lappeenrantalaisille ravintola-alan yrityksille. Tutkimusta voidaan pitää hyvin ajankohtaisena, koska ympäristöystävällisyys on tämän päivän aihe ravitsemisalan keskusteluissa. Myös kuluttajat ovat yhä valveutuneempia ruoan ja omien valintojensa ympäristövaikutuksista. Maailmalla on yhä enemmän näyttöä siitä, että kuluttajat valitsevat tietyt tuotteet ja palvelut muiden joukosta sen perusteella, minkälainen vaikutus niillä on luontoon ja ympäristöön. Ympäristöystävälliset arvot voivat myös nykypäivänä toimia ravintolan kilpailuvalttina (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 21). Opinnäytetyön taustalla on tietoisuus siitä, että meillä on vain yksi maapallo, jonka raaka-aineväestö ehtyy koko ajan. Niin kuluttajat kuin yrityksetkin ovat alkaneet pohtimaan, miten muuttaa toimintaansa parempaan. Koska meillä on vain yksi maapallo, yksi koti, jonka resurssit ovat hyvin rajalliset, ihmisen on tärkeää ymmärtää toimintansa vaikutukset ja mukautua tasolle, joka on turvallinen kaikkien elävien olentojen näkökulmasta. Käyttämällä

uusiutumattomien luonnonvarojen sijaan uusiutuvia luonnonvaroja ihminen voi varmistaa molempien riittävyys. Tämä parantaisi ilmaston tilaa, tukisi hauraita ekosysteemejä ja säilyttäisi luonnon kestävyyn maapallolla. (Mohr ja Webb 2005; Tilikidou 2007.)

Tämä tutkimus antaa uutta näkökulmaa aiheesta kiinnostuneille sekä tietoa ravitsemisalan ympäristöystävällisistä toimintatavoista Lappeenrannan kaupungille. Aiheena opinnäytetyö voi kiinnostaa laajalti muita yrittäjiä ja ravintola-alan toimijoita sekä brändin ja markkinoinnin suunnittelijoita. Myös opiskelijat voivat hyödyntää tätä tutkimusta omissa opinnoissaan. Tutkielma antaa tutkijalle hyvän tilaisuuden perehtyä syvemmin ravintolaliiketoiminnan eri osa-alueisiin ja samalla kehittää tietämystä ympäristöasioista alalla. Tutkielman haastattelut luovat ainutlaatuisen mahdollisuuden ymmärtää yrittäjien asenteita ja näkemyksiä siitä, missä he kokevat oman paikkansa olevan ilmastonmuutoksen keskellä. Keskustelu ravintolajohtajien kanssa auttaa ymmärtämään, mitä on otettava huomioon ravitsemisliikettä pyörittäessä varsinkin silloin, kun tavoitteena on ympäristöystävällinen toiminta. Opinnäytetyössä tehtävän tutkimuksen tausta kumpuaa lisäksi tutkijan henkilökohtaisista uratavoitteista ja tahdosta työskennellä sellaisessa yrityksessä, joka on tulevaisuuden suunnannäyttäjä. Aiheen valintaa tukee tutkijan halu ymmärtää ympäristöystävällisyyttä ilmiönä sekä kehittää jatkuvasti ravitsemisliiketoimintaa parempaan suuntaan. Tutkijan kiinnostus ympäristöystävällisyyttä kohtaan syveni AMK-opintojen aikana. Tekijän pyrkimyksenä on myös ympäristöystävällisempi elämäntapa, mikä auttaa tutkimuksen peilaamista omiin kokemuksiin. Nämä lähtökohdat tekevät jo valmiiksi työelämänlähtöisestä aiheesta kiinnostavan ja urakehitystä tukevan.

1.2 Ympäristöystävällisyys Lappeenrannassa ja ravitsemisliikkeet

Lappeenranta ajatellaan melko vihreänä kaupunkina, jossa ympäristöasiat ovat hyvällä mallilla. Lappeenrannan kaupunki voitti European Green Leaf 2021 -tittelin Euroopan komission järjestämässä kilpailussa, ja oli täten julistettu Euroopan vihreimmäksi kaupungiksi. Lappeenranta on kilpailun tuomariston mukaan näkyvästi sitoutunut kehittämään ympäristöasioita ja ilmastotyötä (Miettinen 2020). Tutkimusta ravintola-alan ympäristöystävällisyydestä Lappeenrannan yhteydessä on kuitenkin erittäin vähän. Siksi opinnäytetyön alustavana oletuksena on, että se on yksi ensimmäisiä aihetta käsitteleviä tutkimuksia Lappeenrannassa. Valmiin tiedon puute tässä kontekstissa luo haastetta, mutta tarjoaa myös mahdollisuuksia, antaa tutkimukselle painoarvoa ja tarjoaa jonkin verran toimintavapautta.

Kaikki yritykset Suomessa noudattavat ympäristöä koskevia säädöksiä ja viranomaisten asettamia vaatimuksia. Lappeenrannassa, niin kuin muissakin Suomen kaupungeissa, ympäristövalvonta on hallinnollisesti jaettu kunnan, eli kunnan ympäristönsuojeluviranomaisten, ja valtion kesken. Valtion tasolla ympäristövalvontaa suorittaa Etelä-Suomen

aluehallintovirasto eli AVI, Kaakkois-Suomen ELY-keskus (Lappeenrannan kaupunki 2021). Ympäristövalvonta käsittää mm. ympäristön pilaantumiseen tai roskaantumiseen liittyviä lupa- ja ilmoitusmenettelyjä sekä tarkastustoimintaa, joista varsinkin jälkimmäinen koskettaa ravitsemisliikkeitä. Lappeenrannassa ympäristöystävällisyyden suunnannäyttäjiä ovat ympäristötoimi sekä LAB-ammattikorkeakoulu ja LUT teknillinen yliopisto. Yliopistolla on oma ympäristöjärjestelmä, jonka avulla ympäristöasiat yhdistetään osaksi yliopiston johtamista sekä toiminnan suunnittelua (UNI LUT 2016). Ympäristötoimella ei näytä olevan suoria velvollisuuksia ravintolatoiminnan ympäristöystävällisyyden suhteen, vaan sen tehtäviin kuuluvat lähinnä Lappeenrannan kaupungin, Lemmin, Savitaipaleen ja Taipalsaaren alueilla kunnille osoitetut lakisääteiset ympäristöterveydenhuolto ja eläinlääkintähuollon sekä ympäristönsuojelun tehtävät. Lisäksi Lappeenrannan seudun ympäristötoimi valvoo useita elinympäristön olosuhteita sekä yritysten, yhteisöjen ja asukkaiden toimintaa. Etelä-Suomen aluehallintoviraston vastuualueisiin kuuluu elintarviketurvallisuuden ohjaus, valvonta ja arviointi, sekä ympäristölupa-asiat kuten vesilain mukaiset lupa-, korvaus ja hallintopakkoasiat ja ympäristönsuojelulain mukaiset lupa- ja ilmoitusasiat. (Aluehallintovirasto 2021.)

Ravintoloiden rooli Lappeenrannassa, niin kuin missä tahansa kaupungissa, on suuri. Ravitsemisliikkeet houkuttelevat monipuolisella tarjonnallaan sekä paikallisia asiakkaita että kotimaan matkailijoita ja turisteja. Ruoan merkitys osana matkailua on myös kasvamassa, minkä vuoksi ruokamatkailu nostetaan yhdeksi ravitsemispalveluiden kehittämisalueeksi. Ravintoloita tutkiessa on huomioitava yksi tärkeä tekijä, joka pitää toiminnallaan yrityksiä pystyssä, eli itse asiakas. On havaittu, että ulkona syövät ruokailijat arvostavat ruuan makua, monipuolisuutta, terveellisyyttä sekä raaka-aineiden kotimaisuutta (Jänkälä 2016). Tutkimuksessa nousee mielenkiintoiseksi se, kuinka pitkälle ruokapalveluiden kehittämisessä korostetaan paikallisuutta ja yritysten läpinäkyvyyttä.

Lappeenranta tarjoaa hyvin monipuolisia ravintolapalveluita. Kaupungissa toimii karkeasti laskettuna noin 76 ravitsemisliikettä ympärivuotisesti. Osa yrityksistä avaa ovensa vain kesän ajaksi, ja Lappeenranta onkin erittäin vilkas kesäkaupunki. Ravintoloita ja lounasravintoloita on yli 43, kahviloita noin 18 kappaletta, ja baareja sekä yökerhoja on hieman yli 10 kaupungin keskustassa, ja lisäksi paikallisia kuppiloita löytyy kaupungin eri osista. Näiden lisäksi Lappeenrannan alueella toimii muutamia yrityksiä, jotka tarjoavat vain tilauspalveluja ja catering palveluita. (Visit Lappeenranta 2021.)

1.3 Haastateltavien yritysten lyhyt esittely

Tutkimusaineistoa kerätään haastattelemalla muutamia lappeenrantalaisia yrityksiä. Tutkimuksen kohteeksi valitaan toisistaan poikkeavia ravintola-alan yrityksiä, jotta tutkitusta

ilmiöstä saadaan mahdollisimman monipuolinen kuva. Perusteluna valituille yrityksille toimii tutkijan kiinnostus kyseisiä yrityksiä kohtaan ja se, että niissä vaikuttaa olevan observoinnin sekä verkkosivujen perusteella huomioituna ympäristöystävällisyys jollain tavalla. Kun yritys antaa ymmärtää ulospäin olevansa jollain tasolla ympäristötietoinen, herää kysymys siitä, minkälaisia toimintatapoja kyseisen yrityksen liiketoiminnassa sovelletaan, ja voiko yrityksen johdolta oppia jotain uutta ympäristöystävällisyydestä. Aikomuksena on saada tutkimukseen mukaan myös muutama ulkopaikkakuntalainen yritys.

Helsinkiläinen Ravintola Nolla on yritys, jossa laadukas ruoka ja ympäristöajattelu kulkevat käsi kädessä. Ympäristön huomioon ottaminen näkyy ruokalistassa, johtajien asenteissa ja arvoissa sekä henkilökunnan asiantuntijuudessa. Tarjottavien ruokien keskiössä ovat lähellä tuotetut luomuraaka-aineet. Ravintolan tarjontaan kuuluu lisäksi oman pienpanimon Mamu Brewingin oluet sekä pientuottajien luonnonmukaisesti valmistetut viinit. Sisustukseltaan ravintolan sali on hieno mutta pelkistetty, väreiltään tumma ja tunnelmaltaan luonnonläheinen. Ravintolalla on kolme perustajaa ja heidän lisäksensä ravintolassa työskentelee noin kymmenen työntekijää. Haastatteluun osallistui ravintolan yksi kolmesta perustajasta, Luca Balac. (Restaurant Nolla 2021.)

Lappeenrantalainen Ravintola Avot Sie sijaitsee citykäytävällä kaupungin keskustassa. Ravintolan liikeidea painottaa vahvasti paikallisuutta ja ympäristöajattelua. Ravintolalla on kaksi perustajaa. Henkilökuntaan kuuluvat kolme vakituista työntekijää, joista minä olen yksi, mikä helpottaa kyseisen yrityksen sisäisten toimintojen tarkkailua, mutta saattaa luoda subjektiivista näkökulmaa. Minun on tutkijana otettava tämä huomioon analyysissä ja pyrittävä minimoimaan oma näkökulma mahdollisuuksien mukaan pois tutkimuksesta. Kesäisin kiireiseen aikaan Avot Sien salissa ja keittiössä on apuna ekstratyöntekijöitä. Ravintola on perustettu vuoden 2017 toukokuussa. Katuruokakeittiössä yhdistyy paikallisuus, kansainvälisyys, rock ja karjalaisuus. Joskus makumaailmoja yhdistellään rohkeastikin ja kokeillaan myös vahvasti itämaisia tyylejä. Ravintola on luonteeltaan uniikki, ja paikallisuus näkyy sekä venäläistä maatuskaa esittävässä logossa että sisätilojen sisustuksessa ja tarvikkeissa. Sisustukseltaan ravintola on kodikas, ja se on kuin olohuone monelle lappeenrantalaiselle asukkaalle, taiteilijalle ja muusikolle. (Avotsie 2021.)

Makea Coffee on vuonna 2019 Lappeenrannan keskustaan perustettu kahvila. Yrityksellä on oma paahtimo Lappeenrannan Pelkolan kaupunginosassa. Tutkimuksen haastatteluun osallistui yrityksen perustaja, Visa Tuovinen. Makea Coffeella on yrityksen nettisivujen (2021) mukaan kaksi missiota: *a party in your mouth*, sekä *drink less coffee*. Kahvila julistaa siis kahvin maun arvokkuutta ja sitä, että hyvää kahvia pitäisi arvostaa enemmän ja siksi nauttia sitä vähemmän, mutta laadukkaasti. Makea Coffee on siitä uniikki

lappeenrantalainen yritys, että kaikki siellä myytävät tuotteet ovat 100 prosenttisesti kasvipäisiä. Vuositasolla tämä tarkoittaa karkeasti kymmentä tuhatta kiloa säästettyä hiilidioksidipäästöjä vuodessa. Makea Coffee on myös Green Realityn ja Oatlyn yhteistyökumppani. Green Reality on ympäristötietoinen yritys, joka on tehnyt aktiivista ilmastotyötä jo pitkään, laatien ilmasto- ja kiertotalous- sekä luonnon monimuotoisuusohjelmia Lappeenrantaan tuleville vuosikymmenille. Makea Coffeen toiminta on kestäväällä pohjalla, ja yritys uskoo täysin läpinäkyvän ostoketjun tärkeyteen. Kahvilapaahtimo ilmoittaa asiakkailleen kahvipaketeissaan, minkä korvauksen viljelijä saa myymästään raakakahvista. Kahvilan juomat ja tuotteet ovat on täysin kasvipohjaisia. Ulkomuodoltaan Makea Coffeen tila on houkutteleva ja avara. Työntekijöiden vaatetus on rento ja ammattimainen, väriltään rauhoittava. Asiakastilaa koristavat kaunis valaistus, hillitty värimaailma, luonnonmukaiset materiaalit ja viherkasvit. Heti sisään astuessa asiakkaalle syntyy ympäristöystävällisyyttä korostava vaikutelma. Kahvila tarjoaa hyvät puitteet niin seurustelulle kuin työskentelylle, sillä taustalla soi melkein aina jokin trendikäs, joskin rauhallinen musiikki. (Makea Coffee 2021; Tuovinen 2021.)

Kotipizza Leiri sijaitsee Lappeenrannan Prisman lähetyvillä, lentokentän tuntumassa. Sijainti houkuttelee suomalaisten kanta-asiakkaiden lisäksi ohi matkustavia turisteja niin Venäjältä kuin muualtakin maailmalta. Ravintola työllistää kymmenestä seitsemääntoista henkilöä. Ravintolan konsepti toimii franchising-menetelmän mukaan, ja Kotipizzan ketjun rooli näkyy vahvana ravintolan jokapäiväisessä toiminnassa. Ravintolaketju on kokenut viimeisen vuoden sisällä ulkomuodonmuutoksen, ja logon sekä sisustuksen värit on vaihdettu luonnonmukaisemmiksi. Punaisen ja keltaisen sijaan tilalle on tullut tummanvihreän, ruskean ja harmaan sävyt. Ravintolasalin sisustus on diner-tyyppinen, mukava ja tilava. (Taa-vitsainen 2021.)

Teerenpeli on Lappeenrannan Kauppakadulla sijaitseva ravintola, joka avattiin syksyllä 2011. Teerenpeliravintoloita on noussut yhteensä seitsemälle paikkakunnalle ympäri Suomen vuodesta 1994 lähtien. Ketju on tunnettu lähiraaka-aineita kunnioittavista panimotuotteistaan, joita on nyt jo useita kymmeniä. Teerenpeli Ravintolat Oy:n toimipisteissä nautitaan oman panimon ja tislamon tuotteita, ja toimipisteet ovat monelle tuttuja viihtyisästä ilmapiiristään ja laadukkaasta sisustuksestaan. Lappeenrannan Teerenpelissä on kodikas sisustus, joka korostaa suomalaisuutta luonnollisilla väreillä ja materiaaleilla. Oman tislamon mainokset puhuvat paikallisuuden puolesta. Katutason lisäksi ravintolassa on yläkerta, jota ravintola vuokraa yksityistilaisuuksiin. Teerenpelillä on myös oma TeerenDeli -ruokalista, jolta saa tilattua ruokaa keittiön ollessa auki aina pilkkuun asti. Haastatteluun osallistui yksi päättävistä Teerenpeli Yhtiöt Oy:n jäsenistä. (Teerenpeli 2020.)

Kespro on Lappeenrannassa sijaitseva, Kesko oyj:n omistama tukku, jolla on tällä hetkellä Suomen laajin ravintola-alan tukkuvalikoima. Kespro on iso, tilava halli minkä edessä on tilava parkkialue. Keskon konserni seuraa K Code of Conduct-nimisiä toimintaohjeita, jotka linjaavat yhteiset suuntaviivat niin tukkujen henkilökunnan kuin kaikkien yhteistyökumppanien työlle. K-ryhmän toimintaohjeet kertovat esimerkkien avulla, mitä reiluun kilpailuun, ihmisoikeuksiin ja ympäristön huomiointiin liittyviä odotuksia ketjulla on keskolaisille ja yhteistyökumppaneille. Kespron Ravintolatukku palvelee ravitsemisliikkeitä ympäri Suomen, ja toimittaa raaka-aineita yritysten määräämässä tahdissa. Tukkuliikkeen osallistuminen tutkimukseen on arvokas lisä opinnäytetyölle, koska se tarjoaa tietoa ympäristöystävällisyydestä myös ravintoloiden toimitusketjun näkökulmasta. Haastattelukysymyksiin vastasi tukkuliikkeen asiakaspalvelun edustaja. (Kespro 2021.)

2 Ravitsemisliikkeen toiminnot

2.1 Ravitsemisliiketoiminta

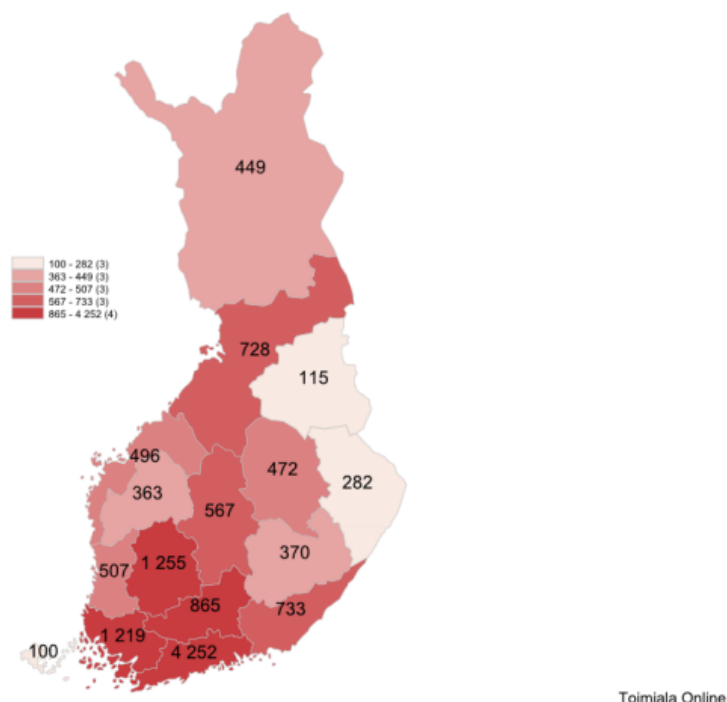
Tässä luvussa kerrotaan, mitä ravitsemisliiketoiminta tarkoittaa sekä mitä toimintoja ja prosesseja ravitsemisliikkeen toimintaan kuuluu. Ravintolatoiminnasta poimitaan tarkasteluun ympäristöystävällisyyden kannalta olennaisimmat osa-alueet ja ne esitellään yksi kerrallaan. Luku käsittelee myös hieman ravintolatoiminnan tilastoja ja tilannetta Suomessa.

Ravitsemisala käsittää ravintola- ja ateriapalveluiden lisäksi baarien ja kahviloiden liiketoiminnan. Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta (308/2006, 1§) määrittelee ravitsemistoiminnan olevan *ammattimaisesti tapahtuvaa ruoan tai juoman tarjoamista yleisölle elintarvikelaissa (23/2006) tarkoitettussa elintarvikehuoneistossa nautittavaksi*. Ravitsemistoiminta voi Työ- ja elinkeinoministeriön (2015) mukaan olla myös rajoitetulle yleisölle kohdistettua toimintaa esimerkiksi catering-tiloissa tai henkilöstöravintoloissa. Tilastokeskus (2021) määrittelee ravitsemistoimintaan kuuluvan välittömästi nautittaviksi tarkoitettujen aterioiden ja juomien tarjoilun niin perinteisissä ravintoloissa kuin itsepalvelu- ja noutoravintoloissa, pikaruuan myyntipisteissä ja muissa liikkeissä, joissa on asiakaspaikkoja.

Vuonna 2014 liikevaihto oli ravitsemisalan yrityksillä Suomessa reippaasti yli viisi miljardia. Ravitsemisliikkeiden yhteenlaskettu liikevaihto on ollut hieman laskussa viimeisten vuosien aikana. Vuonna 2020 liikevaihto laski majoitustoiminnassa 46 prosenttia ja ravitsemistoiminnassa 24 prosenttia edellisvuoteen nähden, mistä voidaan päätellä dramaattiset koronapandemian seuraukset (MaRa 2021). Konkurssiin haettuja majoitus ja ravitsemisalan yrityksiä oli vuoden 2021 tammi-toukokuussa yhteensä 103 kappaletta, mikä on kuitenkin 25 yritystä vähemmän kuin samaan aikaan vuonna 2020. Ravitsemisala on hitaasti elpymässä koronakriisistä. Tilastokeskuksen mukaan (2021) palvelualojen työpäiväkorjattu liikevaihto nousi vuoden 2021 heinäkuussa 12,5 prosenttia vuoden 2020 heinäkuusta.

Kriisistä huolimatta ravitsemistoiminnan yritysten määrä on kasvanut tasaisesti Suomessa vuodesta 2007 lähtien, mikä on johtanut siihen, että suomalaisten yritysten kokonaishiilidioksidipäästöt ovat myös kasvaneet vuosittain. Tämä on ollut jossain määrin kansalaisten ja vaikuttajayhteisöjen huolenaiheena (Vihreä Aalto 2013, 18). Ennen koronapandemiaa vuoden 2014 mittausten mukaan Suomen ravitsemistoimiala työllisti kokonaisuudessaan yli 52 000 työntekijää lähes 12 800 toimipaikassa. Niin kuin alla olevassa kuvassa 1 näkyy, ravitsemisalan yritykset ovat lukumääräisesti keskittyneet Etelä-Suomeen Uudellemaalle, Pirkanmaalle, Varsinais-Suomeen ja Hämeeseen.

Karttatilasto: Toimipaikkatilastot ELY-keskuksittain vuonna 2013
 - Tasot 1-2 TOL 2008 = 56 Ravitsemistoiminta
 Toimipaikkatiedot = Toimipaikat



Kuva 1 Ravitsemistoimialan (TOL 56) yritysten toimipaikkojen määrä v. 2013 (Tilastokeskus 2021)

Ravitsemisliikkeen perustamiseen liittyy monia säädöksiä ja lupapapereita, joilla kaikilla on oma roolinsa ympäristöystävällisen toiminnan varmistamisessa. Uuden ravintolayrittäjän on tehtävä ilmoitus elintarvikehuoneistosta ennen toiminnan aloittamista ja suunniteltava tilat järkevästi ja turvallisesti niin asiakkaille kuin työntekijöille, ottaen huomioon myös tavaran-toimittajat. Elintarvikkeen käsitteleminen elintarvikeyrityksessä vaatii henkilöltä hygienia-passin ja terveydentilan selvityksen. Jos ravintolaan halutaan esimerkiksi perustaa terassi, siihen voi tarvita suostumuksen kunnalta ja taloyhtiöltä, eli asiaa on tiedusteltava rakennus-valvonnasta. Jokaisella ravitsemisliikkeellä on myös oltava omavalvontasuunnitelma. Suunnitelma auttaa sekä ravitsemisliikkeen toiminnan johtoa että niitä viranomaisia, jotka valvovat toimintaa. Omavalvontasuunnitelma antaa käytännön opastusta ja vähentää elintarvikehygieenistä riskiä, edistäen samalla ympäristöystävällisiä toimenpiteitä yrityksissä. Matkailu- ja ravintola-alan toimialayhdistys, josta käytetään lyhennettä MaRa ry, on valmistellut ravintoloille hyvän käytännön ohjeistuksen eli Omavalvontaohjeen, jonka pohjalta yritys voi rakentaa oman omavalvontasuunnitelmansa. Elintarviketurvallisuusvirasto Evira on sen arvioinut ja hyväksynyt. (Evira 2021.)

Yrityksillä on yleisesti ottaen keskeinen sija ympäristöpolitiikassa. Kun puhutaan ympäristöystävällisyydestä ravintola-alalla, on myös huomioitava, että ravitsemisalan

kytkeytyminen muihin aloihin on merkittävä. Majoitus- ja ravitsemispalvelut linkittyvät muihin matkailun keskeisimpiin toimialoihin, kuten kuljetus-, matkatoimisto- ja matkanjärjestäjäpalveluihin, kulttuuripalveluihin kuten erilaisiin tapahtumiin, ohjelmapalveluihin, kylpylöihin sekä hiihtokeskusten ja huvi- ja teemapuistojen toimintaan. Muita ravitsemispalveluihin linkittyviä elinkeinoja ovat mm. turvallisuusala, kauppa-ala, ICT-palvelut, rakentamisen ja rakennuttamisen palvelut, elintarvikkeiden tuotanto sekä elintarvikkeiden jalostus ja jätehuolto. Lisäksi ravitsemiselinkeino luo kysyntää muun muassa toimistopalveluihin eli kirjanpidon ja tilintarkastuksen palveluihin, sekä markkinointi- ja viestintäalalle. Ravitsemisliikkeen toimintojen laatuun ja luonteeseen vaikuttavat useat eri seikat ja sidosryhmät. Olenaista on se, mihin osa-alueeseen tai sidosryhmään toiminto linkittyy. Kun ravitsemisliike toimii näin kirjavassa ympäristössä, on sen johtajien otettava huomioon moni asia, jos he haluavat tehdä toiminnastaan ympäristöystävällistä. On myös olemassa monia yhdistyksiä, jotka tarjoavat yrityksille ympäristöpalveluja ja neuvontaa, ja toimivat ikään kuin ympäristötyön sparraajina.

Yritysmailmassa on viime vuosikymmeninä vahvistunut ajatus siitä, että ympäristöystävällinen toiminta ei tuo yrityksille pelkkiä kustannuksia vaan myös paljon hyötyjä: esimerkiksi paremman maineen ja parempaa materiaali- ja energiatehokkuutta. Kun yrityksessä panostetaan ympäristöneuvonnan etsintään ja tiedonhakuun, voidaan ympäristötavoitteita saavuttaa nopeammin ja vaivattomammin. Voittoa tavoittelematon yhdistys Green Restaurant Association raportoi (2013), että "lähes 80 prosenttia kaupallisten ruokapalvelusektoreiden vuosittain käyttämästä energiankulutuksesta menetetään virheellisen tai tehottoman ruoanlaiton, ruuan säilytyksen ja varastoinnin seurauksena, mikä vastaa vuodessa jopa 10 miljardia dollaria. Green Restaurant Association on ottanut tehtäväkseen edistää vihreiden käytäntöjen toteuttamista ravintoloissa. Yhdistys tarjoaa ympäristöohjeita yrityksille energiatehokkuudesta ja veden suojelusta, sekä jakelupäästöjen vähentämisen, ympäristön hyvinvoinnin, kierrätysohjelmien, ekologisen rakentamisen, vihreiden hankintojen sekä materiaalien ja kestävän kehityksen periaatteiden toteuttamisen tiimoilta.

2.2 Tuotteet ja palvelut

Seuraavaksi esitellään ympäristöystävällisyyden näkökulmasta olennaisimmat ravitsemisliikkeen toiminnot ja osa-alueet. Ravintolatoiminnassa suurin vetonaula on tietenkin itse ruoka. Tästä syystä, jos yritys haluaa panostaa ympäristöystävällisyyteen, tapahtuu se suureksi osaksi nimenomaan ruokalistan eettisten valintojen kautta. Vaikka kaikissa ravitsemisliikkeissä liikeidean peruseriaate on sama, eli tuotteiden ja palveluiden tarjoaminen maksaville asiakkaille niin, että saadaan heidät tulemaan yhä uudelleen, ravitsemisliikkeen toiminnot ja prosessit voivat vaihdella suuresti yrityksen luonteen mukaan. Ruokatuotteiden

valmistustapa ja kypsennys voivat vaihdella, ja raaka-ainemieltymykset sekä tapa valmistella raaka-aineet käyttökelpoisiksi ovat kaikki sidonnaisia yrityksen tyyliin. Peruseriaate on, että ruokatuotteet valmistetaan asiakkaille tarjottaviksi valituista raaka-aineista valvottujen sääntöjen mukaisesti. Ravitsemisliikkeen palvelu voi tarkoittaa ruokatuotteen tarjoilua, alkoholijuomien anniskelua (jos ravintolalla on siihen oikeudet), valmiiden tuotteiden myyntiä, erilaisten tapahtumien ja juhlien järjestämistä asiakkaille, catering-palveluja ja niin edelleen. Ympäristöystävällisyyden kannalta on olennaista, miten ja millä menetelmin ruokatuote on valmistettu sekä miten palvelu on toteutettu asiakkaalle. Käytännön toimenpiteiden toteuttaminen ympäristöystävällisesti lisää merkittävästi ravitsemisliikkeen positiivista vaikutusta ympäristöön (Niemelä & Furman & Halkka & Hallanaro & Sorvari 2011).

Ruuan alkuperällä on suuri merkitys ympäristöystävällisyyden kannalta. Yritysjohdajan on otettava huomioon luonnonvarojen riittävyys etenkin raaka-aineita hankkiessaan. Yleisesti ottaen mitä lähempää ruoka tulee, sitä pienempi rasitus siitä on ympäristölle. Lähiuotanto tarkoittaa elintarvikkeita, joiden raaka-aineet on tuotettu muutaman kymmenen tai sadan kilometrin säteellä tuotteiden valmistuspaikasta eli ravintolan keittiöstä. Lähiruokatrendin ja luomuruuan suosio ovat koko ajan nousussa, niin terveyskulttuurin kuin ympäristötietoisuuden myötä. Kasvissyönnön ja vegaanisen ruokan ohella edelleen yleistynyt trendi. Vegaaninen ruoka tarkoittaa sitä, ettei sen valmistukseen tai raaka-aineena ole käytetty mitään eläinperäistä. Alun perin kasvis- ja vegaaninen ruokakulttuuri levisi Suomeen Ruotsista, kun varakkaimmat ihmiset alkoivat kokeilemaan uusia makuja. Pikkuhiljaa suosiota saanut ilmiö siirtyi keskivertokansalaisen lautaselle edullisuutensa vuoksi. Nykypäivänä kasvisruokatrendi ja luomun sekä lähiruuan suosiminen ovat saaneet paljon huomiota Suomessa. Ajan hermolla olevan ravintolan tulisi nykypäivänä ottaa ruokalistalleen vähintään yksi luomu-, kasvis- tai vegaaninen vaihtoehto. Moni ravintoloitsija ymmärtää kysynnän kasvun ja pyrkii lisäämään valikoimaan esimerkiksi vain suomalaista lihaa ja vain luomusertifioituja kasvikunnan tuotteita. Ympäristöystävällisyys edellyttää myös sitä, että elintarvikkeet ja niiden raaka-aineet tulee tavalla tai toisella pystyä jäljittämään. Jäljitettävyys tarkoittaa sitä, että ravintolajohtajan on kyettävä osoittamaan, mistä raaka-aineet ja tuoteräät on hankittu ja mihin valmistetut tuotteet on toimitettu. Tähän vaikuttaa myös yrityksen oman hankintaketjun tuntemus ja riskienhallinta. (Evira 2021.)

2.3 Veden käyttö, energiakulutus ja puhtaanapito

Keskimääräinen ravintola voi käyttää jopa 20 000 litraa vettä päivässä, sen kokoon ja suosiin perustuen (Flusberg, 2021). Ravintoloissa suurin osa vedestä kuluu tiskien pesuun. Luonnollisesti kaikki yritykset, joissa käsitellään elintarvikkeita ja valmistetaan ruokaa sekä tarjoillaan juomia, kuluttavat paljon vettä, mutta on olemassa lukemattomia tapoja vähentää

kahvilan tai ravintolan veden kokonaiskulutusta. Yksi vaihtoehto on hankkia energiatehokkaita koneita ja laitteita. Esimerkiksi EU-maissa yhtenäinen energiamerkintä antaa sekä kotitalouksille että yrittäjille luotettavasti vertailukelpoista tietoa kotitalous- ja ammattilaitteiden energiankulutuksesta. Euroopan komission mukaan (2021) energiamerkinnän vaatimuksesta säädetään EU:n tasolla energiamerkintäasetuksessa (2017/1369/EU) ja kansallisella tasolla ekosuunnittelulaissa (1005/2008). Komission asetukset ovat sellaisinaan voimassa myös Suomessa (European Alliance to Save Energy 2021).

Vedenkulutuksen kannalta on olennaista, miten yrittäjät ja kuluttajat suhtautuvat veteen. Nyky-yhteiskunnassa esiin nousevat monet uudet innovaatiot, tutkimukset ja dokumentit, jotka perehdyttävät ihmisiä veden merkitykseen, kulutukseen ja ympäristöasioihin. Yksi tällainen organisaatio on Matt Damonin ja Jaden Smithin perustama Brave Blue World-säätiö (Water 2020). Säätiö on kyseenalaistanut monet yleiset oletukset nykyisistä vesijärjestelmistämme muuttaakseen ihmisten käsitystä vedestä. Säätiön tekemä samanniminen dokumenttielokuva Brave Blue World (2020) tutkii ja esittelee erilaisia tekniikoita ja innovaatioita, joilla on potentiaalia ratkaista maailman vesikriisi. Säätiön missio on yksinkertainen: levittää tietoisuutta ja solmia tutkimuksellista tietoa tiukasti kansalaisten arkeen. Myös ravitsemisliikkeet voivat ottaa uutta näkökulmaa veden säästämiseen ja kierrättämiseen säätiön tarjoamista tutkimuksista. Dokumentin kertomiin innovaatioihin lukeutui eräs elintarviketehdas Kanadassa, jonka johtoryhmä oppi kierrättämään käyttämänsä veden, eli puhdistamaan ja hyödyntämään veden uudelleen. Toiminto on hyvä esimerkki käytännön toimintatavasta, joka tuottaa säästöjä niin taloudellisesti kuin materiaalisesti.

Kun puhutaan energiakulutuksesta, puhutaan usein energiatehokkuudesta. Energiatehokkuus ja sen johtaminen vaativat yritysjohtolta erityistä suunnitelmallisuutta ja aiheeseen perehtymistä (Motiva 2021a). Nykypäivänä valveutuneet johtajat ymmärtävät, että aiempi olettamus luonnonvarojen, kuten öljyn tai veden, rajattomasta saatavuudesta ei enää pidä paikkaansa. Raaka-aine- ja resurssisota ei ole enää tulevaisuudessa mahdollisuus. Mitä enemmän yritykset havahtuvat ilmaston heikentyneeseen tilaan, sitä nopeammin ihmiset oppivat reagoimaan ongelmaan ja tekemään kestävämpiä päätöksiä myös henkilökohtaisessa elämässä (Gore 2009).

Samoin kuin kotitalouksissa, ravitsemisliikkeessä voi säästää energiaa ja vettä monella tapaa. Ravintolakeittiön mahdollisesta energiansäästöstä voi toteuttaa jopa huimat 60 prosenttia pelkästään prosesseja kehittämällä (Motiva 2021b). Kun yritysjohtajat ovat valveutuneita, siirtävät he ekotehokkuuden periaatteita myös työntekijöidensä arkeen. Esimerkiksi aamuvuorolainen voi keittiöön tullessa viivyttää laitteiden laittamista päälle aina siihen hetkeen, kun se on välttämätöntä. Uunien ja paistogrillien pitäminen päällä aamutunneista

iltamyöhään on täysin hukkaan heitettyä energiaa varsinkin silloin, kun niitä ei käytetä ruuanlaittoon. Sama periaate koskee veden annostelua vaikkapa kahvia ja teetä keitettäessä. Veden kiehattaminen vie energiaa samalla tavalla kuin sen valuttaminen viemäriin, joten näissä asioissa kannattaa ravintoloitsijan olla tarkkana. Yksi ravintolatoiminnan vedenkäyttöön liittyvä oleellinen osa on keittiön ja salin puhtaanapito. Puhdistamiseen ei kannata käyttää vettä sen enempää, kun on tarpeen. Pesuaineet muodostavat kemikaalikuorman, joka aiheutuu ympäristölle ravintolan toiminnasta. Siksi on olennaista tietää, mitä aineita käyttää ja mihin tarkoitukseen.

2.4 Ruokahävikki

Ruokahävikkiä on kaikki alun perin syötäväksi kelpaava tai aiemmin kelvannut ruoka, joka päätyy jostain syystä biojätteeksi. Ruokahävikkiin ei lasketa ravintolatoiminnasta syntyviä kahvinporoja, serviettejä tai hedelmien ja vihannesten kuoria ja naatteja. Ruokahävikkiä voi syntyä niin valmiista ruuasta kuin käyttämättömistä raaka-aineista.

Ruokahävikin synnylle on monia syitä, eikä yksikään niistä ole yksiselitteinen. Erään tutkimuksen mukaan ruokahävikin torjumiseksi ravitsemistoiminnassa on olemassa joitain yleisiä haasteita, jotka ravintoloitsijoiden on ratkaistava ennen kuin he voivat vakauttaa ruokahävikin hallintaa. Ongelmiksi muodostuvat esimerkiksi ruuan ylituotanto, heikko liiketoimintakonseptin valinta, puutteellinen varaston hallinta, keittiöhenkilöstön vajavainen pätevyys tai huono asiakaskohderyhmän valinta. Monessa tilanteessa ruokamäärän mitoitus voi olla suurena haasteena. Etenkin lounasravintoloissa asiakasmäärä voi vaihdella päivittäin esimerkiksi ruokalajin tai jopa sään mukaan. Myös muut ennalta arvaamattomat seikat ja tapahtumat, joita ei voi ennustaa, vaikuttavat myyntiin. Lautashävikki eli lautaselle jätetty ruuan osuus on yleensä pieni, mutta tarjoiluhävikin eli noutopöydästä aiheutuneen ruokahävikin osuus on sen sijaan valtava. Koska noutopöytä tuottaa enemmän hävikkiä kuin annostarjoilu, on moni ravitsemisliike siirtynyt tarjoamaan salaattit noutopöydästä, ja lämpimät ruuat annoksina. (Baldwin 2015.)

Suomalaiset kotitaloudet heittävät yhteensä vuosittain ruokaa roskiin noin 500 miljoonan euron edestä. Pääkaupunkiseudulla heitetään ruokaa roskiin noin 25 miljoonaa kiloa vuodessa (Kuluttajaliitto 2020). Vaikka summa onkin vuosien mittaan pienentynyt, ihmisten kuluttajakäyttäytymisellä on yhä suurempi merkitys ruokapalvelujen tuottamisessa. Moni tutkimus tukee kuluttajien roolia ja vaikutusta ravitsemisliikkeiden toimintoihin, ja ihmisen käyttäytymistä pidetään tärkeimpänä ratkaisuna nykypäivän ympäristöongelmiin (Hu & Parsa & Self 2010). On esitetty, että kuluttajien on hyvä vaatia ravintoloilta ympäristövastuuta siksi koska ravitsemisliikkeiden tarjonta on suoraan yhteydessä asiakaskunnan kysyntään. Jos asiakkaat alkavat vaatia yhä puhtaampaa ja ekologisempaa eli ympäristöystävällisempää

ruokaa, saattaa se parhaimmassa tapauksessa pakottaa ravintoloitsijat miettimään uudeleen valintojaan. Moni yritys on tarrannut härkää sarvista ja aloittanut kuluttajalle näkyvän ympäristötyön. Esimerkiksi K-ryhmän Kiroileva Hiili -kampanjoinnissa kuluttajia kannustetaan tekemään ilmastoviisaita valintoja. Siinä myös kerrotaan, millaisia tekoja K-ryhmä on tehnyt ilmaston hyväksi – mutta todetaan myös, että vastuullisuusasioissa on vielä paljon parannettavaa (K-Ruoka 2021).

Ruokahävikin vähentämiseen voidaan onneksi vaikuttaa kaikissa ruokatuotannon ja -palvelun vaiheissa. Prosessin vaiheita ovat tarjoilu, hankinnat, ostaminen, suunnittelu, varastointi, ruuanvalmistus ja kuljettaminen. Kun jokaisessa prosessivaiheessa mietitään ruokahävikin potentiaalista syntyä, osataan tunnistaa paremmin ne tilanteet ja toimet, jotka johtavat siihen ja yrittää ehkäistä ne. On myös hyvä antaa asiakkaiden ymmärtää aiheuttamansa ruokahävikin, esimerkiksi laittamalla noutopöydän viereen kyltin, jossa on kehoitus ottaa vain vähän ruokaa kerrallaan sillä sitä voi aina hakea lisää.

Yksi esimerkki ruokahävikin nostamisesta esille ruokapalveluissa on LAB Ammattikorkeakoulun keittiöissä käytössä oleva Biovaaka Pro, joka osoittaa asiakkaille suoraan paljonko ruokaa on mennyt biojäteastiaan. Biovaaka on kokonaisvaltainen palvelu, joka on tarkoitettu ammattikeittiön ruokahävikin seurantaan. Myös kokit ja muu henkilökunta näkevät palvelun avulla syntyneen biojätteen määrän, mikä tekee ruokahävikin näkyväksi ja säästää rahaa, sekä edistää kiertotaloutta ja ympäristöystävällisyyttä ravintolassa (Biovaaka 2021). Kun ruokahävikki vähenee, vähenevät myös turhaan tehty työ, sähkön ja veden kulutus sekä raaka-aineiden ja muiden materiaalien, kuten pakkausten, kustannukset (Koljonen & Ylönen 2019, 16–19).

2.5 Jätehuolto ja kierrätys

Jätteiden lajittelu ja vähentäminen on suuri ympäristöteko. Ravintola ei voi toimia ilman, että se tuottaa jätettä, mutta oikeanlaisella lajittelulla roskalle annetaan uusi elämä. Lajitelluista jätteistä luodaan kierrättämällä uutta raaka-ainetta seuraavalle tuotannolle. Suomessa jätehuolto on maailman eliittiä, koska täällä iso osa jätteestä kierrätetään. Tästä huolimatta Lassila & Tikanojan (2021) verkkosivujen mukaan suomalaiset tuottavat päivittäin enemmän jätettä kuin mitä suomalaiset jätevoimalat pystyvät nielemään.

Lähes kaikkien suomalaisten taloyhtiöiden jätekatoksista löytyy sekajäteastian lisäksi ainakin paperi ja kartonkikeräys sekä metalli- ja lasikeräysastiat, mutta moni kansalainen voisi HSY:n tekemän (2021) tutkimuksen mukaan kierrättää vieläkin enemmän. Erityisesti muovin kierrättäminen on monessa Suomen kaupungissa vielä alkutaipaleella. Yritysten jätehuolto on kotitalouksia monimutkaisempaa. Kierrätysammattilaiset puhuvat Lassila &

Tikanojan verkkosivuilla (2021), että etenkin arvokkaiden ja rajallisten luonnonvarojen kierrättäminen mahdollisimman pitkään on erittäin tärkeää. HSY:n (2021) mukaan ravintoloissa virallisesti kierrätettäviä asioita ovat Suomessa: lasi, metalli, paperi, pahvi, biojäte, muovi, sähkö- ja elektroniikkajäte, vaarallinen jäte ja kasviöljykierrätys. Loput jätteet menevät sekajätteenä poltettavaksi.

Ympäristösuojelussa ja sen kehittämisessä on kyse yhtä lailla suurista linjoista kuin pienistä käytännön asioista. Suomessa kaatopaikkojen valvonta aloitettiin 1980-luvulla, joten ennen sitä kaatopaikalle vietiin ihan laillisesti kaikenlaista jätettä. 1960-luvun kesänvietto saaristossa käsitti soudun selälle upottamaan säilykepurkkeja ja niitä lasipulloja, joita ei voinut palauttaa kauppaan. Suomen metsistä löytyy muistoja samankaltaisesta jätehuollosta tai lähinnä sen puutteesta (Niemi & ym. 2011, 89). Nykyinen jätehuolto perustuu olennaisilta osin hyvin toimiviin jätteenkäsittelyasemiin, ja niistä vastaa kierrätyksen ammattilaiset. Ongelmajätteet kerätään erikseen, ja kaupungit ovat alkaneet kompostoida biojätettä.

Viimeisen kymmenen vuoden aikana jätteenpolto on Lassila & Tikanojan mukaan (2021) lisääntynyt räjähdysmäisesti. Vuonna 2016 sekajätteen vieminen kaatopaikoille kiellettiin kokonaan, jonka jälkeen jätevoimaloita on jouduttu rakentamaan suurella vauhdilla lisää. Suomessa poltetaan jätettä tällä hetkellä yhdeksässä isossa jätevoimalassa. Näiden lisäksi jätettä päätyy poltettavaksi myös pienempiin rinnakkaispolttolaitoksiin ympäri Suomen. Yllättävää on se, että EU-maissa keskimäärin jätettä päätyy kaatopaikalle selvästi pienempi osa kuin suomalaisten kohdalla. Vertailukohteena voisi olla Saksa, jossa vuonna 2011 kaatopaikoille ei viety jätettä lainkaan. Samana vuonna Ruotsissa, Hollannissa ja Itävallassa kaatopaikoille päätyi vain yksi prosentti jätteistä (Eurostat 2011). Nykyisin Suomessa kerätään 800 jäteautollista sekajätettä päivittäin. Tämä kertoo luvuissa sen, missä piilee yksi suurimpia yhteiskuntamme ja yritystemme aiheuttamia ympäristöhaittoja. Yhden YLE:n (2020) kaatopaikalla toteuttaman tutkimuksen mukaan yli 70 % suomalaisten sekajätteenä olisi kierrätyskelpoista. Suuren jättemäärän käsittelyyn tarvittaisiin kestävämpi ratkaisu. Jos kierrätys ja lajittelu olisivat paremmalla tasolla, ei sekajätettä syntyisi niin paljon kuin nyt, jos lainkaan.

Kierrätystalouden yksi tärkeimmistä aspekteista koskee uusia hankintoja. Kun ravintolaan hankitaan jokin laite, on hyvä miettiä ensin, onko sen oltava täysin uusi vai voiko se olla kierrätetty. Uuden laitteen hankinnan hyötynä tulee vakuutus, joka on parhaimmillaan voimassa moniakina vuosia, ja joskus siihen sisältyy edullinen laitteen ylläpito- ja korjauspalvelu. Kun tavara on käytetty jo entuudestaan, sillä on riskinsä hajota ennen aikojaan, jolloin tilalle on taas hankittava uusi. Jotkut ravintoloitsijat eivät halua lähteä sellaiseen kulutusjuhlaan mukaan. Ilman vakuutuksia tai vahinkojen korvaustakuita ei monikaan ravintoloitsija

suostu tekemään kallista hankintaa. On kuitenkin selvää, että kierrätetty tai käytetty laite on ympäristöystävällisempi valinta kuin täysin uusi tehtaalta ostettu.

2.6 Tavarantoimittajat ja hankintaketju

Kaikki mikä saapuu ravintolan ovista sisään, eli ruokien ja juomien raaka-aineet, ravintola-toiminnassa välttämättömät välineet sekä kertakäyttöiset pakkaus- ja puhtaanapitotarvikkeet, on kaikki ostettu joltain muulta taholta, tavarantoimittajalta. Yritysten hankintaketjujen vastuullisuus on saanut viime vuosina yhä enemmän huomiota, ja tavarantoimittajaketjujen läpinäkyvyys on ottanut edistysaskeleita koko ravintola-alan toimintasektorilla. Yritysten odotetaan kantavan vastuuta oman toimintansa lisäksi myös tuotteidensa raaka-aineiden valmistajien vastuullisuudesta. Vaikka alihankinta- ja toimittajaketjun avaamista pidetään vastuullisuustekona, hankintaketjun jokainen toimija on ensisijaisesti vastuussa omasta toiminnastaan. Ravintoloitsija voi omilla raaka-ainevalinnoillaan vaikuttaa jonkin verran koko hankintaketjun vastuullisuuteen.

Yrityksillä on erilaisia mahdollisuuksia hallita hankintaketjujensa vastuullisuutta. Työ on yksinkertaisinta, kun yritys valmistaa tuotteen alusta loppuun itse – raaka-aineista lopputuotteeseen asti. Tällainen tilanne voi olla esimerkiksi joissain ravintoloissa, joissa kasviksia ja yrttejä kasvatetaan omalla kasvimaalla tai ravintolan sisätiloissa. Käytäntö saattaa yleistyä lähivuosina, sillä ravintolan läheisyydessä kasvatettu ruoka on lähiruokaa parhaimmillaan. Tällainen tilanne on kuitenkin vielä harvinainen. On nähtävissä, että monet yritykset pyrkivät tulevaisuudessa vähentämään käyttämiensä alihankkijoiden määrää, helpottaakseen hankintaketjujen hallintaa.

Se, kuinka suuri vaikutus ravitsemisliikkeillä on tiettyihin toimitusketjuihin, vaihtelee. Jos yritys on merkittävä tuotteen ostaja, tai jos se ostaa suoraan tuottajalta ja ketju on tällöin pienempi, vaikutus toimitusketjun sisällä voi olla suuri. Kun yritys on muutaman askeleen päässä tuottajasta, hankintaketju on isompi ja vaikutus rajallisempi. Ravitsemisliikkeen on tunnistettava vastuunsa valitsemansa toimitusketjun jokaisesta osasta. Vastuullisuusarviointikäytäntöjen yleistyessä yritykset alkavat tekemään vastuullisuusarvioinnin tai auditoinnin toimittaja- ja alihankkijakandidaateille jo neuvotteluvaiheessa. Joskus yhteistyötä ei aloiteta, ellei tietyt kriteerit toteudu, eli jos potentiaalisella yhteistyökumppanilla on esimerkiksi liian erilaiset arvot kuin ravitsemisliikkeen johdolla.

Yhteistyökumppaniarviointi on jatkuva prosessi, ei kertaluonteinen projekti. Usein tuotannon siirtyessä korkean palkkatason maista kehittyviin alhaisen palkkatason maihin tuotantoketjun riskit kasvavat. Vaikka monessa kehitysmaassa työlainsäädäntö saattaa olla vähimmäisvaatimusten eli ILO:n kansainvälisen työjärjestön sopimusten mukaista, ei sen

valvontaan ole kunnollisia resursseja tai sitä jopa laiminlyödään tahallisesti, jotta kyseisen maan yritykset olisivat hinnoiltaan kilpailukykyisiä maailmanmarkkinoilla. Kun alihankkijoita on runsaasti ja tuotanto monesti hyvin verkostoitunutta, on raaka-aineiden alkutuotannon valvonta Suomesta käsin erittäin vaikeaa. Toimialan yhteistyöllä syntyykin paljon parempia tuloksia, kuten esimerkiksi eurooppalaisen vähittäiskaupan perustama Business Social Compliance Initiative BSCI, jonka ”auditointistandardin” mukaisia tarkastuksia tekee kyseisessä maassa toimiva sertifiointilaitos. BSCI on kasvanut 1300 jäsenensä ansiosta suureksi markkinavoimaksi. (Kuisma 2015, 22–23).

2.7 Kuljetukset ja jakelupäästöt

Nykyisin monilla ravitsemisliikkeillä on joko oma ruokatuotteiden toimituspalvelu tai ne ovat ottaneet yhteistyökumppaniksi jonkun kuljetuspalveluja tarjoavan firman. Ravintola-alalla tällaisia palveluita on esimerkiksi Woltilla ja Foodoralla, jotka toimivat lähes koko maassa, ja Pizzeria Onlinella, joka operoi pääkaupunkiseudulla. Myös catering-yrityksillä on oltava oma kuljetuspalvelunsa, jotta ruokatuotteet saadaan perille oikeaan sijaintiin. Ruokatuotteiden kuljettamisesta syntyy luonnollisesti jakelupäästöjä, mikä kuormittaa ympäristöä. Kuljetuksia vähentämällä tai kuljetusvälineitä optimoimalla voidaan ruuan kuljettamisesta tehdä ympäristöystävällisempää. Perinteisten autojen korvaaminen sähköautoilla tai pienemmillä kuljetusvälineillä, kuten pyörillä ja sähköpotkulaudoilla, saadaan kuljetusten aiheuttamat päästöt hallintaan. Jälkimmäinen vaihtoehto toimii Suomen tapauksessa isoissa kaupungeissa ja pääkaupunkiseudulla. Myös valitsemalla ympäristöystävällisen toimitusketjun, voi ravintola vaikuttaa aiheuttamiinsa jakelupäästöihin.

3 Ympäristöystävällisyys ravitsemisliiketoiminnassa

3.1 Ympäristöystävällisyys käsitteenä

Tämä luku käsittelee ympäristöystävällisyyskäsitteen määritelmän ja sen kehityksen niin yhteiskunnassa kuin yritysmaailmassa. Ympäristöystävällisyys käsitellään ravitsemisliikkeen toimintojen ja prosessien näkökulmasta. Esittelyssä ovat myös ympäristövastuu, erilaiset ympäristöjärjestelmät ja -sertifikaatit sekä yritysjohton arvojen vaikutus liiketoiminnan ympäristöystävällisyyteen.

Ympäristöystävällisyys on moniulotteinen käsite, ja sille tuntuu olevan monia, joskus toisistaan poikkeavia kuvauksia ja määritelmiä. Laajoissa aiheesta tehdyissä tutkimuksissa kerrotaan, että ravintolatoiminta voi olla ympäristöystävällistä monella eri tavalla, aina elintarvikkeiden, kuten luomuviljeltyjen vihannesten toimittamisesta ravintolaan ja ympäristöä kunioittavien käytäntöjen suosimisesta ravintolan pyrkimyksiin parantaa asiakaskuntansa ruokailukäyttäytymistä (Hu & ym. 2010). Ympäristöystävällisyyttä lähestytään tämän tutkimuksen kontekstissa termien ”ekologinen” ja ”ympäristövastuullinen” – kautta. Englanniksi ympäristöystävällisyyttä kuvaavia termejä ovat mm. eco-friendly, ecological, environmentally-friendly, environmentally responsible ja green. Kaikki nämä termit kuvaavat toimintaa, joka on hyväksi ympäristölle. Koska tavoitteena on koota jonkinlainen ymmärrys ilmiöstä, tutkimuksessa käytettävää ympäristöterminologiaa ei rajata yhteen sanaan, vaan aihetta tutkitaan erilaisista näkökulmista. Tutkimuksen pyrkimyksenä onkin siksi ymmärtää ja kuvailla aihetta alustavasti, ja muodostaa siitä yleiskuva.

Niemelä & ym. (2011, 90–95.) huomasivat tutkimuksissaan, että toiset yritysjohtajat paneutuvat ympäristöystävällisyyteen huomattavasti enemmän kuin toiset. Ihmisten halu suojella ympäristöä ja toimia ympäristöystävällisesti viriää useimmiten siitä, että he havaitsevat ympäristössään jonkin haitallisen muutoksen. Niemelän & ym. (2011, 102–105.) mukaan tällaisia havaintoja on eri yhteiskunnissa tehty eri aikoina, ja ne ovat usein johtaneet toimintaan, joskaan ei aina. Ympäristösuojelu ja ympäristövastuullinen yritystoiminta on pikkuhiljaa kehittynyt paikallisista ratkaisuista ja yksittäisistä toimista yhteiskunnan laajaksi tehtäväksi. Jopa Suomen perustuslakiin ja EU:n voimassa olevaan perustamissopimukseen on kirjattu kuuluvan tätä nykyä oikeus hyvään ympäristöön. Uusin askel on perusoikeuksien myöntäminen lain silmissä ihmisen ohella myös luonnolle. Tämä kumoaa yleisen ajatuksen siitä, että ympäristöä suojelevat lähinnä ne, joilla on siihen varaa. Samanlainen askel on otettu ensimmäisenä köyhässä Ecuadorissa, jossa hyväksyttiin uusi perustuslaki kansanäänestyksessä vuonna 2008. Laki käsittää osion ”luonnonoikeuksista”, jonka mukaan luonnolla eli maaemolla (*Pacha Mama*) on oikeus olemassaoloon ja kukoistamiseen sekä

kehittymiseen evoluution mukaisesti. Koska luonto ei itse puhu, sen edustajina toimivat kaikki yksilöt ja yhteisöt sekä julkinen valta. Tällaiset ideat luontokohteiden juridisista oikeuksista ovat peräisin 1970-luvulta, eikä moderniin lainsäädäntöön sitä ole aiemmin sisällytetty missään päin maailmaa. Vasta 2000-luvun jälkeen luonnon oikeuksiin on kiinnitetty laajalti suurta huomiota, mikä vaikutti ratkaisevasti ympäristöystävällisyyden lisääntymiseen yritystoiminnassa. Niin yksilöillä, yhteisöillä, yrityksillä ja organisaatioilla sekä maiden hallituksilla ja poliittisilla tahoilla ymmärrettiin olevan oma vastuunsa ympäristöongelmien havaitsemisessa ja niihin puuttumisessa. Kun tällainen rakennemuutosmalli sai jalansijaa yhteiskunnassa, ympäristöajattelusta tuli osa yhteiskunnallista toimintaa. Muutokseen vaikuttivat samanaikaisesti monet seikat ja lukuisat ihmiset ja instituutiot. Myös myöhemmin esitelty yritysvastuu linkittyy ympäristöystävällisyyden kehitykseen ja yhteiskunnan rakennemuutosmalliin.

3.2 Aiemmat tutkimukset aiheesta

Ympäristöystävällisyyttä ja ympäristövastuuta on tutkittu maailmalla melko paljon, mutta tutkimusta aiheesta löytyy varsinkin 2000-luvun puolella kiitettävästi (Cadbury 2006, 5–8). Tutkimukset koskevat lähinnä yritys vastuuta osana yritysstrategiaa ja asiakkaiden ympäristötietoisuuden (engl. consumer behaviour and awareness) vaikutusta yritysten vastuullisuuteen, sekä työntekijöiden käsityksiä yritys vastuusta. Ympäristöystävällisyydestä löytyy siis hyvin paljon tutkimusta, mutta lähinnä vain edellä mainittujen teemojen kontekstissa. Vastaavasti kestävä kehitys ja siihen liittyvät osa-alueet ovat tulleet monille jo hyvin tutuiksi lehtiotsikoiden ja internetissä käytävän keskustelun ansiosta. Wackernagel ja Rees (1996, s. 32–40) vakuuttavat, että kestävyys on yksinkertainen käsite, joka tarkoittaa "Elämistä mukavuudessa ja rauhassa luonnon keinojen puitteissa".

Suomessa yritys vastuuta on tutkittu jonkin verran (Panapanaan, Linnanen, Karvonen & Phan 2003, 1–2). Suomi on tunnetusti maailman huippuja energiatehokkaassa rakentamisessa ja kierrätyskäytännöissä, mutta Lampikoskien & Sipon (2013, 18–26) mukaan Suomessa vihreämpi yrittäjyys on silti vasta alkutekijöillä. Esimerkiksi aurinkoenergian hyödyntäminen tai "trash to cash" eli roskasta rahaksi – kaltaisten toimintojen toteuttaminen on edelleen harvinaista, ja jälkimmäistä harrastaa vain kourallinen yrityksiä. Lappeenrannassa ravitsemisliikkeiden ympäristöystävällisyyttä ei olla entuudestaan tutkittu paljoa.

Teoriaosion alustamisen aikana selvisi, että ruokapalvelut ja ruuan ympäristövaikutukset linkittyvät tiukasti ympäristötutkimuksen muihin osa-alueisiin. Esimerkiksi Suomen sotahistorialla ja sitä kautta metsätaloudella on jonkin verran tutkimuspohjaa. Yllättävää on se, että näillä on yhteys myös ympäristötietoisuuden ja kasvissyönnin yleistymiselle. Vuonna 1992 YK:n ympäristö- ja kehityskonferenssissa ratifioitiin Rion julistus ja sen yhteydessä

hyväksyttiin kattava toimintaohjelma Agenda 21 joka käsitteli metsien hoitoa, käyttöä, suojelua ja kestävästä kehitystä koskevia metsäperiaatteita. Tämä sekä vuotta myöhemmin voimaan tullut biodiversiteettisopimus kirittivät suuresti myös suomalaista ympäristötyötä. Edellä mainitut ohjelmat mahdollistivat YK:n myös paljon myöhemmin, vuonna 2015, kestävän kehityksen toimintaohjelman eli Agenda 2030:n toimintaan panemista. Yleinen keskustelu Suomen luonnon monimuotoisuuden heikkenevästä tilasta ja huoli ilmastonmuutoksesta kasvavat yhä yhteiskunnassa, ja aiheet ovat nostaneet ympäristötietoisuutta myös maailmanlaajuisesti. (Auvinen 2019, 12–26.)

3.3 Ravintolatoiminnan ympäristövaikutukset

Ravintolatoiminnalla on kansainvälisesti ajateltuna suuret ympäristövaikutukset. Ympäristöystävällinen ravintolatoiminta ja kestävän kehityksen periaatteet ovat välttämättömiä nyky-yhteiskunnalle ruoan tuotannon ja kulutuksen näkökulmasta. Tästä syystä niin tiedeyhteisöt, akateemiset piirit kuin yritysmaailman vaikuttajat pitävät tärkeänä löytää keinoja muuttaa tilannetta, esimerkiksi kuluttajien käyttäytymiseen ja yrittäjien näkemyksiin vaikuttamalla (Hedin & Katzeff & Eriksson & Pargman 2019).

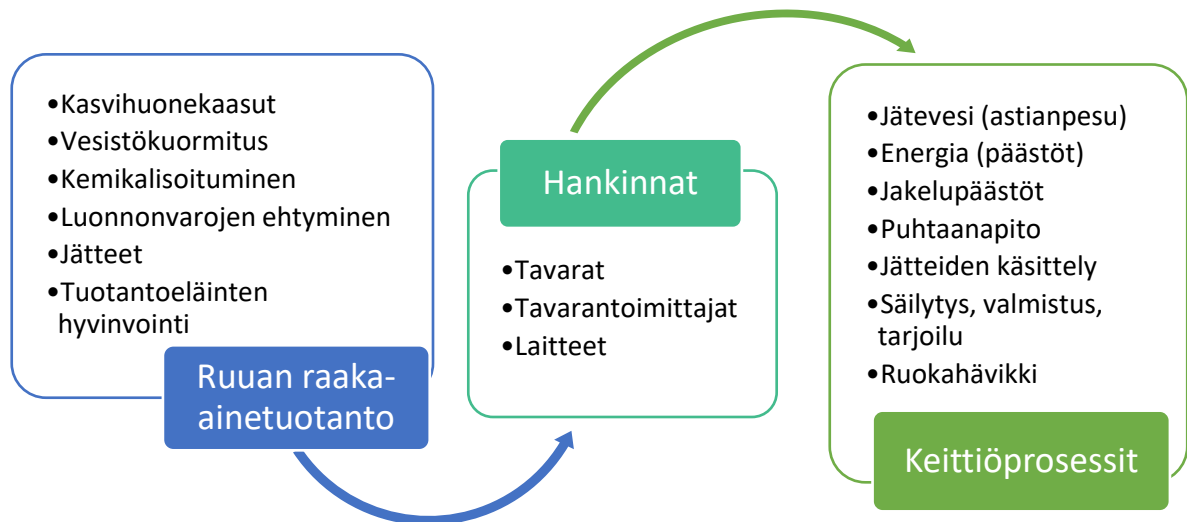
Ravintolatoiminnan ympäristölle haitalliset vaikutukset keskittyvät karkeasti ruoanvalmistukseen, raaka-aineiden hankintaan, veden- ja energiankulutukseen, jätehuoltoon ja kuljetuspäästöihin. Osittain myös asiakkaiden kysyntä, ostokäyttäytyminen ja mieltymykset voivat vaikuttaa ravintolajohdon tekemiin, ympäristölle haitallisiin päätöksiin.

Worldwide Fundin eli WWF:n Living Planeettaraportin mukaan (2010) suurin osa ruoan ympäristövaikutuksista syntyy alkutuotannosta eli kasvien ja eläinten kasvatuksesta, kauan ennen kuin ruoka saapuu ravintolan keittiöön. Ympäristölle erityisen kuormittavaa on nimenomaan eläinperäisen ruoan tuotanto. Liha- ja maitotuotteet aiheuttavat IPCC raportin (2021) mukaan 50–80 prosenttia ruoantuotannon päästöistä. On esitetty, että eläinmaatalous on yksi merkittävimmistä ilmastonmuutoksen syistä, sillä noin 60 prosenttia maailman nisäkkäistä on ihmisravinnoksi kasvatettuja eläimiä. Jonathan Safran Foer kirjoittaa kirjassaan *Me olemme ilmasto* (2020), että 59 prosenttia viljelykelpoisesta maasta käytetään tällä hetkellä rehun kasvattamiseen tuotantoeläimille. Niille juotetaan myös kolmasosa kaikesta maapallon makeasta vedestä.

Kun puhutaan eläinmaatalouden osuudesta ympäristökriisiin, siteerataan useimmiten kahta raporttia – YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestö FAOn (Goodland 2006, 4-6) vuonna 2006 julkaisema *Livestock's Long Shadow* (Karjan pitkä varjo) ja Worldwatch-instituutin (Goodland & Anhang 2010, 22-24) vuonna 2009 julkaisema *Livestock and Climate Change* (Karja ja ilmastonmuutos). Vaikka näissä annetaan eri lukuja ilmastotieteen keskeisimmästä

tilastosta eli karjankasvatussektorin tuottamien kasvihuonepäästöjen prosenttimäärästä (18 % ensin mainitussa sekä 51 % jälkimmäisessä), on selvää, että niiden osuus kaikista ihmistoiminnan aiheuttamista päästöistä on merkittävä, noin 18 prosenttia enemmän kuin koko kuljetussektorin päästöt yhteensä. Globaalisti maatalous ja ruuantuotanto ovat suurimmat tekijät myös metsäkadon lisääntymisessä ja luonnon köyhtymisessä (Cadbury 2006; Goodland 2006; Foer 2020). Suomalaisten ruuankulutuksella on samojen lähteiden mukaan yhteys muun muassa Itämeren rehevöitymiseen ja sademetsien hakkuisiin. Ympäristön huomioivan ruokapalvelun peruseriaate on tutkimusten perusteella yksinkertainen: mitä enemmän lisätään kasvis- ja lähiruokia lautaselle ja mitä enemmän pyritään samalla säästämään resursseja, sen ympäristöystävällisempi kokonaisuus syntyy. Aina asia ei ole kuitenkaan yksiselitteinen, vaan ruuan ympäristöystävällisyyteen vaikuttaa monen eri tekijän yhteissumma.

Tässä tutkimuksessa keskitytään tutkimaan nimenomaan ravitsemisliikkeen toiminnoista aiheutuvia ympäristövaikutuksia ja sitä, miten ympäristöystävällisyys toteutuu keittiöprosesseissa. Tutkimus sivuuttaa koko ruokaketjun aiheuttamat ympäristövaikutukset, vaikka ne mainitaankin tämän luvun alussa. Aiheen taustalla esiintyy laajemmin myös kestävä kehityksen osa-alueet, kuten esimerkiksi ruuan raaka-ainetuotannon kasvihuonepäästöt (CO₂) ja vesistökuormitus, kemikalisoituminen, luonnonvarojen ehtyminen ja tuotantoeläinten hyvinvointi, mutta nämä teemat sivuutetaan tässä tutkielmassa. Kestävä kehitys ja sen osa-alueet ovat jätetty tarkastelusta pois selkeämmän rajauksen takia. Hiilijalanjälki kuvaa tietyn rajattavissa olevan kokonaisuuden (yrityksen, kunnan, tuotteen jne.) aiheuttamaa ilmastokuormaa, mikä liittyy myös ympäristöystävällisyyteen. Mittareista hiilijalanjälki on nopeimmin kehittyvä, ja voi jo lähivuosina näkyä huomattavassa osassa tuotteita. Myös tulevaisuuden ravintoloiden voi odottaa ottavan kyseisen mittarin käyttöönsä. Ekologinen jalanjälki puolestaan mittaa, kuinka suuren maa-alan tietty ihmismäärä tarvitsee tuottamaan käyttämänsä luonnonvarat ja sulauttamaan synnyttämänsä päästöt ja jätteet takaisin luontoon (Nissinen 2019). Nämä termit liittyvät ympäristöystävällisyyteen, mutta niihin ei paneuduta tämän tutkimuksen puitteissa. Tutkimuksen rajausta ja edellä mainittujen käsitteiden havainnointia helpottaa alla näkyvä yleiskatsaus ruokapalveluiden ilmastovaikutuksista. Kuvasta 2 käy ilmi tutkimuksessa käsiteltävä osuus, eli keittiöprosesseihin liittyvät osiot, sekä tutkimuksessa sivuutettu osuus eli ruuan raaka-ainetuotannon ympäristövaikutukset.



Kuva 2 Ruokapalveluiden ilmastovaikutukset (Koljonen 2020)

Kuluttamatta jättäminen on niin yksilölle kuin yrityksellekin mahdollisuus, sillä kuluttaminen takaa kummankin olemassaolon jatkuvuuden. Eettisten tuotteiden, ekologisuuden, reilun kaupan ja luomun suosiminen kuluttamisessa on kuitenkin sijoittamista myös tulevien sukupolvien elämänlaatuun. Ympäristöystävällinen toiminta ravintola-alalla nostaakin väkisin esiin yritysten tietoisuuden ilmastonmuutoksesta ja kestävästä liiketoiminnasta. Kestävä liiketoiminta tarkoittaa sellaista toimintaa, jota voidaan harjoittaa yhtäjaksoisesti myös tulevaisuudessa, eikä se ylitä maapallon resurssien asettamaa kapasiteettia. Toistaiseksi tähän ei olla maailmalaajuisesti vielä päästy, mutta monen ympäristötutkijan mielestä yritysten tulisi silti pyrkiä kestävään toimintaan jo nykypäivänä. Yhdistyneiden Kansakuntien ympäristöohjelman lausunnon mukaan etenkin teollisuuden suuryritykset ovat ympäri maailman hyväksyneet vastuunsa ympäristölle aiheuttamansa haitan vähentämisestä. Samoin monet yritysjohtajat ovat astuneet esiin vastaavanlaisten julistusten saattamana ja kertovat avoimesti ymmärtävänsä oman vastuunsa ympäristöstä. (Hoffman 2000; United Nations Sustainability Report 2015.)

3.4 Ympäristövastuu

1990-luku oli Suomessa ympäristöjärjestelmien, -merkkien ja -sertifiointien kehityksen vuosikymmen. Globalisaation edetessä kuluttajien luottamus alkoi järkkyyä etenkin suurten yritysten vastuullisuuteen. Samalla voimistui myös kritiikki vain taloudellisia tuloksia esitteleviä organisaatioita kohtaan. Yritysten toiminnan haluttiin olevan kaikin puolin läpinäkyvää. Sidosryhmille täytyi pystyä todistamaan, että voittoa on tehty vastuullisesti ja ympäristöystävällisesti, kestävä kehityksen osa-alueita kunnioittaen. Muutoksen myötä yritysten toimintaan alkoi merkittävästi vaikuttaa osakasarvon (shareholder value) rinnalle noussut sidosryhmäarvo (stakeholder value). (Panapanaan & ym. 2003, 133–148.)

Koipijärven & Kuvajan (2020, 23) mukaan kun yritysvastuu alkoi nousta yhä vahvemmin yritysten johdon agendalle 1990–2000-lukujen vaihteessa, sitä alettiin lähestyä englantilaisen konsultin John Elkingtonin luoman käsitteen, eli kolmen pilarin mallin ”Triple Bottom Line” (1994) mukaisesti (kuva 3). Mallin mukaan yrityksen tai kunnan vastuullisuus rakentuu taloudellisesta, ympäristöllisestä ja sosiaalisesta vastuusta, ja sen osa-alueet ilmaistaan englanniksi kolmen P:n fraaseilla (planet, people, profit). Malli sanelee, että yritysten tulee esitellä rinnakkain omat taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristöllisen vastuun tulokset ja kertoa niiden keskinäisistä vaikutussuhteista (Kuisma, 2015, 14–18). Nykyisin malliin lisätään myös kestävän kehityksen neljäs pilari eli kulttuurinen kestävyys.

Elkington kehitti mallin toiveenaan muuttaa nykyisen taloushallinnon kirjanpitoon ja tulokseen keskittyvän liiketoimintajärjestelmän kattavaksi, erilaisia syyseuraus-suhteita ymmärtäväksi sekä vaikutusta ja menestystä mittaavaksi toiminnaksi. Triple Bottom Line -teorian kehittämisen ja sen soveltamisen seurauksena jotkut yritykset alkoivat vihdoinkin ymmärtää ympäristön kestävyys, sosiaalisen hyvinvoinnin ja organisaation taloudellisen menestyksen välisen yhteyden. Alla on esitetty kuva John Elkingtonin kolmen pilarin mallista ja sen alakäsitteistä.



Kuva 3 Kolmen pilarin malli (Koipijärvi & Kuvaja 2020, 23)

Tässä tutkimuksessa keskitytään ympäristöystävällisyyteen, joka sijoittuu Elkingtonin mallin näkökulmasta yrityksen ympäristövastuu-pilarin alle. Tutkimuksen viitekehys nojaa vain osittain Kolmen pilarin malliin, sillä teoria ei ole kokonaisuudessaan täysin mutkaton. Vaikka malli sytyttikin kiinnostuksen ympäristövastuullisuuteen, sen ongelmakohta on se, että yrityksen johdon on tunnistettava liiketoimintansa vastuullisuuden avainasiat ja lajitella ne kolmeen kestävyysalueeseen. Tämä ei ole helppoa, sillä aina kaikki liiketoiminnan osa-alueet eivät ole yksiselitteisesti luokiteltavissa vain yhteen vastuullisuusteemaan. Tämän lisäksi vastuualueille on luotava jonkinlaiset suorituskykymittarit eli KPI:t. Key Performance Indicator eli KPI on suomeksi käännettynä suorituskykyilmaisoin tai mitattava arvo, joka osoittaa, kuinka tehokkaasti yritys saavuttaa liiketoiminnan keskeiset tavoitteensa. Arvo ei ole tuttu läheskään kaikille ravitsemisliiketoimintaa harjoittaville. (Koipijärvi & Kuvaja, 2020, 23.)

Taloudellisten ja ympäristönäkökohtien välisiä yhteyksiä on tutkittu laajasti monissa yritystapauksissa ja akateemisissa tutkimuksissa, kun taas sosiaalinen vastuu on edellä mainituista vähiten tutkittu osa-alue (Journal of Business Ethics, 2003). Ympäristöystävällisyyden näkökulmasta taloudellinen ja sosiaalinen vastuu ovat linkitettävissä yrityksen ympäristövastuuseen, mutta kaikilla kolmella on kuitenkin omat ulottuvuutensa. Taloudellinen vastuu käsittää voiton tavoittelun ja kannattavuuden, oikeudenmukaisuuden työntekijöitä ja alihankkijoita kohtaan, kiertotalouden sekä vastuullisen veronmaksun ja korruption vastaisen toiminnan. Mallin ympäristöllinen vastuu puolestaan korostaa yrityksen aiheuttamien ympäristövaikutusten mittaamista ja vähentämistä. Sosiaalinen vastuu on kolmen pilarin viimeisin tulokas, ja se liittyy laajemmassa mittakaavassa eettiseen yritystoimintaan ja yritysten yhteistyöhön, ihmisoikeusasioihin, työntekijöiden hyvinvointiin, oikeudenmukaisiin työtunteihin ja reiluun palkkaan. (Panapanaan & ym. 2003, 150–152; Koipijärvi & Kuvaja, 2020, 23–25.)

2000-luvulla yritysmaailmassa on alettu puhua yhä enemmän ekologisuudesta sekä yksilöiden ja organisaatioiden ympäristö- ja yhteiskuntavastuusta. Ravitsemisliiketoiminnan näkökulmasta ympäristöystävällisyys linkittyy suoraan yritysvastuuseen (engl. corporate social responsibility, CSR). Euroopan komission (2001, 6) määritelmän mukaan ”yritysvastuu on konsepti, jonka mukaan yritykset sisällyttävät vapaaehtoisesti sosiaalisen ja ympäristönsuojelullisen vastuun liiketoimintaansa ja kanssakäymiseensä sidosryhmien kanssa”. Komissio täsmentää yritysvastuun olevan yrityksen vastuuta oman toimintansa yhteiskunnallisista vaikutuksista niin, että se ylittää lainsäädännön salliman minimitason. Ympäristövastuun käsitteeseen kuuluvat ympäristöluvut, erilaiset mittarit, poliittiset päätökset, päästöille asetetut rajoitukset ja saasteiden vähentäminen.

Samoin kuin ympäristöystävällisyys, yritysvastuu on hyvin monikerroksinen käsite, jolle on monta määritelmää riippuen siitä, mitkä seikat lasketaan mukaan yrityksen vastuullisuusalueisiin. Koipijärven ja Kuvajan (2020, 21) määritelmä kiteyttää vastuullisen yrityksen olevan sellainen, joka pyrkii minimoimaan toimintansa aiheuttamat kielteiset vaikutukset ympäristöön ja ympäröivään yhteiskuntaan. Yritysvastuuseen on lisätty nykypäivänä myös pyrkimys myönteisten vaikutusten maksimointiin. Yritysvastuu kehottaa yrityksiä tekemään strategisia valintoja, ja ottamaan samalla huomioon liiketoimintansa vaikutukset yhteiskuntaan, ihmisiin ja luontoon. Yritysvastuun luonne pohjautuu ajatukseen siitä, että yritysten olemassaolo ja jatkuvuus perustuvat hiljaiseen sopimukseen yritysten ja yhteiskunnan välillä (Cadbury 2006, 12). Eräässä tutkimuksessa paljastui, että useimmissa suomalaisissa yrityksissä yritys vastuun katsotaan olevan suoraan yhteydessä yrityksen arvoihin ja periaatteisiin. Näiden yritysarvojen ja periaatteiden perusteella yritys rakentaa käytänteet ja säännöt, joiden pohjalta toiminnot ja päätöksenteko toteutuvat. (Panapanaan & ym. 2003.)

Sirpa Juutinen (2016, 2–4) puhuu ympäristöystävällisyydestä ja vastuullisuudesta kirjassaan *Strategisen yritys vastuun käsikirja* strategisena silloin, kun se ymmärretään osana liiketoiminnan arvonmuodostusta. Yritysvastuun sanotaan tuovan suoraa lisäarvoa liiketoimintaan, koska parhaimmillaan se rikastaa myyntiä, vähentää ympäristökuormaa ja lisää yrityksen energiatehokkuutta, mikä puolestaan pienentää kustannuksia ja luo korkeampaa hintatasoa. Se voi myös synnyttää asiakasuskollisuutta, henkilöstön sitoutumista ja parempaa brändin mainetta. Juutinen toteaa, että ympäristövastuun arvonmuodostusta on varsinkin aluksi vaikeaa kommunikoida yrityksen johdolle, koska osa lisäarvosta toteutuu epäsuorasti esimerkiksi asiakastyytyvyyden ja maineen ylläpitämisen kautta. Sen sijaan ne ilmiöt, jotka ovat toteutettavissa numeroin, kuten energiakulutus ja materiaalitehokkuus, ovat johdolle tutumpaa yritys kieltä. Jos vastuullisuusasiat otetaan huomioon yksittäistapauksina, esimerkiksi yhden vastuullisuusprojektin toteuttamisena tai irrallisen vastuullisuusmittarin testaamisena kvartaalitasolla eli vuosineljänneksellä, ollaan nopeasti eksyksissä. Täten ympäristövastuullisuus on tärkeää ankkuroida yrityksen ytimeen ja strategian kaikkiin osa-alueisiin jo yrityksen alkutaipaleella.

Ympäristöystävällisyydessä ja yritys vastuussa on ensisijaisesti kyse siitä, millaisin toimintatavoin ja keinoin yritys tavoittelee taloudellista kannattavuutta. Terhi Koipijärvi kertoo teoksessaan *Yritysvastuu – Johtamisen Uusi Normaali* (2017, 25–26), että vanha ajatusmalli ”tämä on ennen kaikkea bisnestä” ei enää pidä paikkaansa yritysmaailmassa. Se, että tehtäisiin ensin rahaa, ja vasta sitten hyvää, on kaukana siitä strategisesta ajattelusta, missä yrityksen riskejä ja mahdollisuuksia hallitaan kokonaisvaltaisesti, ottaen huomioon vastuullisuuden eri osa-alueet. Esimerkiksi hyväntekeväisyys voi olla osa yrityksen vastuullisuusohjelmaa, mutta jonkun hyväntekeväisyysjärjestön pelkän taloudellisen tukemisen sijaan

kannattaa yhteiskunnasta etsiä kumppaneita, joiden kanssa voi yhteistyössä vaikuttaa konkreettisesti johonkin ongelmaan, vaikkapa paikallisyhteisöjen hyvinvointiin tai paikallisluonnon monimuotoisuuden lisäämiseen.

Kun tavoitetaso asetetaan korkealle ja yritys vastuulla haetaan edelläkävijyyttä, yritys ottaa tietoisesti riskin. Niin sanotut hopeamitalistit eli sivusta tarkkailijat pääsevät usein helpomalla, koska he osaavat välttää edelläkävijöiden tekemät virheet, napaten kirsikat kakun päältä omaan vastuullisuusstrategiaansa. Toisaalta vain edelläkävijät voivat kylpeä rohkeissa pelinavauksissa sekä vahvassa vastuullisuusvisiossa ja -brändissä, ja näin erottautua kilpailijoista. Alla on esitetty taulukko 1, mukailten Koipijärven & Kuvajan (2017, 47) laatimaa taulukkoa, jossa on esitetty edelläkävijäyritysten ja hopeamitalistien mahdollisia hyötyjä ja haittoja.

Edelläkävijät	Hopeamitalistit
<p>Plussat (+)</p> <ul style="list-style-type: none"> - vastuullisuustyön suunnannäyttäjät - kilpailuetu - organisaation oppiminen kärjessä - vastuullisuusriskien tunnistaminen - kiinnostava työnantajakuva - korkeampi brändiarvo 	<p>Plussat (+)</p> <ul style="list-style-type: none"> - edelläkävijöiden virheistä oppiminen - riskien ennakointi ja hallinta - alemmat vastuullisuustyön kustannukset - parhaiden käytäntöjen löytäminen ja hyödyntäminen
<p>Miinukset (-)</p> <ul style="list-style-type: none"> - sidosryhmien ja median silmätikuna oleminen - kalliimmat vastuullisuustyön kustannukset - oppiminen virheiden kautta 	<p>Miinukset (-)</p> <ul style="list-style-type: none"> - vähäiset imago- ja brändihyödyt - vaikea erottautua kilpailijoista - uuden keksiminen haastavaa

Taulukko 1. Yritysvastuun edelläkävijät ja perässähihtäjät (mukailtu Koipijärvi & Kuvaja 2017)

On hyvä kartoittaa, miksi pienet yksityisyrietykset ja tuottoisat suuryrietykset ovat innostuneet ekopyrkimyksistä. Aiemmin 80- ja 90- luvuilla siirtyminen ympäristöystävällisempään toimintaan selitettiin tutkimuksissa lainsäädännön muutoksista johtuvaksi, sillä yritysten tuli mukautua direktiiveihin, ympäristölakeihin ja erilaisiin määräyksiin. Nykyisin on saatu selville, että toimintaympäristön muutokset, asiakkaiden ja sidosryhmien vaatimukset sekä raaka-ainepula muuttavat yritysjohtajien toimintatapoja entisestään. Tämän lisäksi luonnonsuojelujärjestöjen, ympäristöorganisaatioiden ja kuluttajajärjestöjen vaikutusvalta on kasvamaan päin. Etenkin taloudellisen taantuman aikaan kustannustehokkuuspyrkimykset nostavat päätään ja erityisesti energian ja jätteen sekä ruokahävikin säästöhankkeet muuttuvat entistä kiinnostavammiksi. Yritysjohtajat ovat huolissaan yritys vastuun integroinnin lisäksi mm. kyvykkäimpien työntekijöiden houkuttelusta rekrytoinnissa sekä pitämisessä. Vanhoihin malleihin kangistuneet työtehtävät eivät enää houkuttele esimerkiksi millennium-sukupolven parhaimmista. Työnhakijat peilaavat arvomaailmaansa firmojen arvomaailmaan eivätkä osta helposti tyhjiä lupauksia vaan tahtovat oikeita ekotekoja. Yrietykset kiinnittävät erityistä huomiota imagoonsa ja pääkilpailijoiden liikkeisiin, minkä myötä yhä useampi organisaatio muuttaa toimintatapojaan ympäristöystävällisemmiksi. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 118–130.)

Liiketoiminnan taustalla vallitsevat johtajatiimin arvot vaikuttavat luonnollisesti koko yrityksen toimintaan, on kyseessä sitten yksityinen yritys tai ketjuliike. Arvot muokkaavat paljolti liiketoiminnan ydintä, liikeidea ja sitä, millaisena muut näkevät yrityksen. Arvot ja periaatteet heijastavat sitä, mitä yritysjohto pitää tärkeänä toteuttaessaan liiketoimintaa. Joillekin raha ja tulos voivat olla ratkaisevia tekijöitä päätöksiä tehdessä, joillekin taas usko siihen, että oma toiminta luo uusia työpaikkoja paikkakunnalla. Toiset arvostavat ympäristöä ja luontoa, ja toiset ihmisoikeuksia tai liiketoiminnan läpinäkyvyyttä ja rehellisyyttä. On mielenkiintoista avata nimenomaan lappeenrantalaisten yritysjohtajien arvomaailmoja.

Vastuullisuus integroidaan usein liiketoimintastrategiaan ja yrityksen prosesseihin. Jos yritys pyrkii olemaan ympäristöystävällinen ja ympäristövastuullinen, on sen rakennettava tarkoituksensa, visionsa ja koko strategiansa vastuullisuudelle. Tämä voi kuulostaa radikaalilta, mutta yrityksen ympäristövastuu on kokonaisvaltainen projekti. Yrityksen missio tarkoittaa yrityksen päämäärää, tarkoitusta ja roolia yhteiskunnassa, ja yrityksen visio ilmoittaa, mihin yritys on matkalla, niin asiakkaiden, omistajien kuin muidenkin sidosryhmien hyödyksi. Yritysvastuuohjelma on yksinkertaisuudessaan eräänlainen kompassi, jonka avulla yritys pääsee visioonsa, ja sen on hyvä nivoutua yrityksen strategiaan. Näihin aspekteihin sisältyvät riskien tunnistaminen ja hallinta sekä olennaisuusarviointi, eli yritysjohtajan oikeanlainen resurssien kanavointi. Yritysvastuuohjelmassa olennaisuusarviointi tarkoittaa sitä, että organisaatio määrittelee itse ne olennaisimmat aiheet, joihin se seuraavien vuosien

aikana keskittyy. Näin yritysstrategia pidetään realistisena, yhtenäisenä ja tarpeeksi yksinkertaisena, jotta se voisi palvella yritystä mahdollisimman tehokkaasti. Vastuullinen johtaminen tapahtuu ylhäältä alaspäin, alkaen yrityksen ylimmästä johdosta aina rivityöntekijöihin asti. Yritysvastuunohjelmat ja yrityksen pyrkimys ympäristöystävällisyyteen näyttäisivät jalkautuvan parhaiten organisaatioon, kun joku johtoryhmän jäsen ottaa vastuullisuusasiat osaksi toimenkuvaansa ja työtehtäväänsä. Tarvittaessa myös ulkopuolinen tuki on hyödyksi varsinkin vastuullisuustyön alkuvaiheessa. Toimiva sisäinen verkosto ja ennen kaikkea tiedon kulku yrityksen sisällä mahdollistavat vastuullisuuden integroimisen yrityksen toimintaan. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 52–58.)

3.5 Ympäristöjärjestelmät ja ympäristöjohtaminen

Johtotiimin arvomaailma on helpompi yhdistää ravitsemisliikkeen yritysstrategiaan, kun sitä valvoo ja kirjaa johonkin ylös. Pohjolan (2003, 72–74) mukaan raportointi eli systemaattinen tiedonkeruu ja säännöllinen tiedon julkaiseminen kehittävät merkittävästi ravitsemisyriksen liiketoimintaa. Raportoinnin yleistyessä 2000-luvun puolella Global Reporting Initiative -raportointiohjeet vakiinnuttivat raportoinnin asemaa, ja vastuullisuusraportointi alkoi systematisoitua.

Vastuullinen yritys kertoo avoimesti toiminnastaan. Hyvä raportointi tuo lisäarvoa myös yrityksen johtamiseen ja liiketoiminnan tarpeisiin. Integroitu eli yrityksen sisäisiin toimintoihin nidottu raportointi tuo vastuullisuuden lähemmäksi strategista ajattelua, ja kääntää katsetta myös tulevaisuuteen. Kun ravintolan johto ymmärtää integroida raportoinnin yrityksen toimintoihin, edesauttaa se yrityksen pyrkimyksiä ympäristöystävällisyyteen. Ravitsemisliikkeen hyvä ja avoin raportointi keskittyy liiketoiminnan ja sidosryhmien kannalta olennaiseen tietoon, ei lavertele eikä kaunistele, mutta osaa olla ylpeä saavutuksista ja kertoo rehellisesti virheistä. Liiketoiminnassa on tärkeää pitää vastuullisuus työn keskiössä: painopiste on vastuullisuuden toteutuksessa eli vaikuttavassa ja kestävässä kehitystä sekä ympäristöystävällisyyttä rakentavassa tekemisessä. Vastuullisuusraportointia voi toteuttaa esimerkiksi erilaisen ympäristöohjelmien ja -järjestelmien avulla, joista kerrotaan tarkemmin seuraavassa luvussa. (Pohjola 2003, 57–58; Rohweder 2004, 46.)

Ympäristöjärjestelmät, -standardit, -indikaattorit ja -laskenta ovat ympäristöjohtamisen käytännön välineitä. Oikein käytettynä ne toimivat viitekehyksenä laatu- ja ympäristöjohtamisessa. Ympäristöjärjestelmän avulla organisaatio voi ottaa ympäristöasiat järjestelmällisesti huomioon kaikessa toiminnassaan. Toimiva ympäristöjärjestelmä auttaa tunnistamaan ja vähentämään haitallisia ympäristövaikutuksia sekä säästämään kustannuksia (Ympäristö 2019). Yritystoiminnan taustalla olevat järjestelmät tuovat myös uskottavuutta

sidosryhmille. Ympäristöjärjestelmät astuvat raportoinnin avuksi, ja toimivat myös yritysstrategian ja erilaisten lakien jalkauttajina (Juutinen 2016, 6).

Koipijärvi & Kuvaja (2021, 55–57) luettelevat yleisimmät johtajatyötä helpottavat toimintajärjestelmät, jotka ovat kansainvälisiä, standardisoimisliiton luomia laatu- ja ympäristöjärjestelmästandardeja. Tällaisia järjestelmiä ovat ISO 9001 ja ISO 14001, sekä ympäristöasioiden hallintajärjestelmä EMAS, joka perustuu Euroopan unionin asetukseen (Eco-Management and Audit Scheme). EMAS on nykypäivänä käytössä kymmenissä yrityksissä ympäri Suomen. ISO 9001 -standardi soveltuu kaikenkokoisille organisaatioille ja kaikille toimialoille, ja taas ISO 14001 -standardin mukainen ympäristöjärjestelmä on käytössä liki tuhannessa suomalaisessa organisaatiossa, joista suurin osa on yksityisiä yrityksiä. Erilaisia vastuullisuuteen liittyviä ohjeita käsitellään myös työturvallisuus- ja työterveysjärjestelmästandardissa OHSAS 18001. Muita ympäristöjärjestelmiä ovat muun muassa toimistoille tarkoitettu Green Office ja Portaat Luomuun, joista jälkimmäinen on suunnattu suurkeittöille.

Koipijärvi & Kuvaja (2017, 71–74) kertovat kirjoittamassaan tutkielmassa, että yrityksen olisi hyvä tiedottaa ympäristöasioista henkilökunnalle ja asiakkaille, jotta ympäristöohjelma toimii asianmukaisesti yrityksen hyväksi. Tiedottamisella voidaan muistuttaa henkilökuntaa toimintaohjeista ja kannustaa toimimaan niiden mukaan. Henkilöstölle tiedotetaan myös ympäristölähtöisistä toimintatavoista ja kerrotaan ympäristöohjelman tavoitteiden saavuttamisesta. Henkilöstön lisäksi ympäristöasioista on tiedotettava myös ulkopuolisille sidosryhmille, koska se osoittaa yrityksen sitoutumista ympäristövastuun parantamiseen. Ympäristöviestinnässä tiedotetaan yleensä vain merkittävimmistä ympäristönäkökohdista.

Ruokavirasto (2021) kertoo verkkosivuillaan, että laatujärjestelmän sertifiointi on olennaista, jos organisaatio haluaa ottaa jonkun ympäristöjärjestelmän tai -sertifikaatin käyttöön. Mõnen järjestelmän standardi perustuu jatkuvan parantamisen filosofiaan. Tästä syystä niitä pidetään erinomaisina työkaluina yrityksen prosessien, liiketoiminnan, työskentelytapojen ja johtamisen jatkuvassa kehittämisessä. Standardit jakavat parhaiksi katsottuja käytäntöjä ja luovat kansainvälisiä pelisääntöjä. Ne voivat toimia hyvinä viitekehyksinä esimerkiksi pienten ja keskisuurten yritysten ympäristösuorituskyvyn parantamiseksi ja vastuullisuustyön organisoimiseksi. Toimintajärjestelmät ovat parhaimmillaan yrityksen kaikissa toiminoissa ilmenevää kehitystyötä, mutta huonoimmillaan niitä käytetään pinnallisesti vain sidosryhmien luottamuksen ansaitsemiseksi ja sertifikaattien ylläpitämiseksi. Standardeista ja sertifikaateista onkin hyötyä vasta silloin, kun niiden ohjaamat toimintamallit jalkautuvat organisaatioon kunnolla.

Ravintola-alalla erilaisille sertifikaateille annetaan joskus isokin rooli. Kaikenlaiset ympäristöjärjestelmät, -merkinnät ja sertifikaatit voivat auttaa osoittamaan ravintolatuotteiden elinkaariarvioinnin, eli tuotteen ympäristövaikutusten arvioinnin koko elinkaaren ajalta, alkaen luonnonvarojen hyödyntämisestä ja päättyen kierrätykseen ja käsittelyyn jätteenä. Ympäristömerkkien vaatimukset ikään kuin asettavat riman, jonka yli yrityksen ja sen tuotteiden on päästävä.

Moni ravitsemisliike on huomannut, että ympäristöasioista huolehtiminen tukee laajasti toiminnan kehittämistä, ja että sitä voidaan hyödyntää erityisesti markkinoinnissa. Suomessa käytetään vuosittain miljardeja euroja (eli useita satoja euroja henkeä kohti) markkinointiviestintään - mainoksiin, messuihin, suoramarkkinointiin ja muuhun myynninedistämiseen. Mainontaa ja markkinointiviestintää on kritisoitu laajasti turhien tarpeiden luomisesta ja sitä kautta luonnonvarojen kulutuksen lisäämisestä. Mainontaa voidaan kuitenkin käyttää myös hyväksi, esimerkiksi edistämään ja tukemaan ympäristöasioita. Käytännössä tuoteviestinnässä tämä näkyy erilaisina ympäristömerkintöinä. Koska merkinnät ovat moninaisia ja erilaisia eri maissa, ja joskus jopa mielivaltaisia, tämä voi hämmentää kuluttajaa ja johtaa hänet pahimmillaan viherpesun uhriksi. Jotta näin ei kävisi, onkin kehitetty ulkopuolisten tahojen valvomia ympäristömerkkejä, jotka antavat luotettavaa ympäristötietoa yrityksestä ja sen tarjoamista tuotteista. Ravitsemisliikkeessä tämä voi tarkoittaa ympäristömerkittyjen raaka-aineiden tai energiatehokkaiden laitteiden suosimista (Niemelä & ym. 2011, 340–342).

Suomen oma kansallinen luomumerkki on Luomun Aurinkomerkki (kuva 4), jonka on täytettävä EU:n luomusasetuksen ehdot ja tarkoittaa valvottua luomutuotantoa. Muita tunnettuja Suomessa käytettyjä ympäristömerkkejä ovat EU:n luomutunnus Eurolehti (kuva 5), EU:n kukkamerkki Ecolabel ja sitä vastaava pohjoismainen Joutsenmerkki (kuva 6). Näistä löytyy kuvat alla. Myös Ekokompassi-ympäristösertifikaatti voidaan myöntää organisaatiolle, joka on kartoittanut asiantuntijan ohjauksessa ympäristövaikutuksensa ja laatinut sen pohjalta ympäristöohjelman, jota se toteuttaa. Tällaisen sertifikaatin saaminen vaatii yritykseltä sitoutumista tiettyihin pelisääntöihin ja vastaamista sertifikaatin luomiin kriteereihin (Ekokompassi 2021).



Kuva 4 Aurinkomerkki (Ruokavirasto 2021)



Kuva 5 EU:n luomutunnus, Eurolehti (Ruokavirasto 2021)



Kuva 6 Joutsenmerkki ja Ecolabel-merkki (Joutsenmerkki 2021; EU Ecolabel 2021)

Joutsenmerkkiä on ollut mahdollista hakea ravintola- ja hotellipalveluille vuodesta 2006 lähtien. On selvitetty, että lähes 90 prosenttia suomalaisista tunnistaa Joutsenmerkin. Joutsenmerkitty ravintola osoittaa toimivansa ympäristöystävällisesti ja ympäristövastuullisesti. Virallisten ympäristömerkkien lisäksi markkinoilta löytyy myös useita muita ympäristömerkkejä, esim. Reilun kaupan merkki (Ympäristö 2019).

Luomumerkit osoittavat, että tuote on tuotettu noudattaen luonnonmukaisen maatalouden periaatteita. Tämä tarkoittaa mahdollisimman alhaisen ympäristövaikutuksen tuotantotapaa, joka kunnioittaa luonnon monimuotoisuutta, ja on sen vuoksi ympäristöystävällistä. Luomutuotanto on virallisen määritelmän mukaan maanviljelyä ja elintarviketuotantoa, jossa pidättydytään keinotekoisien väkilannoitteiden, torjunta-aineiden ja eläinten kasvua kiihdyttävien hormonien sekä rehujen lisäaineiden käytöstä. Suomessa tämä tarkoittaa sitä, että luomukasvinviljely ja -kotieläintuotanto ovat virallisesti valvottuja ja sovituihin tuotantomenetelmiin perustuvia. Elintarvikkeiden korkea ravintoarvo ja ympäristön saasteettomuus sekä suora yhteys kuluttajan ja tuottajan välillä kuuluvat myös luomutuotannon tavoitteisiin. (Luomumerkki 2020.)

4 Tutkimuksen toteutus

4.1 Tutkimuksen viitekehys

Tutkimuksen koon ja kvalitatiivisen luonteen huomioon ottaen on tarpeenmukaista rajata tutkittava joukko selkeästi. Tutkimus on rajattu koskemaan vain lappeenrantalaisia ravitsemisliikkeitä. Aihetta tarkastellaan nimenomaan ympäristöystävällisyyden näkökulmasta ravitsemisliikkeen sisäisissä toiminnoissa, yritysvastuun käsitettä apuna käyttäen. Aluksi oli myös ajatus tutkia ympäristöystävällisyyttä koko Etelä-Karjalan alueella tai koko Suomessa, mutta se olisi edellyttänyt tutkimusmenetelmän vaihtamista laadullisesta määrälliseksi. Siinä tapauksessa tutkimus ei olisi antanut yhtä syvällistä tulkintaa tutkittavasta ilmiöstä, vaan kartoittaisi pikemminkin aihetta suurpiirteisesti, nostaten esiin yleistettäviä seikkoja.

Opinnäytetyön viitekehys nojaa aikaisemmissa luvuissa esiteltyyn, monipuolisista lähteistä kerättyyn tietoon siitä, mitä toimintoja ravitsemisliikkeeseen kuuluu, millä tavoin ne vaikuttavat ympäristöön, mitä on yrityksen ympäristövastuu ja miten se toteutuu käytännössä johtajien arvojen kautta sekä mikä rooli on erilaisilla ympäristöjärjestelmillä ravitsemisliiketoiminnassa (kuva 7). Pääteeman ympärille on kerätty alakäsitteitä, jotka tarkentavat tutkimuksen tavoitetta selvittää lappeenrantalaisten ravitsemisliikkeiden ympäristöystävällisiä toimintoja ja niiden taustalla olevia vaikuttimia. Tutkimuksen viitekehyksessä näkyvät aihepiirit tiivistyvät kolmeen pääteemaan, joita ovat ympäristöystävällisyys, ravintolatoiminnot sekä yritysjohton arvot ja asenteet. Haastattelujen kysymykset jaettiin näihin kolmeen osioon teemoittain. Tuomi & Sarajarvi (2018, 52–56) toteavat, että teemoittamien jo tutkimuksen alkuvaiheessa helpottaa tutkimusaineiston analyysia, ja antaa perspektiiviä tutkittavaan aiheeseen.



Kuva 7 Teoreettinen viitekehys, ympäristöystävällisyys ravitsemisliikkeessä 2021

Viitekehysten avulla muodostetaan haastattelukysymysten runko ja arvioidaan kysymysten tarpeellisuus. Tutkimuksen toteutus tapahtuu niin, että jokainen teema käsittää oman pienen aihealueen, johon kysymyksissä kiinnitetään huomiota.

4.2 Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruu

Tutkimuksessa käytetään laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, joka on tyypillinen tutkimuksille, joiden tavoitteena on määrittellä tutkimuskysymys, kuvata, ymmärtää, ja tulkita ilmiötä sekä laajentaa tutkittavan aiheen teoriaa entisestään (Baškarada 2014, 2–4). Laadullinen tutkimus ei yleensä käytä tilastollisia menettelyjä tai muita määrällisiä keinoja keskittyen sen sijaan tutkimusongelman luonteen ymmärtämiseen. Aineistoa saadaan yleensä ilmiötä havainnoimalla tai tiedustelemalla. (Strauss & Corbin 1994.)

Kvalitatiivinen menetelmä soveltuu hyvin käytettäväksi, sillä tutkittava ilmiö on niin monitasoinen, että se on tärkeää kartoittaa syvällisesti. Tutkimuksen perustana oleva päätutkimuskysymys kuuluu: miten ympäristöystävällisyys ilmenee ravitsemisliikkeiden toiminnassa Lappeenrannassa? Tutkimus pyrkii selvittämään, mitä ympäristöystävällisiä toimenpiteitä sovelletaan liiketoiminnassa käytännön tasolla. Samalla määritellään, minkälainen on ympäristöystävällinen ja -vastuullinen ravitsemisliike. Päätutkimuskysymyksen lisäksi asetetaan tukikysymyksiä, jotka pyrkivät kertomaan miten ravitsemisliikeryittäjät ja

esimiehet suhtautuvat ympäristöystävällisyyteen Lappeenrannassa ja mitkä asiat vaikuttavat heidän valintoihinsa ja asenteisiin. Asetetut tutkimuskysymykset ovat kuin pääkysymyksen tukipilareita, joita sovelletaan kaikissa haastatteluissa. Yhdeksän päähaastattelukysymyksen lisäksi tukikysymyksiä määrä saattaa paikoin vaihdella, mikä johtuu haastattelun kulusta ja haastateltavan vastausinnostuksesta. Valittu tutkimusmenetelmä on pystyttävä linkittämään tavoitteeseen ja asetettuun tutkimuskysymykseen. Tutkijan on aina pohdittava, mikä on sopiva kysymysten ja teemojen määrä ja kuinka ne saa muotoiltua niin, että ne ovat helposti ymmärrettäviä ja puolueettomia eivätkä johdattele vastaajaa millään tavalla.

Başkaradan (2014, 11) mukaan laadullisessa tutkimuksessa asiaankuuluvia tietoja voidaan kerätä erilaisten asiakirjojen, arkistotietueiden ja fyysisten esineiden tutkimisesta, tai haastattelujen ja suorien havaintojen kautta. Haastattelut voivat olla strukturoituja, puolistrukturoituja tai avoimia eli vapaamuotoisia. Tämän tutkimuksen aineisto kerätään puolistrukturoitujen haastattelujen eli teemahaastattelujen avulla. Dane (2010) kirjoittaa teoksessaan *Evaluating research: Methodology for people who need to read research* että puolistrukturoitu eli teemahaastattelu on yleisesti ottaen joustavampi kuin strukturoitu, ja se antaa tutkijan ymmärtää paremmin haastateltavien näkökulmaa, mistä syystä se oli paras valinta tähän tutkimukseen (Başkarada 2014, 11-14). Teemahaastattelun vahvuutena on se, että siinä tutkija pystyy keskittymään käsiteltävään aiheeseen ja samalla muokkaamaan kysymyksiä tarpeen mukaan, tai pyytää haastateltavalta lisätietoja, jos jotain mielenkiintoista uutta tietoa ilmaantuu haastattelun kulussa. Teemahaastattelu on tutkimustapana melko vapaamuotoinen, eli kysymysten järjestystä tai rakennetta voi vaihtaa sen mukaan, mikä on sopivinta tilanteeseen nähden sekä mikä tapa kysyä tuo eniten luotettavaa tietoa aiheesta. Vaikka teemahaastattelut ovat tehokkuudeltaan heikompia kuin strukturoidut, ne voivat tuottaa runsaasti dataa ja löytää odottamattomia tai yllättäviäkin todisteita tutkitusta aiheesta. (Yin 2009, 126.)

Strukturoitu haastattelu on toimiva tutkimustapa, jos ilmiö ja tutkimuskysymys eivät ole kovin laajoja, ja jos tavoitteena on näkemysten tai kokemusten saaminen kohdejoukolta koskien mielipiteitä hyvin rajatusta aiheesta. Tällöin kaikilta haastateltavilta kysyttäisiin samat kysymykset, ja haastattelussa voitaisiin käyttää apuna myös kyselylomaketta. Tällainen tapa tutkia ei tue täydellisesti ympäristöystävällisyyden ilmiötä ravintoloissa. Vapaamuotoinen haastattelu puolestaan sopii tutkimusmenetelmäksi, jos aihe on erittäin henkilökohtainen ja arkaluonteinen tai jos haastateltavien henkilöiden kokemukset aiheesta vaihtelevat suuresti. Liika vapaamuotoisuus ei ole kuitenkaan tässä tutkimuksessa toivottavaa, sillä tavoitteena on tutkia selkeästi rajattua aihetta ja saada vastauksia ennalta määriteltyihin kysymyksiin. (Fontana & Frey 1994, 8; Başkarada, 2014, 11–13.)

Tutkimuksessa haastatellaan neljää lappeenrantalaista ja yhtä helsinkiläistä ravintoloitsijaa, sekä yhtä tukkuliikkeen edustajaa. Haastattelut toteutetaan suureksi osaksi live- ja puhelinhaastatteluina, mutta muutama haastattelu käydään myös kyselynä sähköpostin välityksellä. Ravitsemisliikkeet ja tukku esiteltiin luvussa 1. Haastattelut käydään 2021 heinä-syyskuun aikana. Kaksi haastattelua suoritetaan puheluina, kaksi sähköpostin välityksellä ja loput pidetään perinteisinä livehaastatteluina, joista osa nauhoitettiin luvan kanssa. Tutkimuslupa- ja tekijänoikeusasiat on käyty läpi haastateltavien kanssa ja ne ovat kunnossa. Osa vastanneista antoi luvan kertoa avoimesti sekä oman että yrityksen nimen, ja osa antoi luvan vain yrityksen nimen käytölle, mikä on perusteena sille, että seuraavassa luvussa esitellään osa tutkimustuloksista anonymisti.

Haastattelut on suunniteltu niin, että ne tukevat teoriaosuudessa esiteltyjä aihepiirejä. Teemahaastattelun kysymykset lähetetään etukäteen haastateltaville, jolloin henkilöt voivat valmistautua haastatteluun paremmin. Haastateltavat valitaan kokemuksen ja johtoaseman mukaan. Tutkimukseen osallistuvat nimenomaan yritysjohtajat ja johtoasemassa olevat henkilöt siitä syystä, että heillä on merkittävästi enemmän päätös- ja vaikutusvaltaa yrityksissä kuin rivityöntekijöillä yleensä, ja siksi juuri he voivat antaa arvokasta tietoa yrityksen ympäristöystävällisyydestä. Haastatteluvastaukset dokumentoidaan mahdollisuuksien mukaan joko äänittämällä tai kirjaamalla ylös, jotta ne voidaan analysoida mahdollisimman tehokkaasti ja perusteellisesti myös jälkeinpäin. Teemahaastatteluista kerätty tieto analysoidaan teoriapohjan valossa ja pyritään näin luomaan käsitys tutkittavasta aiheesta sekä ymmärtämään ilmiötä syvällisesti. Valitun tutkimusmenetelmän vuoksi on varmistettava, että kysymykset on muotoiltu vastaamaan sitä, mitä tutkimuksessa halutaan tutkia.

Haastattelujen tukena toimii myös ravitsemisliikkeiden havainnointi. Havainnointia hyödynnettiin myös yritysten valinnassa tutkimukseen. Laadullisessa tutkimuksessa havainnointia käytetään usein tukemaan päätutkimusmenetelmää. Havainnoinnissa on otettava huomioon ravitsemisliikkeen ulkonäkö ja näkyvät toiminnot, kuten henkilökunnan toimintatavat ja pukeutuminen, liiketilan sisustus, tuoksut, valo, värimaailma ja niin edelleen. Huonekalujen paikoitus, työteon helppous ja tilan mitoitus ja muotoilu voivat vaikuttaa ravintolan ympäristöystävällisyyteen. Näillä asioilla on potentiaalisesti tärkeä rooli ympäristöystävällisyyden välittämisessä ravitsemisliikkeen sidosryhmille.

4.3 Aineiston analyysi ja tutkimuksen luotettavuus

Tämän tutkimuksen aineisto analysoidaan teorialähtöisesti, mikä tarkoittaa sitä, että analyysi nojaa tiettyyn teoriaan, malliin tai muuhun ajatteluun tutkittavasta ilmiöstä. Aikaisemman tiedon perusteella luodaan siis teoreettinen viitekehys, josta käsin aineiston analyysi suoritetaan. Aiempaa tutkimusaineistoa käytetään pohjana, jolle rakennetaan ymmärrys

tutkittavasta kohteesta, jolle tutkimuksen viitekehys antaa hyvän lähtökohdan. Teorialähtöinen analyysi noudattaa myös tutkimuksessa käytettyä deduktiivista lähestymistapaa. Vaikka Lappeenrannan ravitsemisliikkeiden ympäristöystävällisyydestä on entuudestaan melko vähän tutkimusta, tämä analyysimenetelmä sopii hyvin käytettäväksi, koska tavoitteena on rakentaa yleistä tietoa aiheesta. Seuraavassa luvussa esitellyistä tutkimuksen tuloksista etsitään teorian mukaisia elementtejä, teemoja, käsitteitä tai malleja. (Baškarada 2014, 18–20.)

Kriittinen tarkastelu suoritetaan tutkimuskohteen ja tutkimustavoitteen suhteen vertaamalla teoreettisen viitekehysten ja tutkimusmenetelmän sekä lähdemateriaalin yhteensopivuutta. Laadullisen tutkimuksen analyysissa puhutaan joko induktiivisesta lähestymistavasta, jossa yksittäisestä tiedosta siirrytään yleiseen tietoon, tai deduktiivisesta lähestymistavasta, jossa yleisestä tiedosta siirrytään yksittäiseen tietoon. Tämän tutkimuksen aineistoa analysoidaan deduktiivisesti, sillä ympäristöystävällisyydestä on saatavilla aikaisempaa tutkimusta, ja yleisestä teoriasta eli ympäristöystävällisyydestä siirrytään yksittäisiin tapauksiin eli Lappeenrannan ravitsemisliikkeisiin. (Baškarada, 2014, 15.)

On tärkeää arvioida tutkimuksen luotettavuutta eli reliabiliteettia (engl. reliability), sekä pätevyyttä eli validiteettia (engl. validity). Ikävalkon (2021) mukaan reliabiliteetti ilmaisee, miten luotettavasti käytetty mittaus- tai tutkimusmenetelmä mittaa haluttua ilmiötä, sekä miten helposti tutkimus olisi toistettavissa ilman että luotettavuus kärsii. Validiteetti ilmaisee puolestaan tutkimuksen pätevyyttä, eli mittaako tutkimus sitä, mitä sen avulla on tarkoitus selvittää. Validiteetti tarkoittaa myös aineistosta tehtyjen johtopäätösten luotettavuutta. Reliabiliteettia ja validiteettia tarkastellaan usein kahdesta eri näkökulmasta:

- Onko mittaus- tai tutkimusmenetelmä validi ja/tai reliaabeli?
- Ovatko tuloksista johdetut päätelmät valideja ja/tai reliaabeleja? (Hiltunen 2009.)

Laadullisen tutkimuksen luotettavuus on määrälliseen tutkimukseen verrattuna yleisesti ottaen heikompi, koska saadun tiedon yleistäminen on ongelmallisempaa. Osaksi tämä johtuu siitä, että laadullisessa tutkimuksessa kerätty tiedon määrä on aina suurempi kuin tarve vaatii, joten kerätyistä aineistosta on poimittava tutkimuksen kannalta olennaisimmat seikat. Reliabiliteetin todentaminen on yleensä monimutkaisempaa laadullisessa tutkimuksessa myös siksi, että tutkimuksen keskeiset vaiheet voivat olla vaikeammin toistettavissa. Laadullisen tutkimusprosessin vaiheet voi kietoutua yhteen, jolloin aineiston keruu ja analyysi tapahtuu samanaikaisesti. Tässä tutkimuksessa haastattelujen analysointi tapahtui osaksi haastattelun aikana, mikä herätti uusia haastattelukysymyksiä tai auttoi tutkijaa kysymään joitain asioita eri tavalla kuin oli suunniteltu. Tutkimusprosessin on oltava niin määrällisessä kuin laadullisessa tutkimuksessa ennen kaikkea läpinäkyvää, eli tutkijan on pystyttävä

perustelevaan laadullisen tutkimuksen propositiot eli johtopäätökset ja oletukset. Laadullisen tutkimuksen vahvuuksia on se, että ilmiötä voidaan tutkia syvällisesti ja yksityiskohtaisesti. Myös avoimuus ja ennalta arvaamattomuus ovat laadullisen menetelmän hyötyjä. Tutkimuksen voi sanoa olevan luotettava, kun tutkimuksen kohde ja tulkittu materiaali ovat yhteensopivia eikä teorianmuodostukseen ole vaikuttaneet epäolennaiset tai satunnaiset tekijät. (Baškarada, 2014, 8–9; Yin 2009, 111.)

Validiteettia tulisi miettiä jo tutkimusmenetelmän valinnan yhteydessä. Validiteetti on hyvä silloin, kun tutkimuksen kohderyhmä ja kysymykset ovat toisiinsa nähden oikeat (Fontana & Frey 1994, 6). Validiteettiin vaikuttaa esimerkiksi se, millä tavalla tutkija on määrittänyt kyselylomakkeen kysymykset, tai se, miten haastateltava on kysymykset tulkinnut. Tulokset voivat vääristyä, jos vastaaja ei ajattele kysymystä samalla tavalla kuin tutkija on oletanut. Jos validiteetti on heikko, on tutkimusprosessissa silloin yleensä systemaattisia virheitä, jotka esiintyvät useamman kerran. Haastattelussa ei kuitenkaan tule tätä ongelmaa usein, koska haastattelijan pitäisi tilanteessa ymmärtää, jos haastateltava ei ole ymmärtänyt kysymystä oikein. Tästä syystä valittu tutkimusmenetelmä sopii tutkimukseen ja se lisää sen validiteettia. Haastattelujen aikana tutkija ehtikin jo korjaamaan muutaman kysymyksen sanamuodon paremmaksi ja ymmärrettävämmäksi, minkä seurauksena haastateltavien tulokset selkiytyivät ja mahdolliset väärinkäsitykset saatiin minimiin.

Tutkimusmenetelmän validiteettia voidaan tarkastella hyvin monelta kannalta. Jos opinnäytetyön tutkimusta tarkastellaan kokonaisuudessaan kriittisesti, voidaan todeta, että tutkimuksen validiteetti on edellä mainitun teorian perusteella hyvä, joskin tuloksista johdetut päätelmät olisivat tarkempia, jos tutkimusjoukko eli haastateltavien yritysten määrä olisi suurempi. Yksi tärkeä asia, joka ymmärrettiin vasta tutkimuksen toteuttamisen jälkeen, oli tutkimusjoukon valinnan mielivaltaisuus. Yritykset valittiin tutkimukseen sen mukaan, onko niiden liiketoiminta ollut olemassa vähintään 2,5 vuotta ja ovatko ne viestineet ympäristöystävällisyydestään sosiaalisessa mediassa ja muilla kanavilla. Nämä kriteerit eivät välttämättä riittä tutkimaan luotettavasti ympäristöystävällisiä toimia Lappeenrannan yrityksissä, koska tutkijalta on voinut jäädä huomiotta iso kourallinen yrityksiä, joiden kohdalla nämä mielivaltaiset kriteerit eivät jostain syystä täytyneet, mutta jotka ovat silti ympäristöystävällisiä. Haastattelujen aikana selväksi kävi myös se, että haastattelukysymysten määrä olisi voinut olla kaksi kertaa suurempi, jolloin aiheesta olisi saatu tietoa vielä laajemmin ja syvällisemmin. Tämä olisi tietenkin pidentänyt haastatteluajoja, mikä olisi voinut aiheuttaa sen, ettei monella haastatellulla olisi ollut yhtä paljon halua osallistua tutkimukseen. Lisää validiteettia saisi esimerkiksi toistamalla tutkimuksen uudestaan jonkun ajan kuluttua ja vertaamalla uusia tuloksia vanhoihin, sekä lisäämällä tutkittavien ravitsemisliikkeiden määrää. Laadullisen luonteensa ja pienen kohdejoukon vuoksi tutkimus ei ole luotettavuudeltaan ja

pätevydeltään täydellinen. Virheiden tekeminen voi olla todennäköistä koska tämä on ensimmäinen kyseisen tutkijan tekemä tutkimus. Tutkijan kokemuksen kartuttaminen ja syvempi ymmärrys aiheesta olisivat eduksi tutkimuksen luotettavuudelle. Pyrkimys on kuitenkin käyttää mahdollisimman monipuolisia teorialähteitä, mikä voi auttaa rakentamaan reliabiliteettia tarjoamalla useita näkökulmia samasta ilmiöstä.

Tutkimuksen validiteettia lisää se, että tutkimusjoukko on rajattu selkeästi. Tutkimuksen kohde on pyritty asemoimaan teoreettisesti aikaisempaan tutkimusaineistoon. Teoriatietoa on hankittu monipuolisesti, ja kaikki saatu tieto on laskettu käytännön tasolle Lappeenrannan ravitsemisliikkeiden arkeen. Perustelut on tuotu ilmi konkreettisin esimerkein, ja tutkimuksessa on pyritty käsittelemään alusta asti vain sellaisia ravitsemisliiketoimintoja, joilla on merkitystä ympäristöystävällisyyden näkökulmasta. Näiden seikkojen perusteella tutkimuksen validiteetti on tyydyttävällä tasolla, ja valittu tutkimusmenetelmä vastaa verrattain hyvin tutkimuksen tavoitetta sekä asetettuja tutkimuskysymyksiä. Toisaalta validiteettia heikentää se, ettei tutkimus ole täysin yleistettävissä.

5 Tutkimustulokset

5.1 Tutkimuksen kulku

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen kulku, tutkimustulokset ja niistä saatu uusi tieto. Tutkimuksesta kerätty hyöty, uusien näkökohtien tarkastelu ja tutkimuksen pohjalta tehdyt johtopäätökset käydään myös läpi. Tutkimuksen tuloksista etsitään ympäristöystävällisyysteorian sekä tutkijan luoman viitekehityksen mukaisia elementtejä, malleja tai käsitteitä mind-mappia apuna käyttäen.

Tutkimustuloksia analysoidessa huomattiin, että haastattelujen vastauksissa nousee esiin muutama samanlainen teema. Nämä teemat on kerätty tähän lukuun omien otsikoidensa alle. Jokaisen teeman kohdalla mahdollinen yleistys on tehtävissä, jos eri lähteistä aiemmin hankittu teoria takaa aineiston tiedon. Hyvin tärkeää on arvioida tietoperustan ja tutkimusaineiston välisiä yhtäläisyyksiä, ja tehdä johtopäätöksiä ainoastaan sen kautta.

Valittu tutkimusmenetelmä eli teemahaastattelu ja havainnointi haastattelun tukena osoittautuivat sopiviksi menetelmiksi tutkimaan haluttua ilmiötä. Haastattelemalla oli mahdollista selvittää asioita monipuolisesti ja useista eri näkökulmista. Kaikki haastattelut onnistuivat suunnitelmien mukaan ja aineistoa saatiin kerättyä haastattelujen määrään nähden kattavasti. Haastatteluaineistoa käytiin läpi ja siitä tehtiin muistiinpanoja. Jokaisen proposition eli ehdotuksen (esim. johdon arvot, toimintatavat, ympäristövastuu jne.) kohdalle merkittiin ylös mitä empiirinen aineisto siitä kertoi. Näin voitiin määritellä, tukeeko aineisto sitä ehdotusta, että kyseinen propositio on ravitsemisliikkeessä toteutettu elementti, joka tukee ympäristöystävällisiä toimintoja.

5.2 Yritysjohtajien arvot ja asenteet

Ympäristöystävällisyys ravitsemisliiketoiminnassa voi tarkoittaa hyvin eri asioita eri toimijoille ja eri yritysjohtajille. Tutkimukseen osallistuneille henkilöille käsitteellä tuntui olevan monta ulottuvuutta ja jopa muutamia eri merkityksiä. Balac kertoo haastattelussa, että arvot ovat miltei aina yrityksen pohjakivi, ja siksi ne on hyvä miettiä tarkkaan. Ravintola Nollan arvoihin kuuluu suvaitsevaisuus, tasa-arvo ja paikallisuus sekä luonnonmukaisuus. Se elää kaiken ravintolatoiminnan taustalla ja vaikuttaa kaikkeen, mitä ravintolassa tapahtuu. Tasa-arvo näkyy yrittäjien suhteessa omaan henkilökuntaan ja asiakkaisiin, yhteistyökumppaneihin sekä muihin sidosryhmiin. Se kuuluu vahvasti kaikkien haastateltujen johtajien arvo-maailmaan.

Makea Coffeen johtajalle ympäristöystävällisyys tarkoittaa ensisijaisesti hävikin vähentämistä. Kahvilapaahdimon arvot ovat kehittyneet peilaamaan itse perustajan ajatuksia siitä,

mikä on ympäristöystävällisyysnäkökulmasta oikein. Ymmärrys omasta vastuusta yhteiskunnan jäsenenä sekä viimevuosina lisääntyneet ympäristöahdistuksen tunteet pakottivat toimimaan. Kahvilatuotteiden 100 prosenttinen kasviperäisyys on yritykselle tärkeä arvo, melkein itsestäänselvyys. Makea Coffee ei leimaa itseään vegaanikahvilaksi, ja yrityksen arvoista viestittää asiakkaille avoimesti. Asiakkaille ja muille sidosryhmille kerrotaan siitä, että kahviviljelijöille maksetaan erittäin hyvä korvaus tuotteistaan, reilusti yli markkinahinnan. Johtajan mukaan yrityksen mission ja vision pitää heijastaa yrityksen sitoutumista tavoitteisiinsa. Jälkimmäisestä väittämästä oli Kotipizzan johtaja samaa mieltä Makea Coffeeen johtajan kanssa. Ympäristöystävällisyys tarkoittaa Leirin Kotipizzalla ketjun konseptin tarkkaa noudattamista ja yrityksen yleistä pyrkimistä itsekehitykseen ja parempaan tekemiseen.

Ravintola Avot Sie:lle ympäristöystävällisyys merkitsee ennen kaikkea paikallisuuteen pyrkimistä ja lähiruuan suosimista. Ympäristöystävällisyys herättää hänessä myös ristiriitaisia tunteita. Moni yritys haluaa nykypäivänä panostaa yhä enemmän ympäristöasioihin, mikä on joskus erittäin haastavaa tai jopa mahdotonta tehdä nopeasti ja tehokkaasti, ilman että liiketoiminnan voitto kärsii siinä samalla. Ympäristön suosiminen saattaa nostaa liiketoiminnan kustannuksia. Tavallaan kustannusten kasvaminen on odotettavissa, jos jokin tuote vaihdetaan laadukkaampaan ja kalliimpaan, tai jos ravintolan ympäristötavoitteet ovat lyhytaikaisia. Moni haastatteluun vastannut johtaja kuitenkin painotti, että jos ympäristöajattelu vastaa pitkän tähtäimen tavoitteita, siitä seuraa laatu-hintasuhteen paraneminen ja kustannusten lasku, koska ylimääräiset kulut karsiutuvat pois. Jos ravintola esimerkiksi muuntaa koneita ja laitteita paremmiksi, muokkaa ruokalistaansa kestävämmäksi ja vähentää pakkausmateriaalia, tuovat nämä ympäristöystävälliset valinnat pitkässä juoksussa vain hyötyjä.

Haastattelu osoitti, että Ravintola Avot Sie:n arvomaailmaan kuuluvat tärkeimpinä elementteinä suvaitsevaisuus ja tasa-arvo sekä paikallisuus. Ravintolan ilmapiiri toivottaa kaikki tervetulleeksi, asenteista ja mielipiteistä riippumatta, ilman minkäänlaista poliittista sitoutumista. Haastattelussa ravintolan toinen johtajista toteaa, että johtajien oma arvomaailma näkyy ravintolakonseptissa monella tapaa. Koska kyseessä on pieni yritys, tämä on ihan sallittavaa ja melkein toivottavaa, sillä se herättää uskottavuutta ja uskollisuutta sidosryhmien silmissä. Samalla haastattelussa ilmeni, että yritysmaailman kustannusrakenne on sellainen, että välillä joutuu tekemään kompromisseja ja jopa tinkimään sellaisistakin arvoista, joista ei haluaisi tinkiä.

Teerenpeli Oy:n edustaja kertoo ympäristöystävällisyyden olevan heidän yrityksessään erittäin kannatettava asia. Teerenpelin johto pyrkii ympäristöystävällisyyteen kaikessa, mihin

se suinkin pystyy itse vaikuttamaan. Teerenpelin ketjun arvot on rakennettu neljän kulmakiven ympärille, joita ovat paikallisuus, raaka-aine, ympäristö ja intohimo tekemistä kohtaan. Yrityksen arvoissa otetaan huomioon myös kasvu, kannattavuus, kotimaisuus, kestävä kehitys ja ketjun synergia. Yritysjohdolla on sitoutunut näihin arvoihin ja nämä arvot vaikuttavat kaikkiin valintoihin. Teerenpeli-ravintoloiden strategiaan kuuluu vastuullisuus ja sitä kautta myös ympäristövastuu. (Teerenpeli 2021.)

Kespron asiakaspalveluedustajan mielestä ympäristöystävällisyys on tärkeä asia, jolla turvataan meidän kaikkien tulevaisuutta. Tukkuliike Kespron strategiassa vastuullisuus on isossa roolissa, samalla tavalla kuin muissakin haastatelluissa yrityksissä. Kespro kuvasi missiotaan seuraavasti: tehdään yhdessä ulkona syömisestä elämyksellisempää, vastuullisempaa ja siten suositumpaa. Koska Kespro on osana K-ryhmää operoiva yritys, toimii se Keskon vastuullisuusperiaatteiden mukaisesti. Vastuullisuusperiaatteista löytyy lisää tietoa Keskon nettisivuilta ja Keskon vuosiraportista (Kesko 2021). Keskon logistiikka on ISO 14001 –ympäristösertifioitu. Toiminnan taustalla olevan K Code of Conduct -ohjeiston avulla Kesko varmistaa, että kaikilla yrityksessä työskentelevillä on sama näkemys niistä arvoista ja periaatteista, jotka ohjaavat tukkujen päivittäistä toimintaa. Periaatteet ovat samat jokaiselle keskolaiselle kaikissa toimintamaissa. Kesko edellyttää haastatteluvastausten perusteella vastuullista toimintatapaa myös yhteistyökumppaneiltaan.

Kespron osallistuminen tutkimukseen on siitä huomionarvoista, että se on juuri se tukkuliike, josta suurin osa tutkimukseen osallistuneista ravintoloista tilaavat raaka-aineensa. Kespron toiminta alleviivaa siis näiden yritysten ja koko ravitsemispalvelutoimitusketjun vastuullisuutta. K Code of Conduct toimii eräänlaisena ympäristöjärjestelmänä, joka edesauttaa ketjun kaikkien yritysten strategian eheyttä ja vastuullisuutta. Tutkimuksen teoriaosiossa todettiin, että yhteisten pelisääntöjen olemassaolo ja selkeä saatavuus varmistaa yrityksen pyrkimykset ympäristöystävällisempään toimintaan, ja sama tulee ilmi tutkimustuloksissa.

5.3 Ympäristöajattelun erot ketju- ja yksityisissä yrityksissä

Yksityisten ja ketjuravintoloiden ympäristöajattelussa on eroja. Eroavaisuuksia löytyy myös sekä ympäristöystävällisestä toiminnasta että yritysten esimiesten ja johtajien asenteista. Ravitsemisliikkeen toimintoja ja ominaisuuksia määrää paljolti asiakasvirta. Kysyntä ja liikkeen luonne määrittelevät sen onko kyseessä ketju- tai yksityinen yritys. Ketju- ja yksityisten ruokapaikojen erot voivat olla suuret. Esimerkiksi raaka-aineiden alkuperä voi olla ketjuravintoloissa pelkästään ketjun päätettävissä, eikä yrittäjät voi kaikissa tapauksissa vaikuttaa ketjun päätöksiin. Ketjuravintoloiden franchising tarkoittaa kahden yrityksen välistä yhteistyömallia. Käytännössä yksityinen yrittäjä avaa oman ravintolan ja lainaa valmiin konseptin valitsemaltaan ketjulta tietyllä alueella maksua vastaan, jolloin

liikeidea on testattu toimivaksi ja on valmis käytettäväksi. Franchising yrittäjä saa jatkuvaa tukea ja toimii tekemänsä suunnitteleman ja valvomansa toimintaohjeen mukaisesti (Ketju 2021).

Yksityisten yritysten johtajien arvomaailmalla on yleisesti ottaen ratkaiseva merkitys liike-toiminnan päätöksenteossa, koska heidän yläpuolellaan ei ole enää muita päättäjiä. Yksityisen yrityksen on myös helpompi ottaa ympäristösertifikaatti käyttöön, koska pienempi yritys on nopeampi sovitaa vastaamaan haluttua standardia tai noudattamaan uutta toimintatapaa. Ympäristöohjelmia tai -sertifikaatteja ei hyödynnetty kaikissa tutkituissa yrityksissä, mutta yhteistyökumppaneista huomasivat yritysten pyrkimyksen ympäristötekoihin. Myös ammattimaisten ravintolaprosesseja helpottavien ohjelmien, kuten Mara Planin, käyttö, sekä ympäristömerkittyjen tuotteiden ja raaka-aineiden suosiminen korostivat ravintoloiden ympäristöystävällisyyttä. Ketjun alaisuudessa toimivien ravintolayrittäjien vaikutusvalta esimerkiksi ketjun valintoihin, kuten esimerkiksi sertifikaattien käyttöönottoon, on puolestaan pienempi, sillä se ei usein yllä ketjun ylimpään johtoon saakka. Yksityiset yrittäjät voivat päättää miltei kaikesta, mitä heidän yrityksessään tapahtuu, tietenkin sallittujen säädösten ja lakien rajoissa, kun taas ketjuyritykset tai franchising-yritykset saavat suurimman osan ohjeistuksista ja toimintamalleista suoraan ketjulta.

Yksityiset yritykset ovat itsenäisempiä valinnoissaan. Yksityisessä ravintolassa koko liike-toiminta on yrittäjän tai yrittäjien aikaansaannosta, aina konseptista ja liikeideasta yrityksen kaikkiin toimintoihin. Tällainen tilanne tuo enemmän riskejä, mutta antaa myös ainutlaatuisia mahdollisuuksia ja vapauksia yksityisille yrityksille. Yksityiset yritykset ovat pienempiä kuin ketjuyritykset, joten heidän asiakasvirtansa on niukempi ja toimintavolyyminsa pienempi, mikä edesauttaa esimerkiksi lähituotteiden helpomman käytön ja soveltamisen omissa ruokatuotteissa. Pienyritysten sosiaalisella vastuulla on myös todettu olevan kasvava merkitys työllistämässä sekä Suomessa, että ulkomailla.

Leirin Kotipizza antaa hyvän esimerkin ketjun franchising-toiminnasta. Taavitsainen kertoo haastattelussa, että ketjuravintolassa ympäristöystävällisyys on otettava huomioon samalla tavoin kuin muillakin aloilla. Ilmastonmuutos on globaali ongelma, ja sen torjumiseksi on kaikkien toimittava. Suomenlaajuisen Kotipizzaketjun ylin johto tuntuu vastaavan haasteeseen, ja moni ketjun laatima toimintamalli on ohjeistettu ympäristöystävälliseksi jo ketjun konseptissa. Kun franchise-yrittäjä toimii Kotipizzan konseptin mukaisesti, on jotkut ympäristöasiat niin ravintolaliiketoiminnan selkäytimessä, että ravintoloissa työskennellään ympäristöystävällisesti jopa tiedostamatta sitä. Kotipizzan ketjun rooli ravintola-alla Suomessa on merkittävä, mikä heijastuu Leirin Kotipizzan jokapäiväisessä tekemisessä, ja etenkin vastuullisuuden liittämisessä ravintolatoimintoihin. Myös Kespron kuuluminen K-ketjuun

vaikuttaa perustavanlaatuisesti yrityksen kaikkiin toimintoihin. Ketjun määräyksillä varmistetaan, että jokainen ketjuun kuuluva yritys noudattaa samoja periaatteita, ja siksi vastuullisuusyö alkaakin hierarkian ylimmästä kerroksesta. Toisaalta, jos ketjun ylin johto ei noudata ympäristöystävällisyyden periaatteita tai ei koe niitä tärkeiksi, on ketjuun kuuluvien yksittäisten yritysten erittäin vaikeaa saada toimintaansa ympäristöystävälliseksi, mikä osoittaa franchise-yritysten riippuvuuden ketjustaan. Teerenpeli on taas hyvä esimerkki pienemmän ketjun ravintolasta, jolloin johdon päätösvalta on läpinäkyvää ja se ottaa vastaan palautetta yrittäjiltään. Näin ympäristötietoinen päätöksenteko ylittää ketjun kaikkiin toimipisteisiin tasapuolisesti.

5.4 Ympäristöystävälliset toimintatavat tutkituissa yrityksissä

Gilg, Barr ja Ford (2005) totesivat, että ravintolat, jotka harjoittavat ympäristöystävällisiä käytäntöjä, keskittyvät kolmeen pääteemaan: resurssien vähentämiseen ja uudelleen käyttöön sekä kierrättämiseen (engl. "three Rs" - reduce, reuse, and recycle), sekä älykkääseen energiankäyttöön ja tehokkuuteen (engl. "two Es" - energy and efficiency). Tällaisilla käytännöillä pyritään parantamaan yrityksen pitkän tähtäimen ekologista suorituskykyä sekä pienentämään käyttökustannuksia ja samalla kehittämään ravintolan imagoa. Tutkimus osoitti, että suurin osa vastanneista esimiehistä ja yritysjohtajista soveltavat samoja ympäristöystävällisiä käytäntöjä, joista Gilg, Barr ja Ford puhuvat tutkimuksessaan. Nämä toiminnot tähtäävät ympäristöystävällisyyteen, mutta eivät yksittäin toteutettuna ole tarpeeksi tekemään yrityksestä ympäristöystävällisen. Haastatteluvastauksissa nousi esiin monia yhteisiä käytänteitä ja ajatusmalleja. Johtajien näkemykset ympäristöystävällisyydestä olivat suhteellisen samansuuntaisia, ja ne on koottu alla oleviin kategorioihin seuraavasti:

- Ympäristötietoiset raaka-ainevalinnat ja tuotteiden ympäristöystävällisyys.
- Ruokahävikin minimointi.
- Energiankulutuksen ja vedenkäytön silmällä pitäminen.
- Jätteiden kierrätys ja kertakäyttöisyyden minimointi.
- Harkintakyky toimitusketju- ja tavarantoimittajavalinnoissa.

Näiden lisäksi yritysjohtajat listasivat tärkeiksi ympäristöteoiksi toimitusketjun läpinäkyvyyden, rehellisen viestinnän asiakkaille ja muille sidosryhmille, sekä työntekijöiden oikeaoppisen perehdyttämisen yrityksen arvoihin. Yrityksen tärkein voimavara on henkilöstö ja henkilöstön osaaminen yhdistettynä sisäisiin ja ulkoisiin verkostoihin. Siksi on tärkeää, että yrityksen henkilöstö on perehdytetty yrityksen arvoihin ja mahdollisiin ympäristöystävällisiin toimintatapoihin. Haastattelujen perusteella ympäristöystävällinen ajattelumaailma

pohjustetaan työntekijöille monessa yrityksessä alusta asti. Ravintola Nollan johtajan mielestä työntekijöiden perehdytys ympäristöystävällisyyteen on ensimmäinen tärkeä asia mitä esimiehen kuuluu tehdä. Kun työntekijät tuntevat yrityksensä arvot ja vision, on heidän työntekonsakin määrätietoisempaa. Hyvinvoivat, motivoituneet työntekijät tekevät parempaa tulosta kuin työssään huonosti viihtyvät. Kun työntekijöiden työnantajaylpeys lisääntyy, he kertovat verkostoissaan myönteistä tarinaa työnantajastaan, minkä kautta yrityksen maine ja houkuttelevuus työnantajana kasvavaa. Leirin Kotipizzalla panostetaan hyvin paljon työntekijöiden perehdytykseen. Heille välitetään yrityksen arvot, jotka ovat määritelty selkeästi paperille: avoimuus, rehellisyys, vastuullisuus ja positiivisuus. Arvojen tarkoitusta avataan selkeästi rekrytointivaiheessa. Kahvilapaahtimo Makea Coffeessa toimii jokseenkin sama periaate: kun työntekijät otetaan uusiin tehtäviin, heille muodostetaan jo valmiiksi kuva yrityksen missiosta ja näkemyksistä. Näin sellaiset ammattilaiset jäävät töihin, jotka jakavat samat arvot yrityksen kanssa. Nimenomaan ekoinnovatiiviset yritykset vaikuttavat panostavan työntekijöidensä hyvinvointiin eniten. Heille on tärkeää myös tuotteiden merkityksellisuuden kytkemiseen sekä henkilökunnan työpanokseen että asiakkaiden jokapäiväiseen elämään.

Pohjolan (2003, 90–93) ja Rohwederin (2004, 122) mukaan viestinnällä ja sujuvalla kommunikaatiolla pääsee yritys jo pitkälle ympäristötyössään. Tähän tutkimukseenkin valitaan yritykset niiden viestinnän perusteella. Tutkimus paljastaa, että sujuva viestintä on tärkeää ympäristöystävällisyyden kannalta erityisesti yrityksen sisällä, sekä johdon ja kaikkien yrityksen sidosryhmien välillä. Nykypäivänä ilmastokysymyksiä ei enää käsitellä pelkästään ympäristö- ja tiedeuutisoinnissa vaan myös talouden ja politiikan yhteydessä sekä markkinasektorilla. Internetin sivustot ja keskustelupalstat sekä ”puskaradio” ovat nousseet tärkeiksi keskustelun kanaviksi, myös yritysten toiminnasta puhuttaessa. Viestinnässä ja varsinkin sosiaalisen median mainonnassa on tärkeää esittää asiat ymmärrettävästi ja selkeästi, ettei viestiä voi kukaan ymmärtää väärin. Asiakkaiden ja muiden sidosryhmien asenteet ja suhtautuminen yritykseen muuttuvat viestinnän perusteella. Sidosryhmäyhteistyön suunnittelu on tärkeää, koska näin selvitetään sidosryhmien tavoitteet, tarpeet ja odotukset. Sujuva vuorovaikutus sidosryhmien kanssa on merkityksellistä myös haastateltujen mielestä.

5.4.1 Ympäristötietoiset raaka-ainevalinnat

Niin kuin luvun 4 teoriaosuudessa kerrotaan, kasviperäinen ja vegaaninen ruoka edistävät yleisen tiedon mukaan ravintoloiden sosiaalista ja ympäristöllistä kestävyttä, sillä kasviperäisten raaka-aineiden tuottaminen vaatii vähemmän resursseja verrattuna maitotuotteisiin ja lihaan (Niemelä & ym. 2011). Tutkimustulokset tukevat tätä teoriaa. Moni yrittäjä kertoi,

että heidän ravintolansa viestii aktiivisesti asiakkailleen esimerkiksi kasvis- ja paikallisten kalaruokien positiivisista ympäristövaikutuksista. Yritysjohdajat luettelivat tärkeimmiksi ympäristöystävällisiksi toiminnoiksi lähellä tuotettujen raaka-aineiden käytön sekä luomu-, kasvis- ja vegaanivaihtoehtojen suosimisen ruokalistassa.

Haastatteluvastausten raaka-ainevalinnoissa korostuivat kotimaisuus ja toimitusvarmuus. Joka kuukauden alussa mietitään ruokalistaa suunniteltaessa, mitä sesonkituotteita ja raaka-aineita on tarjolla satokaudessa. Ravintola Nollassa ja Avot Sie:ssä on esimerkiksi syksyisin tarjolla aina sieniä ja marjoja. Ravintoloitsijan on luotettava raaka-ainevalinnoissaan omaan kokemukseen. Myös se, että tilaa kutakin raaka-ainetta mahdollisimman vähän, auttaa tekemään tilaukset ympäristöystävällisesti.

Ravintola Avot Sie:n ruokalista on aina ollut vegaanipainotteinen. Päätös saattoi olla ravintolan perustamisaikaan vuonna 2017 riskialtis, mutta sittemmin Lappeenranta on herännyt ja tottunut kasvisruokaan. Raitarannan mukaan ravintoloitsijan on joskus otettava tietoisia riskejä, jos oma arvomaailma sitä edellyttää. Avot Sien raaka-aineista noin 95 % on kotimaisia, ja kaikki liha on poikkeuksetta suomalaista. Ravintolan keittiöön tilataan ympäristöystävällisempi, vaikkakin kalliimpi raaka-aine, ja jos ympäristöystävällisestä tuotteesta jäisikin pienempi kate, sen laatu vaikuttaa asiakkaisiin lähes poikkeuksetta positiivisesti. Tällaisilla teoilla pyritään siirtämään tietoisuutta omista ruokavalinnoistaan myös kuluttajille. Ellei ravintola itse segmentoidu puhtaasti kasvisravintolaksi, suurin osa suomalaisesta asiakaskunnasta tilaa lihaa ateriallaan, jos sitä on tarjolla. Tässä tapauksessa ravintola voi minimoida ympäristövaikutuksensa pienentämällä annoskokoa sekä käytettävän lihan osuutta. Lisäämällä kasviksia ruoka-annoksesta saa ympäristöystävällisemmän ja ekologisemman.

Helsinkiläinen Ravintola Nolla pyrkii erittäin ympäristövastuulliseksi yritykseksi johtajien innovatiivisen ajattelun avulla. Konseptinsa mukaan ravintola toimii nollajäte-periaatteella, eli tuottamatta lähes ollenkaan jätettä. Konsepti on pitkän suunnittelun ja kekseliäisyyden lopputulos. Kaikki ravintolan tuottama biojäte käy salissa sijaitsevan kompostorin läpi. 24 tunnin kuluttua jätteestä on muodostunut ravinteikas komposti, joka palautetaan yhteistyössä toimivien tuottajien pientiloille. Raaka-aineet hankitaan suureksi osaksi pieniltä tiloilta, ja varasto tyhjennetään first-in-first-out- menetelmällä, eli se tavara, mikä on vanhempaa, käytetään ensin. Varastonkiertoon kiinnitetään erityistä huomiota, jotta kaikki tulee käytetyksi. Ravintoloitsijoiden kokemus kertoo oikeat raaka-ainemäärät, ja näin osataan arvioida mitä käytetään milloinkin, sesonkien mukaisesti. Tärkeäksi aspektiksi Ravintola Nollan ympäristöajattelussa osoittautui kyky kyseenalaistaa omaa toimintaa ja keksiä jatkuvasti uusia ratkaisuja. *Arvioimme jatkuvasti omaa toimintaamme ja pyrimme kehittämään tapojamme yhä*

kestävämmiksi, kertoo haastattelussa ravintolajohtaja. Ravintola Nollassa työvaatteet on valmistettu kierrätetyistä raaka-aineista, asiakastilojen WC saippuat on tehty ravintolassa käytetystä paistin öljystä, ja jopa asiakkaiden lasit olivat entisessä elämässään muovipusseja. Pienistä valinnoista muodostuu ajan mittaan suuri kokonaisuus, jolla on merkitystä.

5.4.2 Ruokahävikin vähentäminen

Kaikki tutkimukseen osallistuneet yritykset kertoivat, että ruokahävikin vähentäminen on heille tärkeää ympäristöystävällisyyden edistämiseksi, ja muutama alleviivasi sen olevan tärkein asia. Kaikissa haastateltavissa yrityksissä hävikkiä pyritään minimoimaan mahdollisuuksien mukaan. Tutkimustulokset tukevat sitä teoriaa, että ruokahävikki on nimenomaan se asia, johon koko ravintola-alan pitäisi keskittyä. Ympäristöteot ovat myös taloudellisia tekoja, koska silloin ei heitetä euroja roskeen raaka-aineen mukana.

Kaikissa haastatelluissa yrityksissä ruokahävikkiä pidetään silmällä erittäin tarkkaan. Ravintola Nollan johtajat varmistavat, että raaka-aine on käytetty ja mitään jätettä ei lähde arvottomana ravintolasta, mikä tarkoittaa, että myös kompostiin päätyvä biojäte ei mene täysin hukkaan. Myös Ravintola Avot Siessä kaikki raaka-aineet pyritään hyödyntämään. Pari kertaa vuodessa ravintolassa pidetään ruokahävikinseurantaviikkoja, jolloin kaikki syntynyt ruokahävikki kirjataan ylös. Tämä on hyvä tehdä etenkin syksyisin ja talvisin, kun on hiljaisempi aika. Kesällä ravintolassa on niin kiireistä, että kaikki raaka-aineet menevät käyttöön tavalla tai toisella. Lounaalla ruokaa pyritään tekemään minimimäärä. Moni ruokatuote on suunniteltu niin, että sitä pystytään helposti jatkamaan tai tekemään lisää. Lounaslistat suunnitellaan alusta asti niin, että a la cartea varten varattuja raaka-aineita voi hyödyntää lounaalla, ja päinvastoin. Avot Siessä on käytössä myös sellainen linjaus, että työntekijät saavat viedä hävikkiin menevää ruokaa kotiin. Johtohenkilöstön innovatiivinen ajattelu edistää koko ravitsemisliikkeen ympäristöystävällisyyttä.

Teerenpelissä on käytössä hävikkikirjanpito. Kuukausi-inventaariot ja hävikin minimointi varastonkierron seurannan avulla ovat olleet tehokkaita keinoja edistää ympäristöystävällisyyttä yrityksessä. Leirin Kotipizzalla hävikin vähentäminen otetaan huomioon jo raaka-aineiden käsittelyvaiheessa. Toinen ravintolan käytännön toiminto, mitä sovelletaan ruokahävikin vähentämiseksi, on hävikkituotteiden edelleen myyminen ResQ Clubin kautta kuluttajille. Jos pizza on jollain tavalla epäonnistunut, mutta kelpaa silti turvallisesti syötäväksi, ResQ on oiva alusta vähentää roskeen määrää. ResQn käyttäjät pelastavat yhteensä joka kuukausi kymmeniä tuhansia kiloja ruokaa päätyvästä roskeen, ja käyttäjien tyytyväisyysaste on korkea. Nykyään kaikki Leirin Kotipizzalle tuleva tavara sekä mahdollinen syntynyt hävikki kirjataan kassajärjestelmään varastohallintaohjelman avulla, mikä auttaa ravintoloitsijaa seuraamaan ruokahävikin määrää tehokkaasti. Kotipizzan ketju ei

vaadi korvausprosentteja ResQssa myydyistä tuotteista, mikä on suuri apu yrittäjille ja suora kehoitus minimoimaan ruokahävikkiä. Kespro pyrkii vähentämään omaa ruokahävikin määrää tarjoamalla neuvoja ja auttamalla asiakkaitaan ympäristö- ja vastuullisuusasioiden edistämiseksi. Ruokahävikin vähentämisessä uuden jätelain vaateiden haltuunotto ja tukeminen ovat tärkeitä palveluja, joita tukku tarjoaa asiakkailleen.

5.4.3 Energian- ja vedenkulutuksen hallinta

Energiakulutuksen ja veden käytön seuraaminen kuuluivat lähes kaikkien haastatteluun vastanneiden yritysten ympäristöystävällisiin toimintoihin. Haastatteluista selvisi, että johtajien mielestä energiatietoiseen johtamiseen kuuluu esimerkiksi sellaisen sähkön käyttö, joka on tuotettu uusiutuvilla luonnonvaroilla, kuten aurinko-, vesi- ja tuulivoimalla. Ravintola Nollan käyttämä sähkö on tuulivoimaa, joka on Balacin mielestä toistaiseksi kestävin vaihtoehto. Myös Leirin Kotipizzalla on ollut käytössä tuulisähkö vuoden 2021 kesäkuun alusta.

Makea Coffeessa huomiota kiinnitetään erityisesti laitteiden sammuttamiseen tai siirtämisen energiasäästötilaan yöksi, ja watteja säästetään myös energiatehokkaan LED valaistuksen avulla. Green Realityn kumppanuuden aikana Avot Siessä on tehty yksi uusi laitehankinta, ja hankinnassa otettiin huomioon energiatehokkuus ottamalla käyttöön A-energialuokan laite. Sähkönkulutusta on muutoinkin pyritty vähentämään sulkemalla tarpeettomat laitteet ja pitämällä aukioloaikoina vain tarpeellista laitteistoa käynnissä. Sähkölaskut tuntuvat olevan ravintoloissa johtajien mukaan melko vakiot vuosittain, koska ne määräytyvät käytön mukaan. Useimmat yrittäjät kertoivat, että he seuraavat sähkölaskuja ja tietävät suurin piirtein montako kilowattituntia heidän yrityksensä kuluttaa vuodessa. Ravintolakeittäessä suurimmat sähkönkuormittajat ovat yleensä isoimmat uunit ja kylmälaitteet, kesällä taas eniten energiaa vie ilmastointi ja ravintolan jäähdytys. Kesprossa energiansäästö yhdistetään mahdollisimman moneen tukkutoimintoon. Kesko toteuttaa tukkukiinteistöissään säännöllisiä energiaremontteja, tehden tukuista hiilipihejä. Säästöä kertyy remontoiduissa tukuissa vuosittain 30 omakotitalon sähkölämmitykseen kulutetun energiamäärän verran, mikä vähentää jo 25 henkilöauton verran hiilidioksidipäästöjä vuodessa.

Kaikissa ravitsemisliikkeissä vesimaksu sisältyy kiinteistön vuokraan, eikä vedelle ole varsinaisesti olemassa omaa mittaria. Energiankäyttöä ja vedenkulutusta pyritään vähentämään omalla toiminnalla. Makea Coffeen henkilöstölle on ohjeistettu kiehauttamaan ainoastaan tarpeellinen määrä vettä, koska kahvilassa kuluu huomattavasti enemmän kahvia ja teetä, sekä muita kuumia juomia, kuin ravintolassa. Muita vettä säästäviä käytännön toimipeiteitä ovat haastateltavien mukaan tiskien esihuuhtelu haalealla vedellä kuuman sijaan ja työntekijöiden opastaminen siihen, että he pesevät tiskiä vain täydet koneelliset. Astioiden huuhtelu kylmällä vedellä saa kuitenkin rasvan päätymään tiskikoneeseen, mikä ei ole

sekään suositeltavaa, ja siksi huuhteluun on käytettävä vähintäänkin lämmintä vettä. Haastateltavien yrittäjien ja esimiesten huomioista voi päätellä, että johdon on kaikessa toiminnassa ajateltava asioita kokonaisvaltaisesti.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että ravitsemisliikkeiden pesuaineet on vaikea saada täysin ympäristöystävällisiksi. Pesuaineiden ekologisuutta ei voi saavuttaa hygieniariskin uhalla, ja siksi ravintolassa on oltava tehokkaat puhdistusaineet ja kemikaalit. Ammattikäyttöön tarkoitettujen ekologisten pesuaineiden hinta on edelleen niin korkealla, että suuren kulutuksen vuoksi harva on onnistunut hankkimaan niitä säännöllisesti. Moni yrittäjä kuitenkin toivoo saavansa vaihdettua joskus kaikki kemikaalit luonnollisiksi.

5.4.4 Toimiva kierrätys

Jokaisessa haastateltavassa yrityksessä lajitellaan asianmukaisesti sellaiset jätteet kuten lasi, pahvi, polttokelpoinen sekajäte, biojäte ja elektroniikka sekä vaarallinen jäte. Palautettaville tölkeille ja pantillisille lasipulloille on käytössä lähes kaikissa haastateltavissa liikkeissä tehokas Palpa järjestelmä. Ravitsemisliikkeiden jätehuolto on yleensä riippuvaista kiinteistöyhtiöstä. Jätteiden lajittelu ei toteudu kaikkialla vielä 100 prosenttisesti, sillä vain muutamassa ravitsemisliikkeessä kierrätetään myös muovi. Haastatteluissa selvisi, että monen yrityksen jätekatoksesta puuttuu muovinkeräysastia. Yrittäjät kertovat, että jos asia olisi heidän päätöksestään kiinni, he kierrättäisivät muovinkin. Tutkimustuloksista herääkin kysymys siitä, kuinka paljon ravintoloitsijan mielipiteellä on merkitystä kiinteistöyhtiön päätöksissä. Ehkäpä muutos ympäristöystävällisempään ravintolatoimintaan alkaakin yhtä lailla ravintolajohtajien kuin myös kiinteistöjohtajien päätöksenteosta.

Monissa yrityksissä kierrätys oli haastattelutulosten mukaan huipussaan. Esimerkiksi Ravintola Nollassa ei tule juuri ollenkaan pakkausjätettä. Pesuainepurkit ja wc-paperipakkaukset ovat ainoat pakkausjätteet, mitä yrityksen toiminnasta syntyy. Ravintolan kierrätyksen viimeinen aspekti olisi muovin kierrätys. Tutkimuksen mukaan usealla ravitsemisliikkeillä olisi parannettavaa nimenomaan biojätteen ja muovin lajittelussa. Ympäristöystävällisen ravintolan tarkistuslistalla onkin aina oikeanlainen lajittelu ja kierrättäminen. Ihanteena olisi kiertotalous, jossa varsinaista, kaatopaikalle päätyvää jätettä syntyisi mahdollisimman vähän, sillä juuri se on hukkaan heitettyä luonnonvaraa. Ympäristöystävällisintä olisi, jos kaikki tuotanto suunniteltaisiin niin, että kun tuote tulee oman tiensä päähän, sen osat voitaisiin uudelleen käyttää. Jos kaikki ravitsemisliikkeet pyrkisivät siihen ajattelumalliin, ettei sekajätettä ole olemassakaan, saataisiin toiminta saman tien ympäristöystävällisemmäksi. Kaatopaikkajätteen määrä vähenee automaattisesti, jos kierrätyksen taso nousee ja energiaa pyritään tuottamaan kierrätetystä aineesta.

Ravintola Avot Sien isoimmat kylmälaitteet kierrätetään eteenpäin Kierrätys Laineaho Oy:n toimesta. Ravintolan keittiön rasvakaivolle on oma tyhjentäjänsä, jonka kanssa yhteistyö sujuu hyvin. Teerenpelissä syntyvän sekajätteen määrää seurataan, ja pyritään vähentämään sitä tehostamalla jätejakeiden kierrätystä. Kesprossa kierrätetään kaikki mahdollinen; muovi, biojäte, pahvi, metalli, lasi ja paperi. Kierrätysaste on yli 90 prosenttia, mikä on alaan nähden todella korkea. Jättemääriä ja kierrätysprosenttia seurataan aktiivisesti. Lisäksi tukku lahjoittaa ruokahävikkiä ruoka-aputoimintaan. Tukun jätehuollon edistyksellisyys on selitettävissä johdon päätösten lisäksi myös sillä, että Keskolla on käytössään kiertotalousmanageri, jonka voi kutsua tukkuun antamaan neuvoja kierrätyksestä ja oikeaoppisesta jätehuollosta. Asiantuntijan palkkaaminen voisi olla palkitseva ja varteenotettava vaihtoehto ravintola-alan yrityksissä yleisesti.

Ravintoloitsijat antoivat hyviä neuvoja laitehankinnoista. Hyvä periaate on, että kaikki isokokoiset, arvokkaat ja keittiötoimintojen kannalta olennaiset laitteet olisivat uutena hankittuja. Näitä ovat tiskikone, kylmäsäilytyslaitteisto, pakastimet sekä isoimmat uunit, jotka ovat kaikki kovassa päivittäisessä käytössä. Näissä laitteissa vahinkojen korvaukset ja riskit ovat suurempia kuin pienissä laiteissa, ja siksi niihin on hyvä olla kattavat vakuutukset. Pienemmät koneet ja tarvikkeet, kuten monitoimikoneet, mikroaaltouunit, miniuunit ja grillit, tehosekoittimet, sauvasekoittimet ja keittiöastiasto voivat olla mahdollisesti kierrätettyjä, sillä niiden toiminnasta tai rikkoutumisesta seuraa pienemmät riskit, niin henkilökunnan turvallisuuden kuin liiketoiminnan kustannusten näkökulmasta. Kertakäyttöisyyden minimointi ja pakkausmateriaalien ympäristöystävällisyys nousivat tutkimuksen tuloksissa merkittäviksi ympäristöteoiksi. Niiden siivoustarvikkeiden, jotka ovat kertakäyttöisiä, olisi hyvä olla myös biohajoavia. Tämä minimoi haitallisen vaikutuksen ympäristöön. Silti vain muutamassa seitsemästä tutkitusta yrityksestä on käytössä biohajoavat siivousvälineet.

Koronapandemian seurauksena ruokatuotteiden nouto- ja kuljetusmäärät sekä pakkausmateriaalien kulutus ovat nousseet räjähdysmäisesti kaikissa ravitsemisliikkeissä. Ravitsemisliikkeet ovat vastanneet kuluttajien viimeaikaiseen tarpeeseen saada ruokaa kotiin mahdollisemman vaivattomasti. Suurin osa Lappeenrannan ravintoloista hyödyntää toiminnassaan Woltin ja Foodoran kuljetuspalveluita. Leirin Kotipizzalla on oma kuljetuspalvelu. Kotipizza pyrkii ketjutasolla aina kehittämään kuljetusautojaan paremmiksi. Tavoitteena on autojen vaihtaminen sähköautoihin, mutta tämä ei ole ihan vielä käytännössä mahdollista. Sähköauton toimintasäde on toistaiseksi liian pieni tilausten määrään nähden, ja se on myös epäkäytännöllinen talvisin. Tulevaisuuden visiona on kuitenkin kaikkien kuljetusautojen optimointi sähköisiksi, kunhan sähköteknologia kehittyy. Kesprollakin pyritään minimoimaan kuljetuksen ympäristövaikutuksia monella tapaa. Vuonna 2021 Keskon logistiikan päästöt ovat vähentyneet 25 prosenttia vuoteen 2011 verrattuna. Tukku hyödyntää

runkokuljetuksissa vastuullisempia erikoispitkiä ekorekkoja ja kaksikerrosperäkärriä. Suuremmat rekat säästävät tavalliseen kuljetukseen verrattuna sekä kilometrejä että hiilidioksidipäästöjä.

Muutamassa yrityksessä pakkausmateriaalit olivat jo valmiiksi joko täysin biohajoavia tai kierrätettyjä. Ravintoloitsijat huomauttivat, että ravintoloiden toimintoja ohjaavat alati muuttuvat EU direktiivit, joiden mukaan esimerkiksi salissa käytettävät pillit eivät enää saa olla muovisia. Lähes kaikki haastatellut ravintoloitsijat, jotka tilaavat tavaraa Kesprosta, kertoivat, että tukussa siirryttiin kevään 2021 aikana käyttämään kierrätettäviä keräyslaatikoita keskusvarastotoimituksissa, mikä säästää automaattisesti n. 50 tonnia pahvia vuodessa. Ravintoloitsijat voivat halutessaan myös lainata tai vuokrata laatikoita omaan käyttöönsä. Myös Kespron omia pakkausmateriaaleja on kehitetty vastuullisemmiksi. Esimerkiksi Menu-maustesarjan tuotepakkaukset vaihdettiin muovisista kartonkisiin, jonka seurauksena vuodessa säästyy 6 500 kiloa muovia. Näin tukun vastuullinen toiminta rakentaa esimerkkiä myös siellä asioiville yrittäjille.

5.4.5 Luotettavat tavarantoimittajat

Opinnäytetyö selvitti, kuinka valveutuneita yritysjohtajat ovat hankintaketjunsä vastuullisuudesta ja miten he tekevät päätöksiä yhteistyöstä erilaisten hankkijoiden kanssa. Tutkimuksen kannalta oli olennaista se, millä perusteella yritys valitsee yhteistyökumppaninsa ja miten se edistää vastuullisuustyötä hankintaketjussaan. Yritysjohtajien tärkeimpiä kriteerejä tavarantoimittajille ovat hinta, laatu, luotettavuus ja toimitusvarmuus. Leirin Kotipizzan sekä Teerenpelin tapauksissa ketju määrää paljon, varsinkin tuotteiden ja kaikkien raaka-aineiden valinnoista, mutta ravintoloitsijoilla on aina mahdollisuus yrittää vaikuttaa ketjun päätöksiin aluekokouksissa. Kotipizzaketju on ottanut vastuullisuuden omaksi tehtäväkseen ravintola-alla Suomessa. Franchise-yrittäjät luottavat siihen, että ketjun valitsemat tavarantoimittajat ovat uskollisia vastuullisuudelle. Raaka-aineiden toimittajat tarkistetaan ja heidän tehtaansa auditoidaan ketjun määräysten mukaisesti. Ravintolassa on olemassa esimerkiksi lihalle omat kriteerinsä siitä, millaista sen laadun täytyy olla. Kotipizza käyttää 100 prosenttisesti suomalaista lihaa, jotta ruokatuotteiden laatu on korkea ja toiminta vastuullista. Kinkku on suomalaista kinkkua, eikä siihen saa olla sekoitettuna suuria määriä muita ainesosia, jotta sen lihapitoisuus säilyy korkeana.

Moni ravitsemisliike haluaisi lisätä luomua ja lähiruokaa ruokalistaansa, mutta se voi olla kustannusten kannalta haastavaa. Esimerkiksi luomulihaa, kuten possua ja nautaa, tuottavia luomutiloja on Lappeenrannan lähistöllä niin vähän ja ne ovat niin pieniä, ettei niistä ei voi aina saada raaka-aineelle toimitusvarmuutta, mikä on pientilojen kohdalla täysin

ymmärrettävää. Pienten luomutuottajien tehokkuus on luonnollisesti isoja tavarantoimittajafirmoja pienempi, missä piilee luomutuotannon vahvuus.

Kaikkien yritysjohtajien mielestä valittujen tavarantoimittajien tärkeimpiin ominaisuuksiin lukeutuivat kotimaisuus ja edullisuus sekä toimitusvarmuus. Haastattelussa muutama ravintoloitsija mainitsi, että samat arvot ovat kriteeri, jonka perusteella yrityksen johto valitsee yhteistyökumppaninsa. Ravintoloitsijoille on ilo edustaa sellaista yritystä, joka on intohimoinen ympäristöasioista ja ympäristövastuullinen toiminnassaan. Esimerkiksi Ravintola Nolla tekee yhteistyötä 15–16 tuottajan kanssa ympäri Helsingin, ja muutama iso luomutarha löytyy myös Turusta. Johto on käynyt vierailulla suuressa osassa tavarantoimittajien tiloista, ja osittain he ovat aloittaneet yhteistyön tuttavan suosituksesta. Kesällä on helpompaa saada raaka-aineita läheltä, jolloin ravintoloitsijoilla on enemmän valinnanvaraa. Myös Kespro suosii sellaisia tavarantoimittajia, jotka hyväksyvät ensisijaisesti Keskon arvot ja periaatteet ja haluavat toimia niiden mukaisesti. Kespro on avoin halussaan tehdä pitkäjänteistä ja suunnitelmallista yhteistyötä tavarantoimittajien ja heidän alihankkijoiden kanssa tuotteiden eettisen laadun varmistamiseksi myös tulevaisuudessa.

5.5 Ympäristöystävällisen ravintolatoiminnan hyödyt

Tutkimus tunnisti ympäristöystävällisempään toimintaan siirtymisellä olevan haastateltujen johtajien näkökulmasta lukuisia hyötyjä. Haastateltavat olivat melko yksimielisiä siitä, millaista onnistuneen ympäristöystävällisyyden pitäisi olla. Joidenkin yrittäjien mielestä hyötyjä voi olla vaikea mitata suoraan, mutta ympäristöystävällisyyden ja viestinnän vaikutus brändin arvoon, ja sitä kautta liikevaihtoon, voi olla pitkällä tähtäimellä suuri. Yritysjohtajat luettelivat suurimmiksi hyödyiksi ympäristöajattelun tuoman kilpailuedun, vahvan arvopohjan yritystoiminnalle sekä sidosryhmien positiivisen palautteen. Suuressa osassa tutkittavista yrityksistä ympäristö otettiin huomioon kaikessa, mihin yrityksen johto ja henkilökunta pystyvät omalta osaltaan vaikuttamaan.

Nykypäivänä myös useimmille asiakkaille vastuullisuusasiat osoittautuvat tärkeiksi. Vastuullisuusasioiden hyvä hoitaminen tuo kilpailuetua asiakasryhmien silmissä. Hyvä kumppanuussuhde muihin firmoihin ja yrittäjiin sitouttaa, ja samat arvomaailmat ja periaatteet voivat myös lähentää yritystä ja sen asiakkaita. Lähes kaikkien haastateltavien mielestä oli erittäin tärkeää, että ravitsemisliikkeen työntekijät jakavat saman arvopohjan yritysjohtajien kanssa. Sellainen työntekijä, joka uskoo työpaikkansa arvoihin ja johtajiensa päätöksiin, on halukas panostamaan enemmän työnteoonsa ja on siksi arvokas yritykselle.

Monet ympäristöystävällisen liiketoiminnan hyödyt ovat linjassa niiden periaatteiden kanssa, joita on listattu teoksessa Vihreä Aalto, jonka ovat kirjoittaneet Tommi Lampikoski

ja Johanna Sippo (2013). Hyödyt on teoriaa mukaillen listattu alla olevaan taulukkoon 2. Taulukosta käyvät ilmi myös ne keinot, joiden avulla kyseistä hyötyä kannattaa tavoitella.

Hyödyt	Keinot
Kilpailuedun kohentaminen.	Eriilaistamalla tuotteita kilpailijoiden vastaavista proaktiivisen ekostrategian myötävaikutuksella.
Riskien ennakointi ja hallinta.	Taataan tulevaisuudessa kriittisten luonnonvarojen saatavuus. Vaikuttaminen muuttuvaan lainsäädäntöön ja asetuksiin.
Yritysmaine.	Yritysmaineen parantaminen, sidosryhmäsuhteisiin vaikuttaminen.
Asiakasuskollisuus.	Uskollinen asiakaskunta auttaa yritystä selviytymään myös vaikeiden taloudellisten taantumien läpi.
Uusi liiketoiminta.	Tunnistetaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja valloitetaan uusia markkinoita.
Uudet ekoinnovaatiot.	Tuotetaan ympäristöystävällisiä tuotteita ja palveluita.
Kustannussäästöt.	Alennetaan veden ja raaka-aineiden käyttöä, hankitaan eko-ohjelmille uskottavuutta pikavoittojen myötä.
Työntekijöidenmotiivointi, sitouttaminen ja houkuttelu.	Sitoutetaan henkilöstöä työskentelemään intohimoisesti isomman tarkoituksen puolesta, innostetaan merkityksellisemmän liiketoiminnan puolesta.

Taulukko 2. Ympäristöystävällisen liiketoiminnan hyödyt (mukailtu Lampikoski & Sippo 2013)

Tutkimustulokset kertovat, että ympäristöasioissa on oltava innovatiivinen. Nykypäivänä ei enää riitä se, että yritys muuttaa yksittäisiä toimintojaan ympäristöystävällisiksi, vaan sen on muutettava koko toimintansa vihreämmäksi perustoja myöten, jotta se voi taata menestyksensä myös tulevaisuudessa. Ympäristöystävällisyysasioissa työ ei lopu koskaan. Ravintolatoiminnassa on aina parantamisen varaa. Tuotteiden ja toimintojen kehittäminen on ikuinen projekti, mutta pienillä onnistumisilla päästään jo pitkälle. Teoriaa tukee lainaus Kotipizzan käsikirjasta; *pienestä purosta kasvaa iso joki* (Taavitsainen 2021). Lainaus

perustuu Kotipizzan toimitusjohtajan sanoihin siitä, että vastuullisuus voi myös olla hyvää bisnestä, samoihin aikoihin, kun Kotipizzan vastuullisuustyö käynnistyi kokonaisvaltaisena vuonna 2013. Samalla tavalla myös moni muu alan yritys on huomannut ympäristöasioiden tärkeyden. Ympäristöajattelu nostaa yhä enemmän päätään sellaisissa yrityksissä, jotka ovat kehityksen etunenässä. Melko lailla kaikki suomalaiset ravitsemisyrietykset alkavat pian ottamaan huomioon ilmastomuutoksen toiminnassaan ja valinnoissaan jollain tavalla. Kun yrittäjät pysyvät varpaillaan ja vievät valinnoillaan alaansa eteenpäin, asettaa se jo tietyn vaatimustason kaikille sidosryhmille. Näin tapahtuu ketjureaktio, ja yhä useampi yritys alkaa tekemään parempia valintoja.

5.6 Ympäristöystävällisen ravintolatoiminnan haasteet

Vaikka ympäristöystävällisyydellä on tulosten mukaan päällepäin positiivinen vaikutus ravintolaliiketoimintaan, siitä koetaan joskus aiheutuvan myös haasteita. Jotkut yritysjohtajat totesivat, että ympäristöystävällisten tuotteiden löytäminen ja toimitusvarmuuden selvittäminen on joskus vaikeaa. Kaikkien tavarantoimittajien ja palveluntuottajien hankintaketjujen ympäristöystävällisyyttä on paikoin mahdotonta aukottomasti selvittää. Toisinaan ympäristöystävälliset valinnat voivat lisätä jonkin verran liiketoiminnan kustannuksia, mutta toiminnan yleistyessä kustannusvaikutukset yleensä vähenevät tai poistuvat. Haastateltavien mukaan kustannukset on osattava mitoittamaan suhteessa liiketoiminnan voittoon, ja osattava tehdä kompromisseja viisaasti ja harkitusti, ettei virheitä tehdä arvojen kustannuksella. Makea Coffeessa huomioidaan esimerkiksi se, että biohajoavat take-away kahvikupit kustantavat enemmän kuin muoviset, mutta tämä kustannus on korvattava osaavasti jossain toisessa toiminnossa.

Kaikki haastatteluun vastanneet yritysjohtajat myönsivät, että ravintola-alalla halutaan yleisesti ottaen edistää ympäristöasioita, mutta haasteena voi olla se, ettei edistykselle ole erillistä resurssia. Ravintolatyöntekijöillä kuluu kaikki keskittyminen varsinaisen työn tekemiseen. Haasteena voi olla myös, miten ravintola saa vastuullisuustekemisen näkyväksi ja kaupallisesti hyödynnettyä. Ravintolatyöskentely on nopeatempoista, ja energia menee suureksi osaksi suorittavaan työhön, jonka jälkeen aikaa ei enää jää ympäristöystävälliseen toimintaan. Avaintekijänä onkin ympäristöystävällisyyden integrointi ravintolan arkisuoritukseen ja käytännön työhön.

Tommi Lampikoski ja Johanna Sippo sekä Mika Peuhkurinen (2010) listaavat kriittisemmät esteet vihreään bisnekseen siirtymisessä Talouselämä-lehden artikkelissa:

- Puute rahoituksesta. Iso osa investoinneista puhtaampaan energiaan maksaa tois-
taiseksi enemmän kuin perinteiset vaihtoehdot.

- Puute holistisesta ja linkitetystä ajattelumallista. Yritys ei kykene löytämään tai havaitsemaan kriittistä linkkiä uuden mission, ekologisten tavoitteiden ja työntekijöiden välillä. Yhteyden puuttuminen johtaa johdon ja työntekijöiden kiinnostuksen lopahattamiseen.
- Keskijohto toimii pullonkaulana isoissa ja keskisuurissa yrityksissä. Keskijohdon toiminta on edellytys laajemmalle omaksumiselle sekä ympäristöystävällisyyden integroinnille ydinbisnekseen.
- Tavoitettavuuslinkin puute. Ihmiset pitää tavoittaa siellä, missä he ovat ja liikkuvat. Ihmisten mielenkiintoa ohjaavat päivittäin sellaiset perusasiat, kuten liikkuminen, ruoka, terveys ja muut arkiaskareet. Ihmiset innostuvat ja vastaavat viesteihin, jotka tuovat todellista hyötyä heidän elämäänsä.

Lehtiartikkelissa edellä mainitut esteet ympäristöystävälliselle liiketoiminnalle muodostavat selityksen opinnäytetyön tutkimustuloksille. Kaikki ravintolajohtajat olivat yksimielisiä siitä, että jos valitaan kahdesta vaihtoehdosta, niin ympäristöystävällinen toiminta tosiaan tuottaa heidän mielestään enemmän kustannuksia lyhyellä tähtäimellä, mikä ei kuitenkaan näy aina käytännön arjessa. Se, miten kukin raaka-aine on tuotettu, ei myöskään välttämättä heijastu ravintolan jokapäiväisessä toiminnassa. Rahoitus voi osoittautua esteeksi myös esimerkiksi silloin, kun halutaan hankkia uusia trendikkäitä raaka-aineita. Kasviproteiinit ovat edelleen melko kalliita, ja siksi niitä ei voida hyödyntää esimerkiksi lounasruuissa samassa mittakaavassa kuin lihatuotteita.

Se, miten ravitsemisliikkeen ympäristöystävällisyys tuodaan esille asiakkaille ja työntekijöille, on tutkimustulosten mukaan hyvin tärkeää. Ravintola Nollan johtaja kertoi, että viestintä asiakkaille ravintolatoiminnan alkuvaiheessa voi olla haastavaa, koska ihmiset eivät välttämättä heti ymmärrä uutta konseptia. Kustannusten ylläpito luo myös omat haasteensa, jos ympäristöystävällisen ravintolan hintataso on sama kuin muilla ravintoloilla. Tulokset näyttävät, että ympäristövastuullinen ravintolatoiminta vaatii enemmän työtä ja sitoutumista niin yrityksen johtajilta kuin työntekijöiltäkin. Myös esimerkiksi yrityksen 100 prosenttinen kasviperäisyys on asiakasryhmiä jakava tekijä. Jos tarjolla on sekä kasvis- että liha- ja maitotuotteita, saattaa yrityksellä olla ehkä parempi myynti. Silti kyse on usein yritysjohton arvoista, ja siksi asiasta ei tehdä kompromisseja. Kun osa asiakkaista kääntyy pois, toiset tulevat asioimaan vielä suuremmalla innolla juuri yrityksen arvojen ja kasviperäisyyden ansiosta. Yrityksen on siis aina mietittävä, missä asioissa se voi tinkiä, ja missä ei.

5.7 Tulevaisuuden visiot ja kehityskohteet

Haastateltavat kertoivat lopuksi omia näkemyksiään ympäristöystävällisemmän ravitsemisliiketoiminnan lähitulevaisuudesta. Useamman haastateltavan mielestä kestävä kehitys ja ympäristöystävällisyys integroituvat vähitellen kiinteäksi osaksi liiketoimintaa.

Lampikoski & Sippo (2013) ovat sitä mieltä, että kun puhutaan ravitsemisliiketoiminnan ympäristöystävällisemmästä tulevaisuudesta, puhutaan samalla koko yritysmaailman vihreämmästä tulevaisuudesta. Ohessa on esitetty taulukko 3, mihin on koottu ennustus vihreämmän liiketoiminnan tulevaisuudesta ja ajattelumallien muutoksesta lähivuosisikymmeninä. Tutkimustulosten sekä haastatteluun vastanneiden johtajien ja esimiesten mielipiteiden perusteella nämä samat periaatteet tulevat tulevaisuudessa muokkaamaan radikaalisti myös ravitsemisliikkeiden toimintamalleja.

Vanha maailma-ajattelu	Uusi maailma-ajattelu
Lisää tavaraa	Vähemmän on enemmän
7 miljardia ihmistä	9 miljardia ihmistä
Öljy, hiilivoima	Aurinko-, tuulivoima
Tuotteen omistus	Palvelu, vuokraus, laina, yhteisöomistaminen
Jätteen ylitsevuotava määrä	Nollajäte
Uusiutumaton	Uusiutuva
Ajatus siitä, että ympäristötoiminta lisää kustannuksia	Ajatus siitä, että ympäristötoiminta on voittojen ja kilpailuedun lähde
”Ota-hyödynnä-hankkiudu eroon-unohda” - toimintamalli	”Lainaa-käytä-palauta” – toimintamalli
Pelko	Toivo

Taulukko 3. Vihreän liiketoiminnan tulevaisuus (Lampikoski & Sippo 2013)

Lampikosken ja Sipon luettelemat elementit näkyvät myös tutkimustuloksissa. Lappeenranta-laiset yritysjohtajat ajattelevat innovatiivisuuden ja uudenlaisen ympäristötoimintamallin muodostuvan tulevaisuuden pohjan ympäristöystävällisemmälle ravitsemisliiketoiminnalle. Taulukossa näkyvät vertaukset ovat totuudenmukaisia. Jos ennen vanhaan yritysten suurimpana voimavarana pidettiin vaikutusvaltaa, omistamista, menestystä ja taloudellista

voittoa, vaikka niitä pidetään yhä nykypäivänä tärkeinä, ovat ne menettäneet entisaikojensa kiillon. Näkemykset ovat kääntymässä, ja nykyään arvostetaan yhä enemmän läpinäkyvyyttä, rehellisyyttä, yhteistyötä ja vilpitöntä työtä tärkeiden asioiden puolesta. Kun yrityksen tarkoitus on kokonaisvaltainen ja halu tehdä yhteistä hyvää on korkea, tulevat voitto ja menestys sekundaarisina bonuksina, kuin seurauksena paremmasta ja vastuullisemmasta toiminnasta. Kyse on kansakuntien ajattelumallien murroksesta, ei pelkästään yritysmaailmassa tapahtuvasta muutoksesta. Lampikosken & Sippon (2013) tutkimuksen mukaan isojenkin firmojen ekojohtajat alkavat painottamaan ”paikallisuuden renessanssia”, jossa tuotteiden valmistus tuodaan lähemmäksi paikallisia kuluttajia. Samanlainen muutoksen aalto vyöryy todennäköisesti ravintola-alalle. Ravintoloiden raaka-aineet tulevat yhä lähempää, mikä on kuluttajien mielestä trendikästä. Jo tänä päivänä voidaan nähdä innovatiivisia ravitsemisliikkeitä, joiden keittiöissä kasvatetaan yrtejä ja kasviksia ravintolan omaan käyttöön. Tulevaisuuden kuluttaja on tiedonjanoinen ja halukas vaikuttamaan. Ravintoloiden ruokalistojen tuotteista voi jo lähivuosina löytyä kattavat ympäristöselosteet, ilmasto-vaikutuksista kertovat hiilijalanjälkimerkit tai kenties erilaisia ympäristövaikutuksia yhdistelevät merkinnät. Asiakkailla on oikeus tietää ympäristövaikutuksistaan. Ihmisten aktiivinen osallistuminen ja asiointi nimenomaan ympäristöystävällisissä ravitsemisliikkeissä vaatisi sen, että ympäristöasioista tiedotettaisiin yritysten lisäksi myös kuluttajille.

Ravitsemisliikkeiden toiminnassa on monta osa-aluetta, jotka vaikuttavat yrityksen ympäristöystävällisyyteen ja siten yrityksen vastuullisuustasoon. Myös kuluttajat ovat viime vuosina alkaneet vaatia enemmän yrityksiltä kestävämpää kehityksen mukaista toimintaa, ja yhä useampi kuluttaja haluaa tietää tarjoitavan ruoan alkuperästä. Tämä johtuu todennäköisesti aikakautemme haasteista ja uudesta tavasta nähdä vaikutuksemme ympäristöön. Kuluttajat ovat enemmän itsensä äärellä kuin kenties koskaan aikaisemmin. Monen kuluttajan ajatusmaailma on muuttumassa entistä enemmän kokemuksi janoavaksi – uusien tavaroiden hankkimisen sijaan – ja halu elää hetkessä on yksi nouseva trendi. Erään The Hall & Partnersin (2021) suorittaman tutkimuksen mukaan ihmisten haaveet ovat nyt maanläheisempiä ja yksinkertaisempia kuin ennen. Vahva tahto oikeudenmukaisuuteen on kasvussa, mikä näkyy niin uusina kulutusvalintoina ja ruokavalioina, kuin paikallisten tuotteiden ja palvelujen suosimisena. Haastateltujen esimiesten ja ravintolajohtajien ajattelevat tulevaisuuden trendien kietoutuvan yhä vahvemmin ympäristöystävällisyyden osa-alueisiin.

Lappeenrantaisten yritysten rooli tuli tutkimuksessa selkeästi esille. Yrityksen olemassaolon tarkoitus on tehdä voittoa, mutta samalla taata oman toiminnan jatkuvuus tulevaisuudessa. Siksi ympäristöystävällisyys yritystoiminnassa nouseekin niin tärkeäksi asiaksi monelle esimiehelle – jotta yritys voi olla olemassa myös monien vuosien kuluttua siitä hetkestä, kun se nykypäivän päätöksistään tekee. Usko omiin arvoihin ja pyrkimys tehdä hyvää

ovat tärkeitä avainasioita. Innovatiiviset johtajat janoavat syvällisempää merkitystä edistävää työtä, oli sitten kyse lähiyhteisön toiminnan tai kansalaisten elinolosuhteiden parantamisesta, luonnonsuojelun edistämisestä tai halusta olla mukana ratkaisemassa yhteiskunnallisesti merkittäviä haasteita. Monille tutkimukseen osallistuneille yrittäjille sydäntä lähellä oli omien unelmien toteuttaminen hyödyntämällä yritysmaailman tarjoamia mahdollisuuksia.

Vaikka moni yrittäjä myönsi, että heidän toiminnassaan on ympäristöystävällisyyden näkökulmasta parantamisen varaa, moni heistä korosti asiakkaiden antamaa positiivista palautetta ravintolalle tämän viestiessä avoimesti ympäristöasioista, sekä yritykseen tulevien työntekijöiden ja työssä oppivien nuorten asennemuutoksista työllistymisen aikana.

Jänkälän (2016) tekemän ravintolatoiminnan toimialaraportin mukaan ravintolatulevaisuuden trendeinä nähdään terveellinen ruoka, ympäristöasiat ja vastuullisuus, yhteen asiaan keskittyminen ja arjen pienten ilonhetkien korostaminen. Myös jakamistalous eri muodoissaan lisääntyy ravitsemispalveluissa. Ravintolaruokien myyminen asiakkaille suoraan kauppojen ja markettien hyllyiltä voi myös olla tulevaisuudessa arkipäivää. Tulevien vuosien yksi ravitsemispalveluiden kehittämiskohde on Jänkälän mukaan sähköinen viestintä ja digitaalisuus. Perusdigityökalujen haltuun ottaminen on edellytys minkä tahansa yrityksen kilpailukyvyä säilyttämiseksi.

Juuri uudet suunnannäyttäjät inspiroivat kuluttajia ja päättäjiä ja tekevät merkityksellisiä askeleita kohti vihreämpää ravitsemisliiketoimintaa, niin Suomessa kuin ulkomailla. MIT-yliopiston järjestämässä Sustainability and Strategy -nettiseminaarissa puhunut professori Peter Senge (2011) kehottaa puheessaan maailman yritysjohtoryhmiä peilaamaan lähitulevaisuuden eettisiä, ympäristöllisiä ja sosiaalisia haasteita koko yrityksen perimmäiseen tarkoitukseen. Nettiseminaarin puheenvuorot kehottavat yrityksiä miettimään uudella tavalla tulevaisuuden liiketoimiaan ja sitä, miten yhteiskunnalliset ja ympäristölliset haasteet vaikuttavat niihin. Yritysvastuullisuuden perustason rima eli uusi normaali on noussut koko ajan ylemmäs. Nykyisin yritykseltä vaaditaan laajempaa vastuullisuusasioiden johtamista, ei pelkästään esimerkiksi ISO-sertifioituja laatu- ja ympäristöjärjestelmiä. Yrityksen tulee selvittää omalla toimialallaan monista erilaisista vaatimuksista pakollisten lakien lisäksi. Etenkin ympäristön saastuttamiseen liittyvät rajoitukset ovat lisääntyneet vuosi vuodelta. Yrityksellä on oltava pitkän tähtäyksen näkemys siitä, mikä on se kunniahimon taso, johon se vastuullisuudellaan pyrkii. Ympäristöystävällinen ravitsemisliiketoiminta on tietoista, luomupainotteista, eettistä ja niin ihmisiä, eläimiä kuin elinympäristöä kunnioittavaa. Se on myös tasa-arvoista ja ennen kaikkea kokonaisvaltaista.

6 Yhteenveto ja pohdinta

6.1 Opinnäytetyön tarkoitus

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa, miten ympäristöystävällisyys ilmenee Lappeenrannan ravitsemisliikkeissä ja niiden toiminnoissa. Työssä tutkittiin, minkälaisia ympäristöystävällisiä toimintatapoja yrityksissä sovelletaan ja millä tavoin ympäristöystävälliset toiminnot nivoutuvat ravintolan arkeen. Tutkimuksessa selvitettiin myös, miten yritysjohtajat ja esimiehet suhtautuvat ympäristöystävällisyyteen, ja mitä kaikkia asioita he ottavat huomioon päätöksiä tehdessään. Olennaista oli selvittää, mikä merkitys ympäristöystävällisyydellä on ravitsemisliikkeiden johtajille, onko se heille tärkeää ja miten he viestivät siitä muille sidosryhmille. Tutkimus pyrki selvittämään, mitkä asiat vaikuttavat yritysjohtajien arvoihin, valintoihin ja asenteisiin sekä miksi toiset yritysjohtajat valitsevat ympäristövastuullisen polun, ja toiset eivät. Teemahaastatteluista kerätty tieto analysoitiin teoriaosion pohjalta luodun viitekehyksen valossa. Yrittäjien ja esimiesten toimintamalleja ja ajatuksia tarkasteltiin suhteessa ympäristöystävällisyyttä käsittelevään tietopohjaan.

Opinnäytetyö pyrki avaamaan aihetta ja raapaisemaan pintaa, jotta tulevaisuudessa voitaisiin jatkaa tutkimustyötä saman aiheen parissa Lappeenrannassa. Tutkimus sai onnistuneesti vastauksia asettamaansa kysymykseen. Tietoa kerättiin monipuolisista lähteistä, ja tutkimus oli asetettuun tavoitteeseen nähden onnistunut. Johdannossa asetettu tavoite on saavutettu. Tulokseen ei kuitenkaan päästy ihan niin syvällisesti käsiksi kuin mitä oltiin alun perin toivottu, ja käsitys ravitsemisliikkeiden ympäristöystävällisyydestä Lappeenrannassa jäi jonkin verran vajaaksi tämän lisäksi myös pienen kohdejoukon vuoksi.

Tutkimustulosten vaikuttavuus kertoo valitun aiheen syvällisyyden. Ravintolatoiminnan ympäristöystävällisyys on aiheena niin monitasoinen ja laaja, että se vaatii valtavasti lisää tutkimusta, etenkin Lappeenrannassa. Tutkimukseen osallistui kiitettävä määrä yrityksiä, mutta se ei siltikään ole tarpeeksi kattava ollakseen 100 prosenttisesti luotettava ja validi. Aiheen tiimoilta tarvittaisiin valtavasti lisää teoriaa ja lisätutkimuksia, jotta jatkokehittämismahdollisuuksia voitaisiin esittää yritysjohtajille, kuluttajille ja muille ravitsemisliikkeiden sidosryhmille. Tutkijana minulla oli ilo keskustella monien mielenkiintoisten yritysjohtajien ja esimiesten kanssa, ja sain kerättyä paljon enemmän tietoa aiheesta kuin olisin osannut kuvitella. Koen oppivani valtavasti ympäristöystävällisyydestä ja sen merkityksestä nykymaailmassa, niin ravintola-alalla kuin yritystoiminnassa yleisesti.

Opinnäytetyön lopputuloksessa heijastuu paljon enemmän uutta tietoa ympäristöystävällisyydestä kuin mitä tutkimuksen alkuperäinen tarkoitus osasi tavoitella. Ympäristöystävällisyys ravitsemisliiketoiminnassa oli paljon monikerroksisempi aihe, kun mitä alun perin

oletettiin. Tutkimustulosta arvioidessa on syytä huomata, että vaikka ympäristöystävällinen toiminta liittyy ravitsemisliikkeen kaikkiin toimintoihin, yltää sen vaikuttavuus syvälle kulttuuriperinteisiin. Tutkimuksen merkittävimpiä oivalluksia onkin toimivan ympäristöystävällisen ravintolakonseptin kokonaisvaltaisuus, ihmisten kulttuuriperinteitä ja asenteita myöten. Koska ravintolatoiminta koostuu monesta rinnakkaisesta prosessista, ympäristöystävällisyys on myös yrityksen kaikkien toimintojen summa. Lappeenrannan ravitsemisliikkeiden johtajat olivat melko yksimielisiä siitä, että ympäristöystävällisyys ravitsemisliiketoiminnassa on monen tekijän yhteistulos. Tarkan suunnittelun, intohimon ja markkinoinnin pelioppien soveltamisen kautta saadaan rakennettua yritys, joka on joustava ja välittää ympäristöstään - niin yhteiskunnan kuin luonnon tasolla. Helsinkiläisen Ravintola Nollan toimitusjohtaja sekä Kespron asiakaspalvelupäällikkö totesivat tämän avoimesti jo haastattelun alussa. Kaikkien asioiden pitää pelata yhteen, jotta yrityksestä tulee pitkäikäinen ja ympäristöystävällinen. Ravintola Nollan tapauksessa ympäristöajattelu yltää kokonaisuudessaan ravintolan ulkopuolelle myös yrittäjien henkilökohtaiseen elämään. Kaikki kolme Ravintola Nollan perustajaa olivat kasvaneet lähellä luontoa, Portugalin maaseudulla, jossa ympäristöarvot olivat enemmän itsestään selvyys kuin valittu etuoikeus. Näin ympäristön huomioonottaminen työskentelyssä opittiin jo lapsuudessa. Oma tyyli johtaa ravintolaa on kehittynyt itse tekemällä ja kokeilemalla, ei oppikirjaa selaillemalla.

Toimintamalli tai käytäntö, joka on parempi vaihtoehto kestäväälle yritystoiminnalle, tuntui olevan useassa tapauksessa parempi vaihtoehto myös ympäristölle. Nämä kaksi asiaa eivät kuitenkaan korreloineet keskenään säännöllisesti, mikä tarkoittaa, että sellainen päätös, joka tuottaa enemmän tuloja yritykselle tai laskee esimerkiksi jonkun raaka-aineen hintaa, ei välttämättä ole huonoksi ympäristölle. Myös päinvastainen on mahdollista, jos jokin on hyväksi ympäristön näkökulmasta, ei se välttämättä ole yritystoiminnassa taloudellisesti kannattavin vaihtoehto. Molemmissa tapauksissa päätöksenteko on yritysjohton käsissä, jolloin heidän arvomaailmansa ohjaavat päätöksen lopputulosta ja näin ollen päätöksen ympäristöystävällisyyttä.

6.2 Tärkeimmät tulokset

Yksi tutkimuksessa paljastunut ongelmakohta oli lähes kaikkien tutkittujen yritysten kohdalla se, että kokonaisvaltaiseen ympäristöystävälliseen ravintolatoimintaan ei ole tarpeeksi resursseja. Ajatuksena ympäristöystävällinen ravintolatoiminta on erinomainen, mutta hektisen ravintolatyön keskellä on harvoin aikaa toteuttaa ympäristöystävällisiä toimintoja tehokkaasti. Yrittäjillä ja esimiehillä tuntui olevan hyvin paljon tietopohjaa ympäristöystävällisyydestä ja sen tärkeydestä. Vaikka aihetta pidetään avoimesti merkityksellisenä, se ei aina näy kaikkien tutkittujen yritysten käytännön toiminnoissa yhtä paljon kuin mikä olisi ollut

teoria-aineiston mukaan toivottua. Tilanteelle vaikuttaa olevan muutama syy. Ensimmäiseksi taloudelliset resurssit saattavat olla pitkällä tähtäimellä riittämättömät ylläpitämään niin johtajien kuin henkilökunnan motivaatiota ympäristötekoihin. Ympäristöystävällisyys on verrattavissa maratoniin, ei pikajuoksuun. Ympäristöystävällisen ajattelun on oltava johdonmukaista ja pitkäjänteistä, sillä kyse ei ole ohimenevästä trendistä tai väliaikaisesti merkittävästä asiasta. Toiseksi yrittäjien päätöksiin vaikuttavat edelleen kuluttajien asenteet ja toimintatavat. Vaikka monet kuluttajat omaksuvat vähitellen ympäristöystävällisemmän ruokavalion, moni turvautuu yhä tuttuun länsimaiseen lihapitoiseen ruokavalioonsa. Koska Suomessa kulutetaan ennätysellisen paljon lihaa asukasta kohti, on ympäristöystävällisten vaihtoehtojen tarjoaminen ravintolan ruokalistalla mutkikasta, eikä se ole aina taloudellisesti kannattavaa. Yritysten johtajat tuntuvat huomaavan muutoksen kuluttajien käytöksessä, mutta muutos on hidasta koska kyse on arkisten valintojen lisäksi myös juurtuneista tavoista ja kulttuuriperineistä. On vaikea kuvitella tulevaisuuden Suomea ilman karjalanpaistia, grillimakkaraa ja suosittuja maitotuotteita. Kolmas syy ympäristöystävällisyyden puutteelliselle toteutukselle voi olla esimerkiksi se, että vaikka aiheesta tiedetään teoriassa paljon, sen toteuttamisesta käytännössä on vain vähän turvallista ja luotettavaa tietoa. Joskus asenne-muutos ei riitä, ja tarvitaan ammattilainen auttamaan uuden toimintamallin integroinnissa yrityksen sisäisiin toimintoihin. Johtopäätöksenä voisi sanoa, että ympäristötyö voi olla joskus myös hyvin näkymätöntä. Tämä voi tapahtua etenkin, jos ympäristöystävällinen toiminta on ravintolassa niin arkipäivää, että sitä ei osaa ajatellakaan. Jos ravitsemisliikkeen ympäristöystävällisen toiminnan huomataan olevan kulisseissa tapahtuvaa toimintaa, sitä olisi hyvä nostaa enemmän esille. Tutkimustulosten perusteella yrityksen on tärkeää tuoda johdon ympäristösuunnittelu ja toteutusyrityksen henkilöstölle ja muille sidosryhmille.

Moni haastatteluun vastannut yritysjohtaja sanoi haluavansa jatkuvasti kehittää liiketoimintaansa yhä ympäristöystävällisemmäksi, koska ylärajaa ei ole. Lappeenrannan ravitsemisliikemaailmassa on oivallettu, kuinka tärkeää yrityksen on tuntee toimintansa ympäristövaiikutukset ja osallisuutensa niin paikallisiin kuin maailmanlaajuisiin ympäristökysymyksiin. Tutkimustuloksista voi päätellä, että nykypäivän yritysjohtajan on ymmärrettävä liiketoiminnan lisäksi kulttuurin ja ekosysteemin keskinäiset riippuvuussuhteet. Tulevaisuuden ravitsemisliikejohtaja on paljon muuta, kuin pelkkä yritysjohtaja. Hän on innovaattori, verkottaja, liikemaailman ekosysteemin uudistaja ja vaikuttaja. Yritysjohtajat kertoivat haluavansa rakentaa bisneksiä, jotka ovat pysyviä, jättävät merkittävän taloudellisen, ympäristöllisen ja eettisen perinnön ja parantavat ihmisten elämän laatua ja merkityksellisyyttä. Heillä on selvästi halu vaikuttaa muiden yritysten toimiin ja innostaa muita yrittäjiä tekemään merkityksellisistä ideoista totta antamansa esimerkin myötä. Nöyryys ja hereillä olo osoittautuivat vastuullisuustyön perushyveiksi. Kun yritys toimii pitkäjänteisen maratoonarin asenteella,

se panostaa luottamuksen ja välittämisen luomiseen. Ympäristötyössä kaikkien on ansaittava etumatkaa jatkuvalla liiketoiminnan parantamisella. Yritys toimii vastuullisesti, kun se osoittaa aidosti välittävänsä ympäristöstä, yhteiskunnasta ja asiakkaistaan. Aidosti ympäristöystävällinen yritys antaa tekojensa puhua puolestaan.

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen pohjalta voi sanoa, että ravitsemisliikkeiden ympäristöystävällisten toimintojen taso on Lappeenrannassa yleisesti erittäin hyvä. Tutkimus osoitti, että ravintolat muuttuvat ympäristöystävällisiksi tehokkaammin, jos ne keskittyvät yksittäisten toimien sijaan ravintolakonseptin kokonaisvaltaiseen parantamiseen ympäristön hyväksi, joskus yrityksen perustoja myöten. Toki erilliset ympäristöä kunnioittavat käytännöt ovat tärkeitä, sillä juuri niistä muodostuu kokonaisuus. Tulosten mukaan vihreämmät ravintolatoiminnot eivät yksittäin toteutettuna riitä koko ravitsemisliiketoiminnan kääntämiseen ympäristövastuulliseksi. Kun yhdistetään useampi toiminto, vaikkapa kasvisruokien ja paikallisten ruokien tarjoilu, vaihtoehtoisten pakkausmateriaalien käyttö ja energiatehokkaiden koneiden hankinta, jätteiden tehokas kierrättäminen ja veden säästäminen, on lopputuloksena jo kokonaisvaltaisesti ympäristöystävällinen ravitsemisyritys. Sellainen ravintolatoiminta tukee tulevaisuuden kiertotaloutta ja hiilineutraalia yritystoimintaa. Kun luonnosta ei vain ammenneta resursseja ja kuluteta niitä päättömästi, vaan toimitaan tietoisesti ja palautetaan lähes kaikki käyttämät materiaalit ja raaka-aineet takaisin kiertokulkuun, luodaan sellainen ravitsemisliiketoiminta, joka on pitkäikäinen ja kestävä myös monien vuosien päästä.

Monet yritykset ovat jo vuosia kantaneet näkymättömästi vastuuta suhteessaan yhteiskuntaan, sidosryhmiin ja ympäristöön. Usein kuitenkin vastuun luomia konkreettisia toimia ja tuloksia unohdetaan johtamisessa erikseen mitata tai korostaa. Vastuullisuustyön ja ympäristöystävällisyyden nivominen yrityksen liiketoimintaan ja jokapäiväiseen tekemiseen onnistuu vain, jos yrityksen ylin johto on sitoutunut yritysvastuuseen. Sitoutuminen tarkoittaa sitä, että johto päättää, mitä tarkalleen halutaan saavuttaa ympäristöystävällisyydellä ja määrittää sen, mitä tämä tarkoittaa yrityksessä käytännössä. Kun vastuullisuus on selkeästi määritelty yrityksen tarkoituksessa ja yrityksen arvot tukevat konkreettista arkipäiväistä ympäristöystävällistä toimintaa, on yritysjohdolla selkeä päämäärä, jossa niin strategia kuin vastuullisuus kulkevat käsi kädessä. Kun päämäärä on jaettu konkreettisiin välitavoitteisiin, on jokainen askel selvä. Ympäristöystävällisyyttä tavoittelevilta johtajilta ja etenkin yritysten ylimmältä johdolta vaaditaan pitkäjänteistä sitoutumista, jotta muutos ympäristöystävällisyyteen ei jää jumiin yhteen johtajaan tai yksikköön vaan ulotetaan se koko yritykseen. Tavoitteita asettamalla ja niitä kohti työskentelemällä ravitsemisliikkeen toiminnasta tulee ympäristöystävällisempää ja ekologisesti vastuullisempaa. Muutos tapahtuu pieni askel kerrallaan.

Lähteet

- Aluehallintovirasto. 2021. Etelä-Suomen aluehallintovirasto. Vastuualueet valtakunnallisesti. Viitattu 15.4.2021. Saatavissa <https://avi.fi/aluehallintovirastot>
- Auvinen, S. 2019. Lihan Loppu. E-kirja. 12–26. Helsinki: Kosmos.
- Avot Sie. 2021. Ravintolan nettisivut. 2021. Viitattu 16.09.2021. Saatavissa <https://www.avotsie.fi/>
- Balac, L. 2021. Ravintolajohtaja. Ravintola Nolla. Helsinki. Haastattelu 29.7.2021.
- Baldwin, C. 2015. The 10 Principles of Food Industry Sustainability. West Sussex, England: Wiley Blackwell.
- Baškarada, S. 2014. Qualitative Case Study Guidelines. University of South Australia. Article in Qualitative Report 19(40):1-25 October 2014. DOI:10.46743/2160–3715/2014.1008. Viitattu 8.8.2021. Saatavissa https://www.researchgate.net/publication/280805635_Qualitative_Case_Study_Guidelines
- Biovaaka Pro. 2021. Palvelut. Viitattu 22.09.2021. Saatavissa <https://biovaaka.fi/palvelut/biovaaka-pro/>
- Brave Blue World. 2020. Dokumenttielokuva. Viitattu 11.09.2021. Saatavissa <https://water.org/>
- Cadbury, A. 2006. Corporate social responsibility. Twenty-First Century Society 1 1(1):5-21. June 2006 DOI:10.1080/17450140600679883. Viitattu 08.08.2021. Saatavissa https://www.researchgate.net/publication/272002049_Corporate_Social_Responsibility
- Ekokompassi 2021. Sertifioitu ympäristöjärjestelmä tukee konkreettisesti organisaation toiminnan kehittämistä. Viitattu 30.8.2021. Saatavissa <https://ekokompassi.fi/ymparistojarjestelma/>
- Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. 2017. Elintarvikealan pk-yritysten neuvontahanke. Helsinki. Viitattu 17.8.2021.
- EU Ecolabel. 2021. European Commission. Environment. Viitattu 1.9.2021. Saatavissa <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>
- Euroopan komissio. 2001. Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Viitattu 31.5.2021. Saatavissa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9

European Alliance to Save Energy. 2021. Making the Energy Efficiency Directive fit for 55% Latest Activities. Papers. 18 June 2021. Viitattu 8.11.2021. Saatavissa <https://eu-ase.net/making-the-energy-efficiency-directive-fit-for-55/>

Eurostat. 2011. EU:n tilastolaitos. European Statistics on waste disposal. Viitattu 18.8.2021. Saatavissa <https://ec.europa.eu/eurostat/web/waste/policy-context>

Flusberg, M. 2021. CEO, Powerhouse Dynamics. Viitattu 11.09.2021. Saatavissa <https://powerhousedynamics.com/resources/white-papers/water-water-everywhere-and-10-ways-restaurants-stem-flow/>

Foer, J. 2020. Me olemme ilmasto: miten planeetta pelastetaan ruokavalinnoilla. Jyväskylä: Atena.

Fontana, A., Frey, J. H. 1994. Interviewing: The art of science. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), Handbook of qualitative research. Thousand Oaks, CA: Sage. Viitattu 30.09.2021.

Gilg, A., Barr, S., Ford, N. 2005. Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer. Futures. 37, 481–504. Viitattu 29.09.2021.

Goodland, R. 2006. Lifting livestock's long shadow. Washington. Macmillan Publishers Limited. Viitattu 23.09.2021. Saatavissa <http://www.fao.org/3/a0701e/a0701e.pdf>

Goodland, R., Anhang, J. 2010. Livestock and Climate Change. World Watch Magazine. Washington: Worldwatch Institute. Record Number: 20093312389, 15-25. Viitattu 24.09.2021.

Gore, A. 2009. Our Choice: A Plan to Solve Climate Crisis. New York: Rodale Book.

Green Restaurant Association. 2013. Dine Green. Energy Key Facts. Viitattu 18.09.2021. Saatavissa <https://www.dinegreen.com/energy>

Hedin B., Katzev C., Eriksson E., Pargman D. 2019. A Systematic Review of Digital Behaviour Change Interventions for More Sustainable Food Consumption. Sustainability 11(9), 2638. Viitattu 29.09.2021. Saatavissa <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/9/2638>

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Gradu 18.2.2009. Jyväskylän Yliopisto. Viitattu 16.11.2021. Saatavissa http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf

Hoffman, A. 2000. Integrating environmental and social issues to corporate practice. Environment, Vol. 42, No45, 22–30. Viitattu 1.7.2021.

- HSY. 2021. Helsingin Seudun Ympäristötoimi. Jätteet ja kierrätys. Kiertotalous. Viitattu 17.07.2021. Saatavissa <https://www.hsy.fi/jatteet-ja-kierratys/kiertotalous/>
- Hu, H., Parsa, H., & Self, J. 2010. The dynamics of green restaurant patronage. *Cornell Hospitality Quarterly*. 51, 344–362. Viitattu 29.09.2021.
- Ikävalko, M. 2021. LAB Saimaan Ammattikorkeakoulu. Laadulliset tutkimusmenetelmät. Reliabiliteetti ja validiteetti. Luentoaineisto. Lappeenranta. Viitattu 04.10.2021.
- IPCC. 2021. Special Report. Climate Change and Land. Chapter 1: Framing and Context. Viitattu 15.10.2021. Saatavissa <https://www.ipcc.ch/srccl/>
- Joutsenmerkki. 2021. Joutsenmerkki sertifikaatti. Viitattu 11.09.2021. Saatavissa <https://joutsenmerkki.fi/>
- Juutinen, S. 2016. Strategisen yritysvastuun käsikirja. Helsinki: Talentum Pro.
- Jänkälä, S. 2016. Valtioneuvosto. Toimialaraportti. Ravitsemistoiminta. Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus. Viitattu 28.09.2021. Saatavissa <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/79841>
- Kesko 2021. Vastuullisuusraportit ja K Code of Conduct. Viitattu 8.10.2021. Saatavissa <https://www.kesko.fi/k-code-of-conduct/>
- Kesko. Kespron tukkuliike. Asiakaspalvelun edustaja. Lappeenranta. Haastattelu sähköpostikyselyn välityksellä 20.09.2021.
- Kespro 2021. Organisaation nettisivut. Viitattu 20.09.2021. Saatavissa <https://www.kespro.com/>
- Ketju 2021. Mitä on franchising? Viitattu 11.8.2021. Saatavissa <https://ketju.fi/mita-on-franchising>
- Koipijärvi T., Kuvaja S. 2017. Yritysvastuun edelläkävijät ja perässähiittäjät. Yritysvastuu, johtamisen uusi normaali. Helsinki: Kauppakamari.
- Koipijärvi T., Kuvaja S. 2020. Kolmen pilarin malli. Yritysvastuu 2.0 Johtamisen Uusi Normaali. Helsinki: Kauppakamari.
- Koipijärvi, T., Kuvaja, S. 2017. Yritysvastuu. Johtamisen Uusi Normaali. Helsinki: Kauppakamari.
- Koipijärvi, T., Kuvaja, S. 2020. Yritysvastuu 2.0. Johtamisen Uusi Normaali, 21. Helsinki: Kauppakamari.

- Koljonen, E. 2020. Ruokapalveluiden ilmastovaikutukset. Ilmastokestävät Ruokapalvelut. Avoimen yliopiston kurssi. XAMK. Viitattu 06.06.2021.
- Koljonen, E., Ylönen, M. 2019. Hiilijalanjäljen pienentäminen ja kasvisruoka ammattikeittiössä. Elintarvike ja Terveys-lehti 5, 16–19. Viitattu 02.11.2021.
- K-Ruoka. 2021. Artikkelit. Vastuullisuus. Kiroileva Hiili. Viitattu 11.09.2021. Saatavissa <https://www.k-ruoka.fi/artikkelit/vastuullisuus/kiroileva-hiili>
- Kuisma, J. 2015. Mainetta ja tulosta. Yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. ST-Helsinki: Akatemia Oy.
- Kuluttajaliitto. 2020. Vastuullinen kuluttaminen. Ruokahävikki. Viitattu 11.09.2021. Saatavissa <https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/vastuullinen-kuluttaminen-ulkonasyomassa/>
- Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 308/2006. Päivitetty 28.4.2006/308. Viitattu 28.7.2021.
- Lampikoski, T., Sippo, J. 2013. Vihreä Aalto. Helsinki: Kauppakamari.
- Lampikoski, T., Sippo, J. 2013. Vihreä Aalto. Vihreämmän liiketoiminnan hyödyt. Helsinki: Kauppakamari.
- Lampikoski, T., Sippo, J. 2013. Vihreä Aalto. Vihreän liiketoiminnan tulevaisuus. Helsinki: Kauppakamari.
- Lampikoski, T., Sippo, J., Peuhkurinen, M., 2010. Talouselämä. Seitsemän askelta viherbisnekseen. 24.09.2010. 100. Viitattu 17.8.2021. Saatavissa <https://www.talouselama.fi/minavaitan/seitseman+askelta+viherbisnekseen/a2071759>
- Lappeenrannan kaupunki. 2021. Lappeenrannan seudun ympäristötoimi. Ympäristövalvonta ja lupa-asiat. Viitattu 12.5.2021. Saatavissa <https://www.lappeenranta.fi/fi/Palvelut/Ymparisto/Ymparistovalvonta-ja-lupa-asiat>
- Lassila & Tikanoja. 2021. Vastuullisuus. Kiertotaloudesta totta. Viitattu 22.09.2021. Saatavissa <https://www.lt.fi/fi/vastuullisuus>
- Luomumerkki 2020. Hyviä merkkejä luomusta. Viitattu 2.9.2021. Saatavissa <https://luomumerkki.fi/hyvia-merkkeja/>
- Makea Coffee. 2021. Kotiverkkosivut. Viitattu 1.11.2021. Saatavissa <https://makeacoffee.fi/>
- MaRa. 2021. Toimialaennusteet. Liikevaihtoennuste. Viitattu 20.09.2021. Saatavissa <https://www.mara.fi/toimiala/ennusteet/liikevaihtoennuste.html>

- Miettinen, V. 2020. Lappeenranta voitti European Green Leaf Award 2021 -tittelin. Kuntalehti. Ympäristö. Lehtiartikkeli julkaistu 8.10.2020. Viitattu 12.09.2021. Saatavissa <https://kuntalehti.fi/uutiset/ymparisto/lappeenranta-voitti-european-green-leaf-award-2021-tittelin/>
- Mohr, L., D. Webb. 2005. The effects of corporate social responsibility and price on consumer responses. Journal of Consumer Affairs 39. 121–47. Viitattu 24.07.2021.
- Motiva. 2021 a. Energiatehokkuuden johtaminen. Yritykset. Viitattu 5.5.2021. Saatavissa https://www.motiva.fi/yritykset/energiatehokkuuden_johtaminen
- Motiva. 2021 b. Ammattikeittiöt. Julkinen sektori. Kiinteistön energiankäyttö. Viitattu 11.09.2021. Saatavissa https://www.motiva.fi/julkinen_sektori/kiinteiston_energian_kaytto/ammattikeittiot
- Niemelä, J., Furman, E., Halkka, A., Hallanaro Eeva-Liisa, Sorvari, S. 2011. Ihminen ja Ympäristö. Helsinki: Gaudeamus.
- Nissinen, A. 2019. MMT. Erikoistutkija. Kulutuksen ja tuotannon keskus. Suomen Ympäristökeskus. Viitattu 6.9.2021.
- Panapanaan, V. M., Linnanen, L., Karvonen, M. & Phan V. T. 2003. Roadmapping Corporate Social Responsibility in Finnish Companies. Journal of Business Ethics 44. Viitattu 15.5.2021. Saatavissa: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1023391530903>
- Peter Senge. 2011. Esitys Bostonin MIT -yliopiston järjestämässä Sustainability and Strategy -nettiseminaarissa. Viitattu 20.8.2021.
- Pohjola, T. 2003. Johda ympäristöasioita tehokkaasti: Ympäristöosaaminen menestystekijänä. Jyväskylä: Talentum.
- Raitaranta, A. 2021. Ravintoloitsija. Ravintola Avot Sie! Lappeenranta. Haastattelu 22.09.2021
- Restaurant Nolla 2021. Kotiverkkosivut. Viitattu 1.11.2021. Saatavissa <https://www.restaurantnolla.com/fi/etusivu>
- Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiossa. Porvoo: WSOY. Viitattu 1.11.2021.
- Ruokavirasto. 2021. Elintarvikeala. Luomutuotteet. Markkinointi ja merkinnät. Aurinkomerkki. Viitattu 28.09.2021. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/luomutuotteet/markkinointi-ja-merkinnat/aurinkomerkki/>

- Ruokavirasto. 2021. Elintarvikeala. Luomutuotteet. Markkinointi ja merkinnät. EU:n luomutunnus Eurolehti. Viitattu 11.09.2021. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/luomutuotteet/markkinointi-ja-merkinnat/eun-luomutunnus/>
- Taavitsainen, M. 2021. Ravintolapäällikkö. Leirin Kotipizza. Lappeenranta. Haastattelu 28.7.2021.
- Teerenpeli Yhtiöt Oy. 2021. Lappeenranta. Haastattelu sähköpostikyselyn välityksellä 15.10.2021.
- Teerenpeli. 2020. Yrityksen kotisivut. Ravintolat. Lappeenranta. Viitattu 1.11.2021. Saatavissa <https://www.teerenpeli.com/fi/Ravintolat/Lappeenranta-Teerenpeli>
- The Hall & Partners. 2021. The Value Shift Report. Viitattu 11.9.2021. Saatavissa <https://hal-landpartners.com/thinking/report/the-value-shift/>
- Tilastokeskus. 2021. Palvelualojen liikevaihtoindeksi. Verkkajulkaisu. Viitattu 20.09.2021. Saatavissa <http://www.stat.fi/til/plv/index.html>
- Tilastokeskus. 2021. Ravitsemistoimialan (TOL 56) yritysten toimipaikkojen määrä v. 2013–2016. Toimialaraportti. Ravitsemisalan alueellinen jakautuminen. Viitattu 04.06.2021.
- Tilikidou, I. 2007. The effects of knowledge and attitudes upon Greek's pro-environmental purchasing behavior. Corporate Social Responsibility and Environmental Management 14 (3): 121.
- Tuomi, J. Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Tuovinen, V. 2021. Toimitusjohtaja. Makea Coffee. Lappeenranta. Haastattelu 11.8.2021.
- UNI LUT. 2016. Green Campus. Ympäristövastuu. Yliopiston ympäristöjärjestelmä. Viitattu 15.5.2021.
- United Nations Sustainability Report. 2015. Sustainable Development Goals. Viitattu 27.09.2021. Saatavissa <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>
- Visit Lappeenranta. 2021. Lista ravintolapalveluista. Lappeenrannan ravintolat, lounasravintolat, kahvilat, baarit ja yökerhot. Viitattu 2.7.2021. Saatavissa <https://www.visitlappeenranta.fi/fi>
- Wackernagel, M., & Rees, W. 1996. Our ecological footprint: Reducing human impact on the Earth. Gabriola Island: New Society. Viitattu 27.09.2021.

Worldwide Fund International (WWF). 2010. Living Planet Report 2010. Gland, Switzerland: WWF International. Viitattu 27.09.2021. Saatavissa https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/lpr_living_planet_report_2010.pdf

Yin, R. K. 2009. Case study research: Design and methods (4). Los Angeles, CA: Sage. Viitattu 30.09.2021.

Ympäristö. 2019. Ympäristöhallinnon yhteinen verkkopalvelu. Kulutus ja tuotanto. Ympäristöjärjestelmät ja johtaminen. Viitattu 2.9.2021. Saatavissa https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen

Liite 1. Haastattelulomake

Tämän haastattelun tarkoitus on kartoittaa ympäristöystävällisyyttä Lappeenrannan ravitsemisliikkeissä. Haastattelukysymykset on jaettu kolmeen eri osioon teemoittain. Tavoitteena on haastattelujen avulla selvittää Lappeenrannassa toimivien ravintoloitsijoiden näkemyksiä ravintolatoiminnan ympäristöystävällisyydestä. Tutkimuksella ei ole tarkoitus tutkia tilastoja, vaan ymmärtää kyseistä ilmiötä ja sen merkitystä ravintola-alalla Lappeenrannassa. Tutkimuksen keräämä tieto on luottamuksellista ja tutkimustulokset käsitellään anonyymisti, ellei haastateltava anna lupaa siihen, että hänen nimensä ja yrityksensä mainitaan opinnäytetyössä. Tuloksiin voi tutustua keväällä 2022 Theseuksen tietokannasta. Kiitos ajasta ja osallistumisesta tutkimukseen!

Haastattelukysymykset:

Ympäristöystävällisyys

1. Mitä ajatuksia herättää ympäristöystävällisyys ja ympäristövastuu ravintola-alalla?
2. Missä yrityksen toiminnoissa ja prosesseissa on mielestänne otettava ympäristö erityisesti huomioon?
3. Millä perustein valitsette tavarantoimittajafirmat? Mitä otatte huomioon tilatessanne raaka-aineita?

Ravintolatoiminnot

4. Mitä ympäristöystävällisiä toimenpiteitä sovelletaan käytännön liiketoiminnassa? Miten ympäristöystävällisyys laskeutuu ravintolan arkeen?
5. Millä tavoin teidän yrityksessänne pidetään silmällä ruokahävikin määrää sekä veden ja energian kulutusta?
6. Kiinnitetäänkö yrityksessänne huomiota jätteiden käsittelyyn ja kierrätykseen? Mitä kierrätetään ja mitä ei?

Yritysjohdon arvot ja asenteet

7. Mitkä ovat yrityksenne arvot? Mitkä asiat mielestänne vaikuttavat yritysjohdon valintoihin ja asenteisiin?
8. Millä tavoin ympäristöystävälliset valinnat vaikuttavat mielestänne liiketoimintaanne (esim. liikevaihto, myynti, kysyntä)?
9. Koetteko mitään mahdollisia haasteita tai ongelmia ympäristöystävälliseen ravintolatoimintaan liittyen?