
KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ KAHVILASSA

Toimintasuunnitelma ympäristöarvojen korostamisesta ja toimintatapojen
muuttamisesta kestävämmäksi kahvilatoiminnassa



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Kestävän kehityksen koulutusohjelma

Forssa, kevät 2015

Elina Siirilä

FORSSA

Kestävän kehityksen koulutusohjelma

Tekijä Elina Siirilä **Vuosi** 2015

Työn nimi Kestävää kehitystä kahvilassa

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Cafe Merenneito Karen pub Oy, joka sijaitsee Espoon Matinkylässä. Opinnäytetyön pohjana oli vuonna 2010 suoritettu harjoittelu, jonka tavoitteena oli toteuttaa ”Kahvila ekologisemmaksi -projekti”. Tämä opinnäytetyö oli jatkoa tälle projektille.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa suunnitelma, jota noudattamalla toimeksiantaja voi jatkossa toteuttaa kestävän kehityksen toimenpiteitä kahvilatoiminnassaan. Lisäksi opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa uutta tietoa Cafe Merenneidon asiakaskunnan ympäristöarvoista ja kiinnostuksesta lisätä kestävästi tuotettuja tuotteita kahvilan valikoimiin.

Teoriaosuudessa esitellään yrityksen yhteiskuntavastuuta sekä kahvilan ympäristönäkökohtia ja niihin liittyviä kestävän kehityksen toimenpiteitä. Opinnäytetyön osana oli kyselytutkimus, jolla kartoitettiin asiakaskunnan kiinnostusta ympäristöasioihin. Tutkimuksessa käytettiin sekä määrällisiä että laadullisia piirteitä ja aineisto kerättiin toukokuussa 2015 jakamalla puolistrukturoitua kyselylomaketta asiakkaille. Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää, ovatko kestävän kehityksen toimenpiteet liiketoiminnan kannalta kannattavia eli onko asiakaskunta kiinnostunut näistä arvoista.

Tulosten perusteella voitiin päätellä, että kestävän kehityksen toimenpiteiden noudattaminen on liiketoiminnalle hyväksi, sillä suurin osa asiakaskunnasta oli kiinnostunut ympäristöasioista ja totesi, että kahvilan ympäristömyönteisyys lisää kiinnostusta toimia asiakkaana. Cafe Merenneidon on kannattavaa jatkaa näitä toimenpiteitä jatkossakin ja viestittää niistä entistä tehokkaammin myös asiakaskunnalleen. Kestävästi tuotetuille tuotteille olisi tutkimuksen mukaan kysyntää, joten Cafe Merenneidon on kannattavaa lisätä näitä tuotteita valikoimiinsa.

Avainsanat Kestävä kehitys, kestävän kehityksen toimenpiteet, ympäristöarvot, ympäristövastuu

Sivut 29 s. + liitteet 1 s.

FORSSA

Degree Programme in Sustainable development

Author Elina Siirilä **Year** 2015

Subject of Bachelor's thesis Sustainable Development in a Cafeteria

ABSTRACT

This Bachelor's thesis was commissioned by Cafe Merenneito Karen pub Oy situated in Espoo. The basis of this thesis was a practice done in 2010. The goal of the practice was to accomplish a project called "More Ecological Cafeteria" and this thesis is a follow-up to this project.

The goal of this thesis was to produce a plan which offers procedures of sustainable development to follow in the cafeteria. In addition the aim was to produce new information about the environmental values of Cafe Merenneito's customers and about their interest to add sustainably produced products in Cafe Merenneito's selection.

The review of the literature focuses on social responsibility of business and the cafeteria's environmental matters and procedures connected to them.

The study of this thesis was accomplished by using both quantitative and qualitative methods. The material was collected by a semi-structured questionnaire which was executed in Cafe Merenneito to its customers in May 2015. The main goal of the survey was to clarify if the procedures of sustainable development were good for the business meaning whether the customers were interested in environmental matters.

The research revealed that applying procedures of sustainable development is good for business in Cafe Merenneito. Most customers are interested in environmental matters and admit that Cafe Merenneito's positive approach to environmental matters adds their interest in being a customer there. It is worthwhile for Cafe Merenneito to proceed these procedures of sustainable development in future and promote them more effectively to customers. Sustainably produced products are wanted among Cafe Merenneito's customers so it is advisable to add these products in Cafe Merenneito's selection of products.

Keywords Sustainable development, procedures of sustainable development, environmental values, environmental responsibility

Pages 29 p. + appendices 1 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	TOIMEKSIANTAJA	2
3	VASTUULLISUUS KAHVILATOIMINNASSA.....	2
3.1	Ympäristövastuu ja -lainsäädäntö	2
3.1.1	Ympäristönsuojelu.....	3
3.1.2	Jätteet ja jätehuolto	3
3.2	Taloudellinen vastuu	4
3.3	Sosiaalinen vastuu	4
4	TOIMINTATAPOJA YMPÄRISTÖASIOIDEN PARANTAMISEKSI.....	5
4.1	Energiamuoto ja energiansäästö.....	5
4.2	Jätteet ja jätehuolto.....	6
4.3	Siivous ja puhtaanapito	8
4.4	Ympäristöpassi.....	9
4.5	Kestävää kehitystä tuotteisiin.....	9
4.5.1	Lähiruoka.....	10
4.5.2	Luomuvaihtoehdot.....	11
4.5.3	Reilun kaupan tuotteet.....	13
4.5.4	MSC-sertifioidut kalatuotteet	14
5	YMPÄRISTÖARVOJEN JA TOIMINTATAPOJEN MUUTOKSEN MARKKINOINTI	14
5.1	Ympäristömerkinnät.....	15
5.1.1	Pohjoismainen ympäristömerkki	15
5.1.2	EU:n ympäristömerkki	16
5.2	Portaat luomuun	16
5.3	Operaatio Merenneito.....	17
6	TUTKIMUS JA SEN MENETELMÄT	17
6.1	Tutkimuskysymykset	18
6.2	Tavoitteet.....	18
6.3	Aineisto	18
6.4	Tulokset.....	20
6.5	Johtopäätökset	22
6.6	Tutkimuksen reliiäbelius ja validius.....	23
7	POHDINTA.....	24
	LÄHTEET	26

1 JOHDANTO

Ympäristövastuu kuuluu kaikille. Kestävämpään toimintaan tulisi pyrkiä myös työpaikoilla. Ympäristöasioihin voi vaikuttaa jo pienillä muutoksilla omassa elämässä sekä työyhteisössä.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda suunnitelma kahvilatoiminnan muuttamiseksi ekologisemmaksi. Työssä esitellään kahvilan, tässä tapauksessa opinnäytetyön toimeksiantajan, Cafe Merenneidon, ympäristönäkökohdat, ja kuvaillaan, millä toimintatavoilla kahvilatoimintaa voidaan muuttaa kestävämmäksi.

Suunnitelman pohjana ja kimmokkeena oli vuoden 2010 harjoittelu Cafe Merenneidossa. Harjoittelun tavoitteena oli toteuttaa ”Kahvila ekologisemmaksi -projekti.” Tämä opinnäytetyö on jatkoa projektille, suunnitelma, jolla kahvila voi jatkaa muutoksia kohti kestävämpää kahvilatoimintaa.

Opinnäytetyön osana on kyselytutkimus, jonka tarkoituksena on kartoittaa asiakaskunnan kiinnostusta ympäristöarvoihin ja kysyntää ympäristöystävällisemmille kahvilatuotteille. Tutkimuksella on tarkoitus selvittää, mitkä kestävästä kehitystä tavoittelevat toimenpiteet ovat kahvilatoiminnalle kannattavia ja onko esimerkiksi luomutuotteille kysyntää. Cafe Merenneito haluaa parantaa ympäristönäkökohtiaan, mutta ei liiketoiminnan kustannuksella. Voiton tavoittelu on osa yrityksen taloudellista vastuuta ja sen ensisijainen tavoite, sillä ilman voittoa ei ole toimivaa liiketoimintaa (Ketola 2005, 32; Nurmi 2006, 137).

2 TOIMEKSIANTAJA

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Cafe Merenneito, joka sijaitsee Espoon Matinkylässä Matinlahden uimarannan tuntumassa. Cafe Merenneito on neljän vuodenajan kahvila, jossa suurin osa asiakaspaikoista on ulkona. Kesä on vilkkainta sesonkia, mutta myös kauniina talvi-, kevät- ja syyspäivinä asiakasmäärät ovat suuria. Sään salliessa 25 sisäpaikan lisäksi käytössä on noin 400 ulkopaikan osittain katettu viihtyisä terassi.

Cafe Merenneito kuuluu Karen pub Oy:hyn, joka on isän ja tyttären omistama perheyrittys. Kyseessä on siis pk-yritys, joka työllistää omistajien lisäksi noin kymmenen kausityöntekijää. Kausi alkaa tammikuussa ja päättyy lokakuussa. Marras- ja joulukuun Cafe Merenneito on kokonaan suljettu.

Cafe Merenneidon valikoimiin kuuluu uunituoreita leivonnaisia, täytettyjä leipiä, jäätelöä ja erikoiskahveja. Normaalisti kahvilan valikoima sisältää päivittäin vaihtuvan lounassalaatin, ja talvikautena keiton. Kahvilassa on myös A-oikeudet.

3 VASTUULLISUUS KAHVILATOIMINNASSA

Samoin kuin kestäväällä kehityksellä on myös liiketoiminnan vastuullisuudella kolme samanlaista ulottuvuutta. Kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyisen sukupolven tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuuksia tyydyttää omiaan (WCED 1987, 16) ja kestävä kehitys voidaan jakaa neljään ulottuvuuteen: ekologiseen, taloudelliseen, sosiaaliseen ja kulttuurilliseen (Ympäristöministeriö 2013). Näistä kolme ensimmäistä ovat myös vastuullisen liiketoiminnan ulottuvuuksia (Ketola 2005, 14), joita esitellään tässä luvussa tarkemmin.

3.1 Ympäristövastuu ja -lainsäädäntö

Ympäristövastuu on yksi yrityksen yhteiskuntavastuun ulottuvuuksista (Ketola 2005, 14; Pihkola 2005, 35). Ympäristöasioiden huomioiminen kuuluu osaksi ympäristövastuuta ja sillä tarkoitetaan toimenpiteitä, joita yrityksessä tehdään ympäristövaikutusten pienentämiseksi. Ympäristönäkökohtien huomioonottaminen voi olla osa myös kilpailukyvyyn parantamista sekä lainsäädäntöä. (Pihkola 2005, 35.)

Ympäristölainsäädäntö asettaa yrittäjälle vastuuta ja velvoitteita, jotka tulee ottaa toimintaa suunniteltaessa. Ympäristövastuu on vastuuta yrityksen, tässä tapauksessa kahvilan, toiminnan vaikutuspiirissä sijaitsevasta luonnonympäristöstä. Tärkeää ympäristövastuussa on luonnonvarojen kestävä käyttö, säästeliäisyys, veden, ilman ja maaperän puhtauden turvaaminen, luonnon monimuotoisuuden suojeleminen, ilmastonmuutoksen torjuminen sekä vastuullisuus yrityksen luoman tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksista sen koko elinkaaren ajan. (Lahtela 2006, 185; Nurmi 2006, 137.)

Ympäristön sovittaminen osaksi yrityksen keskeisiä arvoja on tärkeä päämäärä. Ympäristöjohtaminen on ainakin länsimaissa omaksuttu osaksi liiketoimintaa ja sen seurauksena yrityksiä ympäristövaikutukset on saatu pieneneväksi. (Pihkola 2005, 31)

3.1.1 Ympäristönsuojelu

Toiminnanharjoittajaa velvoittaa ympäristönsuojelulaki ja -asetus, sillä lakia sovelletaan kaikkeen toimintaan, jolla on välitön ympäristön pilaantumisen vaara. Lisäksi laki koskee toimintaa, josta syntyy jätettä sekä toimintaa, jossa jätettä hyödynnetään ja käsitellään. Lain tavoitteena on ensisijaisesti ehkäistä ympäristön pilaantumista. Ympäristö pilaantumisen tarkoitetaan haitallista vaikutusta ympäristöön, jota on ihmisen toiminnasta aiheutuvat päästöt, joiden seurauksena on

- terveyshaittaa
- haittaa luonnolle tai sen toiminnoille
- luonnonvarojen käyttämisen estymistä tai vaikeutumista
- ympäristön viihtyisyyden tai erityisten kulttuuriarvojen vähentymistä
- ympäristön virkistyskäyttöön soveltuvuuden vähentymistä
- vahinkoa omaisuudelle tai sen käytölle
- muu näihin rinnastettava yleisen tai yksityisen edun loukkaus.

Pilaantuminen voi ilmetä välittömästi tai vasta pitemmän ajan kuluttua. Laissa on myös asetettu ehdottomat pilaamiskiellot maaperälle ja pohjavedelle. Se koskee pilaamista aiheuttavan aineen päästämistä maahan sekä aineen tai jätteen jättämistä maahan. Pilaantumista aiheuttavien aineiden ja jätteiden säilytys on myös kiellettyä, jotta ainetta ei päätyisi maaperään. (YSL 1:1§, 2§ & 5§; YSL 2:16§ & 17§.)

3.1.2 Jätteet ja jätehuolto

Toiminnanharjoittajaa sitoo myös jätelaki, jonka tavoitteena on kestävän kehityksen tukeminen edistämällä luonnonvarojen järkevää käyttöä sekä ehkäisemällä jätteistä aiheutuvaa vaaraa ja haittaa terveydelle sekä ympäristölle. Jätelain soveltamisala ei koske ainoastaan jätettä ja jätehuollon järjestämistä vaan mahdollisuuksien mukaan on kaikessa toiminnassa pyrittävä jätteen syntyä ehkäisemiseen ja noudatettava etusijajärjestystä (kuvio 1, s. 4). (JäteL 1:1§; JäteL 2:8 §.)



Kuvio 1. Etusijajärjestys (Ympäristöministeriö 2012.)

3.2 Taloudellinen vastuu

Taloudellinen vastuu sisältää oletuksen, että yrityksen pitää toimia, tarjota työpaikkoja, maksaa veroja ja tuottaa voittoa. Se on ensisijaisesti liiketoiminnan jatkuvuudesta huolehtimista. Lisäksi taloudellinen vastuu ulottuu yrityksen sidosryhmien taloudellisten vaikutusten huomioonottamiseen. Voiton tuottaminen on taloudellinen päävastuu, sillä silloin yritys pystyy jakamaan voitto-osuuksia, etupäässä osinkoja omistajilleen ja maksamaan korkoja ja lyhennyksiä, joilla tyydytetään rahoittajien tarpeet. Nämä ovat yrityksen elinehto ja siksi niihin keskitytään ensisijaisesti. (Ketola 2005, 32; Nurmi 2006, 137.)

Taloudelliseen vastuuseen kuuluu myös työpaikkojen tarjoaminen. Yritys työllistää ihmisiä suoraan ja välillisesti. Suoraan työllistetyt ovat yrityksen palkkaamia työntekijöitä, urakoitsijoita, konsultteja tai tavarantoimittajia. Välillisesti työllistetyt puolestaan kuuluvat yrityksen sidosryhmiin. Esimerkiksi yritys työllistää välillisesti vakuutusyhtiön työntekijöitä, jotka työskentelevät kyseessä olevan yrityksen vakuutusten parissa. (Ketola 2005, 32.)

Suomessa toimiville yrityksille taloudellisen vastuun kantaminen on kuitenkin suhteellisen yksinkertaista huolimatta tiukasta lainsäädännöstä siihen liittyen, sillä maamme kuuluu maailman vähiten korruptoituneihin valtioihin. Toiminnan laajentuessa halvan työvoiman maihin, missä esiintyy korruptiota, vastuullisen liiketoiminnan linjaukset saattavat kuitenkin hämärtä voitto tavoitellessa. (Ketola 2005, 36–37.)

3.3 Sosiaalinen vastuu

Yrityksen vastuukäsitteeseen kuuluu myös sosiaalinen vastuu, joka käsittää työntekijöiden hyvinvoinnista huolehtimisen ja henkilöstön osaamisen ylläpidon ja kehittämisen. Lisäksi sosiaaliseen vastuuseen liittyy ajatus tuotevastuu- ja kuluttajansuojakysymyksistä sekä avoimuudesta ja hyvästä

johtamisesta. (Nurmi 2006, 137.) Sosiaalisessa vastuussa on siis pohjimmiltaan kyse ihmisoikeuksista (Ketola 2005, 40). Välitön sosiaalinen vastuu kohdistuu yrityksen työntekijöihin ja esimerkiksi heidän tyytyväisyyteensä, osaamiseensa ja hyvinvointiin. Välitön sosiaalinen vastuu kattaa myös yrityksen tuotteet ja palvelut, kun taas välilliseen sosiaaliseen vastuuseen luetaan vastuu sidosryhmistä, toimintaympäristöstä, toimimisesta oman alueen hyväksi sekä eettisestä toimimisesta. (Koivuporras 2005, 63.)

Sosiaalisella vastuulla on eri muotoja ja niistä hyväntekeväisyys on perinteinen tapa kantaa tätä vastuuta. Toinen sosiaalisen vastuun muoto on vastuullisuus oman liiketoiminnan piirissä eli esimerkiksi tasa-arvoperiaatteiden ja lapsityövoiman käytön standardien noudattaminen. (Ketola 2005, 41.)

4 TOIMINTATAPOJA YMPÄRISTÖASIOIDEN PARANTAMISEKSI

Toimeksiantajan toiveesta tässä luvussa esitellään uusia kestävän kehityksen toimintatapoja ja perusteluja niiden käyttöön otolle. Luvussa keskitytään energiaan, jätteisiin ja jätehuoltoon, kestävän kehityksen lisäämiseen tuotevalikoimaan sekä kahvilan puhtaanapitoon.

4.1 Energiamuoto ja energiansäästö

Jokaista suomalaista kohti syntyy tällä hetkellä noin 15 000 kiloa kasvihuonepäästöjä vuosittain. Sähkön ja lämmön tuotto kattaa suurimman osan päästöistä, joten siksi myös niihin puuttamalla kasvihuonekaasuja on helppoa vähentää. (Antila 2008, 10–15.)

Cafe Merenneidossa on sähkölämmitys ja sähkön jakelee Fortum. Fortumin sähkö hiilidioksidipäästötöntä: Yritysassiakkaiden sähkön alkuperä on todennettu Fortum Carbon Free -merkinnällä. Merkintä perustuu pohjoismaiseen, ilmastomyötäiseen sähköntuotantoon eli käytännössä ydinvoimaan ja uusiutuviin energianlähteisiin, kuten bio-, tuuli- ja vesivoimaan. (Fortum 2015.)

Vaikka Cafe Merenneidon sähkö on ilmastoystävällistä, energiaa on pyrittävä säästämään, sillä uusiutuvat sähkönlähteet ovat rajallisia. Se, mitä kulutetaan yli, tuotetaan fossiililla polttoaineilla. Huonelämpötilan alentaminen on pieni askel energian säästöön, sillä jo yhdellä asteella on suuri vaikutus. Maa-lämpöpumppuun investoimalla taas voi sähkölämmitteisen talon energiankulutusta laskea lähes 60 prosentilla. Sähkönkulutusta voi pienentää myös vähentämällä valaistusta mahdollisuuksien mukaan, sammuttamalla laitteet aina kun niitä ei käytetä, pitämällä kylmäkaappien ja vitriinien ovia auki vain tarvittaessa, pyörittämällä täysisiä koneellisia astioita ja pyykkejä sekä valitsemalla energiaa säästäviä kodinkoneita rikkoutuneiden tilalle. (Antila 2008, 30–60.)

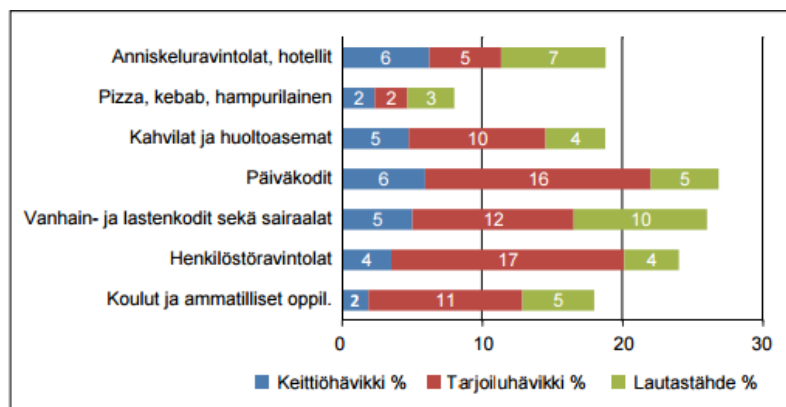
4.2 Jätteet ja jätehuolto

Jätteiden kuljetus aiheuttaa päästöjä ja kuluttaa energiaa. Yhdyskuntajäte päätyy kaatopaikalle, josta vapautuu yhtä haitallisinta kasvihuonekaasua, metaania. Lisäksi jätemäärän kasvaessa kaatopaikkojen tilantarve kasvaa. Kaatopaikat aiheuttavat haju- ja ympäristöhaittoja ja saastuttavat vesiä. Yhdyskuntajätteen käsittely aiheuttaa myös suuria kustannuksia, mikä nostaa jätemaksuja. (Asikainen 2006, 94.) Nämä ovat muun muassa syitä, miksi jätemäärien pienentämiseen on syytä puuttua yrityksessä.

Jätelainsäädäntö velvoittaa toimimaan etusijajärjestyksen mukaan: ensisijaisesti pitää pyrkiä vähentämään jätteiden määrää ja haitallisuutta. (JäteL 2:8 §) Näin toimimalla pystyy säästämään energiaa ja luonnonvaroja sekä ehkäisemään etukäteen jätteistä ja jätehuollosta aiheutuvia monenlaisia haitallisia ympäristövaikutuksia, puhumattakaan kustannuksista. Kesäisin Cafe Merenneidon kolme 660 litrasta jätessäiliötä tyhjätyhjä 1–2 kertaa viikossa. Jos tyhjennysväliä voi kiireaikana kasvattaa, niin rahaakin säästyy. Seuraavia toimintatapoja noudattamalla jätteen syntymistä voidaan ehkäistä Cafe Merenneidossa merkittävästi:

- muovisten kertakäyttötuoppien korvaaminen kestotuopeilla
- kertakäyttölautasten käytön vähentäminen: vain kiireaikana käytössä paperilautaset
- sama koskien vesilaseja: kertakäyttöiset käytössä vain kiireaikana
- serviettejä asiakkaille lisää vain pyydettyä
- työntekijöille kertakäyttöisten paperiliinon sijaan käsipyyhkeet vessoihin käsien pesua varten
- vähän luonnonvaroja kuluttavien pakkauksien suosiminen raaka-aineita hankkiessa
- ruokahävikin syntyä ehkäiseminen ja vähentäminen.

Foodspill-tutkimuksesta selviää, että ravintoloiden ruokahävikki jaetaan kolmeen osaan: keittiöhävikkiin, tarjoiluhävikkiin ja lautastähteisiin. Näiden osuudet vaihtelevat ravintolatyypin mukaan, kahviloissa suurin hävikki tulee tarjoilusta, kuten kuviossa 2 selviää. (Silvennoinen, Koivupuro, Katajajuuri, Jalkanen & Reinikainen 2012, 30–31.)



Kuvio 2. Hävikin jakautuminen syntyvaiheen mukaan erilaisissa ravintoloissa (prosenttia tuotetusta ruoasta, luvut pyöristetty lähimpään kokonaislukuun) (Silvennoinen ym. 2012, 31).

Hävikin syntymisen ehkäisyyn voidaan vaikuttaa monin tavoin. Ammattitaito ja osaaminen ovat ruuanvalmistuksen ydin ja täten niillä on myös suuri rooli ruokahävikin vähentämisessä. Ruokahävikin hallinnassa ravintolassa on tärkeää, että reseptiikka, ruokalistat ja annoskoot vastaavat asiakkaiden mieltymyksiä. Ravintolan tulee tuntea asiakkaittensa makumieltymyksiä ja toiveita, jotta hävikin määrä voidaan pitää minimissään – tärkeää on siis kommunikaatio ravintolan ja asiakkaan välillä. (Silvennoinen ym. 2012, 39.) Opinnäytetyön tutkimusosuudessa kartoitetaan Cafe Merenneidon asiakaskunnan toiveita ja parannusehdotuksia tuotevalikoimasta ruokahävikin vähentämiseksi.

Hävikkiin liittyvä dokumentointi auttaa myös ruokahävikin hallinnassa. Dokumentoimalla hävikkiä voidaan seurata määriä ja sen laatua, ja näin löytää keinoja sen pienentämiseen. Keittiöhävikin pienentämiseksi on tärkeää ymmärtää reseptiikka ja merkitä avatut pakkaukset, jotta niitä uskaljetaan käyttää. Elintarvikkeet tulee järjestää siten, että vanhimmat ja avatut tuotteet ovat edessä, jolloin ne tulee käytetyksi ikäjärjestyksessä. (Silvennoinen ym. 2012, 39, 50.)

Vaikka kuviosta 2 voidaan todeta, että kahviloissa tarjoiluhävikin osuus on suurin, Cafe Merenneidossa tarjoiluhävikki on varsin hyvin hallinnassa. Vitriinituotteita paistetaan ja täytetään sitä mukaa lisää kuin niitä tarvitaan. Kahvila pyrkii vähentämään tarjoiluhävikin määrää siten, ettei jokaista vitriinituotetta pyritäkään pitämään valikoimissa sulkemisaikaan asti vaan yritetään myydä tuotteita, jotka ovat valmiina. Syötävän menekki vähenee joka tapauksessa iltaa kohden, jolloin kahvilan asiakaskunta on suurelta osin terrassiväkeä. Jokaisella työntekijällä on myös valmius tehdä lisää vitriinituotteita keittiöhenkilökunnan lähdettyä, jos tarve sitä vaatii. Lisäksi päivän päätteeksi jääneet ruokatuotteet varataan työntekijöille seuraavan päivän ruokailuja varten ja työntekijät saavat myös viedä niitä kotiin, joten jätteeksi vitriinituotteita päätyy vain harvoin.

Jätteen synnyn ehkäisyn jälkeen, etusijajärjestystä noudattaen tulee jätteenhaltijan ensisijaisesti käyttää uudelleen jäte tai toissijaisesti kierrättää se (JäteL 2:8 §). Cafe Merenneidossa kierrätetään keräyspullot ja -tölkit, muu lasi ja metalli, lehdet ja keräyskartonki. Koska määrät ovat niin pieniä, keräysastioiden tyhjennyksestä huolehditaan itse ja ne viedään kunnallisiin keräyspisteisiin.

Biojäte tulee laitoskiinteistöissä jätehuoltomääräysten mukaisesti erottaa yhdyskuntajätteestä ja laittaa omaan keräysvälineeseen, jos sitä syntyy yli 50 kg viikossa. Jopa puolet kaatopaikalle päätyvästä jätteestä on biojätettä (Koljonen 2012), joka sinne päätyessään tuottaa mädäntyessään metaania, joka on paljon voimakkaampi kasvihuonekaasu kuin hiilidioksidi, jota puolestaan haihtuisi maatumisen seurauksena (Ilmasto-opas 2015). Cafe Merenneidossa on kierrätetty biojäte omalla kompostorilla vuodesta 2010 alkaen. Kiinteistöllä saa kompostoida elintarvikejätettä, mutta aloittamisesta on ilmoitettava kirjallisesti HSY:lle, joka antaa tarvittaessa täydentäviä määräyksiä kompostoinnista. Ilmoituksessa on mainittava kompostinhoidosta vastaavan henkilön nimi ja yhteystiedot. Lisäksi jätehuoltomääräykset velvoittavat, että kompostoinnin on tapahduttava lämpöeristetyssä

kompostorissa. Kompostori on myös sijoitettava, rakennettava ja hoidettava niin, ettei se houkuttele haittaeläimiä ja ettei siitä aiheudu haittaa terveydelle tai ympäristölle. Lisäksi kompostorin kapasiteetti tulee suhteuttaa kiinteistöllä syntyvän elintarvikejätteen määrään. Merenneitoon hankittua kompostoria on mahdollista laajentaa, jos kapasiteetti on arvioitu väärin tai se kasvaa. (HSY 2012, 8–9.)

4.3 Siivous ja puhtaanapito

Seuraavilla toimenpiteillä pesuaineiden negatiivisia vaikutuksia ympäristöön on mahdollista pienentää Cafe Merenneidossa:

- **Ekologisten pyykinpesuaineiden suosiminen.** Cafe Merenneidossa pestään itse paikanpäällä kertynyt likapyykki, joka sisältää lähinnä esuja ja keittiö- ja siivouspyyhkeitä. Käytettyihin pyykinpesuaineisiin on siis mahdollista vaikuttaa. Esimerkiksi pesupähkinät ovat kahvilan likapyykille sopiva ekologinen vaihtoehto. Pesupähkinät ovat ympäristö- ja ihoystävällinen “pesuaine”, joka ei kuluta tekstiilejä. Pesupähkinä (*Sapindus Mukorossi*) on peräisin Himalajan vuoristoalueelta, jossa ne kasvavat luonnonvaraisina ja siellä pesupähkinöitä on käytetty pyykinpesuun ja henkilökohtaiseen hygieniaan satojen vuosien ajan. Pesupähkinät kerätään ilman puiden vahingoittamista ja niiden koko tuotantoprosessi on luonnonmukainen, energiaa säästävä ja vuorovaikutuksessa yhdessä luonnon ja paikallisten ihmisten kanssa. Pesupähkinät ovat uusiutuva luonnonvara, joka ei kuormita vesistöjä ja meriä, kuten tavalliset pesuaineet. Kaupoista on saatavana Merenneidon pesupähkinöitä, joita ostamalla tukee samalla Operaatio Merenneitoa Itämeren pelastamiseksi. (Nordic Health System n.d.)
- **Siivousvälien pitäminen pienenä.** Näin voidaan välttää haitallisten tehopesuaineiden käyttö ja suosia neutraaleita ja ekologisista yleispesuaineita. Siivousvälit eivät kasva liian suuriksi, koska kahvilaa velvoittavat hygienialainsäädäntö ja omavalvonta, ja näin ollen neutraalit pesuaineet siivouksessa ovat riittäviä.
- **Ekologisten siivousvinkkien noudattaminen.** Monesti tehoaineiden käyttö voidaan välttää myös ruokakaapin antimilla. Etikka ja ruokasooda kuuluvat kahvilan siivouskomeron varusteluun, sillä etikka tehoaa kahvin keittimen kalkkijäämiin ja ruokasooda puhdistaa tehokkaasti esimerkiksi kahvirasvaa. Sokerinpaloja puolestaan voi käyttää palaneen lian poistamiseen liesistä ja kattiloista. (Martat n.d.)
- **Ekologisen saippuan valinta käsienspesulle.** Saippua päätyy käytön jälkeen viemäreiden kautta ympäristöön. Tämän vuoksi on tärkeä valita tuote, jossa on keskitytty parantamaan ainesosien hajoavuutta, vähentämään biokertyvyyttä ja myrkyllisyyttä vesieliöille. Muun muassa Joutsenmerkityt saippuat sisältävät mahdollisimman vähän ympäristölle vaarallisia aineita, täyttävät sisältyvien aineiden hajoavuutta, myrkyllisyyttä ja biokertyvyyttä koskevat tiukat vaatimukset sekä vähentävät pakkausmateriaalien käyttöä. (Joutsenmerkki n.d.a.)

4.4 Ympäristöpassi

Ympäristövastuullisuus kuuluu ammattitaitoon ruokapalvelualalla. Ammattikeittiöiden valinnoilla on vaikutusta koko elintarvikeketjuun alkutuotannosta kuluttajan lautaselle asti. Savon koulutuskuntayhtymän kehittämissyksikkö EkoCentria on kehittänyt ja julkaissut Ympäristöpassi verkkovalmennusaineistoin, joiden tarkoituksena on saada ruokapalvelualan ammattilaiset kiinnostumaan ympäristöasioista ja toteuttamaan kestävä ruokalistasuunnittelua. Ympäristöpassi auttaa arvioimaan omaa henkilökohtaista toimintaansa sekä koko työyksikön ympäristövastuullisuutta. Se sopeutuu kestävä kehityksen työvälineeksi ruokapalveluissa toimiville henkilöille, kuntapäätäjille, hankinnoista vastaaville sekä tuottajille ja yrittäjille. (Ympäristöosaava n.d.)

Ympäristöpassin kimmokkeena on ollut Valtioneuvoston periaatepäätös Kestävien julkisten hankintojen edistämiseksi. Periaatepäätöksessä sanotaan, että osaksi neuvontaa kehitetään ympäristöpässitoimintamalli, jonka avulla ruokapalveluista vastaavat pystyvät osoittamaan hallitsevansa ympäristövastuulliseen toimintaan ja hankintoihin liittyvät säädökset ja käytännöt. Ohjeistuksella ja neuvonnalla edistetään elinkaarinäkökulman huomioonottamista. Tavoitteena on edistää energian ja veden kulutuksen optimointia sekä vähentää biojätteiden määrää ja elintarvikkeiden ilmasto-vaikutusta. (VN 2009.)

Cafe Merenneidossa ympäristöpassin verkkomateriaaleja voi käyttää hyödyksi tulevaisuudessa. Materiaalista löytyy hyviä työkaluja, jotka helpottavat kestävä kehityksen suunnitelmassa pysymistä ja sen jatkamista. Verkkomateriaaleja voi hyödyntää myös henkilökunnan ympäristöosaamisen lisäämiseen ja kouluttamiseen.

4.5 Kestävää kehitystä tuotteisiin

Kestävään ruokavalioon kuuluvia asioita ovat saatavuus, oikeudenmukaisuus, reilu kauppa, lähiruuan sesonkisuuden tukeminen, kulttuuriperintö ja siihen kuuluvat taidot, hyvinvointi ja terveys sekä ruuan terveellisyys ja ravitsevuus sekä ympäristöystävällinen tuotantotapa. (Räsänen, Saarinen, Kurppa, Silvenius, Riipi, Nousiainen, Erälinna, Mattinen, Jaakkola, Lento & Mäkinen-Hankamäki 2014, 11.)

Toimeksiantajan toiveesta tässä luvussa keskitytään lähi- ja luomuruokaan sekä Reilun kaupan tuotteiden kestävä kehityksen näkökulmien esittelyyn. Kahvilan leipävalikoimassa on tällä hetkellä yksi kasvisvaihtoehto, vegaanivaihtoehto muuttaisi liikaa kahvilan imagoa. Sen sijaan luomu- ja lähiruuan sekä Reilun kaupan tuotteiden valikoimaa Cafe Merenneidossa ollaan valmiit lisäämään, ja niiden koetaan sopivan paremmin kahvilan liiketoimintaan.

Valitsemalla luomu- ja lähiruokaa sekä Reilun kaupan että MSC-sertifioituja tuotteita tuetaan kestävä kehitystä. Cafe Merenneidossa myytyjen tuotteiden ekologisuutta voi myös lisätä elintarvikkeen valmistustapaan puuttamalla. Tällä hetkellä suurin osa Cafe Merenneidon leipomo-

tuotteista tilataan raakapakasteina, jotka paistetaan paikanpäällä. Pakastimet kuluttavat paljon energiaa, jolloin tuotteiden ympäristövaikutus kasvaa, olivat ne luomua tai ei. Raaka-pakasteet mahdollistavat kuitenkin sen, että kahvilan tuotteita voi valmistaa tarpeen mukaan, jolloin ruokahävikki pysyy hallinnassa.

4.5.1 Lähiruoka

Lähiruoka määritellään paikallisruuaksi, joka edistää oman alueen paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria. Se on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja sitä markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. Lähiruoka ja ruoan paikallisuus liittyvät erityisesti lyhyisiin jakeluketjuihin. (MMM 2013, 5.)

Paikallisella ruuantuotannolla on todettu edistävän kestävä kehitystä. Lähiruuan tuotannolla varmistetaan paikallinen ruokaturva ja vältetään kansainvälisyyden ja globaalisuuden aiheuttamat ongelmat. Sesongin mukaiset lähiruokatuotteet ovat tuoreita, maukkaita ja ravintoarvoltaan laadukkaita. Lyhyet ketjut lähiruuan tuotannossa tunnetaan hyvin ja tuottaja saa tuotteista reilun hinnan. Lisäksi energiankulutus on pienempää kuin pitemmällä kuljetusmatkoilla. Suomessa lähiruuan tukemisen on todettu lisäävän alueellista taloutta ja työllisyyttä. Parhaimmillaan paikallisia tuotteita ostamalla lähialueen asukkaat ylläpitävät maataloustuotannon tasaista jakautumista Suomessa, jolloin tuotantoa ei keskitetä vain tietyille alueille eli lähiruokaa ostamalla voi tukea oman alueen elinvoimaisuutta. (Räsänen ym. 2014, 11.)

Lähiruoka on siis mahdollisimman lähellä tuotettua suomalaista ruokaa, jonka alkuperä, tuottaja ja valmistaja tiedetään. Lähiruoka-ajatus tukee yhteiskuntavastuun sosiaalisen vastuun osa-alueita, sillä ostamalla lähiruokaa toimitaan oman alueen hyväksi (Koivuporras 2005, 63). Cafe Merenneidossa tulee ensin varmistaa, että kaikki käytetyt raaka-aineet ovat mahdollisuuksien mukaan kotimaisia. Tämä on jo hyvä lähtökohta, jota voidaan asteittain laajentaa raaka-aine kerrallaan, esimerkiksi samaan tahtiin kuin 5-portainen luomuohjelma ehdottaa, jota käsitellään laajemmin luvussa 5.2 ”Portaat luomuun”.

Tällä hetkellä suurin osa Cafe Merenneidossa käytetyistä elintarvikkeista tilataan tukusta tai ostetaan kaupasta. Pieni osa raaka-aineista on kuitenkin jo lähiruokaa. Lounassalaateissa käytetään Merenneidossa herneenversoa. Kesällä, heti kun sää sallii, Cafe Merenneidossa viljellään itse salaatteihin tarvittavat herneensorsot parvekelaatikoissa. Ne tuottavat hyvin ja nopeasti satoa, eivätkä ole vaativia, kunhan valoa ja vettä riittää. Cafe Merenneidon luonnonläheinen ympäristö mahdollistaa myös muiden raaka-aineiden pienimuotoisen viljelyn: kesällä siellä kasvaa myös muun muassa minttua ja persiljaa, joita käytetään kahvilan tuotteissa. Tämän voisi viedä vielä pitemmälle: esimerkiksi Cafe Merenneidon kukkapenkit voitaisiin kokonaan korvata vihanneslaareilla, joissa voisi viljellä hyötykasveja. Itse tuotetun lähiruuan lisäksi kahvilassa käytetyt kananmunat tulevat suoraan tuottajalta.

4.5.2 Luomuvaihtoehdot

Suomessa luomutuotantoa säätelee EU:n luomuasetus. Siinä ei käytetä kemiallista torjuntaa eikä lannoitteita eikä geenimuunneltuja lajikkeita. Luomueläimille syötetään luonnonmukaisesti tuotettua rehua ja eläimillä on oltava enemmän liikkumatilaa. Lisäksi lääkityksen käyttöä on rajoitettu. Luomuelintarvikkeissa lisäaineiden käyttö on rajattu hyvin pieneksi. (Asikainen 2006, 65; Luomu n.d.a; Luomu n.d.b.)

Luonnonmukaisen tuotannon hyötyjä on pienempi ympäristökuormitus, luonnon monimuotoisuuden lisääminen ja maan rakenteen parantaminen. Luomutuotannon tarkoituksena on myös vähentää tuotannon riippuvuutta uusiutumattomista luonnonvaroista. Luomuruoka on myös tutkitusti terveellisempää, se sisältää muun muassa enemmän antioksidantteja. Lisäksi kuluttajan altistuminen lääke- ja torjunta-ainejäämille on luomutuotteiden kohdalla suuresti epätodennäköisempää kuin tavanomaisesti tuotettujen elintarvikkeiden kohdalla. (Luomu n.d.a.)

Suomen hallitus on sitoutunut vahvasti luomutuotannon ja luomutuotteiden käytön lisäämiseen. Hallituksen luomualan kehittämissuunnitelman tavoitteena on, että viljellystä peltoalasta 20 % olisi luomutuotannossa ja 20 % julkisissa ammattikeittiöissä tarjotusta ruuasta olisi luonnonmukaisesti tuotettu vuoteen 2020 mennessä. (EkoCentria n.d.)

Luomutuotteen tunnistaa pakkauksen luomumerkinnästä. EU:n luomutunnus, Lehtimerkki (kuva 1) on pakollinen luomutunnus kaikissa pakatuissa luomuelintarvikkeissa, jotka on valmistettu EU:n alueella. Lehtimerkitty tuote osoittaa, että se on tuotettu virallisen luomuvalvonnan alaisuudessa ja tuotannossa on noudatettu EU:n luomuasetusta. Maatalousperäisten ainesosien alkuperä täytyy ilmoittaa Lehtimerkin yhteydessä, mutta merkintä ei kerro yksiselitteisesti luomutuotteen alkuperämaata. Suomalaiset raaka-aineet voi merkitä ”Tuotettu Suomessa”, jos vähintään 98 % maatalousperäisistä raaka-aineista on tuotettu Suomessa. (Luomu n.d.b.)



Kuva 1. EU:n luomutunnus, Lehtimerkki (Luomu n.d.b.).

Aurinkomerkki (kuva 2, s. 12) on Suomen oma kansallinen luomumerkki, jolla merkityn elintarvikkeen tuotannossa on myös noudatettava EU:n luomuasetusta. Lisäksi Aurinkomerkillä varustettu tuote kuuluu suomalaisen luomuvalvontaan. Evira myöntää tuotteelle Aurinkomerkin, ja sen voi saada sekä suomalainen että tuontiluomutuote. (Luomu n.d.b.)



Kuva 2. Aurinko-merkki (Luomu n.d.b.).

Leppäkerttumerkki (kuva 3) on Luomuliiton myöntämä ja valvoma luomumerkki, joka myönnetään vain kotimaisille luomutuotteille. Sen kriteerit ovat osaksi tiukemmat kuin EU:n luomuasetuksen, mutta Leppäkerttumerkityn tuotteen on täytettävä vähintään EU:n luomuasetuksen ehdot. (Asikainen 2006, 65; Luomu n.d.b.)



Kuva 3. Luomuliiton Leppäkerttumerkki (Luomu n.d.b.).

Demeter-merkitty tuote on viljelty biodynaamisesti. Biodynaamisessa viljelyssä korostetaan monimuotoisen, ekologisen tilakokonaisuuden luomista, viljelijän ja kuluttajan vastuuta luonnosta ja kotieläimistä, keskinäistä yhteistyötä koko ketjussa pellolta pöytään ja korkealaatuisen ravinnon merkitystä ihmisen elämänlaadulle. Demeter-merkki (kuva 4) on kansainvälinen tarkastusmerkki, jonka Suomessa myöntää Biodynaaminen yhdistys. Merkillä varustetun tuotteen on täytettävä sekä EU:n luomuasetuksen että kansainvälisen Demeter-liiton tuotantoehdot. (Biodynaaminen yhdistys n.d.; Luomu n.d.b.)



Kuva 4. Demeter-merkki (Luomu n.d.b.).

Luomutuotteet ovat nykyään osa tavallisten ruokakauppojen valikoimia. Luomutarjonnan myymälä- ja tuoteryhmäkohtaiset vaihtelut voivat kuitenkin olla suuria. Isompien kauppojen valikoimissa on yhteensä noin 1500–2000 luomutuotetta. Useat luomutilat myyvät tuotteitaan suoraan kuluttajille. Cafe Merenneidossa hankitaan osa vitriinituotteiden raaka-aineista marketista, joten luomuvaihtojen lisääminen on helppoa ruokakauppojen lisääntyneen luomuvaihtoimen ansiosta. Tukusta raaka-aineita on mahdollista saada halvemmalla, mutta valikoima on pienempi. Cafe Merenneito voisi laajentaa luomuvaihtomaansa myös alkoholijuomiin, sillä esimerkiksi viinejä, siidereitä ja oluita on runsaasti saatavilla myös luomuna. (Luomu n.d.c.; Heinon tukku. n.d.)

4.5.3 Reilun kaupan tuotteet

Reilun kaupan tunnus (kuva 5) ei ole ensisijaisesti ympäristömerkintä vaan se edustaa sosiaalisesti kestävästä kehityksestä, vaikkakin reilu kauppa edellyttää viljelijöiltään ympäristönsuojelua. Kehitysmaiden maataloustuotantoon ja markkinoille pääsyyn liittyy monia ongelmia. Viljelijöille maksetaan tuotteesta liian alhaista hintaa, lapsityövoima on yleistä ja torjunta-aineina käytetään kemikaaleja, joiden käyttö on länsimaissa kielletty, koska ne ovat ympäristölle ja ihmisille haitallisia. Reilu kauppa pyrkii ehkäisemään ja vähentämään näitä ongelmia ja tarjoamaan tuotteen, joka luotettavasti kestävästi tuotettu, niin ympäristön kuin ihmistenkin kannalta. Reilu kauppa mahdollistaa, että kehitysmaiden viljelijä pystyy osallistumaan kansainväliseen kaupan käyntiin tasavertaisena osapuolena. Ottamalla valikoimiinsa Reilun kaupan tuotteita Cafe Merenneito tukee kestävästä kehityksestä. Reilulla kaupalla on hyvä tarjonta muun muassa kahvista ja teestä, joita Cafe Merenneidossa myydään runsaasti. Muita Cafe Merenneitoon sopivia Reilun kaupan tuotteita voisivat olla viini, olut, hunaja, sokeri ja kaakao. Asiakkaille voitaisiin tarjota mahdollisuus valita Reilun kaupan tuote. (Asikainen 2006, 68; Reilu kauppa n.d.a.; Reilu kauppa n.d.b.)



Kuva 5. Reilun kaupan tunnus (Reilu kauppa n.d.a.)

Espoon kaupunki on mukana edistämässä Reilua kauppaa. Se on sitoutunut tekemään omissa hankinnoissaan eettisiä valintoja. Espoo sai Reilun kaupan kaupungin arvonimen keväällä 2009 ensimmäisten kaupunkien joukossa Suomessa. Kaupunki on haastanut myös paikalliset yritykset mukaan Reilun kaupan talkoisiin ja Cafe Merenneito on mukana osallistujissa, kuten kuvasta 6 (s. 14) näkyy. Kampanjaan osallistumalla sitoudutaan ottamaan valikoimiinsa vähintään yksi Reilun kaupan tuote ja Cafe Merenneidossa saakin nykyään Reilun kaupan teetä. (Espoo 2015.)



Kuva 6. Espoo Guiden mainos. (Mäkelä 2014, 2.)

4.5.4 MSC-sertifioidut kalatuotteet

Cafe Merenneidon valikoimissa on talvikaudella kalakeittoa ja kesäisin lounassalaatti, jonka täytteeksi voi valita lohta. Satunnaisesti voileipävalikoimassa tarjotaan lohi- ja katkarapuleipiä. Cafe Merenneidossa tulee varmistaa, että käytetyt kalaelintarvikkeet ovat kestävästi tuotettuja. Tavoitteeseen päästään suosimalla kaloja, joiden kanta kestää pyynnin. WWF:n kalaoppaassa (Fritze & Ovaska 2015) on lueteltu tällaiset kalat, joita tulisi suosia.

Jos halutaan varmistua siitä, että käytetty kala on ekologisesti pyydystetty, kannattaa suosia MSC-sertifioituja kala- ja äyriäistuotteita. MSC eli Marine Stewardship Council on riippumaton organisaatio, joka ylläpitää sertifiointijärjestelmää kala- ja äyriäistuotteille. MSC-sertifikaatti (kuva 7) takaa, että kala on pyydystetty ekologisesti kestävällä tavalla. (WWF n.d.)



Kuva 7. MSC-sertifikaattimerkintä pakkauksissa (Fritze & Ovaska 2015, 6.)

5 YMPÄRISTÖARVOJEN JA TOIMINTATAPOJEN MUUTOKSEN MARKKINOINTI

Cafe Merenneidon ympäristömyönteisyyttä ja kestävä kehityksen toimintatapoja on hyvä käyttää myös mainonnan ja markkinoinnin keinona. On tärkeää, että asiakkaat tietävät näistä muutoksista, sillä se voi kannustaa

käyttämään kahvilan palveluita entistä useammin. Koska ympäristömyönteisyys on kasvava trendi, on tärkeää tiedottaa, että myös Cafe Merenneito on siinä mukana. Seuraavassa esitellään muutamia keinoja ympäristömyönteisyyden käytöstä kahvilan markkinoinnissa.

5.1 Ympäristömerkinnät

Ympäristömyönteisyyttä ilmaisevia merkkejä on olemassa useita. Seuraavat ympäristömerkit kertovat objektiivisesti tuotteen tai palvelun ympäristölaadusta. Ne myönnetään tarkkojen kriteerien perusteella, joiden toteutumista valvotaan. Virallinen ympäristömerkintä takaa, että tuote on ympäristöominaisuuksiltaan markkinoiden parhaita. (Asikainen 2006, 66.)

5.1.1 Pohjoismainen ympäristömerkki

Joutsenmerkki (kuva 8) on Pohjoismaiden yhteinen ympäristömerkki, jonka myöntää Suomessa Ympäristömerkintä – Motiva Services Oy, joka valvoo myös merkin käyttöä. Joutsenmerkin tavoitteena on edistää kestävä kehitystä, ja sillä ohjataan kuluttajia valitsemaan ympäristön kannalta paremmin. Joutsenmerkin tarkoitus on myös kannustaa valmistajia ja palveluntarjoajia tarjoamaan ympäristön kannalta parempia vaihtoehtoja. Joutsenmerkintä perustuu tuoteryhmäkohtaisiin kriteereihin, joissa huomioidaan tuotteen ympäristövaikutukset koko elinkaaren aikana raaka-aineista jätteeksi. Lisäksi vaatimuksia asetetaan laadulle, terveydelle ja turvallisuudelle. (Asikainen 2006, 66; Joutsenmerkki n.d.b.)



Kuva 8. Pohjoismainen ympäristömerkki (Joutsenmerkki n.d.b).

Merkin käyttöoikeus on määräaikainen, kuten sen vaatimuksetkin. Tuotteelle tai palvelulle tulee hakea merkkiä uudestaan aina, kun vaatimuksia tiukennetaan eli tavallisesti 3–5 vuoden välein. Joutsenmerkinnän hakeminen on yritykselle vapaaehtoista ja maksullista. Kulujen takia erityisesti pienten yritysten ei ole aina kannattavaa hakea Joutsenmerkintää, vaikka niiden tuote täyttäisikin kriteerit. (Asikainen 2006, 66; Joutsenmerkki n.d.b.)

Joutsenmerkki on Suomen viidenneksi arvostetuin brändi ja myös tunnetuin ympäristömerkintä Suomessa. Cafe Merenneito voisi hyödyntää tätä markkinoinnissa ja mainonnassaan ja hankkia joutsenmerkittyjä tuotteita.

Lisäksi kahvilan on mahdollista hakea Joutsenmerkkiä myös omalle toiminnalleen. Joutsenmerkin hankkiminen on yritykselle liiketoiminnan prosessi, joka kehittää tuotesuunnittelua, tuotantoa, johtamista ja markkinointia ja samalla auttaa vähentämään ympäristökuormitusta. Joutsenmerkki voidaan myöntää kaikenlaisille ravintoloille, myös Cafe Merenneito kuuluu tämän ravintolakriteerin alle. Joutsenmerkintä asettaa vaatimuksia on erityisesti raaka-aineiden ostolle ja käytölle, energiankulutukselle ja jätehuollolle sekä kemiallisten tuotteiden käytölle. Merkityn ravintolan käyttämistä elintarvikkeista osan tulisi olla luomua. (Joutsenmerkki n.d.b; Joutsenmerkki n.d.c; Pohjoismainen ympäristömerkintä 2013, 1–2.)

5.1.2 EU:n ympäristömerkki

EU-kukka (kuva 9) on Euroopan yhteisön virallinen ympäristömerkki, joka toimii samalla periaatteella kuin Pohjoismainen ympäristömerkki. Se ei kuitenkaan ole Suomessa yhtä yleinen tai tunnettu. EU-ympäristömerkki luotiin vuonna 1992 Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella ja se on käytössä kaikissa EU- ja ETA-maissa. Jokaisessa maassa on oma organisaationsa valvomassa merkin käyttöä ja huolehtimassa merkin kehitystyöstä. Suomessa merkintää hoitaa Ympäristömerkintä. (Asikainen 2006, 65; EU-ympäristömerkki n.d.)



Kuva 9. EU-kukka (EU-ympäristömerkki n. d.).

5.2 Portaat luomuun

Portaat luomuun -ohjelma on vapaaehtoinen ja maksuton ohjelma kaikille ammattikeittiöille. Se on Savon koulutuskuntayhtymän kehittämissyksikön EkoCentrian ylläpitämä ja sitä rahoittaa maa- ja metsätalousministeriö. Portaajat luomuun -ohjelma on toiminut vuodesta 2002 lähtien ja sen tavoitteena on kannustaa erityisesti julkisen sektorin keittiöitä muuttamaan toimintaansa kestävämmäksi lisäämällä luomuraaka-aineiden käyttöä asteittain. (EkoCentria n.d.)

Portaan luomuun -ohjelma sopisi hyvin Cafe Merenneidolle, sillä se suosittelee, että keittiöt, jotka osallistuvat ohjelmaan toteuttaisivat myös muita kestävästi kehityksen mukaisia toimenpiteitä. Ohjelmaan osallistumalla luomuvalikoiman kasvattaminen kävisi vaivattomammin ja sujuvammin, sillä ohjelman kautta Cafe Merenneito saisi tietoa luomutuotteista ja niiden käytöstä keittiössä sekä tietoa elintarvikehankinnoista ja luotettavan mallin luomuun siirtymisestä. Ohjelmaan osallistuminen loisi myönteistä ryhmäpainetta lisätä luomutuotteiden osuutta, sillä ohjelman nettisivuilta

voi tarkistaa, missä vaiheessa kukin ravintola on luomuasteikolla. Lisäksi luomutähden tavoittelu, jonka saa viimeisellä portaalla, on helposti Cafe Merenneidon ulottuvissa, sillä sen keittiön ja raaka-ainevalikoiman pienuus mahdollistaa nopean siirtymisen kokonaan luomuun. (EkoCentria n.d.)

Ohjelmaan osallistuminen olisi hyvää markkinointia, sillä se loisi myönteistä imagoa Cafe Merenneidolle. Ohjelman kautta Cafe Merenneito saisi näkyvyyttä, jolla viestii asiakkaille luomun käytöstä ja kahvilan ympäristöarvoista.

5.3 Operaatio Merenneito

Markkinointimielessä Cafe Merenneito voisi osallistua myös Operaatio Merenneitohon. Se sopisi sille loistavasti, ei ainoastaan nimensä puolesta vaan myös siksi, että Cafe Merenneito sijaitsee Itämeren rannalla. Operaatio Merenneitohan on WWF:n suurkampanja Itämeren pelastamiseksi ja se tarjoaa yrityksille ja yhteisöille mahdollisuuksia tukea Itämeren suojelutyötä. Osallistumalla siihen Cafe Merenneito viestisi ympäristöarvoistaan ja samalla kantaisi oman kortensa kekoon Itämeren pelastamiseksi. Ja koska Itämeren tilanne vaikuttaa lisääntyneiden leväkukintojen takia myös Cafe Merenneitohon, olisi osallistumisella osaltaan myönteistä vaikutusta myös Cafe Merenneidon liiketoimintaan, jos Itämeren tilanne saadaan parantumaan ja leväkukinnon vähenemään. Leväkukinnot vähentävät väkeä uimarannalta ja näin ollen myös Cafe Merenneidon asiakasmäärää. (WWF 2014.)

6 TUTKIMUS JA SEN MENETELMÄT

Tutkimukset jaetaan kvantitatiivisiin eli määrällisiin ja kvalitatiivisiin eli laadullisiin tutkimuksiin. Ne ovat tutkimuksen erilaisia lähestymistapoja, mutta käytännössä niiden erottaminen toisistaan voi olla vaikeaa. Parhaiten kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen erottaa:

- haastattelun kohdejoukosta: määrällisessä tutkimuksessa satunnaisotos, laadullisessa valitut yksilöt
- kysymysten muodosta: määrällisen haastattelun perusmuoto on strukturoitu kysymys, kvalitatiivisen avoin kysymysaihe. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 131–133; Tilastokeskus n.d.)

Tässä tutkimuksessa oli piirteitä molemmista lähestymistavoista, mutta painopiste oli määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen puolella. Kysyessä oli survey-tutkimus eli aineisto kerättiin standardoidusti ja kohdehenkilöt muodostavat otoksen perusjoukosta. Standardoituudella tarkoitetaan sitä, että haluttuja asioita on kysyttävä vastaajilta täsmälleen samalla tavalla. (Hirsjärvi ym. 2008, 188) Tutkimusvälineenä aineiston keräämiseen käytettiin kyselylomaketta (liite 1), jossa suurin osa kysymyksistä strukturoitu paria avointa kysymystä lukuun ottamatta. Lomakkeen kysy-

mysten määrä pyrittiin pitämään mahdollisimman pienenä ja kysymykset yksinkertaisina, jotta asiakkaiden kiinnostus vastata säilyisi.

Tässä luvussa esitellään tarkemmin tutkimusta, sen tutkimuskysymyksiä ja tavoitteita sekä kerättyä aineistoa ja tuloksia. Lopuksi käsitellään tuloksista vedettäviä johtopäätöksiä ja sen reliabiliutta ja validiutta.

6.1 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä olivat seuraavat:

- Millä toimintatavoilla kahvilatoiminnasta saa kestävän kehityksen periaatteiden mukaista?
- Mitkä ovat kahvilatoiminnan ympäristönäkökohdat?
- Ovatko kestävä kehitys tavoittelevat muutokset hyväksi liiketoiminnalle? Onko nykyinen asiakaskunta kiinnostunut ympäristöarvoista?

Kahteen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen pyrittiin löytämään vastaus opinnäytetyön teoriaosuudessa, joka perustuu tutkijan havainnointiin Cafe Merenneidossa ja kirjallisuuslähteisiin. Havainnointi oli toinen käytetyistä tutkimusmetodeista kyselyn ohella tässä opinnäytetyössä. Varsinaisessa tutkimusosuudessa keskitytään puolestaan kahteen jälkimmäiseen kysymykseen.

6.2 Tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa suunnitelma, jolla Cafe Merenneito voi jatkossakin toteuttaa kestävän kehityksen toimenpiteitä. Lisäksi tavoitteena oli kannustaa Cafe Merenneidon henkilökuntaa kiinnittämään enemmän huomioita ympäristöasioihin ja tuoda ilmi myös asiakkaille Cafe Merenneidon myönteistä suhtautumista ympäristöarvoihin ja kartoittaa asiakkaiden kiinnostusta niihin.

6.3 Aineisto

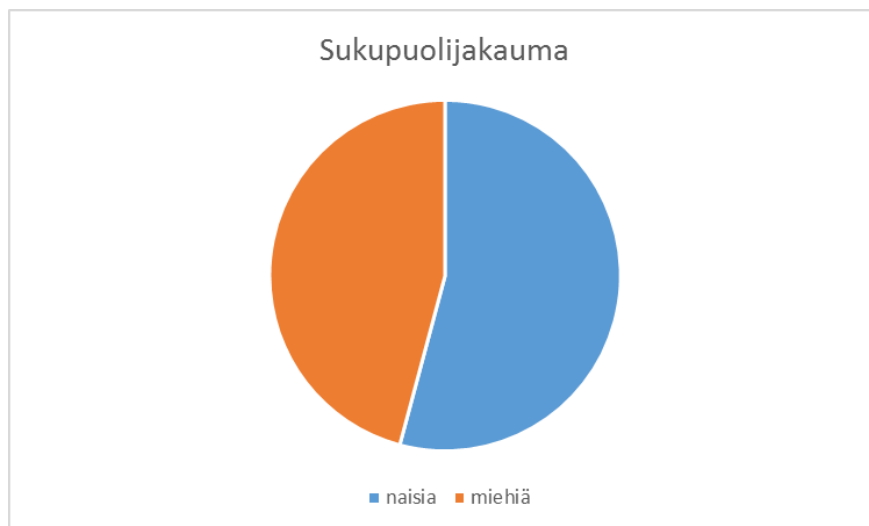
Aineisto kerättiin toukokuun toiseksi viimeisenä viikonloppuna keväällä 2015. Aineiston kerääminen toteutettiin kontrolloituna informoituna kyselyllä, joka on survey-tutkimuksen keskeisiä menetelmiä. Kontrolloidulla informoidulla kyselyllä tarkoitetaan tässä sitä, että tutkija jakoi kysymyslomakkeita henkilökohtaisesti vastaajille paikan päällä Cafe Merenneidossa. Samalla tutkija kertoi tutkimuksensa tarkoituksesta, esitteli kyselyä ja vastasi kysymyksiin. Vastaajat täyttivät lomakkeet itsenäisesti kahvilassa ja palauttivat ne tutkijalle vastattuaan. (Hirsjärvi ym. 2008, 188–190.)

Kyselypäivinä vallitsi keväinen, epävakainen sää: välillä satoi, välillä paistoi aurinko. Tämä vaikutti Cafe Merenneidon asiakasmääriin kyseisenä viikonloppuna ja sitä kautta myös tutkimuksen otantaan. Lauantaina 23.5

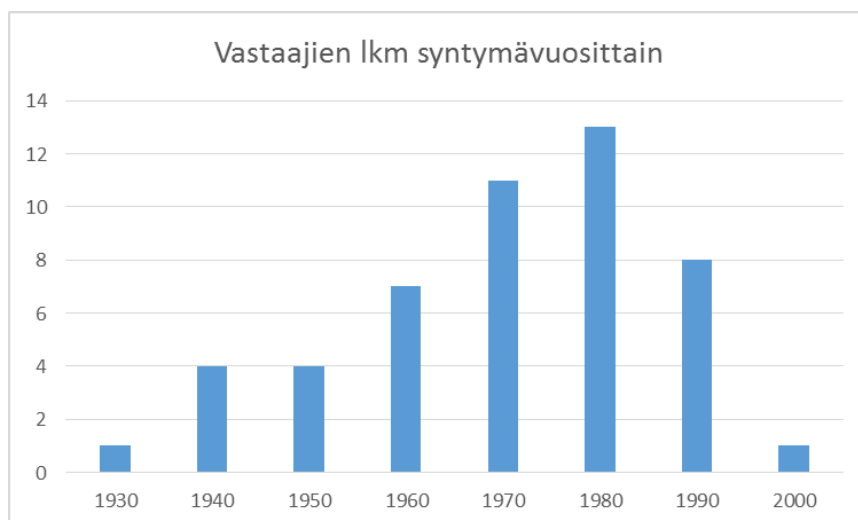
kyselyyn vastasi 37 asiakasta ja sunnuntaina 24.5. määrä oli 11 asiakasta. Otanta perustui aineiston kylläntymiseen eli saturaatioon. Tämä oli tutkimuksen kvalitatiivisia piirteitä. Tutkija ei päättä etukäteen haluttua otantaa vaan kerää aineistoa, kunnes kylläntyminen tapahtuu. Kylläntymisellä tarkoitetaan, että tietyt asiat alkavat toistua vastauksissa eikä enää uutta tietoa enää saada. (Hirsjärvi ym. 2008, 177.)

Tutkija jakoi kyselyä asiakkaille satunnaisesti valittuna viikonloppuna. Usea asiakasta vastasi kyselyyn mielellään, vaikka heille ei varsinaisesti mitään houkutinna ollut, ainoastaan mahdollisuus vaikuttaa. Toimeksiantajan toiveesta kyselyyn liitettiin vielä avoin kysymys, jossa annettiin asiakkaille mahdollisuus palautteeseen.

Kyselyssä selvitettiin asiakkaan seuraavia taustatietoja: syntymävuosi, kotikunta ja sukupuoli. Nämä tekijät voivat vaikuttaa asiakkaan ympäristömyönteisyyteen ja tuloksia tarkasteltaessa on mielenkiintoista verrata vastauksia esimerkiksi eri ikäryhmien välillä. Suurin osa vastaajista asui Espoossa. Seuraavista kuvoista 3 ja 4 näkee, miten vastaajat olivat jakautuneet sukupuolen ja iän mukaan.



Kuvio 3. Otannan sukupuolijakauma.

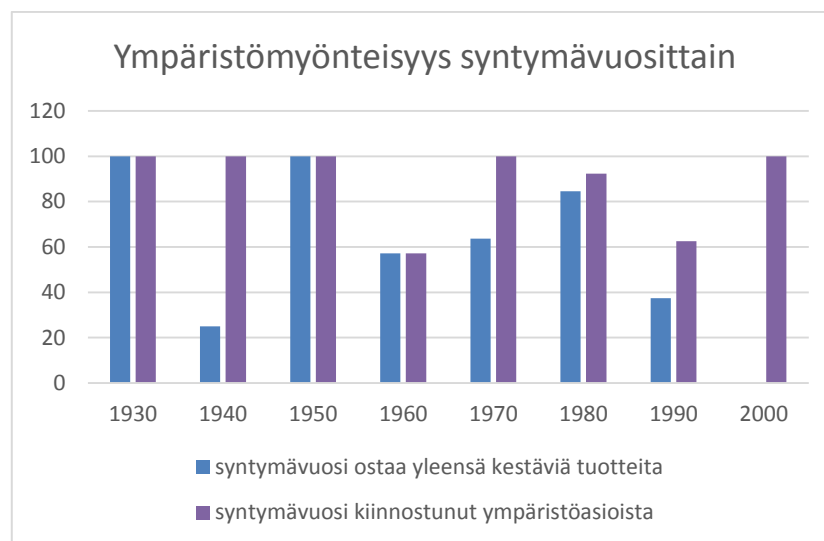


Kuvio 4. Otannan ikäjakauma.

6.4 Tulokset

Taustatietojen kartoituksen jälkeen kyselyssä selvitettiin seuraavaksi oliko asiakas ennen käynyt Cafe Merenneidossa. Suurin osa, 41 kyselyyn vastanneista oli käynyt kahvilassa ennen. Tutkimuksessa haluttiin kartoittaa, että olivatko nämä asiakkaat huomanneet muutosta kahvilan toiminnassa ja tätä kysyttiin seuraavassa kohdassa. Tällä haluttiin selvittää, olivatko vakioasiakkaat huomanneet muutoksia, joita on tehty kahvilan ympäristöasioissa vuoden 2010 harjoittelun aikana ja sen jälkeen. 30 asiakasta ei ollut huomannut minkäänlaista muutosta, ja suurin osa niistä, jotka olivat havainneet muutosta, mainitsivat vain sellaisia esimerkkejä, jotka eivät liittyneet ympäristöasioihin (mm. terassin laajennus, kuohuviinivalikoiman parantuminen). Ainoastaan yksi vastaajista oli kiinnostunut huomioita ympäristöasioiden parantamiseen Cafe Merenneidossa ja hän mainitsi huomanneen muutoksen kertakäyttöastioiden käytössä.

Seuraava kysymys kartoitti vastaajien kiinnostusta ympäristöasioihin. 41 asiakasta ilmoitti olevansa kiinnostunut ympäristöasioista. Naisista 23 ilmoitti olevansa kiinnostunut ympäristöasioista ja miesten osuus oli 18 henkilöä. Kuviosta 3 näkee, missä ikäluokissa ympäristömyönteisyys oli prosentuaalisesti suurinta. Määrällisesti kuitenkin vastaajia ja ympäristömyönteisiä löytyi ikäluokista 1970- ja 1980-syntyneet.



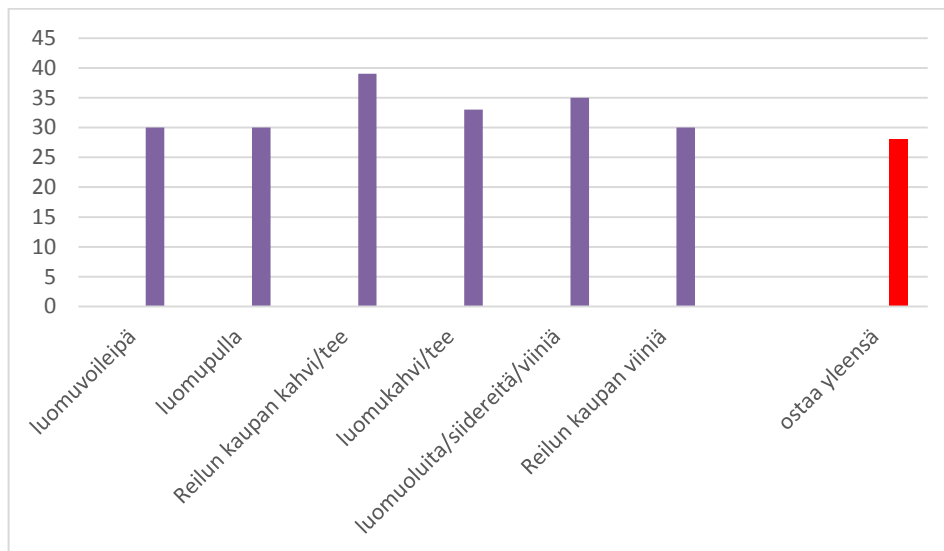
Kuvio 3. Ympäristömyönteisyys vastaajien keskuudessa.

Seuraava kohta kyselytutkimuksessa selvitti asiakkaiden halukkuutta lisätä seuraavia tuotteita Cafe Merenneidon valikoimiin:

- luomuvoileipä
- luomupulla
- Reilun kaupan kahvi/tee
- luomukahvi/tee
- luomuoluita/siidereitä/viiniä
- Reilun kaupan viiniä

Reilun kaupan kahvi ja tee keräsivät eniten vastauksia. Osa vastaajista oli halukas lisäämään ainoastaan Reilun kaupan tuotteita Cafe Merenneidon valikoimiin. Kuitenkin suurin osa niistä vastaajista, jotka toivoivat lisää

kestävästi tuotettuja tuotteita kahvilan valikoimiin, olivat kiinnostuneet sekä luomu- että Reilun kaupan tuotteista. Ainoastaan neljä kyselyyn vastannutta ei ollut kiinnostunut lisäämään kestävästi tuotettuja tuotteita Cafe Merenneidon valikoimaan. Naisista 25 ilmoitti haluavansa näitä tuotteita kahvilan valikoimiin, miesten osuus oli 19 henkilöä. Kuviosta 4 näkee, miten toivottuja eri tuotteet olivat kyselyssä.



Kuvio 4. Kiinnostuksen jakautuminen eri tuotteiden välillä.

Tutkimuksen seuraavalla kysymyksellä selvitettiin, kuinka suuri osa vastaajista osti kestävästi tuotettuja tuotteita yleensä. Tulokset osoittivat, että 29 henkilöä ostavat normaalisti näitä tuotteita (kuvio 4). Naisten osuus oli 18 henkilöä ja miehiä oli 11. Näistä henkilöistä 19 oli syntynyt vuoden 1970 jälkeen ja 10 ennen vuotta 1970.

Seuraavaksi kyselyssä tutkittiin, lisääkö Cafe Merenneidon ympäristömyönteisyys vastaajien halukkuutta asiakkuuteen (kuvio 3). 28 ilmoitti ympäristömyönteisyyden lisäävään kiinnostusta toimia kahvilassa asiakkaana. Näistä 18 oli naisia ja 10 miehiä. Osaan kielteisistä vastauksista oli tehty lisäyksiä marginaaliin, että sijainti on ensisijainen syy kahvilassa asiointiin. Jotkut kuitenkin mainitsivat, että luomuvaihtoehdot ja ympäristömyönteisyys olisivat mukava lisä.

Viimeisellä kysymyksellä annettiin asiakkaille mahdollisuus palautteeseen. Osa oli jättänyt tämän kohdan tyhjäksi. Suurimmassa osassa keuhuttiin kahvilan toimintaa ja osassa vastauksissa annettiin palautetta ympäristönäkökohdista. Ympäristönäkökohtia, joita vastauksissa oli mainittu, esitellään taulukossa 1 (s. 22).

Taulukko 1. Ympäristönäkökohdat kyselyn palautekysymyksessä.

”Selkeä ja uskottava profilointi kestävyteen/luomuun olisi erittäin positiivista! Luomutuotteita (esim. luomutori) voisi jopa viikonloppuisin ostaa mukaan!”
”Kierrätystä näkyvämmiin.”
”Voisi olla ideaa lisätä luomun ja ympäristön merkitystä, mutta käydään täällä viikoittain muutenkin. Mieluusti ei kertakäyttöastioita.”

”Toivottavasti vanhentuneet tuotteet eivät mene hukkaan.”

”Lähiruokaa.”

6.5 Johtopäätökset

Ensimmäinen tutkittava asia kyselylomakkeella oli, olivatko asiakkaat huomanneet ympäristöasioiden parantumista Cafe Merenneidossa vuoden 2010 tehdyn harjoittelun jälkeen. Tuloksista selvisi, että asiakaskunta ei ollut havainnut juuri minkäänlaista muutosta ympäristönäkökohtiin liittyen. Tästä voitiin päätellä, että muutoksia ei ollut markkinoitu asiakkaille tarpeeksi tai ne eivät ole olleet tarpeeksi näkyviä. Opinnäytetyössä on esitetty muutamia keinoja, joilla Cafe Merenneidon ympäristömyönteisyyttä voi tuoda asiakkaiden tietoisuuteen paremmin. Tuloksista voitiin myös vetää johtopäätös, että asiakaskunta ei ehkä ole niin valveutunut ympäristöasioiden suhteen, jotta ympäristöasioiden epäkohtien muutokset olisi huomattu.

Kuviossa 3 (s. 20) esitetään tuloksia asiakkaiden ympäristömyönteisyydestä. Siinä vertaillaan keskenään asiakkaiden kiinnostusta ympäristöasioihin ja että toteutuuko tämä käytännössä ostamalla yleensä kestävästi tuotettuja tuotteita. Kuvioista näkyy tulosten ristiriitaisuus: suurin osa vastaajista, 41/48 henkilöstä, ilmaisi olevansa kiinnostunut ympäristöasioista, mutta vain 29 ostaa kestävästi tuotettuja tuotteita. Tästä voitiin päätellä, että asiakkaat ovat kiinnostuneita tai haluavat olla kiinnostuneita ympäristöasioista, mutta eivät ole aina arjessa valmiit tekemään valintoja, joilla ympäristöasioita voisi parantaa.

Kuviossa 4 (s. 21) syvennyttään myös vastauksien ristiriitaisuuteen. Siinä verrataan asiakkaiden halukkuutta lisätä kahvilan valikoimiin kestäviä tuotteita ja sitä, ostavatko he näitä tuotteita yleensä. Suurin osa (44/48) vastaajista halusi kestävästi tuotettuja tuotteita Cafe Merenneidon valikoimaan, mutta vain 29 ostaa näitä tuotteita yleensä. Jälkimmäisellä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, kuinka moni vastaajista oikeasti on valmis maksamaan kestävämmistä tuotteista, jotka yleensä maksavat enemmän kuin normaalit tuotteet. Voidaankin päätellä, ettei suinkaan koko asiakaskunta ole valmis maksamaan korkeampaa hintaa vain saadaakseen luomua, vaikka sitä valikoimaan halusivat. Kuitenkin yli 50 % asiakkaista ostaa luomu- ja Reilun kaupan tuotteita yleensä, joten myös kahvilan valikoimissa näillä tuotteilla voi olla hyvä menekki.

Kuvioista 4 näkee myös, että Reilun kaupan kahvi ja tee olivat halutuimmat tuotteet. Cafe Merenneito on jo onnistuneesti pystynyt arvioimaan asiakaskuntansa mieltymyksiä, ja jo ottanut Reilun kaupan teen valikoimiinsa. Tuloksista voitiin päätellä, että asiakkaat eivät ehkä olleet huomanneet tätä muutosta valikoimissa ja toivoivat siksi sitä valikoimiin tai olivat ehkä huomanneet sen, ja halusivat ilmoittaa kiinnostuksen sen valikoimissa pitämiseksi. Joka tapauksessa Reilun kaupan tee ja kahvi olivat hyvä lisä Cafe Merenneidon valikoimassa ja asiakaskunnalle sopivin ensimmäinen kestävästi tuotettu vaihtoehto tuotteissa.

Tuloksista ilmeni, että yli puolet asiakaskunnasta oli sitä mieltä, että Cafe Merenneidon ympäristömyönteisyys lisäisi halukkuutta toimia asiakkaana. Tästä voidaan päätellä, että ympäristömyönteisyyden ja kestävän kehityksen toimenpiteiden parempi markkinointi tekisi kahvilasta houkuttelevamman paikan asioida ja näin ollen parantaisi liiketoimintaa. Tuloksista myös huomattiin, että naiset ovat miehiä innostuneempia ympäristöasioista ja toteuttavat ympäristöajatteluaan miehiä useammin arjen valinnoissa.

Kyselyn viimeisen kysymyksen avoimista vastauksista myös ilmeni, että ympäristöasioista oli kiinnostuttu Cafe Merenneidon asiakaskunnassa. Eräällä vastaajista oli mielenkiintoinen ja varteenotettava ehdotus liittyen ympäristöasioihin. Asiakas ehdotti luomutoria järjestettäväksi Cafe Merenneidossa. Cafe Merenneito voisi toimia välittäjänä paikallisille tuottajille, jotka voisivat järjestää esimerkiksi kerran kuussa luomutorin, josta Cafe Merenneidon asiakkaat voisivat ostaa luomuelintarvikkeita kotiin. Tämän kaltainen tempaus voisi lisätä asiakasvirtoja ja vähintäänkin mainostaa Cafe Merenneidon ympäristömyönteisyyttä ja sitä kautta lisätä ympäristömyönteisten asiakkaiden käyntiä kahvilassa. Luomutori on siis varteenotettava asiakaslähtöinen kehitysehdotus.

Tutkimuksen tärkeimpänä johtopäätöksenä voitiin pitää sitä, että Cafe Merenneidon ympäristömyönteisyys on kannattavaa liiketoiminnalle. Suurin osa asiakkaista oli kiinnostunut ympäristöasioista ja haluaisi lisätä luomun ja Reilun kaupan osuutta kahvilan valikoimissa. Lisäksi yli puolet ostaa kestävästi tuotettuja tuotteita yleensä ja kokee, että kahvilan ympäristömyönteisyys kannustaa heitä toimimaan siellä useammin asiakkaana.

6.6 Tutkimuksen reliabelius ja validius

Kaikissa tutkimuksissa pyritään arvioimaan tehdyn tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa mittaustuloksen toistettavuutta eli tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Validius puolestaan tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä eli sen mittausvälineen kykyä mitata juuri sitä, mitä oli haluttu mitata. (Hirsjärvi ym. 2008, 226.)

Tutkimuksen validiutta tukee tutkijan monen vuoden työkokemus toimeksiantajan palveluksessa eli tutkijalle toimeksiantajan liiketoiminta oli hyvin tuttua. Tutkija muun muassa tiesi, että Cafe Merenneidossa oli suoritettu harjoittelu, jossa oli keskitetty ympäristöasioiden parantamiseen, jolloin hän osasi tutkia, onko näitä muutoksia saatu asiakkaiden tietoisuuteen. Kyselylomake myös esitettiin toimeksiantajalla ennen sen jakamista asiakkailta, jolloin heidän oli mahdollista ehdottaa muutoksia siihen.

Tutkimuksen reliabeliuteen vaikuttaa olennaisesti mittausvälineenä käytetyn kyselylomakkeen huolellinen suunnittelu. Tutkimuksen validiutta ja reliabeliutta tukee myös oikein valittu tutkimusmetodi. Toimeksiantajan toiveena oli tietää asiakkaiden suhtautumista ympäristöasioihin ja kiinnostusta kestävien tuotteiden ottamisesta Cafe Merenneidon valikoimiin. Survey-tutkimus oli siksi paras vaihtoehto, jolla saavutettiin nopeasti tarvittavan laaja otanta ja tulos, josta voitiin vetää johtopäätöksiä koko asiakaskunnasta. Esimerkiksi muutaman asiakkaan haastattelututkimus ei olisi

ajanut toimeksiantajan toiveita. Aineistonkeruun aikana voitiin myös havaita, että asiakkaat eivät olisi jaksaneet vastata enemmän aikaa vievään kyselyyn. Moni kyselyyn vastanneista nimittäin tiedusteli, kuinka monta kysymystä lomakkeella oli, ennen kuin suostui vastaamaan.

Tutkimukseen luotettavuutta olisi kuitenkin voinut vielä parantaa ottamalla esimerkiksi joku luomu- tai Reilun kaupan tuote Cafe Merenneidon valikoimiin ja seurata sen menekkiä valittuna aikana. Näin olisi saatu suoraa dataa sen menestyksestä, eikä vain tutkijan johtopäätöksiä mahdollisesta menekistä.

7 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi antoi paljon. Se opetti tutkimuksen tekemisestä, tiedonhausta ja tieteellisestä kirjoittamisesta. Erityisesti tutkimusosan toteutus oli opettavaista ja siitä paljon kertyi hyvää uutta kokemusta tutkimuksen tekemisestä. Vaikka opinnäytetyöprosessi aloitettiin hyvissä ajoin aiheen hyväksyttämällä, loppua kohden työmäärä lisääntyi huomattavasti. Opinnäytetyö opetti siis myös ajankäytöstä ja -hallinnasta.

Teoriaosuus pyrki esittelemään Cafe Merenneidon ympäristönäkökohdat ja perusteet, miksi näihin on kiinnitettävä huomioita. Oli haastavaa osata ottaa kaikki asiat huomioon kirjallisessa osuudessa, koska sen luvut perustuvat lähinnä toimeksiantajan toiveisiin ja tutkijan havaintoihin ympäristöasioista. Havainnointia on tuettu kirjallisuuslähteisiin viittaamalla.

Excelin käyttö tulosten esittämisessä oli haastavaa ja erityisesti aikaa vievää, jotta kaavioista saatiin halutun näköisiä. Kaavioiden ja taulukoiden käyttö tuki hyvin työn selkeänä pitämistä ja helppolukuisuutta, kun lukija voi yhdellä silmäyksellä nähdä sen, mitä tutkija haluaa kertoa. Joten ajankäyttäminen tähän osaan oli aiheellista.

Opinnäytetyöprosessin oppimista tuki aloitusseminaari, josta konkreettinen tekeminen työn valmistumiseksi vasta kunnolla alkoi. Aloitusseminaari sai pohtimaan monia tutkimukseen liittyviä valintoja ja yleisöstä sekä ohjaajalta sai paljon uusia ajatuksia esimerkiksi tutkimusmetodin valintaan. Seminaarikäytäntö opetti prosessiajattelua ja neuvojen vastaanottamista työn tekemisessä. Aloitusseminaari käynnisti prosessiajattelun tutkimusmetodien valinnasta. Se alkoi omalla pohdinnalla esitysrunkoa kootaessa, jolloin tutkija mietti, oliko kyseessä laadullinen vai määrällinen tutkimus ja miten aineisto kerättäisiin käytännössä. Tämä aiheutti paljon keskustelua seminaaripäivänä ja sai aikaan lisää pohdintaa valituista metodeista. Tämä prosessiajattelu sekä tietomäärän lisääntyminen teoriaosuuteen perehtyessä johtivat lopulta valittuihin menetelmiin, jotka vaihtuivat ensin kaavaillusta.

Lisäksi aloitusseminaarissa opinnäytetyön tekemiseen saatiin kehotuksen ohjaajalta, että teoriaosuus olisi hyvä olla pitkälle valmis ennen aineiston keruuta. Kyselylomaketta laatiessa tämän neuvon tärkeys ymmärrettiin: ilman kattavaa teoriapohjaa lomakkeen laatiminen olisi ollut haastavampaa ja lopputulos tuskin olisi ollut yhtä hyvä. Erityisesti tutkimusmetodeis-

ta hankittu teoretieto auttoi aineiston keruun suunnittelussa ja toteutuksessa.

Vaikka aikataulu oli loppujen lopuksi tiukka, osasi opinnäytetyönteosta nauttia. On tyydyttävää huomata saavansa valmista aikaan. Opinnäytetyöprosessin aikana ei saatu paljoa ohjausta aloitusseminaaria, joten työn eteneminen ja sen lopputulos olivat täysin tekijän vastuulla. Kuitenkin työ eteni hyvin alkuun päästyään, ja lopputulos oli tutkijalla selkeänä kuvana mielessä, mikä helpotti työn valmistumista. Toki suurempi ohjauksen osuus olisi saattanut vaikuttaa myönteisesti sisältöön, sillä toinen näkökulma olisi saattanut tuoda jotain uutta ajatusta työn tekijälle, mitä muuten ei ehkä olisi keksitty.

Toimeksiantaja uskoo pystyvänsä hyödyntämään opinnäytetyön tuloksia ja työtä kokonaisuudessaan jatkossa. Toimeksiantajalle opinnäytetyö tuotti uutta tietoa, mutta myös varmuutta siitä, että Cafe Merenneidon ympäristömyönteisyys on positiivinen asia myös liiketoiminnan kannalta. Opinnäytetyö tarjoaa uutta informaatiota siitä, kuinka kestävä kehitys toimenpiteitä voidaan lisätä pk-yrityksessä, kuinka niitä voidaan markkinoida asiakkaille sekä kuinka kartoittaa asiakaskunnan ympäristöarvoja.

LÄHTEET

- Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos. Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Asikainen, H-M. 2006. Toimiston ympäristöasiat. Teoksessa Sarkkinen, S. (toim.) Ympäristövastuu työpaikalla. Säästä luontoa ja rahaa. Helsinki: Edita, 10–107.
- Biodynaaminen yhdistys. n.d. Viljely. Viitattu 21.5.2015. <http://biodyn.fi/viljely/>
- EkoCentria. n.d. Portaat luomuun. Ohjelma ammattikeittiöille. Viitattu 6.5.2015. www.portaatluomuun.fi.
- Espoo. 2015. Tietoa Espoosta. Reilun kaupan kaupunki. Viitattu 23.5.2015. http://www.espoo.fi/fi-FI/Espoon_kaupunki/Tietoa_Espoosta/Reilu_Espoo
- EU-ympäristömerkki. n.d. Viitattu 21.5.2015. <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/>
- Fortum. 2015. Sähkön alkuperä. Viitattu 29.5.2015. <http://www.fortum.com/countries/fi/sahko/sahkon-alkupera/pages/default.aspx>
- Fritze, J. & Ovaska, M. (toim.) 2015. WWF. Kuluttajan kalaopas. Viitattu 7.6.2015. <http://wwf.fi/mediabank/7176.pdf>
- Heinon tukku. n.d. Tukkukaupalla tuontia. Parhaat palat Heinon maahan-tuomista juustoista ja lihajalosteista. Viitattu 21.5.2015. <http://heinontukku.fi/materiaali/HT-Juustot-ja-lihavalmisteet-220811.pdf>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy..
- HSY. 2012. Jätehuoltomääräykset. Pääkaupunkiseudun ja Kirkkonummen yleiset jätehuoltomääräykset. Viitattu 17.5.2015. <https://www.hsy.fi/sites/Esitteet/EsitteetKatalogi/Jatehuoltomaaraykset2012.pdf>
- Ilmasto-opas.fi. Metaani. Viitattu 6.5.2015. <https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/ilmio/-/artikkeli/dec264e2-6350-418c-a1bc-3ef7c80676aa/metaani.html>
- Joutsenmerkki. n.d.a. Kriteerit. Kosmetiikkatuotteet. Viitattu 21.5.2015 <http://joutsenmerkki.fi/kriteerit/kosmetiikkatuotteet-shampoo-ja-saippua/>
- Joutsenmerkki. n.d.b. Tietoa kuluttajalle. Viitattu 21.5.2015. <http://joutsenmerkki.fi/joutsenmerkki/>

Joutsenmerkki. n.d c. Yrityksille. Viitattu 21.5.2015.
<http://joutsenmerkki.fi/yrityksille/>

Jätelaki 646/2011. Viitattu 6.5.2015.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2011/20110646>

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta. Sanoista teoiksi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Koivuporras, T-L. 2006. Pankkisektorin yhteiskuntavastuu. Teoksessa Kallio, T. & Nurmi, P. (toim.) Vastuullinen liiketoiminta. Peruskysymyksiä ja esimerkkejä. Turun kauppakorkeakoulun julkaisu. Tampere: Esa Print Tampere, 53–70.

Koljonen, K. 2012. Sekajätteestä jopa puolet biojätettä. Maaseudun tulevaisuus. 6.12.2012 Viitattu 6.5.2015.
<http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/ymp%C3%A4rist%C3%B6/sekaj%C3%A4tteen-seassa-jopa-puolet-bioj%C3%A4tett%C3%A4-1.29391>

Lahtela, J. 2006. Ympäristölainsäädäntö – vastuut ja velvollisuudet. Teoksessa Sarkkinen, S. (toim.) Ympäristövastuu työpaikalla. Säästä luontoa ja rahaa. Helsinki: Edita, 185–214.

Luomu. n.d.a. Luomu – hyvää ympäristölle ja ihmiselle. Viitattu 21.5.2015. <http://luomu.fi/miksi-luomua/>

Luomu. n.d.b. Luomun tunnistaa merkistä. Viitattu 21.5.2015
<http://luomu.fi/ruoka/luomumerkit/>

Luomu. n.d c. Luomua hyvin saatavilla. Viitattu 21.5.2015
<http://luomu.fi/ruoka/mista-luomua-voi-ostaa/>

Martat. n.d. Kodinhoito. Isoäidin siivousvinkit. Viitattu 21.5.2015.
<http://www.martat.fi/kodinhoito/siivous/isoaidin-siivousvinkit/>

MMM. 2013. Lähirookaa – totta kai! Hallituksen lähirookaohjelma ja lähirookasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Juvenes Print.

Mäkelä, K. (toim.) 2014. Espoo guide. Erweko Painotuote.

Nordic Health System. n.d. Kodintuotteet. Viitattu 21.5.2015
<http://www.nhs.fi/category/4/kodin-tuotteet>

Nurmi, P. 2006. Ympäristövastuu ja -raportointi pk-yrityksessä. Teoksessa Sarkkinen, S. (toim.) Ympäristövastuu työpaikalla. Säästä luontoa ja rahaa. Helsinki: Edita, 136–141.

Pihkola, H. 2006. Ympäristöarvot osana liiketoimintaa. Teoksessa Kallio, T. & Nurmi, P. (toim.) Vastuullinen liiketoiminta. Peruskysymyksiä ja esimerkkejä. Turun kauppakorkeakoulun julkaisu. Tampere: Esa Print Tampere, 31–49.

Pohjoismainen ympäristömerkintä. 2013. Joutsenmerkin kriteerit. Ravintolat. Versio 1.5. 13.joulukuuta 2006–30. kesäkuuta 2015. Viitattu 21.5.2015. <http://joutsenmerkki.fi/wp-content/uploads/2013/08/Ravintolat-versio-1.5.pdf>

Reilu kauppa. n.d.a. Reilusta kaupasta. Mikä Reilu kauppa? Viitattu 23.5.2015. <http://www.reilukauppa.fi/meista/mikae-reilu-kauppa/>

Reilu kauppa. n.d.b. Tuotteet. Viitattu 23.5.2015
<http://www.reilukauppa.fi/tuotteet/>

Räsänen, K., Saarinen, M., Kurppa, S., Silvenius, F., Riipi, I., Nousiainen, R., Erälinna, L., Mattinen, L., Jaakkola, S., Lento, S. & Mäkinen-Hankamäki, S. 2014. Lähiruuan ekologisten vaikutusten selvitys. MTT Raportti 145. Jokioinen: MTT.

Silvennoinen, K., Koivupuro, H-K., Katajajuuri, J-M., Jalkanen, L. & Reinikainen, A. 2012. Ruokahävikki suomalaisessa ruokaketjussa. Foodspill-hankkeen 2010–2012 -hankkeen loppuraportti. MTT Raportti 41. Jokioinen: MTT.

Tilastokeskus. n.d. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. Viitattu 26.5.2015. <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

Valtioneuvoston periaatepäätös kestävien valintojen edistämisestä julkisissa hankinnoissa. 8.4.2009. Viitattu 26.5.2015.
http://www.kuhaoy.fi/@Bin/1576394/Vn_periaatep%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s%20kest%C3%A4vien%20hankintojen%20edist%C3%A4miseksi080409.pdf

WCED.1987. Our common future. Report on the World Conference on the Environment and Development. Oxford: Oxford University Press.

WWF. 2014. Näin toimimme. Viitattu 7.5.2015. <http://wwf.fi/vaikutakanssamme/yhteistyoyritystenkanssain-toimimme/>

WWF. n.d. Kalaopas. MSC-sertifikaatti. Viitattu 7.6.2015.
<http://wwf.fi/vaikuta-kanssamme/kalaopas/MSC-sertifikaatti-1435.a>

Ympäristöministeriö. 2013. Mitä on kestävä kehitys? Viitattu 11.5.2015.
http://www.ym.fi/fi-FI/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys

Ympäristöministeriö. 2012. Ajankohtaista jätelainuudistuksesta. Ympäristöministeriön julkaisu. Viitattu 24.5.2015. <http://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Jatteet>

Ympäristönsuojelulaki 527/2014. Viitattu 24.5.2015.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20140527>

Ympäristöosaava ammattilainen. n.d. Ruokapalveluala. Viitattu 26.5.2015
<http://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/>

KYSELYLOMAKE

Hei, olen kestävän kehityksen opiskelija Hämeen ammattikorkeakoulusta ja teen opinnäytetyöni Cafe Merenneidolle. Opinnäytetyöni tavoitteena on luoda suunnitelma toimintatavoista, joilla kahvila voi muuttaa toimintaansa kestävämmäksi. Tällä kyselyllä kartoitan Teidän, Cafe Merenneidon asiakaskunnan ympäristöarvoja ja ideoita kahvilatoimintamme parantamiseksi. Kiitos jo etukäteen vastauksestanne, se merkitsee minulle paljon!

Ystävällisin terveisin Elina Siirilä

Syntämävuosi/ Year of Birth:

Pvm/Date:

Sukupuoli/Gender:

Kotipaikkakunta/Hometown:

1. Oletteko käyneet Cafe Merenneidossa aikaisemmin? Have you visited Cafe Merenneito before?
kyllä (yes) / ei (no)

2. Oletteko huomannut muutoksia kahvilan toiminnassa? Jos on niin millaisia? Have there been changes in Cafe Merenneito? If so, what kind?

3. Oletteko kiinnostuneet ympäristöasioista? Are you interested in environmental matters?
kyllä (yes) / ei (no) / eos (don't know)

4. Olisitteko kiinnostuneita lisäämään seuraavia tuotteita kahvilan valikoimiin? Are you interested in adding these products in Cafe Merenneito's selection?

- | | |
|---|-------------------|
| - luomuvoileipä (organic sandwich) | kyllä / ei |
| - luomupulla (organic sweet pastry) | kyllä / ei |
| - Reilun kaupan tee/kahvi (Fair trade tea/coffee) | kyllä / ei |
| - luomutee/kahvi (organic tea/coffee) | kyllä / ei |
| - luomuoluita/siidereitä/viiniä (organic beer/cider/wine) | kyllä / ei |
| - Reilun kaupan viiniä (Fair trade wine) | kyllä / ei |

5. Ostatteko näitä kestävästi tuotettuja tuotteita yleensä? Do you usually buy these sustainably produced products?
kyllä / ei / eos

6. Lisääkö Cafe Merenneidon ympäristömyönteisyys halukkuuttanne toimia täällä asiakkaana? Is Cafe Merenneito's positive approach to environmental matters adding Your interest to be a customer here?
kyllä / ei / eos

8. Haluatteko antaa muuta palautetta Cafe Merenneidolle? Voitte jatkaa vastaustanne kääntöpuolelle. Something else on Your mind?

SUURKIITOS VASTAUKSESTANNE!