

Satu Almgrén

RAVITSEMISALAN
AMMATILAISTEN NÄKEMYKSIÄ
AMMATTIKEITTIÖTYÖN
IMAGOTEKIJÖISTÄ

Opinnäytetyö
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma


Marraskuu 2014




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

| | |
|---|---|
|  | Opinnäytetyön päivämäärä 24.11.2014 |
| Tekijä(t) Satu Almgrén | Koulutusohjelma ja suuntautuminen Palveluliiketoiminta Restonomi YAMK |
| Nimeke Ravitsemisalan ammattilaisten näkemyksiä ammattikeittiötyön imagotekijöistä | |
| Tiivistelmä Opinnäytetyön tavoitteena oli saada uutta tutkimustietoa Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja-hankkeen jatkotoimiksi sekä Ammattikeittiöosaajat ry:n toiminnan suunnittelua varten. Lisäksi kartoitettiin ammattialan täydennyskoulutustarpeita ja koulutusmuotoja sekä ammattialan viestinnällisiä menetelmiä. Toimeksiantaja oli Ammattikeittiöosaajat ry. Opinnäyte oli työelämälähtöinen kehittämistehtävä. Tutkimusmenetelminä käytettiin kvalitatiivisia menetelmiä; teemahaastatteluja ja puhelinhaastatteluja sekä kvantitatiivista menetelmää; verkkokyselyä. Tulokset osoittivat ammattialan arvostusta nostaviksi tekijöiksi toimialan yhteiskunnallisen merkityksellisuuden, oman työn arvostamisen sekä hyvän ruoan ja asiakaspalvelun korkean tason. Lisäksi kannustavan palautteen saaminen esimieheltä, kollegoilta tai asiakkaalta nousi erittäin tärkeäksi ammattialan arvostusta nostavaksi tekijäksi. Ravitsemisalan ammattinimikkeistön yhtenäistäminen vaatii kehittämistä. Ammattialan tämän hetken keskeisimmät täydennyskoulutustarpeet kohdistuvat hankintaprosesseihin, henkilöstöjohtamiseen sekä viestintä- ja tietotekniikkataitoihin. Tulevaisuuden koulutustarpeeksi nostettiin kestävä kehitys ja ympäristöosaaminen, laite- ja teknologiaosaaminen sekä viestintä- ja tietotekniikkataitoihin liittyvä koulutus. Kyselyn perusteella Ammattikeittiöosaajat ry:ltä toivotaan täydennyskoulutusta viestintä- ja tietotekniikkaan, vastuullisuuteen, kestäväan kehitykseen, ympäristöosaamiseen, henkilöstöjohtamisen osaamiseen sekä laite- ja teknologiaosaamiseen. Tulosten perusteella sopivina koulutusmuotoina pidettiin lähi- ja monimuoto-opetusta sekä verkko-opetusta. Kyselyn mukaan sosiaalisen median käyttöä merkityksellisenä viestintäkanavana on lisättävä. Viestinnän kehittämiskohteeksi ammattikeittiössä nousi viestinnän suunnitelmallisuus ja sen taloudellinen resursointi. Ammattikeittiöiden viestinnän pääteemaksi esitettiin julkisen ruokapalvelun merkityksen korostamista hyvinvointiyhteiskunnassa. Viestinnän kohderyhmänä ovat nuoret, päättäjät ja alan tulevat työntekijät. Hankkeiden viestintää on syytä kohdentaa myös alan työpaikoille. | |
| Asiasanat (avainsanat) Ammattikeittiöt, elintarvikeketjut, hankkeet, vastuullisuus, arvostus, viestintä | |
| Sivumäärä 61 s. + liitteet 2 kpl | Kieli Suomi |
| Huomautus (huomautukset liitteistä) Ohjaavan opettajan nimi Teija Rautiainen | |
| Opinnäytetyön toimeksiantaja Ammattikeittiöosaajat ry. | |

DESCRIPTION

| | |
|--|---|
|  | Date of the master's thesis 24.11.2014 |
| Author(s) Satu Almgrén | Degree programme and option Master's degree in Hospitality Management |
| Name of the master's thesis Catering professionals views on the image factors of professional kitchen | |
| Abstract The purpose of this study was to gain new information for planning further the campaign Image improvement campaign of the professional kitchen industry – appreciation for professional kitchens in addition to planning the activities of Ammattikeittiöosaajat ry (Association of kitchen professionals). The purpose of this study was also to gain information about the updating training needs and forms of training as well as the communicative methods of the industry. The client was Ammattikeittiöosaajat ry. The thesis is a work-based development assignment. The research methods included qualitative methods, namely focused interviews and in addition to a quantitative method, namely an online survey was used. According to the results, the factors that improve the appreciation of the industry are a meaningful job in the society, an appreciation for of one`s own job as well as good food and customer service. In addition, receiving encouraging feedback from a superior, co-worker or customer became a very important factor that improves appreciation for of the industry. Development is needed in order to standardise the job titles in the catering industry. Updating training needed in the industry at the moment includes procurement know-how, human resource management as well as communication and information technology skills, sustainable development and environmental know-how and equipment and technology know-how skills. A suggestion for further development for Ammattikeittiöosaajat ry is that they organise updating training concerning for instance communication and information technology, responsibility, sustainable development and environmental know-how. Based on the results, suitable forms of teaching are contact teaching, blended learning or e-learning. The study indicated that the use of the social media as a relevant communication channel must be increased. In terms of communication, professional kitchens need to improve the planning of communication and the financial resourcing of activities. The main theme of communication in professional kitchen should focus on the significance of catering services in welfare society. Decision-makers and future employees form the target group of communication. | |
| Subject headings, (keywords) Professional kitchen, food supply chain, enterprise, responsibility, appreciation, communication | |
| Pages 61 pgs. + 2 appendices | Language Finnish |
| Remarks, notes on appendices | |
| Tutor Teija Rautiainen | Master's thesis assigned by Ammattikeittiöosaajat ry. |

SISÄLTÖ

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | JOHDANTO | 1 |
| 2 | TYÖN TAVOITTEET | 2 |
| 3 | RUOKAPALVELUIDEN MERKITYS SUOMESSA | 2 |
| 4 | SUOMALAINEN ELINTARVIKKEKETJU | 4 |
| 5 | SUOMALAINEN RUOKAPOLITIIKKA..... | 6 |
| 5.1 | Ruokapolitiikka..... | 6 |
| 5.2 | Kansallinen ruokastrategia ja ruokapoliittinen selonteko | 7 |
| 5.3 | Ruokaketjun toimenpideohjelma | 8 |
| 6 | RUOKAKETJUHANKKEET | 10 |
| 6.1 | Ruokaketjun toiminnan edistämishankkeet | 10 |
| 6.2 | Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja - hanke..... | 11 |
| 6.2.1 | Hankkeen tavoitteet | 11 |
| 6.2.2 | Toimenpiteet vuonna 2013..... | 12 |
| 6.2.3 | Viestinnän merkitys arvostukseen | 13 |
| 7 | RUOKAPALVELUTOIMINNAN OSA-ALUEITA..... | 14 |
| 7.1 | Ruokapalvelutoiminta ja työn arvostus | 14 |
| 7.1.1 | Vetovoimaisuus | 16 |
| 7.1.2 | Ruokakulttuurin ja ruoan arvostus..... | 18 |
| 7.2 | Osaamisen kehittäminen..... | 18 |
| 7.2.1 | Työyhteisö- ja henkilökohtainen osaaminen..... | 19 |
| 7.2.2 | Ammattialan osaamistarpeet ja kehittäminen..... | 20 |
| 7.3 | Ruokapalvelutoiminnan vastuullisuus..... | 21 |
| 7.3.1 | Ruokaketjun vastuullisuuden ulottuvuudet | 21 |
| 7.3.2 | Vastuullisuus ammattikeittiössä | 23 |
| 7.4 | Lähiruoka..... | 24 |
| 7.5 | Ammattialan viestintä | 26 |
| 7.5.1 | Ammattialan viestinnän merkitys | 26 |
| 7.5.2 | Tulevaisuuden viestintä..... | 27 |
| 8 | KEHITTÄMISTEHTÄVÄN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI..... | 29 |
| 9 | KEHITTÄMISTEHTÄVÄN TOTEUTUS | 29 |

| | | |
|-------|---|----|
| 9.1 | Kehittämistehtävän lähtökohdat..... | 29 |
| 9.2 | Tutkimusmenetelmien valinta..... | 30 |
| 9.3 | Tiedonkeruumenetelmät | 31 |
| 9.3.1 | Haastattelu | 31 |
| 9.3.2 | Kysely | 34 |
| 10 | TULOKSET | 37 |
| 10.1 | Vastaajien taustatiedot..... | 37 |
| 10.2 | Ruokapalvelutoiminta ja työn arvostus | 37 |
| 10.3 | Osaamisen kehittäminen..... | 43 |
| 10.4 | Ruokapalvelutoiminnan vastuullisuus..... | 46 |
| 10.5 | Lähiruoka..... | 48 |
| 10.6 | Ammattialan viestintä | 50 |
| 10.7 | Ammattialan hankkeet..... | 52 |
| 11 | YHTEENVETO TULOKSISTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET | 53 |
| 12 | POHDINTA | 58 |
| | LÄHTEET | 62 |

LIITTEET

1 Saate

2 Verkkokysely

1 JOHDANTO

Ammattikeittiöiden palveluja käyttää jokainen suomalainen elämän eri vaiheissa. Ruoka on suomalaisille kunnia-asia ja päivittäinen ruokailu julkisen ruokapalvelun ammattikeittiöissä monelle tärkeä hetki. Ammattityö vaatii laaja-alaista osaamista ruoanvalmistukseen, ravitsemukseen, vastuullisuuteen, viestintään, markkinointiin, henkilöstöhallintaan, hankintoihin, taloudellisiin sekä työyhteisöosaamiseen liittyvissä asioissa. Ammattikeittiöiden osaavan henkilöstön valmistama maukas ruoka ei saa olla itsestäänselvyys. Ammattikeittiöiden arvostus nousee henkilöstön oman työn arvostuksella ja ammattiylpeydellä sekä ammattitaidolla.

Opinnäytetyössä selvitetään Ravitsemisalán ammattilaisten näkemyksiä ammattikeittiötyön imagoitekijöistä. Tutkimuksen toimeksiantaja on Ammattikeittiöosaajat ry, joka on valtakunnallinen yhdistys ja jonka jäsenet toimivat alan esimies-, tuotanto-, opetus-, neuvonta-, tuotekehitys- ja markkinointitehtävissä. Yhdistys toimii ammattikeittiöalan sitoutumattomana asiantuntijaorganisaationa. Opinnäytetyön yhteyshenkilönä toimi Ammattikeittiöosaajat ry:n toiminnanjohtaja Marjut Huhtala.

Opinnäytetyön lähtökohta oli Ammattikeittiöosaajat ry:n tarve saada uutta tutkimustietoa Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja - Arvostusta ammattikeittiöille hankkeen jatkotoimiksi. Lisäksi selvitettiin ravitsemisalán toimijoiden kehitysideoita Ammattikeittiöosaajat ry:n toiminnan suunnittelemiseksi sekä millaista ammatillista täydennyskoulutusta sekä viestinnällisiä menetelmiä alalla tarvitaan.

Ammattikeittiöosaajat ry:n koordinoima imagonkohotuskampanja hanke on Maa- ja metsätalousministeriön rahoittama ruokaketjuhanke. Hankkeen tavoitteena on lisätä ruoan, ruoantekijöiden ja ruokakulttuurin arvostusta sekä edistää terveellisiä ruokatuksia. Ammattikeittiöosaajat ry. on toteuttanut hanketta vuosien 2010 - 2014 aikana. Kampanjan myötä on muun muassa luotu Herkkuammatti.fi -sivusto ja suunniteltu valtakunnallinen Kouluruokadiplomi-malli.

Opinnäyte on työelämälähtöinen kehittämistehtävä, jolla tavoitellaan suoraan päätöksentekoon ja toimintaan käytännön hyötyjä. Tutkimusmenetelminä käytettiin kvalitatiivisia menetelmiä; teemahaastatteluja ja puhelinhaastatteluja sekä kvantitatiivista menetelmää; verkkokyselyä.

Opinnäytetyön tekijä on toiminut noin 20 vuotta eri tehtävissä julkisen sektorin ruokapalveluissa. Työelämän motto on ollut: oman työn, työntekijöiden, ruoan ja ammattialan arvostuksen nostaminen.

2 TYÖN TAVOITTEET

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada uutta tietoa Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja – arvostusta ammattikeittiöille hankeen jatkotoimien suunnittelua varten sekä Ammattikeittiöosaajat ry:n toiminnan suunnittelua varten. Lisäksi tavoitteena oli saada tietoa ammattialan täydennyskoulutustarpeesta ja koulutusmuodoista sekä ammattialan viestinnällisistä menetelmistä.

Opinnäytetyössä toteutettiin verkkokysely, jonka tavoitteena oli kartoittaa Ammattikeittiöosaajat ry:n jäsenien näkemyksiä vastuullisista ja kestävästä toimintatavoista sekä tietämystä ravitsemisalalan hankkeista ja niiden soveltamisesta omaan toimintaympäristöön. Lisäksi kyselyn teemoina olivat seuraavat aihealueet: ruokapalvelutoiminnan ja työn arvostus, työyhteisön ja itsensä kehittäminen ja lähiruoan käyttö ruokapalvelussa. Kyselyn tuloksia täydennettiin teemahaastatteluilla, joissa selvitettiin ammattialan asiantuntijoiden mielipiteitä ja näkemyksiä tarkasteltavista aihe-alueista.

3 RUOKAPALVELUIDEN MERKITYS SUOMESSA

Julkisilla ruokapalveluilla on Suomessa pitkät perinteet ja ne ovat merkittävä ravitsemuspolitiikan väline. Terveystieteiden tutkimuskeskus (THL) korostaa ruokapalveluissa tarjottavien aterioiden vaikutusta kansanterveyteen, koska ne antavat terveellisen ruokavalion mallin, jonka vaikutukset ulottuvat myös muuhun ruokailuun. Julkisiin ruokapalveluihin kuuluvat päiväkodit, koulut, työpaikat, varuskunnat ja sairaalat sekä muut ruokapalveluja tarjoavat yritykset. (THL 2014.) Kunnat ja valtio tuottavat julkisen sektorin ruokapalveluista 85 % (EkoCentria 2012).

Ammattikeittiöiden ja julkisen ruokapalvelun toimintaa ohjaavat useat EU:n ja kansalliset suositukset. Suosituksiin vaikuttavat oma ruokakulttuurimme ja elintarviketarjonta. Noudatettavia suosituksia ovat esimerkiksi suomalaiset ravitsemussuosituksiset, kou-

luruokasuositus ja sairaalaruokasuositus. Lisäksi erilaiset ministeriöiden raportit ja ohjeistukset ohjaavat ruokapalveluiden toimintaa. Sosiaali- ja terveysministeriön Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa -raportissa antaa toimenpidesuosituksia ravitsemuslaadun kehittämistä. Julkisten ruokapalveluiden laatukriteerit -raportti opastaa vuorostaan laatukriteereiden laatimiseen ruokapalveluissa. Elintarvikkeiden hankintaohjeistus on julkiselle sektorille tarkoitettu opas ostotoimintaa varten. Julkiset hankinnat on kilpailutettava hankintalain ja -asetuksen mukaisesti.

Ruokapalvelut muokkaavat käsityksiämme ja suhtautumistamme ruokaan, kuluttajat tutustuvat uusiin ruokatrendeihin ja ruokakulttuureihin. Ruokakulttuurilla tarkoitetaan ajan saatossa kehittyneitä ja opittuja ruoan käytön tapoja ja tottumuksia (Lintukangas, 2014b, 10). Sosiaali- ja terveysministeriön (2010,3) mukaan joukkoruokailu on keskeinen osa suomalaista ruokakulttuuria ja sen merkitys yleisen hyvinvoinnin, terveyden ja työvireyden kannalta on tärkeä. Joukkoruokailulla tarkoitetaan kodin ulkopuolella tapahtuvaa järjestettyä ruokailua, jonka toteuttajina julkiset tai yksityiset ruokapalveluyritykset (THL 2014).

Ruokapalveluiden merkitys kansantaloudelle on merkittävä. Julkiset ruokapalvelut, kuten päiväkodit, koulut ja sairaalat ja valtion virastot, käyttävät vuosittain yhteensä yli 300 miljoonaa euroa ruokapalvelujen ostoon. (Laatuketju 2014c). Lisäksi The Hospitality Sector in Europe 2013- tutkimuksen (2013,92) mukaan 116 000 suomalaista työskenteli vuonna 2010 erilaisissa majoitus- ja ravitsemisalalan tehtävissä. Esimerkiksi hotelleissa, baareissa, ravintoloissa ja leirintä - alueilla. Työvoimasta 18 % eli noin 20 000 ateriapalveluissa sekä koulu- ja henkilöstöruokailussa. Tilastokeskuksen (2014) mukaan majoitus- ja ravitsemistoimialan henkilöstömäärä vuonna 2012 oli 50 040. Ruokapalvelut ovat merkittävä työllistäjä, koska alan työpaikkojen määrä on lisääntynyt viimeisten 15 vuoden aikana 37 % (Laatuketju 2014c). Opetushallitus ennakoii vuosien 2008–2025 aikana avautuvan ravitsemisalalan työntekijätehtäviin 29 000 uutta työpaikkaa. (Opetushallitus 2013b). Maa- ja metsätalousministeriön raportissa todettiin, että ruokapalvelujen merkitys tulevaisuudessa on pikemmin kasvava kuin vähenevä.

Suomessa toimii noin 19 000 ammattikeittiötä, joissa valmistetaan vuoden aikana yli 904 miljoonaa ateriaa ja julkisissa ruokapalveluissa yli 435 miljoonaa ateriaa. Vuonna 2013 julkisen sektorin keittiöitä oli 8733 kpl, joista valmistuskeittiöitä 3835 kpl ja

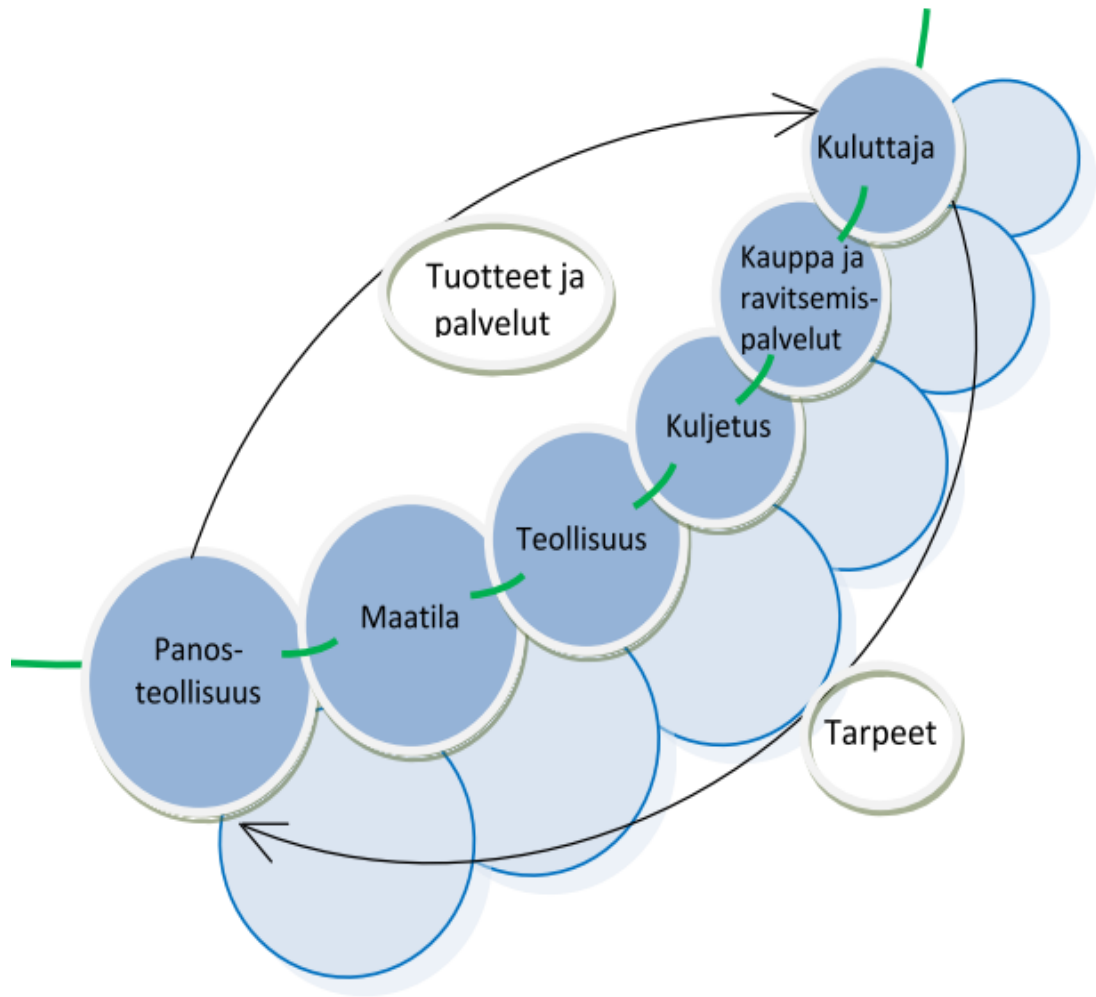
jakelukeittiöitä, joissa ei valmisteta ruokaa 5351 kpl. (FCG. 2014, 4-5.) Ruokapalvelukartoitus 2014 -tutkimuksen mukaan keittiöverkosto on keskittynyt vuoden 2011 - 2013 välisenä aikana, koska keittiöiden määrä on vähentynyt 565 kappaleella. (Ruokapalvelukartoitus 2014,26, 37.)

Päivittäin ruokapalvelujen piirissä, päiväkodeissa, oppilaitoksissa, sairaaloissa ja työpaikoilla ruokailee päivittäin 75 % suomalaisista (Maa- ja metsätalousministeriö 2010a, 12). Julkisen ruokapalvelun tuottamista ruoka-annoksista yli 90 % tarjoillaan kunnan tukipalveluissa, merkittävämpänä koulu- ja oppilasruokailu. Tutkimuksen mukaan vuonna 2011 jokainen suomalainen söi keskimäärin 165 kodin ulkopuolista ateriaa, näistä julkinen ruokapalvelu tarjosi puolet. (THL 2014.)

Ruokapalvelujen tarjonta on monipuolistunut viime vuosina voimakkaasti, muun muassa väestön ikääntyminen lisää erityyppisten ateriapalvelujen kysyntää tulevaisuudessa. (Laatuketju 2014e.) Nälän tyydyttämisestä siirrytään kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin korostamiseen. Tästä seuraa että, kuluttajan muuttuvat tarpeet sekä kulutuksen erilaistuminen vaatii vuoropuhelua alan eri toimijoiden kesken. Ihalainen (2012b) arvioi yritysten panostavan entistä enemmän asiakkaiden muuttuvien tarpeiden tunnistamiseen. Tästä syystä yhteistyö eri toimijoiden, kuten alkutuottajien, kaupan, ruokapalveluiden ja jalostuksen välillä korostuu. (MTT 2012, 22–23.)

4 SUOMALAINEN ELINTARVIKKEKETJU

Suomalainen elintarvikeketju alkaa maatilalta ja päättyy asiakkaan lautaselle. Elintarvikeketjun tarkoitus on tarjota kautta maan kuluttajalle laajoja valikoimia turvallisia ja korkealaatuisia tuotteita ja palveluita kansallisia vahvuuksia hyödyntäen. Lisäksi koko ketju kehittää yhteistyössä toimintaansa ja toimii asiakaslähtöisesti ja kilpailukykyisesti vastuullisia toimenpiteitä etsien ja toteuttaen. (Maa- ja metsätalousministeriö 2011,3.) Elintarvikeketjulla (kuva 1.) tarkoitetaan ruoan kulkureittiä alkutuotannosta jalostuksen kautta kauppaan ja kuluttajalle (Maa- ja metsätalousministeriö 2010b, 10).



KUVA 1. Elintarvikeketju (Laatuketju 2014c)

Suomalaisen elintarvikeketjun laatutyö perustuu kuluttajalähtöisyyteen, kilpailukyvyn parantamiseen ja vastuulliseen toimintaan, jotka saavutetaan eri toimijoiden yhteistyöllä. Yhteistyöllä parannetaan ketjun kilpailukykyä ja ruoan arvostusta. Suomessa sekä kansainvälisessä elintarviketuotannossa tarvitaan entistä tiiviimpää yhteistyötä ruokasektorin eri toimijoiden välillä. (Laatuketju 2014). Hyvin toimivassa elintarvikeketjussa kuluttajan tekemät valinnat ohjaavat alkutuotantoa, teollisuutta, kaupaa ja ravitsemispalveluja toimimaan asiakaslähtöisesti. (Maa- ja metsätalousministeriö 2011, 3.)

Elintarvikeketju on osa toimivaa kansantaloutta. Kotimaisella elintarviketuotannolla on merkittävä vaikutus työllisyyteen, alueelliseen, maaseudun elinvoimaisuuteen ja huoltovarmuuteen. (Laatuketju 2011b, 4.) Päivittäistavaroiden vähittäismyynnin arvo oli vuonna 2013 noin 16,5 miljardia euroa, josta 80 % elintarvikkeista.

5 SUOMALAINEN RUOKAPOLITIikka

Suomalainen ruokapolitiikka on itsenäinen osa hallitusohjelmaa. Toimintaa ohjaa Ruokapolitiikan neuvottelukunta joka ohjaa Maa- ja metsätalousministeriön ruokapolitiikkaa. Neuvottelukunnan alaisuudessa toimii kolme jaostoa: valtion ravitsemusneuvottelukunta, elintarvikelainsäädännön ja valvonnan jaosto sekä elintarvikeketjun kehittämisen- ja viestintäjaosto. Maa- ja metsätalousministeriön tavoitteena on suomalaisesta ruoasta ja uusiutuvista luonnonvaroista saatava kestävä hyvinvointi. Suomalaista ruokapolitiikka ohjaa kansallinen ruokastrategia, ruokapoliittinen selonteko sekä hallituksen luomu- ja lähiruokaohjelmat. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014b.)

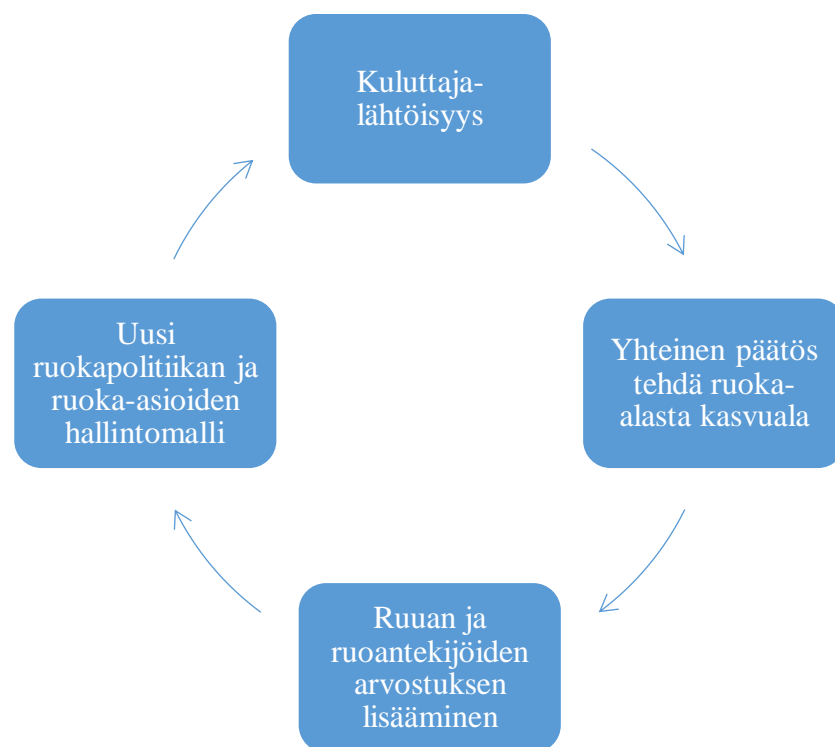
5.1 Ruokapolitiikka

Ruokapolitiikka kirjattiin vuonna 2011 hallitusohjelmaan. Ruokasektori kuvattiin tulevaisuuden kasvualana, jossa yhteistyötä ja kilpailukykyä kehitetään kansallisen ruokastrategian suuntaviivojen mukaan. (Maa- ja metsätalousministeriö 2011, 3.) Suomen hallituksen vuoden 2015 talousarvioesityksessä esitettiin, että ruoantuotannon toimintaedellytyksiä kehitetään edelleen sekä pyritään valmistamaan uusiutuvien luonnonvarojen kestävää käyttöä ja niihin liittyvien riskien hallintaa. Toimilla edistetään koko ruokaketjun vastuullisuutta. Lisäksi elintarviketurvallisuuden varmistaminen jatkuu. Keinoina ovat Euroopan unionin yhteinen maatalouspolitiikka, kansallinen tukipolitiikka, tutkimus, neuvonta ja valvonta sekä julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyön kehittäminen. (Valtioneuvosto 2014.)

Kuntien päätöksenteossa ruokapolitiikka ei ole vielä merkittävässä asemassa. Maa- ja metsätalousministeriön tutkimuksessa ravitsemuksen huomioonottaminen ja merkitys päätöksenteossa vaihteli suuresti. Ravitsemusta pidettiin tärkeänä osana, mutta ruokapolitiikan rooli vaihteli kuntakohtaisesti. Lisäksi tutkittiin kuntien ravitsemuspoliittista päätöksentekoa. Kunnista 70 % piti erittäin tärkeänä päiväkotien ja koulujen ruoan terveellisyyteen ja houkuttelevuuteen panostamista. Kunnista 51 % piti kunnan roolia erittäin tärkeänä kuntalaisten terveellisen ravitsemuksen edistämässä sekä 50 % kunnista suositusten noudattamista hankinnoissa erittäin tärkeänä. Huomioitavaa on että vain 59 % kunnista huomioi ravitsemuksen strategiassaan. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014c.)

5.2 Kansallinen ruokastrategia ja ruokapoliittinen selonteko

Vuonna 2010 valmistuneessa kansallisessa ruokastrategiassa linjattiin tulevaisuuden visio huomisen ruoasta vuoteen 2030 saakka (kuva 2). Strategia arvioi koko ruokasektorin muutostekijöitä ja loi eri toimijoiden yhteisen käsityksen siitä, miten Suomen ruokasektori säilyy kilpailukykyisenä. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014a.) Ruokastrategialla tarkoitetaan ruokaan liittyvää pitkän aikavälin arviointia sekä tavoitteen asettelua ja niiden saavuttamiseksi tarvittavien keinojen määrittelyä. (Maa- ja metsätalousministeriö 2010a, 10.) Kuvassa 2 on esitetty Kansallisen ruokastrategian vuoden 2030 vision toteutumiseen tarvittavat osa-alueet.



KUVA 2. Vuoden 2030 vision toteutumiseen tarvittavat osa-alueet (Maa- ja metsätalousministeriö 2010,5)

Kansallisen ruokastrategian tulevaisuuden visiossa huomisen ruoasta suomalaiset kuluttajat syövät vuonna 2030 maukasta, terveellistä, kestävästi tuotettua ja turvallista ruokaa. Lisäksi kuluttajalla on kyky tehdä tietoisia valintoja. Kysyntään vastaa läpinäkyvä, osaava, joustava ja kansainvälisesti kilpailukykyinen ruoka- ja palvelujärjestelmä. Alan kasvua tukee hyvin koordinoitu korkeatasoinen tutkimus- ja kehitystyö. (Ruokapoliittinen selonteko 2010, 3.)

Maa- ja metsätalousministeriö valmisteli valtioneuvoston ruokapoliittisen selonteon, jonka eduskunta hyväksyi 2011. Selonteko pohjautui kansallisen ruokastrategian esitykseen. Ruokapoliittisen selonteon (2010, 4) ydintoimenpiteet olivat seuraavat:

- turvataan koko suomalaisen ruokaketjun kannattavuus ja kilpailukyky
- luodaan suomalaiseen ruokaketjuun varmistettu jäljitettävyyss- ja vastuullisuusjärjestelmä
- tuetaan ruokaketjun kuluttajälähtöistä tutkimusta ja kehitystä ja tulosten käytäntöön soveltamista
- tuetaan lähi- ja luomuruokaa, ruokakasvatusta ja terveyttä edistäviä ruokavalintoja sekä varmistetaan julkisen sektorin hankintaosaaminen
- parannetaan yhteistyötä.

Selonteossa painotettiin joukkoruokailupalveluiden laadun, houkuttelevuuden ja saatavuuden parantamista. Julkiselle ruokapalvelulle ja erityisesti kouluruokailulle on turvattava riittävät resurssit sekä lisättävä julkisen sektorin hankintaosaamista. Suomessa joukkoruokailu on suosittua verrattuna muihin Euroopan maihin ja se ohjaa suomalaisten ravitsemus- ja kulutuskäyttäytymistä. Siksi julkisissa ruokapalveluissa on pystyttävä takaamaan laadukas ja maittava ruoka. (Ruokapoliittinen selonteko 2010,6.) Maa- ja metsätalousministeriö päivitti vuonna 2011 elintarviketalouden laatustrategiaohjelman Ruokaketjun toimenpideohjelmaksi, jonka keskeisinä toimenpiteinä nostettiin esille koko elintarvikeketjun vastuullinen työ suomalaisen ruoan ja sen arvostuksen nostamisessa. (Lintukangas 2014a, 14.)

5.3 Ruokaketjun toimenpideohjelma

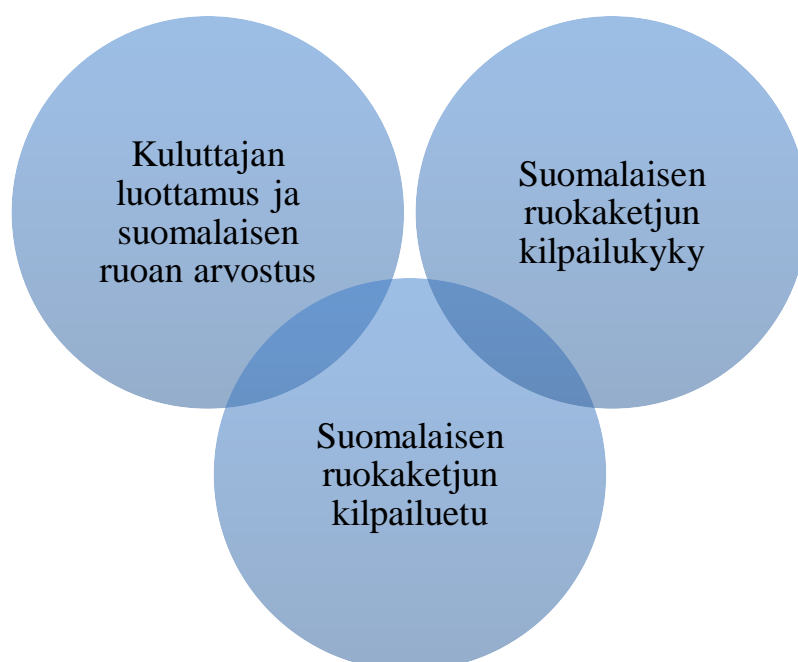
Ruokaketjun toimenpideohjelma on valtion strateginen kehittämisohjelma alkutuotannon, jalostuksen, kaupan eli koko elintarvikeketjun kilpailukyvyyn vahvistamiselle, jonka avulla halutaan tunnistaa suomalaisen elintarviketalouden vahvuudet ja heikkoudet. Ruokaketjun toimenpideohjelmassa esitetään suomalaisen ruokaketjun arvoiksi: kuluttajälähtöisyys, kilpailukyky ja vastuullisuus. Kuluttajälähtöisyys rakentuu asiakkaan kyvystä tehdä valintoja, joita ohjaavat tarpeet ja odotukset ja kysyntään vastaavat ruokaketjun osaavat toimijat, laadukkailla, turvallisilla tuotteilla ja palveluilla. Lisäksi kilpailukykyä tulee vahvistaa ja kannattavuus tulee turvata kansainvälisen kilpailun toimintaympäristössä. Elintarvikeketjun vastuullisuutta rakentaessa on noudatettava kestävän kehityksen periaatteita, huomioiden sosiaaliset, terveydelliset, ta-

loudelliset, eettiset, yhteiskunnalliset ja ympäristölliset tekijät. (Maa- ja metsätalousministeriö 2011, 2-3.)

Ruokaketjun toimenpideohjelman (Maa- ja metsätalousministeriö 2011, 4-5) tulevaisuuden vision toteutumiseksi vuodelle 2030 tarvitaan muun muassa seuraavia toimenpiteitä:

- nostetaan ruoan ja ruoantekijöiden arvostusta
- lisätään elintarvikeketjun toimijoiden avoimuutta näkyvyyttä
- ruokakulttuurin vaalimista
- varmistetaan kuluttajan luottamus suomalaisen tuotantoon ja palveluun
- huomioidaan kuluttajälähtöisyys uusien näkökulmien ja lisäarvojen kautta
- vahvistetaan yhteistyötä eri elintarviketoimijoiden kesken
- varmistetaan ruoantekijöiden ammattitaito turvaamalla alaan liittyvä koulutus
- lisätään lähi-, luomu- ja sesonginmukaisen ruoan tarjontaa ja käyttöä
- vahvistetaan suomalaisten luonnontuotteiden käyttöä
- monipuolistetaan ja erilaistetaan tuotevalikoimaa.

Toimenpiteiden kehittäminen ruokapolitiikan tavoitteiden saavuttamiseksi vaatii yhteistyötä eri elintarvikeketjun toimijoilta sekä suunnittelua eri hallinnon eri toimien välillä. Kuvassa 3 esitetään Ruokaketjun toimenpideohjelman päätavoitteet.



KUVA 3. Ruokaketjun toimenpideohjelman kolme päätavoitetta (Almgrén 2014)

Päätavoitteena on kuluttajan luottamuksen ja suomalaisen ruoan arvostuksen lisääminen muun muassa ruoan ja ruoantekijöiden arvostusta nostamalla. Ruoantekijöiden ammattitaidon varmistamiseksi on turvattava alaan liittyvä koulutus. Lisäksi suomalaisen kuluttajan on tiedostettava kotimaisen elintarvikeketjun toimintatapa, merkitys ja osaaminen.

Suomalaisen ruokaketjun kilpailukyky edellyttää toiminnan kokonaisuuden hallintaa. Päätavoitteelle on keskeistä kuluttajalähtöinen toiminta, tietovirtojen hallinta, logistinen tehokkuus ja toimitusvarmuus. Toiminnan on oltava kustannustehokasta, siten että elintarvike menestyy markkinoilla ja kuluttajalla on hyvä hinta/laatusuhde. Keskeisinä tavoitteina ovat muun muassa tukea kuluttajalähtöistä tutkimusta, edistää hyvien kauppatajien noudattamista ja yhteistyötä elintarvikeketjun eri toimijoiden kesken sekä tuotteistetaan.

Kolmas päätavoite on suomalaisen elintarvikeketjun kilpailuetu, jota mitataan kuluttajan luottamuksella. Tavoitteena on vahvistaa suomalaisen ruoan lisäarvona maukkautta, tuoreutta, terveellisyyttä, kohtuuhintaisuutta sekä tuotannon vastuullisuutta. Kilpailuetuna ovat jäljitettävyyden, vastuullisuus ja tuotekehitys. (Maa- ja metsätalousministeriö 2011, 5-7.)

6 RUOKAKETJUHANKKEET

Ruokaketjun edistämishankkeilla lisätään ruoan, ruoantekijöiden ja ruokakulttuurin arvostusta, edistetään terveellisiä ruokatuotteita sekä toteutetaan ruokapoliittisen selonteon tavoitteita tukevia toimenpiteitä. Maa- ja metsätalousministeriö (2014b) järjestää ja rahoittaa vuosittain ruokaketjun toiminnan edistämishankkeita ruokaketjun toimenpideohjelman tavoitteiden perusteella.

6.1 Ruokaketjun toiminnan edistämishankkeet

Ruokaketjun toiminnan edistämiseksi voidaan myöntää valtionavustusta laajoihin ja valtakunnallisiin ruokaketjun toiminnan edistämishankkeisiin, joiden kesto on enin-

tään kolme vuotta. (Valtioneuvosto asetus 680/2014.) Hankkeilla edistetään ruokaketjun läpinäkyvyyttä, kilpailukykyä ja vastuullista toimintaa kuluttajalähtöisesti. Lisäksi avustusta voidaan myöntää ruokapoliittisen selonteon tavoitteita tukeviin toimenpiteisiin. Avustuksen myöntäminen pohjautuu Maa- ja metsätalousministeriön hallinnonalan strategiaan, ruokapoliittisen selontekoon, elintarviketurvallisuusselontekoon, valtioneuvoston periaatepäätöksiin lähiruokaohjelmaksi ja luomualan kehittämisselontekoon. Kansallisen elintarviketieteen toiminnan edistämishankehaun (Maaseutuvirasto 2014, 3-4) painopistealueet olivat vuonna 2014:

- jäljitettävyyden- ja vastuullisuusjärjestelmät
- nuoret ja ruokaketju
- ruoan ja ruoantekijöiden arvostus
- kuluttajien vastuulliset ruokavalinnat
- elintarvikealan kansainvälistyminen
- luomu
- lähiruoka.

Hankeavustuksen hakemiseen, myöntämiseen sekä maksamiseen liittyvät tehtävät hoitaa Maaseutuvirasto (MAVI) (Valtioneuvosto asetus 680/2014). Maa- ja metsätalousministeriö antaa hankehaun painoalueet sekä vahvistaa hyväksyttävät hankkeet. Avustettava hanke voi olla tietämyksen siirto- ja tiedotushanke, menekinedistämisselontekoon tai kehittämisselontekoon. Kohderyhminä voivat olla kuluttajat, viljelijät ja elintarvikealan toimijat. Vuonna 2013 avustusta myönnettiin 29 hankkeelle, joista 16 oli ruokaketjuhankkeita.

6.2 Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja - hanke

Ammattikeittiöosaajat ry on toteuttanut vuosien 2010–2014 Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja- arvostusta ammattikeittiöille ruokaketjuhanketta. Kampanjassa on muun muassa luotu Herkkuammatti.fi -sivusto ja suunniteltu valtakunnallinen Kouluruokadiplomi-malli.

6.2.1 Hankkeen tavoitteet

Hankkeen tavoitteena on ollut markkinoida peruskoulun ja lukion päättävillä sekä aikuisopiskelijoille ammattikeittiöalaa ja suurkeittiötyötä vetovoimaisina tulevaisuu-

den työurina sekä parantaa motivaatiota hakeutua catering-alan koulutukseen. Lisäksi tarkoituksena on ollut kohottaa alalla toimivien ammattiyhpeyttä ja tuoda esille ruoan tekijöiden osaamista. Samoin on ollut tärkeää vahvistaa myönteisiä asenteita sekä mielikuvaa ammattikeittiöalaa kohtaan. Imagonkohotushanke linkittyy kansalliseen elintarvikealan laatustrategiaan joukkoruokailun arvostuksen näkökulmasta (Laatuketju 2014b).

Ammattikeittiöosaajat ry:n kouluruokadiplomi-malli valittiin vuoden 2013 Ravitsemusteoksi, valinnan suoritti Ravitsemusterapeuttien yhdistys ry. Hanke palkittiin ansiostaan kouluruokailun arvostamisen nostamisesta sekä valtakunnallisen kouluruokailusuosituksen käyttöönoton edistämisestä. (Kouluruokadiplomi 2014.) Näin ollen kampanja sai näkyvyyttä eri medioissa. Lisäksi kouluruokadiplomi-mallin laajentuminen eri puolille Suomeen on saavuttanut merkittävää näkyvyyttä paikallistasolla sekä valtakunnallisesti.

6.2.2 Toimenpiteet vuonna 2013

Ammattikeittiöalan imagonkohotushankkeen vuoden 2013 kokonaistavoitteena oli kohottaa elintarvikeketjun laatukuvaa joukkoruokailusta ja ylläpitää kouluruokailun imagoa. Lisäksi tavoitteena oli pitää kiinni suurtaloussektorin osaamisesta ja työvoiman saannista. Hankkeen keskeisinä tavoitteina vuonna 2013 olivat:

- kohottaa kouluruokailun ja kouluruoan tekijöiden arvostusta vuonna 2012 aloitetun kouluruokadiplomi-käytännön avulla
- lisätä nuorten ja aikuisopiskelijoiden tietoisuutta suurtalousalan ammateista: Herkkuammatti.fi -sivuston ylläpito, artikkelit printti- ja sähköisessä mediassa, messunäkyvyys
- informoida ravitsemisalasta ja laadukkaiden ja ekologisesti kestävien ravitsemispalveluiden ylläpitämisen tärkeydestä: väline Herkkuammatti.fi -sivusto.

Hankkeen keskeisenä toimenpiteenä oli kouluruokadiplomi- käytännön laajentaminen ja sen vakiinnuttaminen maanlaajuiseksi käytännöksi. Malli kuuluu Ammattikeittiöosaajat ry:n vuonna 2012 laatimaan valtakunnalliseen kouluruokadiplomi- hankkeeseen. Kouluyhteisöille eri puolilla Suomea viestittiin mahdollisuudesta hakeutua kouluruoan diplomikouluiksi. Kouluruokadiplomeja on myönnetty vuodesta 2013 alkaen. Diplomi on tunnustus ravitsemuksellisesti, kasvatuksellisesti sekä kestävästi tuotetusta

kouluruoasta. Lisäksi se on osoitus hyvästä yhteistyöstä ja muutosvalmiudesta työskennellä erilaisten asiakkaiden palvelemiseksi. Tavoitteena on kohottaa kouluruokailun ja kouluruoan tekijöiden arvostusta ja tukea suomalaisen kouluruokailun korkeaa tasoa. Hankkeessa täydennettiin Kouluruokadiplomi- ja Herkkuammatti.fi -sivustoja. Lisäksi laadittiin kouluruokadiplomiin oikeuttava kysymyssarja, jonka suorittaminen on diplomin myöntämisperuste. (Kouluruokadiplomi 2014.)

Ammattikeittiöosaajat ry:n ylläpitämä Kouluruokadiplomi- hanke on jatkunut vuonna 2014. Lisäksi vuoden 2014 aikana Ammattikeittiöosaajat suunnittelevat laajentaa kouluruokadiplomi-mallia päiväkotiruokailua koskevaksi. (Laatuketju 2014a, 6–8.)

6.2.3 Viestinnän merkitys arvostukseen

Hankkeen viestinnän tavoitteena vuosina 2010–2014 on ollut tiedottaa perinteisesti sekä sähköisesti ravitsemisalasta ja laadukkaista ravitsemispalveluista sekä oikaista mahdollisia virheellisiä käsityksiä ammattialasta. Hankkeessa perustettiin mm. WWW -sivusto Herkkuammatti.fi, jossa esitellään ammattikeittiöalalle hakeutuville nuorille sekä aikuisille ammattikeittiöalaa, toimijoita ja koulutusaloja. Ruokapalveluammattilaisille puolestaan sivusto esittelee tietoa alan ajankohtaisista asioista kuten mm. erityisruokavalioista, ravitsemussuosituksista, rekrytoinneista ja kestävästä kehityksestä. (Laatuketju 2010, 2011a, 2012, 2013b.) Kuvassa 4 on Herkkuammattikampanja logo.



KUVA 4. Herkkuammattikampanja - logo (Laatuketju 2010)

Viestinnän ja markkinoinnin kohderyhminä vuosina 2010- 2014 olivat peruskoulun päättäneet nuoret, aikuisopiskelijat, opinto-ohjaajat, catering-alan ammatilliset oppilaitokset, kouluruoan tekijät, koululaiset sekä koulu yhteisöt sekä koko ravitsemisala. Hankkeen viestinnässä ja markkinoinnissa on jaettu esitemateriaaleja. Esimerkkinä ammattialan esittely DVD eri sidosryhmille, kuten opinto-ohjaajille, ammattikeittiöalan sidosryhmille ja ammatillisille opettajille. Lisäksi kampanjaa on markkinoitu messuilla ja koulutustapahtumissa. (Laatuketju 2010, 2011a, 2012, 2013b.)

Hankkeen vuoden 2013 loppuraportissa esitettiin, että viestinnässä nettisivut ja esite-materiaali koettiin hyödylliseksi koko ravitsemisalalan toimijoille sekä ammatinvalinnanohjauksen tueksi. Kampanja todettiin tarpeelliseksi ja sen menetelmät onnistuneeksi. (Laatuketju 2014a, 6.)

7 RUOKAPALVELUTOIMINNAN OSA-ALUEITA

Seuraavassa osiossa käsitellään eri teemoja, jotka liittyvät ruokapalvelutoimintaan. Teemoina ovat ruokapalvelutoiminta ja työn arvostus, työyhteisön ja itsensä kehittämien, ammattialan vastuullisuus, ammattialan viestintä sekä lähiruokaan liittyviä asioita.

7.1 Ruokapalvelutoiminta ja työn arvostus

Oman työn arvostus

Ammattikeittiöiden Taitava ruokapalveluhenkilöstö julkisten ruokapalveluiden laatuketjun elinvoima (ProTaru)- hankkeen tavoitteena oli nostaa ruoan tekijöiden ja ruoan arvostusta ja lisätä ruokapalveluhenkilöstön ymmärrystä nähdä työnsä tärkeys ja merkitys koko elintarvikeketjussa. (Lintukangas 2014b, 9.) Hankkeen loppuraportissa todettiin, että jokaisen alalla toimivan ja ruokapalveluita käyttävän yhteinen tehtävä on ruoan ja ruoan tekijöiden arvostuksen nostaminen julkisissa ruokapalveluissa. Siitä syystä jokainen ruokapalvelussa toimiva on ensisijaisesti itse vastuussa työn tekemisestä, tekemisien vaikutuksista ja ammattitaitonsa päivityksestä. Arvostus ansaitaan teoilla ja osaamisella, totesi Lintukangas (2014b, 3.) Julkisen ruokapalvelun hyvän imagon tekijöitä ovat Lintukankaan & Palojoen (2012,163) mukaan esimerkiksi:

- henkilöstö on osaava ja ammattitaitoinen,
- henkilöstö arvostaa työtään ja on kiinnostunut työstään,
- henkilöstön trendikkäät ammattinimikkeet ovat käytössä,
- ruokapalvelualan ammattiterminologia on ajan tasalla ja käytössä,
- henkilöstön käyttäytyminen ja pukeutuminen on tyylikästä ja siistiä,
- elintarvike- ja keittiöalan yhteistyökumppanit ovat innovatiivisessa toiminnan ja tuotteiden yhteiskehittelyssä.

Lintukankaan ProTaru hankkeiden tuloksena ruokapalveluiden tekijöiden itsearvostuksessa, asennoitumisessa, käsityksissä ja toiminnassa saatiin aikaan myönteistä muutosta. Itsetunnon kasvu, voimaatuminen ja ammatillisuuden lisääntyminen nostivat ruoan ja sen tekijöiden arvostusta myös ympäristössä. (Laatuketju 2014c.)

Henkilöstön oman työn arvostaminen ja ammattiylpeyden esiintuominen tuo vaikuttavuutta ja arvostusta työhön. Sukula (2014) esitti, että ammattialalla on pidettävä huoli omista työntekijöistä. Kun työntekijät ovat tyytyväisiä, he tuntevat, että työtä arvostetaan. Näin ammattiylpeys ja tyytyväisyys heijastuvat asiakkaisiin sekä eri sidosryhmiin, kuten opiskelijoihin. Heiskanen (2014) esitti, että *työn arvostus nousee, kun asiakas aistii, että työntekijät viihtyvät työssään sekä viestivät omasta toiminnasta.*

Kouluaikaisen ruokailun merkitys arvostustekijänä

Varhaiskasvatuksella ja koululla on suuri merkitys ruokaan liittyvän tiedon ja osaamisen levittäjänä (Huomisen ruoka 2010,4). Ruokapalvelun piirissä ruokaillaan vauvasta vaariin. Näin asiakas saattaa arvioida toiminnan laatua koko elämän. Millainen mielikuvan lapselle tai nuorelle jää kouluruokailusta? Juurakko (2014, 76–77) arvioi tutkimuksessa kouluruokailun merkityksen ammattialan imagonkohottamiseksi erittäin tärkeäksi. Mielikuvaa, joka jää kouluruokailusta, on vaikeaa muuttaa. Siksi ruokapalveluhenkilöstön ammattitaitoon esimerkiksi asiakaspalvelussa, on kiinnitettävä huomiota. Lintukankaan (2009, 139) tutkimuksessa havaittiin koulutuksella olevan yhteyttä työntekijöiden työhyvinvoinnin edistämässä itsetunnon vahvistumisen kautta. Kun arvostaa omaa työtään, myös muut arvostavat sitä.

Ruokapalvelutoiminnan arvostus ja toiminnan laadun parantaminen

Ruokapalvelutyön arvostuksen nostamisessa ja toiminnan laadun parantamisen nostamisessa onnistuneen yhteistyön merkitys korostuu. Yhteistyö tehdään muun muassa sisäisten ja ulkoisten asiakkaiden, elintarviketoimittajien, laitevalmistajien sekä kunnallisten päättäjien kanssa. Windt (2014) painotti haastattelussa, että on *tärkeää mennä asiakkaan luo ja suunnitella toimintaa yhdessä, esimerkiksi teemailtoja ruokapalvelun ja oppilaitoksen henkilöstön/opiskelijoiden kanssa. Yhteistyötä on hankala tehdä, jos palveluja ei ole saatavilla. Ei kuulu meille - asenne ei nosta, vaan heikentää*

ruokapalvelun arvostusta ja asiakkaiden laatumielikuvaa alasta. Kaikessa toiminnassa tulisi korostaa palvelua ja asiakasta.

Toiminnan laadun parantamisessa sekä yhteistyötä kehitettäessä on huomioitava asiakaspalautteet. Asiakaspalautteet antavat toiminnan ja laadun kehittämiseksi perusteet. *Toiminnan laadun parantamiseen vaikuttaa asiakaskyselyt, joiden tulosten tiedottaminen asiakkaalle on tärkeää*, esitti Windt (2014). Niin ikään Mäyry (2014) arvioi, että *asiakaspalautteiden huomioiminen on toiminnan laatua vahvistava tekijä. Siten asiakas tietää, että asiaan on tullut muutos palautteen perusteella*. Lisäksi Ruokapalvelukartoitus 2014 -tutkimuksen (2014,36) tuloksien perusteella yhdeksi kuntien ruokapalveluiden kehittämiskohteeksi nousi asiakaspalautteiden parempi huomioiminen. Yhteistyön kehittämiseen Windt esitti palveluraatien käyttämistä, jossa vuorovaikutus on kaksisuuntaista.

Ammattialan laatumielikuvan ja arvostuksen nostamiseksi Mäyry (2014) korosti *oikean toimenkuvan ja työntekijän motivaation kohtaamisen merkitystä*. Työntekijöiden jaksaminen sekä vahvuuksien hyödyntäminen vaikuttaa motivaatioon ja näkyy asiakkaalle hyvänä palveluna ja ammattialan arvostuksena. Lisäksi ruokapalvelutoiminnan arvostusta ja toiminnan laatua lisääviä tekijöitä ovat *näkyvyyden lisääminen ja onnistumisista kertominen, mitkä lisäävät asiakkaiden laatumielikuvaa palvelusta*. *Asiakas voi luottaa palvelun jatkuvuuteen, koska julkinen ruokapalvelu on luotettava ja sitoutunut yhteistyö*. *Toiminnan laatuun vaikuttaa myös positiivisesti sitoutunut ja pitkäaikainen henkilöstö*, arvioi Windt (2014.)

7.1.1 Vetovoimaisuus

Kunta-alan vetovoimaisuus

Kunnissa ja kunta-yhtymissä on töissä yhteensä 441 000 ihmistä, joista seuraavan kymmenen vuoden aikana 165 000 jää eläkkeelle. Uuden työvoiman hankkiminen kunta-alalle on haastavaa, siksi kunta-alan vetovoimasta on pidettävä kiinni. Vetovoimaisuustekijöistä palvelukokemuksen merkitys on suuri eli millainen kokemus asiakkaalle jää esimerkiksi kunta-alan palvelusta. Asiakaspalvelukokemus voi estää tai edistää hakeutua kunta-alalle. (Häyhä 2012.)

Kunta-alan vetovoima -tutkimuksessa 15 - 25-vuotiaille nuorille esitettiin että, veto-voimaa lisääviä tekijöitä ovat muun muassa turvallinen ja pitkäaikainen työura ja laki-en sekä säädösten noudattaminen. Lisäksi työpaikan vetovoimatekijöitä ovat esimerkiksi mahdollisuus osallistua päätöksentekoon, oikeudenmukainen johtaminen, toimiva työterveyshuolto sekä yhteisöllisyys. (Kuntatyönantajat 2012, 2, 8). Parasta imago-mainosta on työntekijä, joka suosittelee työpaikkaansa muille. Siksi kunta-alan henkilöstö on tärkein viestinnän kanava. Kunta-alan houkuttelevuutta lisätään pitämällä työntekijöistä hyvää huolta. Lisäksi kunta-alan työpaikoilla tulee ottaa nuoret hyvin vastaan ja huomata heidät tulevaisuuden tekijöinä. (Häyhä (2012.))

Vetovoimaa heikentäviä tekijöitä ovat esimerkiksi heikot mahdollisuudet vaikuttaa omaan työhön ja organisaation toimintaan, heikot asiakaspalvelukokemukset ja näkemys alhaisesta palkasta. Kunta-alan vetovoima - tutkimuksen mukaan 74 % nuorista valitsi yksityisen ja 26 % kunnan tai kaupungin mieluisammaksi työnantajaksi. Vastaaajista 50 % oli sitä mieltä, että kunta-ala on Suomen tulevaisuuden kannalta tärkeä ja se tarjoaa turvallisen, pitkäaikaisen ja työn, jolla on merkitystä. (Kuntatyönantajat 2012, 2, 8.)

Ruokapalvelutoiminnan vetovoimaisuus

Ammattialan arvostus ja hyvä maine houkuttaa osaavia työntekijöitä sekä investointeja. Ihalainen (2012, 18) selvitti ammattikeittiöalalle hakeutuvan työvoiman määrää vuoteen 2025 mennessä. Tutkimus osoitti, että ammatti-ala ei kiinnosta nuoria, koska alaa ei arvosteta ja palkkataso on alhainen, lisäksi osa-aikatyö valtaa alaa. Juurakko (2014, 61 - 64) tutki Restonomi (AMK)- opiskelijoiden mielenkiintoa julkisia ruokapalveluja kohtaan. Tutkimus osoitti, että julkinen ruokapalvelu oli vähiten kiinnostava, sen sijaan kiinnostavimmat olivat ravintolatoiminta, tuotekehitys, markkinointi-, sekä asiantuntija- ja neuvontatehtävät. Ravintolan alan vetovoimaisuuteen Heiskanen esitti yhtenä syynä että, *Fine dining- ravintolaan halutaan mennä siksi, että opitaan ja ammattikeittiöön hyvän työilmapiirin takia*. Kuntatyönantajien (2012, 11) tutkimuksen mukaan 89 % nuorista piti hyvää työilmapiiriä tärkeänä.

Matkailu- ja ravitsemisalalan osaamistarveraportissa esitettiin, että alan arvostusta tulee nostaa ja opiskelijoille tulisi antaa mahdollisimman realistinen kuva alasta. Lisäksi ravitsemisalalan ammatilliseen koulutuksen valintaprosesseja ja -perusteita tulisi kehit-

tää siten että, opiskelijoiksi hakeutuu alalle motivoituneita hakijoita. (Opetushallitus 2012, 31.) Samanlaisiin tuloksiin päätyi Palvelualojen ammattiliitto PAM (2012) tutkimuksessaan, palvelualat koetaan trendikkääksi, mutta nuorten mielikuvat ja todellisuus eivät kohtaa. Esimerkiksi ammattialan epäsäännölliset työajat sekä töiden fyysisyys tulevat yllätyksenä. Ruokapalvelualalla on jatkuva työvoimapula, sen tähden rekrytointi on haasteellista saada ammattitaitoista ja työhön sitoutunutta työvoimaa.

7.1.2 Ruokakulttuurin ja ruoan arvostus

Ruokakulttuuri määrittää ruoan arvostusta. Ruokakulttuuri omaksutaan arjessa henkilökohtaisesti kokemalla, kosketuksella ruokaketjun eri osiin tai ruoan valmistukseen. (Ruokapoliittinen selonteko 2010,7.) Ruokakulttuurilla tarkoitetaan ajan saatossa kehittyneitä ja opittuja ruoan käytön tapoja ja tottumuksia (Lintukangas, 2014b, 10). Kansallisen ruokastrategian vuoden 2030 vision yhtenä osa-alueena oli ruuan ja ruoan tekijöiden arvostuksen nostaminen. (MMM 2014a.)

Maa- ja metsätalousministeriö (2012a) tutki Ruoan arvostusta vuonna 2012. Erityisesti tarkasteltiin 15 – 65-vuotiaiden suomalaisten arvostusta ruokaa ja ruoan tekijöitä kohtaan. Tutkimus osoitti että, ruoan ja ruoka-kulttuurin arvostus on vahvaa. Kotimaisen ruoan ominaisuudet nähtiin valtaosin ulkomaista parempina sekä oman maan ruoka, erityisesti lähiruoka, koettiin kiinnostavana. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin miten suomalaisen ruokaketjun eri työntekijäryhmiä arvostettiin. Huomioitavaa oli, että kysymys kohdistui ammattiryhmien työskentelytapaan, ei ammatin statukseen. Tuloksista ilmeni, että pienten elintarvikeyritysten ja yksityisen ravintolan työntekijöitä arvostettiin enemmän kuin suurten elintarvikeyritysten tai suurtalouksien työntekijöitä. Nuorista 15–20 vuotiaista vastaajista 73 % arvosti yksityissektorin ravintolahenkilökuntaa, kun taas julkisen puolen ravintola-henkilökunnan arvostus oli 35 %. Samanlaisiin tuloksiin päädyttiin tutkimukseen osallistuneiden 21–65-vuotiaiden osalta.

7.2 Osaamisen kehittäminen

Suomalaisessa työelämässä on meneillään murros, jossa tapahtuu muutoksia, kun työntekijät, työtehtävät ja työkuulttuuri muuttuvat (Alasoini 2010, 9) Toimintaympäristön muuttuessa koko ruokaketjujärjestelmässä vaaditaan uutta osaamista mm. markkinaosaamisessa, tiedonhankinnassa ja -käytössä, verkostoitumisessa, innovatiivisessa

tuotekehityksessä, vastuullisen kulutuksen ja tuotannon eri ulottuvuuksien huomioimisessa.

Ruokaketjun toimenpideohjelman keskeisenä toimenpiteenä on varmistaa ruoantekijöiden ammattitaito turvaamalla ammattialaan liittyvä koulutus. Lisäksi kuluttajalle on kerrottava kotimaisen ruokaketjun merkityksestä, toimintatavoista ja osaamisesta. Kuluttajien on tiedostettava, että hyvä ruoka ei synny sattumalta eikä ilmaiseksi. (Maa- ja metsätalousministeriö 2011, 5).

7.2.1 Työyhteisö- ja henkilökohtainen osaaminen

Työyhteisöosaaminen

Luukkala (2011, 214) määrittää työyhteisötaitojen muodostuvan osaamisesta ja työyhteisötaidoista (Hytönen 2014, 23). Työyhteisö muodostuu esimiehistä ja työntekijöistä. Esimiesten vastuu on suuri, mutta muutosta hyvinvoinnissa ei tapahdu ilman työntekijöiden tukea. Esimiehen keskeisiä tehtäviä on varmistaa osaamisen johtaminen eli organisaation menestyminen tulevaisuudessa. Osaamisen johtaminen jaetaan henkilöstön osaamiseen, osaamisen hyödyntämiseen ja kehittämiseen sekä kykyyn hankkia osaavaa työvoimaa. (Hytönen 2014, 20.)

Nämä taidot ovat tärkeitä esimiehille, mutta myös työntekijöiden työyhteisöosaaminen korostuu työn luonteen muuttuessa. (Metsäpelto 2008.) Tulevaisuudessa yrityksen sisäisen koulutuksen merkitys kasvaa (Buschfeldt ym. 2011,85). Yritykset, joissa panostetaan osaamisen kehittämiseen, työhyvinvointiin ja esimiestyöhön, sitouttavat tulevaisuudessa ammattitaitoisin ja ammatistaan ylpeän työvoiman. (Ihalainen 2012, 19.)

Henkilökohtainen osaaminen

Ruokapalvelu henkilökunnan koulutus ja ammattitaito ovat ehdoton edellytys laadukkaiden ja suositukset täyttävien ruokapalvelujen tuottamiselle. Henkilökohtaisen osaamisen jakamisella ja kehittämisellä mahdollistetaan koko työyhteisön kasvaminen (Mönkkönen & Roos 2010,145). Yhteistoimintalaki (334/2007) velvoittaa työnantajan neuvottelemaan henkilöstöedustajien tai työntekijöiden kanssa koulutustavoitteiden

ja henkilöstösuunnitelmien laadinnassa. Osaamisen kehittäminen on investointi työntekijän sekä yrityksen kilpailukykyyn. Henkilöstöllä on oltava tehtävää edellyttämä ammattitaito sekä koulutussuunnitelma (Laatuketju 2011b, 50).

Nykyaikainen koulutus tuo uusia näkökulmia mm. työn organisointiin ja toteutukseen niin, että työ olisi tehokasta ja tuloksellista. (Juurakko 2014, 75 -76.) Tutkittaessa kuntien ruokapalveluhenkilöstön koulutustaustoja Juurakko (2014,57) löysi 340 erilaista tutkintoa. Tutkimuksen mukaan kolme suurinta ryhmää muodostivat keittäjäatutkinnon 13,6 %, suurtalouskokin/laitoskeittäjän 12 % ja ei tutkintoa suorittaneita 8 %. Juurakko esitti, että kouluttautumisen ja tutkintojen päivittäminen on tarpeellista vastaamaan mm. taloudellisia, teknologisia, ravitsemuksellisia ja tuotannollisia vaatimuksia. Tulevaisuuden haasteena on ammattikeittiöiden työvoiman jakaantuminen ammattitaidottomiin ja ammattitaitoisiin. Alalle hakeudutaan erilaisia urapolkuja pitkin, esimerkiksi työntekijällä saattaa olla useita erilaisia työpaikkoja ammattitaidon sekä kiinnostuksen mukaisesti. (Ihalainen 2012,18 – 19.)

Työyhteisön kehittämiseen ja organisaation toimintaan riittää yksikin henkilö. Oman oppimisen kautta kasvaa kyky edesauttaa ympäröivä työyhteisön muutosta esimerkiksi alan arvostuksen nostamiseksi. (Lintukangas 2013, 28.) Aktiivisella työotteella, työtehtävien oikea-aikaisuudella sekä priorisointikyvyllä tehdään tulosta ja saadaan aikaan arvostusta työyhteisölle (Hytönen 2014,23).

7.2.2 Ammattialan osaamistarpeet ja kehittäminen

Tulevaisuuden osaamistarpeita majoitus- ja ravitsemisalalla ennakoitiin Opetushallituksen Majoitus- ja ravitsemisalalla koulutustoimikunta, jonka tehtävänä on arvioida, seurata ja ennakoida alan koulutuksen ja työelämässä tarvittavan osaamisen kehitystä. Syksyllä 2014 koulutustoimikunta pohti teknologian kehityksen vaikutuksia työelämään, osaamiseen ja Suomen tulevaisuuteen. (Teittinen 2014.)

Opetushallituksen (2012,34) Majoitus- ja ravitsemisalalla osaamistarveraportissa ennakoitiin eri osaamistarpeita sekä pohdittiin millainen osaaminen auttaa ammattialan positiivista kehitystä tulevaisuudessa. Tulevaisuuden osaamistarpeina nousi esille vastuullisuuteen, kestävään kehitykseen, ympäristöasioihin sekä eettisyyteen liittyvä osaaminen. Lisäksi lainsäädännön tuntemus ja turvallisuus- ja kriisinhallintaosaami-

nen nousi esille. Ihalainen (2012,35) esitti, että tulevaisuuden esimiestyössä henkilös-
töjohtaminen, liiketoimintaosaaminen ja tiedon johtaminen korostuvat, syynä ovat
jatkuvat organisaatio- ja talouden muutokset. Niin ikään Buschfeld ym.(2011,83) esit-
tivät tutkimuksessaan, että tulevaisuudessa korostuvat taito oppia uutta sekä ajatella ja
toimia yrittäjämäisesti.

Juurakon (2014) tutkimuksen mukaan ammattialan täydennyskoulutusta tarvitaan
omavalvontaan ja erityisruokavalioihin sekä asiakaspalvelutaitojen kehittämiseen ja
ruokapalvelun imagon parantamiseen. Lisäksi osaamistarpeista ihmissuhdetaitojen,
omistautuminen ja oikeanlainen asenne työhön, luovuuden sekä kielitaitovaatimusten
lisääntyminen nousi esille (Juurakko 2014,40, 75 - 76.)

Ammattialan kehittämiseksi tarvitaan lisää tutkimustietoa. Korkeakoulutusta tulee
kehittää ja ylläpitää siksi, että alalle saadaan ajankohtaista, käyttökelpoista ja laadu-
kasta tietoa alan trendeistä ja kehityksestä. Toisin sanoen tietoa, joka tukee alan mark-
kinoinnin ja myynnin suunnittelua, hyvää päätöksentekoa sekä konkreettista kehitys-
työtä. (Opetushallitus 2012,32.)

7.3 Ruokapalvelutoiminnan vastuullisuus

Vastuullisuus ruokapalveluiden tuottamisessa ja kuluttamisessa on tulevaisuuden kil-
pailutekijä. Vastuullisen liiketoiminnan keskeinen tavoite on pyrkimys kestävään ke-
hitykseen (Maa- ja elintarviketutkimuskeskus MTT 2012, 3).

7.3.1 Ruokaketjun vastuullisuuden ulottuvuudet

Ruokapalvelussa ruoanvalmistuksessa suorat ympäristövaikutukset syntyvät energian-
käytöstä ja ruokahävikistä. Vastuullinen ruokapalvelu pyrkii vähentämään mm. ener-
gian ja veden kulutusta, ruokahävikkiä sekä torjumaan ilmastonmuutosta, joista viesti-
tetään kuluttajalle ruokalistamerkinnoilla. (Tanhuanpää 2013.) Asiakkaat vaativat tie-
toa ruokaan ja ruokaketjuun liittyvistä ominaisuuksista, kuten vastuullisuuden seitse-
mästä eri ulottuvuudesta ja elintarvikkeen alkuperästä. (Huomisen ruoka 2010, 4- 6.)
Kuva 5 on Elintarvikeketjun vastuullisuuden ulottuvuudet.



Elintarvikeketjun vastuullisuus. Kuvaus vuorovaikuttaisen sisällön rakentamisen prosessista.
Lähde: Forsman-Hugg, S., ym. 2009. Maa- ja elintarviketalous 140. MTT.
Lisätietoja: sari.forsman-hugg@mtt.fi

KUVA 5. Elintarvikeketjun seitsemän vastuullisuuden ulottuvuutta (EkologiaFI Vastuullinen elintarvikeketju 2011)

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen MTT: n (2012, 23- 24) tutkimuksessa tärkein vastuullisuuden ulottuvuus oli tuoteturvallisuus, kuten raaka-aineiden, tuotteiden ja prosessien arviointi. Toiseksi tärkein oli ympäristön ulottuvuus, ympäristöä rehevöittävien vaikutusten takia.

Suomi Syö 2012 -tutkimuksen mukaan 63 % suomalaisista tarkistaa aina tai yleensä ruoan alkuperän. Varsinkin maito- ja lihataloustuotteiden kotimaisuus on kuluttajalle tärkeää, Suomessa valmistettujen elintarvikkeiden kotimaisuusaste on 82 %. (Tanhu- anpää 2013.) Maa- ja metsätalousministeriön (2012b) tutkimus esittää, että suomalaisen ruoan koetaan sisältävän vähemmän lisäaineita ja vierasaineita sekä olevan maukkaampaa ja jäljitettävämpää kuin ulkomainen ruoka.

Elintarviketuotannon ja ruoankulutuksen vaikutus ympäristöön ja talouteen on merkittävä, siksi niiden vaikutus vesistöjen rehevöitymiseen on vielä suurempi. (Silvennoinen ym. 2012, 3, 10.). Foodspill -hanke tutki vuosina 2010–2012 ruokahävikin määrää

suomalaisessa ruokaketjussa. Ravitsemispalveluiden ruoan hävikkimäärä oli noin viidennes syötäväksi tarkoitettusta ruoasta. Ruoka muodostaa yli kolmanneksen suomalaisten kotitalouksien ympäristövaikutuksista.

Euroopan unionissa jätteeksi päätyy 90 miljoonaa tonnia ruokaa eli 180 kg henkeä kohden, josta suuri osa kelpaa vielä ihmisravinnoksi (Euroopan ympäristökeskus 2014). Euroopan parlamentti on kehottanut jäsenmaitaan puolittamaan ruokahävikkiään vuoteen 2025 mennessä. Ruokahävikin järjestelmällinen mittaaminen ja seuranta ovat edellytys tehokkaaseen jätemäärän vähentämiseen koko ruokaketjussa. (MTT 2012,43.) Samoin Valtioneuvoston (2013) periaatepäätöksen mukaan julkisen ruokapalvelun on pyrittävä järjestelmällisesti ruokahävikin vähentämiseen ja energiatehokkuuden vähentämiseen.

7.3.2 Vastuullisuus ammattikeittiössä

Toiminnan läpinäkyvyys

Kuluttajat arvostavat elintarvikkeiden turvallisuutta, ruokaketjun toiminnan luotettavuutta ja läpinäkyvyyttä. Kuluttajan kannalta on tärkeää, että tiedot elintarvikkeesta ovat totuudenmukaisia sekä kuluttajaa ei harhauteta. (Evira 2013.) Kodin ulkopuolisen ruokailun lisääntyessä ruokapalveluiden painoarvo elintarvikeketjun osana on kasvanut huomattavasti. (Laatuketju 2011c, 49). Oiva - elintarviketietojen julkistamisjärjestelmän tavoitteena on tuoda elintarvikevalvonnan tarkastustulokset asiakkaan tietoon. Tämä lisää elintarvikealan toimijoiden ja viranomaisten avoimuutta, läpinäkyvyyttä sekä yhtenäistää toimintaa. (Evira 2014.)

Ruokaketjutoimenpideohjelman yhtenä keskeisenä toimenpiteenä on lisätä ruokaketjun läpinäkyvyyttä, kuten ruoan alkuperä-, tuotantotapa-, ja vastuullisuusmerkintöjä. (MMM 2011,5). Suomalaisen ruokajärjestelmän kilpailukyvyyn lähtökohtana on kuluttajien ja heidän muuttuvien tarpeiden ymmärtäminen. Kuluttajille on turvattava oikeus tietää ruoan alkuperä, koostumus ja tuotantotapa (Laatuketju 2014b, 3).

Vastuullisuus

Vastuullisuus näkyy ammattikeittiössä muun muassa jätteiden lajitteluna sekä OIVA - elintarvikevalvonnan tarkastustietojen julkistamisjärjestelmän käyttämisessä. Tutkimuksen mukaan, ammattikeittiöissä ruokalistan ja hankintojen suunnittelu ovat tärkeimmät keinot edistää kestäväää kehitystä (EkoCentria 2012,92). Kuten aiemmin todettiin, ruokapalvelujen merkitys kasvaa tulevaisuudessa. Ketolan (2005) mukaan vastuullisuus yrityksessä on arvoja, tekoja ja sanoja, joissa huomioidaan eri sidosryhmien, kuten asiakkaat, elintarviketoimittajat, tarpeet paremmin ja laajemmin kuin laki edellyttää.

Vastuullista ruokaketjun toimintaa voidaan kuvata elintarvikkeen hiilijalanjäljellä. Ruokaketjuntoimenpideohjelma esitti, että kuluttaja voi halutessaan pienentää nauttiansa ruoan hiilijalanjälkeä (Maa- ja metsätalousministeriö 2011, 4). Hiilijalanjäljellä tarkoitetaan paljonko kasvihuonekaasuja aiheuttaa esimerkiksi ruoan tuottaminen ja kuluttaminen tai autolla ajaminen (Ruokatieto 2014a). Tämä on yksi tapa kertoa yrityksen ympäristövaikutuksista. Suomessa hiilijalanjälki -merkin käyttö on vielä vähäistä, mutta maailmalla niitä on paljon. Maa- ja elintarviketutkimuskeskuksen johtamassa Ilmastolounas-hankkeessa on tarkoitus vähentää suomalaisen lounasruokailun aiheuttamia kasvihuonekaasupäästöjä. Tavoitteena on kehittää ja testata ilmastoystävällisen ja terveellisen lounaan tarjoamisen ja viestinnän konseptia, joka on käytettävissä joukko- ja laitosruokailussa pieniä lounasravintoloita myöten. (Nelimarkka 2013, 4- 5.)

7.4 Lähiruoka

Lähiruoka-termi määritellään moninaisesti. Lähiruokalla tarkoitetaan erityisesti paikallisuokaa, joka edistää oman alueen (maakunta tai sitä vastaavaa tai sitä pienempää aluetasoa) paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria. Lähiruoka on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013,5.) Hallituksen Lähiruoka-ohjelman visiossa kuluttajalähtöisesti tuotettua lähiruokaa arvostetaan ja käytetään koko ruokajärjestelmässä ja sillä on lisääntyvä paikallistaloutta ja ruokakulttuuria kehittävä sekä työllistävä vaikutus. Lähiruoka -ohjelman mukaan lähiruoka ja sen kasvava kysyntä antavat muun muassa työtä, lisää kuluttajan vaihtoehtoja elintarvikevalinnoissa, antavat

lisäarvoa kaupan ja ammattikeittiöiden valikoimiin, edistävät kestävän kehityksen mukaista liiketoimintaa, avaa ruoan tuotannon vastuullisia toimintatapoja sekä kehittävät suomalaista ruokakulttuuria. Lisäksi lähiruoka lyhentää jakeluketjua, mikä helpottaa alkuperän, jäljitettävyyden ja merkintöjen valvontaa. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013, 5.) Ruokapalveluihin liittyviä Lähiruoka -ohjelman tavoitteita ovat mm. (EkoCentria 2014,6):

- monipuolistaa lähiruoan tuotantoa ja lisätä sitä kysyntää vastaavaksi sekä nostaa lähiruoan jalostusastetta
- kasvattaa lähiruoan osuutta julkisista hankinnoista parantamalla hankintaosaamista ja laadullisia kriteereitä
- tiivistää lähiruokasektorilla toimivien yhteistyötä
- lisätä ruoan ja ruokaketjun toimijoiden arvostusta.

Ruokaketjutoimenpideohjelman yhtenä keskeisenä toimenpiteenä on ollut lisätä ruokaketjun lähi-, luomu-, ja sesonginmukaisen ruoan käyttöä ja tarjontaa (Maa- ja metsätalousministeriö 2011,5). Valtioneuvoston (2013) periaatepäätöksen mukaan ruokapalveluissa on hankittava ravitsemussuositusten mukaista ja luonnonmukaisesti tuotettuja, kasvispainotteisia tai sesonginmukaisia elintarvikkeita. Lisäksi julkisissa ruokapalveluissa tarjotusta ruoasta on oltava 10 % luomuruokaa vuoteen 2015 mennessä ja 20 % vuoteen 2020 mennessä. Ruokapalvelukartoitus 2014 -tutkimuksessa (2014,32) lähiruoan osuus kaikista elintarvikehankinnoista oli 7 %. ja kunnista 85 % oli valmiita lisäämään lähiruoan hankintaa. Lisäksi vuonna 2014 kunnista 85 % hankki elintarvikkeita paikallisilta tuottajilta, sen sijaan vuoden 2011 tutkimuksessa 67 %. Näin ollen hallituksen Lähiruoka-ohjelman vaikutukset näkyvät positiivisesti julkisissa ruokapalveluissa, koska lähiruoan käyttöä on kunnissa lisätty.

Julkisen sektorin ruokapalveluilla on käyttöä lähiruoalle, mikäli tuotanto-, keruu-, ja jatkojalostusmäärät saadaan kasvamaan ja yhteinen toimitusketju toimimaan. Julkiset ruokapalvelut tarjoavat paljon mahdollisuuksia lähiruokayrittäjille. Kuten aiemmin todettiin, lähiruoan käyttö edistää oman alueen paikallistaloutta ja työllisyyttä. Näin ollen paikallisten tuottajien käyttäminen hankinnoissa on panostusta oman alueen hyvinvointiin, talouteen ja elinkelpoisuuteen. (Heikkilä 2014, 23.)

7.5 Ammattialan viestintä

Asiakasviestinnän tavoitteena ovat yhteisön tunnettavuuden ja tietoisuuden kasvattaminen. Asiakkaat ovat tärkein kohderyhmä. Yritykset kehittyvät asiakkaista ja asiakkaiden kanssa. (Söderström 2012, 30.) Ruokaan liittyvä viestintä nousee yhä tärkeämmäksi ja kuluttajien valintoihin vaikutetaan tarjoamalla runsaasti vastuullisia elintarvikevaihtoehtoja. Viestintä tukee vastuullisen liiketoiminnan kehitystä.

7.5.1 Ammattialan viestinnän merkitys

Julkisen keskustelun myötä luotettavan tiedon tarve kasvaa ja ravitsemisalun viestinnän merkitys kasvaa. Kuluttajat odottavat laaja-alaista tietoa sekä nopeaa tiedonvälitystä. Asiakkaita kiinnostavat elintarvikkeet, niiden tuotanto, alkuperä, valvonta sekä eläinten hyvinvointi ja kasviterveys. (Evira 2013.) Ruokaketjun toimenpideohjelman yhtenä tavoitteena on kuluttajan luottamus ja suomalaisen ruoan arvostus. Keskeisenä toimenpiteenä on lisätä ruoan läpinäkyvyyttä, kuten ruoan alkuperä-, tuotantotapa- ja vastuullisuusmerkintöjä. Siten tietoinen kuluttaja tunnistaa tuotteen alkuperän ja osaa valita tuoreet ja laadukkaat tuotteet. (Maa- ja metsätalousministeriö 2011, 5.) Julkisten ruokapalveluiden toiminnan toteuttamisesta kuten vastuullisuudesta, laadusta, ammattitaidosta, toiminnan taloudellisuudesta ei juurikaan viestitä.

Ruokapalvelut tiedottavat perinteisesti asiakkailleen hinnoista, ateriavaihtoehtoista ja ravintosisällöstä (Pusa ym.2014,4). Julkisten ruokapalveluiden laatukriteerissä esitetään, että asiakasviestintää toteuttaessa tärkeää on tiedostaa, mitä asiakkaat arvostavat ja tarvitsevat nyt ja tulevaisuudessa. Hyvän asiakastuntemuksen perusteella valitaan oikeat välineet viestintään. Julkisen sektorin asiakaskunta on laaja, päiväkotilapsista vanhuksiin, siksi on tärkeää viestiä asiakkaalle omalla kielellään ja kullekin sopivalla tavalla. (Ruokasuomi 2010, 63.) Perinteisiä viestintämuotoja ovat sähköposti, asiakaslehdet ja tiedotteet. Uusia yhteisöllisiä viestintämuotoja ovat sosiaalinen media, kuten pinterest, blogit ja Twitter. Viestinnässä tulisi kiinnittää huomio sosiaalisen median käyttöön imagon kohottamiseksi, arvioi Mäyry (2014).

Ruoan tekijöiden ja tuottajien arvostuksen lisäämiseksi tulisi viestiä, millaista työtä tehdään ja miten paljon ruokapalvelussa asiakkaiden hyvän ja turvallisen ruoan puolesta. (Ruokasuomi 2010, 63.) Windt (2014) pitää *ammattialan viestinnässä ja mark-*

kinoinnissa tärkeimpänä valmiin tuotteen ja palvelun korostamista sekä vaikuttavuuden korostamista. Ammattialan työntekijät tulee nostaa esille, esimerkiksi kuka ruoan valmistaa/tuottaa sekä millainen vaikutus ruoalla on asiakkaaseen. Lisäksi Windt (2014) korostaa, että toiminnalla on oltava kasvot. Tästä seuraa tietoisuuden lisääntyminen palvelusta sekä tekijöistä, siten ammattialan ja työn arvostus kasvaa. Sukula (2014) puolestaan arvioi, että imagon nostamiseen tarvitaan parempaa markkinointia, jossa kerrotaan työstä ja sen merkityksestä.

Jokainen henkilö yrityksessä on erittäin tärkeä osa asiakasviestintää. Siksi jokaisen pitää uskaltaa panostaa omaan henkilökohtaiseen viestintään, yrityksen parhaaksi, siten tukea yrityksen arvoja ja tavoitteita. (Siukosaari 2006, 136, Juholin 2006, 203 - 205.)

7.5.2 Tulevaisuuden viestintä

Kuten aiemmin todettiin, tulevaisuudessa ammattialalle tarvitaan uudenlaista viestintää. Asiakkaat viestivät ja etsivät tietoa ruoasta internetin ja sosiaalisessa median kautta älylaitteilla. Lisäksi halutaan tietoa ravitsemukseen ja vastuullisuuteen liittyvistä asioista. Uusia sovellutuksia kehitetään asiakkaiden tarpeiden mukaan.

Aterioiden ekologisuudesta kerrotaan hyvin vähän, koska ruoan ekologisuus koostuu useasta eri osa-alueesta, kuten ruoan alkuperästä, kuljetuksesta ja alkuperästä. Aalto yliopiston SHAPE MEAL -projektissa tutkittiin tapoja, joilla ruokapalveluyritykset voivat sisällyttää kestävän arvon liiketoimintaansa ja kaupallistaa ekologiseen kestävyteen tehtyjä investointeja.

SHAPE MEAL - projektissa luotiin Kestävän aterian viestintämalli ja tietotekninen prototyyppi (kuva 6). Suunnittelussa huomioitiin viestinnän visuaalisuus ja luodun sovellutuksen käytettävyys eri päätelaitteilla. SHAPE MEAL - projektissa oli pyrki- myksenä vaikuttaa asiakkaiden ateriavalintaan parantamalla viestintää ruoan ekologi- sesta kestävydestä sekä ruokapalvelutarjoajille ja kuluttajille. (Pusa ym. 2014,4.)



KUVA 6. Kestävän aterian viestintämalli (SHAPE 2014).

Ruokapalvelun viestinnällä on suuri merkitys hyvien ruokailutottumusten toteuttamisessa. Ravitsemusviestintä on haasteellista kuluttajaryhmien jakaantumisella, mm. ikärakenteen takia.

Uudet yhteisölliset viestintämuodot haastavat perinteisiä viestintäkanavia. Ruokapalvelujen viestinnässä esitettyjen tunnuslukujen ja ammattisanaston sijaan viestinnän on oltava käytännönläheistä sekä arjessa hyödynnettävää tietoa koska kuluttajalla on tarve saada selkeää tietoa. Viestinnän tehtävä on antaa asiakkaalle tietoa ostopäätöksen tueksi, siten tiedon tulee olla helposti ymmärrettävää. Kuluttajia kiinnostavat elintarvikkeet, niiden tuotanto, alkuperä ja valvonta, näin ollen viestinnän merkitys sekä sidosryhmäyhteistyön merkitys kasvaa. Kaiken kaikkiaan yrityksen toiminnan vastuulliselle viestinnälle keskeisiä tekijöitä ovat ruokaketjun läpinäkyvyys, mitkä vastuullisuusnäkökohdat ovat tärkeitä ruokaketjussa ja miten yritys niitä hallitsee. (MTT 2012, 22 -24.)

8 KEHITTÄMISTEHTÄVÄN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI

Kaikkien tutkimusten, tulosten ja johtopäätösten tulisi olla uskottavia, oikeita ja luotettavia. Tutkimustoiminnassa käytetään termiä luotettavuus. Luotettavuus mittaa myös työn laatua. (Kananen 2012, 161-167.) Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimusmenetelmän luotettavuutta arvioidaan kahdella peruskäsitteellä: reliaabelius ja validius. Tutkimuksen validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän tai mittarin kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin. (Hirsjärvi ym. 231.)

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta eli kykyä antaa esittämänvaraisia tuloksia. Kehittämistehtävässä käytettiin kvantitatiivisena luotettavuuden arviointina kyselytutkimusta, jonka perusjoukko oli Ammattikeittiöosaajat ry:n jäsenet, joilla oli sähköpostiosoite. Kehittämistehtävän reliaabelius oli hyvä. Koska mittaustulokset ovat toistettavia, vastaus on sama riippumatta tutkijasta.

Vilka (2009, 158–160) esittää, että kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkijan on dokumentoitava tutkimus, juuri niin kuin hän on tehnyt sen sekä perusteltava menettelytavat. Lisäksi tutkimuksen teoreettisen toistettavuuden periaatteen mukaan lukijan on päädyttävä samaan tulokseen kuin tutkimuksen tekijä. Puolueettomuus näkökulma on yksi luotettavuuden arviointi keino kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Esimerkiksi tutkijan asema ja omat arvot eivät saa näkyä tutkimuksen tulkintaan.

9 KEHITTÄMISTEHTÄVÄN TOTEUTUS

9.1 Kehittämistehtävän lähtökohdat

Tutkimuksen suunnittelu alkoi syksyllä 2013, jolloin toimeksiantaja ja tutkija tapasivat ensimmäisen kerran. Tapaamisessa kartoitettiin kehittämistehtävän lähtökohtia. Lähtökohdaksi valittiin Ammattikeittiöosaajat ry:n tarve saada uutta tutkimustietoa Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanjan jatkotoimiksi. Samalla selvitetään Ammattikeittiöosaajat ry:n jäsenien kehitysideoita yhdistyksen toiminnan sisällön suunnittelemiseksi. Kehittämistehtävä on soveltava tutkimus, jonka tavoite on saada suoraan päätöksentekoon ja toimintaan käytännön hyötyjä. (Vilka 2009, 44.)

Seuraavaksi perehdyttiin teoreettiseen viitekehykseen eli mitä on kirjoitettu tutkittavasta aiheesta. Tiedonkeruumenetelminä käytettiin ammattiin liittyvää kirjallisuutta ja menetelmäkirjallisuutta eli tutkimusmenetelmiin liittyvää kirjallisuutta. ja kirjallisia, sähköisiä tiedonlähteitä, kuten raportteja, opinnäytetöitä ja väitöskirjoja. (Kananen 2012, 47, 91.) Lisäksi toimeksiantajan kanssa kartoitettiin kehittämistehtävän sisältöä ja tavoitteita sähköposti- ja puhelinhaastatteluilla sekä tapaamalla henkilökohtaisesti.

9.2 Tutkimusmenetelmien valinta

Tutkimusmenetelmiksi valittiin kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen menetelmä. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus tarkoittaa tutkimusta, jonka avulla pyritään ”löydöksiin” ilman tilastollisia menetelmiä tai muita määrällisiä keinoja. Kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: Miksi? Miten? Millainen? (Heikkilä 2010,17). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tarkoituksena ilmiön ymmärtäminen sekä kuvaaminen ja tulkinnan antaminen. Lisäksi tutkimuksella pyritään ilmiön syvällisempään ymmärtämiseen. Tutkimusmenetelmän toteuttamisessa ei ole olemassa tarkkaa viitekehystä ja ohjeistusta, siksi tutkija voi tehdä välillä kenttätöitä, esimerkiksi haastatteluja ja palata taas takaisin teoriapohdintoihin. (Kananen 2012, 29 -30.)

Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: Mikä? Missä? Paljonko? (Heikkilä 2010,17). Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ilmiön ymmärrys on olemassa eli se tunetaan jo teorioiden ja mallien kautta. Näin ollen tutkimuskysymykset ovat tiedossa, sillä ne ovat johdettu ilmiötä selittävistä teorioista. Lisäksi tarvitaan muuttujia eli mitä tahansa mitattavaa ominaisuutta, esimerkiksi tutkittavan ikä ja kotipaikka. (Heikkilä 2010, 14.) Tutkimusmenetelmässä lasketaan määriä ja ne esitetään kappaleina tai suhteellisina osuuksina kokonaismäärästä. Tuloksena saadaan lukuja, jolla voidaan tehdä matemaattisia ja tilastotieteellisiä laskuja. Tutkimus vastaa kysymyksiin: Mikä? Missä? Paljonko? Kvantitatiivisen tutkimuksen keskeisiä asioita ovat (Hirsjärvi ym. 2010, 140) mukaan:

- käsitteiden määrittely
- aineiston keruu- ja menetelmät
- aiemmat teoriat
- johtopäätökset aiemmista tutkimuksista
- aineiston keruun suunnitelmat, siten että ne soveltuvat määrälliseen, numeraaliseen mittaamiseen

- tutkittavien henkilöiden otantasuunnitelmat: perusjoukon määrittely
- aineisto oltava tilastollisesti käsiteltävässä muodossa
- tulosten kuvailu prosenttitaulukoiden avulla.

Perustelut kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän käyttöön tässä tutkimuksessa ovat: laadullisten menetelmien käyttö, kuten avoin- ja teemahaastattelu sekä tutkimuksen kohdejoukko on valittu tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisotoksella. (Hirsjärvi ym. 2010,164.) Tutkimusmenetelmä sopii hyvin toiminnan kehittämiseen ja vaihtoehtojen etsimiseen, toteaa Heikkilä (2010,16).

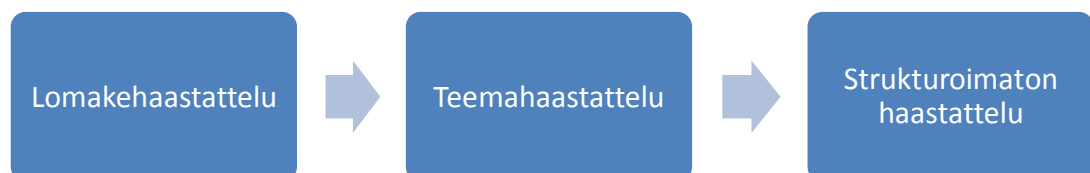
Kehittämistehtävässä yhdistettiin erilaisia tutkimusmetodeja, kuten kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Lisäksi käytettiin erilaisia tutkimusaineistoja ja lähestymistapoja samassa tutkimuksessa. Tällä tarkoitetaan triangulaatiota. (Vilka 2000, 183.)

9.3 Tiedonkeruumenetelmät

Kvalitatiivisen tutkimuksen kolme tärkeintä tiedonkeruumenetelmää ovat teemahaastattelu, havainnointi ja erilaiset dokumentit (Kananen 2012, 93). Kvantitatiivisen tutkimuksen käytetyin tiedonkeruumenetelmä on kysely.

9.3.1 Haastattelu

Haastattelu käsitteenä tarkoittaa tiedon keräämistä, joka on ennakolta suunniteltua päämäärähakuista toimintaa. Tutkijan tehtävänä on välittää kuvaa haastateltavan ajatuksista, kokemuksista, tunteista ja käsityksistä. Tutkimushaastattelun lajit ovat seuraavat (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 41–44.) (kuvio 1).



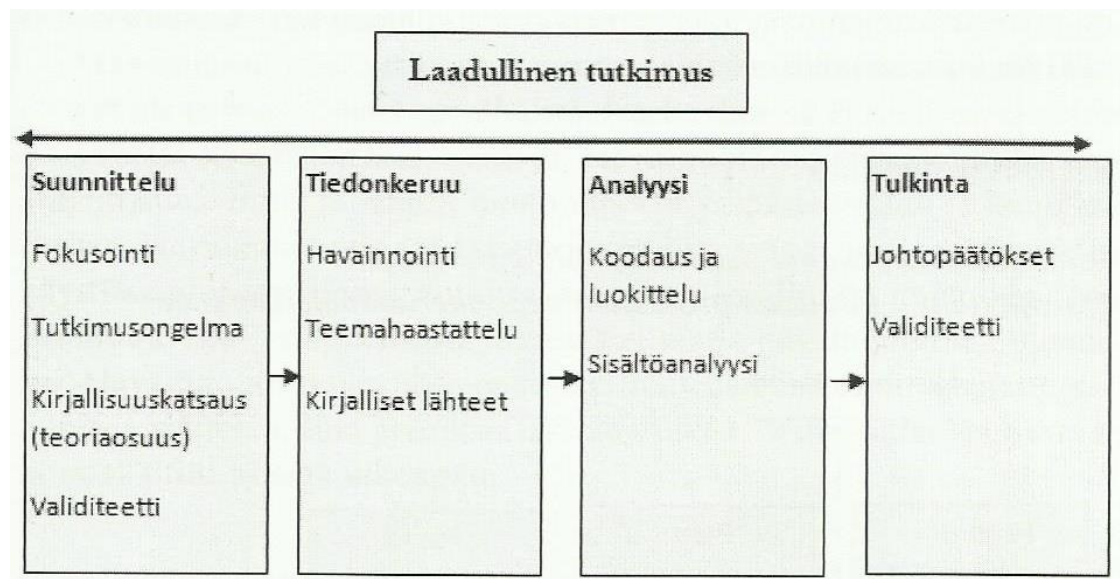
KUVIO 1. Tutkimushaastattelun lajit (Hirsjärvi & Hurme, 2000,44)

Miksi haastattelu? Siksi, että haastateltavan puhe halutaan sijoittaa laajempaan kontekstiin eli yhteyteen sekä kartoitetaan aihealuetta. Kehittämistehtävässä käytettiin teemahaastattelua, puhelinhaastattelua sekä kirjallisia ja sähköisiä dokumentteja.

Haastattelun suunnittelu

Haastattelun suunnitteluvaiheen tärkeimpiä tehtäviä on aihealueen haastatteluteemojen suunnittelu, joihin haastattelu perustuu. Suunnittelussa käytettiin apuna ammatillista kirjallisuutta. Kehittämistehtävän haastatteluteemat olivat: toiminnan laadun parantaminen, ammattialan imagon kehittäminen, yhteistyö, viestintä ja markkinointi sekä koulutus ja ammattialan osaaminen.

Suunnitteluvaihe toteutettiin keväällä ja syksyllä 2014. Haastatteluiden suunnittelussa ja toteutuksessa käytettiin apuna Kanasen kvalitatiivisen tutkimuksen prosessikaaviota. (kuva 7.)



KUVA 7. Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen prosessikaavio (Kananen 2012, 93).

Kehittämistehtävän haastattelulajiksi valittiin teemahaastattelu. Koska se sopii käytäväksi tilanteissa, joissa halutaan selvittää heikosti tiedostettuja asioita; arvostuksia, perusteluja ja ihanteita.

Teemahaastattelu tiedonkeruumenetelmänä

Haastattelurunkoja suunniteltaessa ei laadita kysymysluetteloja vaan teemaluettelo, jota haastattelutilanteessa voidaan tarkentaa sitä kysymyksillä. Teemahaastattelussa ei ollut tarkasti määritelty kysymysten muotoa tai esittämisjärjestystä. (Metsämuuronen 2006, 235.) Teemahaastattelussa kysymykset ovat kaikille samat, mutta vastauksia ei ole sidottu vastausvaihtoehtoihin, siten haastateltavat voivat vastata omin sanoin. Haastattelu etenee teemoittain ja tärkeätä on huomioida haastateltavien tulkinnat ja heidän asioista antamansa merkitykset, jotka ovat keskeisiä.

Hirsjärvi & Hurme (2000, 44 – 48.) esittävät haastateltavien valintaperusteena on se mitä ryhmää he edustavat. Kehittämistehtävässä haastateltiin viittä henkilöä, jotka edustivat julkisen ruokapalvelun johtoa, laitevalmistajia, viestintää ja koulutusta. Haastateltavat henkilöt sekä heidän edustamansa ammattiryhmän määritteli tutkija ja toimeksiantaja.

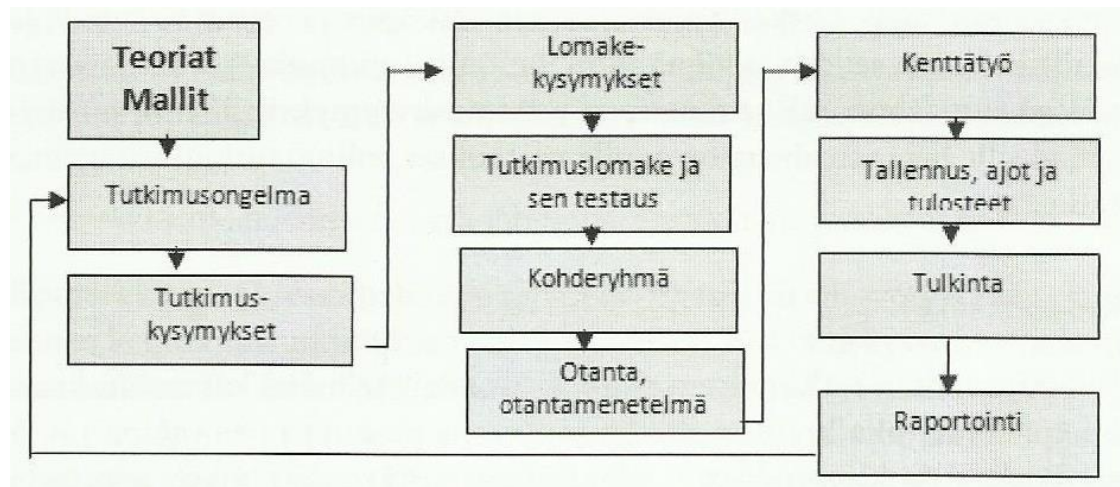
Haastattelun ajankohta sovittiin etukäteen. Yhteydenoton muotoina olivat puhelin ja sähköposti. Lisäksi tutkija lähetti haastateltaville etukäteen tutkimuksen teemoihin perustuvat lomakkeet. Lomakkeen teemat ja kysymykset oli numeroitu aineiston analysointia varten. Suunniteltaessa haastattelun toteuttamista on kiinnitettävä huomio myös haastattelupaikan sijaintiin ja ajankohtaan. Haastattelut toteutettiin keväällä 2014 ja syksyllä 2014. (Hirsjärvi & Hurme (2000, 44–48.)

Haastattelulajeja on yksilö-, ryhmä-, pari- ja täsmäryhmähaastattelut. Kehittämistehtävässä käytettiin yksilöhaastattelua ja parihaastattelua. Lisäksi puhelinhaastattelua, jota käytetään yleensä survey - tyyppisessä tutkimuksessa. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 61, 64.)

Haastatteluiden tallennus- ja analysointivälineinä käytettiin sanelulaitetta ja litterointia. Litterointi tarkoittaa haastatteluaineiston muuttamista tekstimuotoon. Tämä helpottaa tutkimusaineiston järjestelmällistä läpikäyntiä, aineiston ryhmittelyä ja luokittelua. Litteroinnissa ei saa muokata tai muuttaa haastateltavan puhetta. Kysymys on tutkimuksen luottamuksellisuudesta. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 115–116.)

9.3.2 Kysely

Kysely on tavallisin kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä käytetty aineiston keruutapa. Tutkimustapa on tehokas ja taloudellinen tapa, kun tutkittavia on paljon ja tutkimuksen aineisto kerätään tutkimuslomaketta käyttäen. Kehittämistehtävän verkkokysely toteutettiin Webropol -kyselytyökalulla, joka on sähköinen tiedonkeruu- ja analysointisovellutus. Kyselyn sovellus sopii tutkimuksen perusjoukolle, jolla on mahdollisuus internetin käyttöön (Heikkilä 2010, 14 -19).



KUVA 8. Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen prosessikaavio (Kananen 2012, 121).

Kehittämistehtävän kvantitatiivisen kysely prosessi eteni kuvan 8 mukaisesti.

Tutkimuskysymysten laadinta

Tutkimuskysymysten laadinta aloitettiin keväällä 2014 perehtymällä aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen sekä sähköisiin materiaaleihin. Kysymysten laadinnassa käytettiin materiaalina Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja -hankkeen vuoden 2013 loppuraporttia, Ruokaketjuntoimenpideohjelmaa, valmiita tilastoja ja rekistereitä. Kysymykset ja kyselylomake (liite 2/1) laadittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa kesällä 2014. Suunniteltaessa on huomioitava, miten kyselyn tulokset käsitellään ja miten ne raportoidaan. (Heikkilä 2010, 47.)

Kehittämistehtävän kyselyn teemat olivat: ruokapalvelutoiminta ja työn arvostus, työyhteisön ja itsensä kehittäminen, ruokapalvelutoiminta - vastuullisuus ja kestävä kehitys, lähiruoan käyttö ruokapalvelussa, ammattialan viestintä ja markkinointi ja ammattialan hankkeet.

Kyselylomakkeen laadinta ja testaus

Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmällä tehdyssä tutkimuksessa tärkein asia on mittarin eli kyselylomakkeen suunnittelu (Vilka 2009, 84). Tutkimuksen tavoite on oltava selvillä ennen lomakkeen laatimista. Kysymyslomakkeen ulkonäkö tulee olla siisti ja houkutella vastaamaan siihen. Heikkilän (2010, 48) mukaan lomakkeen alkuun on hyvä sijoittaa helppoja kysymyksiä ja loppuun esimerkiksi henkilötiedot. Kysymyksiä laadittaessa on huomioitava muun muassa, että ei kysytä kaikkia asioita yhdessä kysymyksessä ja samassa kysymyksessä ei kysytä kahta asiaa. (Vilka 2009, 88.) Kehittämistehtävässä käytettiin standardoitua eli vakioitua kyselyä, jossa kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään sama asiasisältö ja samalla tavalla. (Vilka 2009, 73.)

Kvantitatiivisen menetelmän kysymystyypit ovat monivalintakysymys, avoimet kysymykset ja sekamuotoiset kysymykset. Kehittämistehtävässä käytettiin kaikkia kysymystyyppejä. Monivalintakysymyksessä annetaan vastaajille valmiit vaihtoehdot ja kysymysmuoto on vakio. Avoimissa kysymyksissä on tarkoitus saada spontaaneja vastauksia ja sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista on annettu ja osa avoimia. (Vilka 2009, 84–86.)

Kysymyslomakkeeseen laadittiin asenneasteikot. Tällä tarkoitetaan monivalintakysymysten eli suljettujen kysymysten muodossa esitettyjä väittämiä. Tavallisimmin käytetyt asenne asteikot ovat Likertin asteikko ja Osgoodin asteikko. Kehittämistehtävässä käytettiin Likertin asteikkoa, jossa käytetään 4–5 portaista järjestysasteikkoa, josta vastaaja valitsi parhaiten omaa käsitystä vastaavan vaihtoehdon. (Heikkilä 2010, 52 – 53.) Opinnäytetyön tekijä loi kysymyslomakkeen Webropoliin, jossa muokattiin kyselyn ulkonäköä, kysymyksiä ja kysymystyyppejä.

Kysymysten laadinnan jälkeen vuorossa on kyselylomakkeen koetestaus, joka on tehtävä ennen varsinaista kyselyä. Vilka (2009,88) esitti, että testaaminen tarkoittaa sitä, että muutama perusjoukkoa vastaava henkilö arvioi kriittisesti lomaketta. Tutkimuk-

sen kyselylomakkeen koetastaus suoritettiin heinäkuussa 2014 ammattikeittiössä 15:lle alan työntekijällä. Koekysely tehtiin verkkokyselynä ja raportoitiin Webropolilla. Vastaamisen jälkeen vastaajille jaettiin tutkijan laatima arviointilomake, jossa tiedusteltiin strukturoiduilla - sekä avoimilla kysymyksillä muun muassa kysymysten ja ohjeiden selkeyttä sekä vastausvaihtoehtojen toimivuutta.

Kyselyn vastaajille laadittiin saatekirje (liite 1). Saatteen tehtävänä on motivoida vastaajaa täyttämään lomake, selvittää tutkimuksen taustaa ja vastaamista. (Heikkilä 2010, 61.)

Otanta ja otantamenetelmät, kohderyhmä ja kyselyn ajankohta

Kyselyn otanta tarkoittaa menetelmää, jolla otos poimitaan perusjoukosta. Kyselyiden otantamenetelmiä ovat kokonaisotanta, yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen otanta, osittainen otanta, ja ryväotanta. Kehittämistehtävässä käytettiin ryväotantaa, koska tutkittavana oli luonnollinen ryhmä, kuten yritykset, koululuokat ja organisaatiot. Otantatavassa ryppäät voidaan valita satunnaisesti tai systemaattisesti. Systemaattisesti valitulle ryppäälle eli Ammattikeittiöosaajat ry:n jäsenille, joilla oli sähköposti, tehtiin kokonaistutkimus. Kokonaistutkimus tarkoittaa, että koko perusjoukko otetaan mukaan tutkimukseen. (Vilka 2009, 77-80.)

Kyselyn kohderyhmä muodostui 1500:sta Ammattikeittiöosaajat ry:n jäsenestä, joista sähköposti oli tiedossa 934 jäsenellä (Huhtala 2014). Osoitelähteenä käytettiin toimeksiantajan jäsenrekisteriä. Verkkokysely toteutettiin 7.8 – 18.8.2014. Määräaikaan mennessä vastauksia saapui 113, vastausprosentti 12 %.

Kyselyn analysointi

Aineiston analysoinnissa käytettiin selittävää lähestymistapaa, jossa käytetään tilastollista aineistoa ja päätelmien tekoa (Hirsjärvi ym. 2010, 224). Tulosten analysoinnissa käytettiin Webropol 2.0 -kyselytyökalua, jolla luotiin kyselyn perusraportti. Perusraportille luotiin nimi sekä määriteltiin raportin asetukset. Tulokset vietiin Excel-raporttiin, jossa määritettiin tulosten vientimuoto eli kysymysyhteenvedot per välilehti. Excel- raportin pohjalta laadittiin tulosraportti ja päätelmät tuloksista.

10 TULOKSET

10.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajien taustatietoina kysyttiin työtehtävää yrityksessä, toimialaa ja ammattikeittiötyyppiä, jos vastaaja toimii ruokapalvelussa. Vastaajista 72 % työskenteli esimies-tehtävässä ja 10 % tuotantotehtävissä. Vastaajista 87 % työskenteli julkisella sektorin ammattikeittiöissä ja 21 % yksityisellä sektorilla. Kyselyssä kartoitettiin ammattikeittiötyyppiä, mikäli vastaaja toimi ammattikeittiössä. Vastaajista 51 % toimi tuotantokeittiössä ja 25 % keskuskeittiössä. (Liite 2/10).

10.2 Ruokapalvelutoiminta ja työn arvostus

Osiassa tiedusteltiin vastaajien mielipiteitä ruokapalvelualan/ammattikeittiöiden veto-voimaisuustekijöistä ja oman työn arvostukseen liittyvistä väittämistä.

Koulutus ja osaaminen

Vastaajista 45 % oli osittain samaa mieltä ja 17 % osittain eri mieltä, väittämästä: työhön liittyvää ammatillista koulutusta on riittävästi tarjolla. Kuitenkin vastaajista noin 80 % samaa mieltä tai osittain samaa mieltä, että työnantajat kannustavat työntekijöitä tutkintoon johtavaan täydennyskoulutukseen. Kun taas vastaajista suurin osa oli samaa mieltä, että voi hyödyntää omaa osaamistaan työssään ja vaikuttaa oman työn kehittämiseen työyhteisössä. (Taulukko 1.)

TAULUKKO 1. Kyselyn väittämät 1 – 4 (N 113)

| Väittämät | Samaa mieltä | Osittain samaa mieltä | En osaa sanoa | Osittain eri mieltä | Eri mieltä |
|---|---------------------|------------------------------|----------------------|----------------------------|-------------------|
| 1 Työhön liittyvää ammatillista koulutusta on riittävästi saatavilla. | 35 % | 45 % | 1 % | 17 % | 3 % |
| 2 Työnantajani kannustaa tutkintoon johtavaan täydennyskoulutukseen. | 42 % | 38 % | 7 % | 9 % | 4 % |

| | | | | | |
|--|------|------|-----|-----|-----|
| 3 Koen, että voin hyödyntää omaa osaamistani työssäni. | 63 % | 31 % | 2 % | 4 % | 1 % |
| 4 Voin vaikuttaa oman työni kehittämiseen. | 54 % | 38 % | 0 % | 8 % | 0 % |

Tulokset osoittavat, että ravitsemisalan työnantajat kannustavat työntekijöitä koulutautumaan ja työntekijä voi hyödyntää osaamistaan ja vaikuttaa oman työn kehittämiseen. Sen sijaan työhön liittyvän ammatillisen koulutuksen riittävää saatavuutta tulisi parantaa. Lintukankaan (2009, 139) tutkimuksessa havaittiin koulutuksella olevan yhteyttä työntekijöiden työhyvinvoinnin edistämässä itsetunnon vahvistumisen kautta. Arvostamalla omaa työtään, myös muut arvostavat sitä.

Työn arvostus

Vastaajien tyytyväisyyttä oman työn ja ammattitaidon arvostamiseen tiedusteltiin väittämällä (taulukko 2.). Vastausten perusteella ravitsemisalan henkilöstö arvostaa erittäin paljon omaa työtä ja ammattitaitoaan Väittämä työyhteisössäni arvostetaan ja hyödynnetään aidosti ihmisten ja ammattitaitojen erilaisuutta jakoi mielipiteet. Vastaajista 50 % oli osittain samaa mieltä ja 18 % oli osittain eri mieltä väittämästä. Sen sijaan vastaajat kokivat saavansa arvostusta esimieheltä ja työtovereilta.

TAULUKKO 2. Kyselyn väittämät 5 – 8 (N 113)

| Väittämät | Samaa mieltä | Osittain samaa mieltä | En osaa sanoa | Osittain eri mieltä | Eri mieltä |
|---|---------------------|------------------------------|----------------------|----------------------------|-------------------|
| 5 Arvostan omaa työtäni ja ammattitaitoani. | 77 % | 21 % | 1 % | 0 % | 1 % |
| 6 Työyhteisössäni arvostetaan ja hyödynnetään aidosti ihmisten ja ammattitaitojen erilaisuutta. | 26 % | 50 % | 5 % | 18 % | 1 % |
| 7 Kehitän ja arvioin omaa toimintaani ja käyttäytymistäni työyhteisössä. | 55 % | 42 % | 2 % | 1 % | 0 % |

| | | | | | |
|---|------|------|------|-----|-----|
| 8 Saan arvostusta esimieheltäni ja työtovereilta. | 43 % | 41 % | 10 % | 6 % | 0 % |
|---|------|------|------|-----|-----|

Tulokset osoittavat, että ravitsemisalan henkilöstö arvostaa omaa työtä ja ammattitaitoa. Lisäksi he kokevat saavansa arvostusta riittävästi esimieheltä ja työtovereilta. Lintukankaan & Palojoen (2012, 163) mukaan edellä mainitut tekijät ovat esimerkkejä ammattialan hyvän imagon ja onnistumisen avaimista. Ammattiylpeuden tulee näkyä asiakkaalle.

Työyhteisön toiminta

Vastaajien tyytyväisyyttä muun muassa työyhteisön ilmapiiriin, työ hyvinvointiin, palautteeseen, palkitsemiseen ja tavoitteiden määrittelyyn tiedusteltiin väittämällä (taulukko 3.)

Vastaajista 58 % oli osittain samaa mieltä väittämästä, työyhteisön ilmapiiriin koki hyväksi ja työhyvinvointia mitataan säännöllisesti. Kun taas väittämän työyhteisössäni käytetään paljon aikaa yhteisten ja yksilöllisten tavoitteiden määrittelyyn ja työskentelytapojen hiomiseen” vastaajista 32 % oli osittain samaa mieltä ja 32 % osittain eri mieltä. Lisäksi kyselyn vastaajista 45 % oli eri mieltä väittämästä ”työyhteisössäni on käytössä kannustin- ja palkitsemisjärjestelmä. (Taulukko 3.)

TAULUKKO 3. Kyselyn väittämät 9 – 15 (N = 113)

| Väittämät | Samaa mieltä | Osittain samaa mieltä | En osaa sanoa | Osittain eri mieltä | Eri mieltä |
|--|---------------------|------------------------------|----------------------|----------------------------|-------------------|
| 9 Työyhteisöni ilmapiiri on hyvä ja työhyvinvointia mitataan säännöllisesti. | 26 % | 58 % | 2 % | 13 % | 2 % |
| 10 Työyhteisössäni annetaan paljon myönteistä palautetta. | 18 % | 47 % | 9 % | 24 % | 2 % |
| 11 Työyhteisössäni käytetään paljon aikaa yhteisen ja yksilöllisen tavoit- | 7 % | 39 % | 17 % | 32 % | 4 % |

| | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|
| teen määrittelyyn. | | | | | |
| 12 Työyhteisössäni käytetään paljon aikaa yhteisten ja yksilöllisten työkentelytapojen hiomiseen. | 11 % | 38 % | 14 % | 32 % | 5 % |
| 13 Työyhteisössäni pyritään jatkuvaan kehittymiseen ja uudistumiseen. | 23 % | 54 % | 5 % | 17 % | 0 % |
| 14 Työyhteisössäni on käytössä kannustin- tai palkitsemisjärjestelmä. | 14 % | 17 % | 4 % | 20 % | 45 % |
| 15 Työyhteisössäni huomioidaan ikäjohtaminen ja työtehtäviä on mahdollisuus vaihtaa tarpeen vaatiessa. | 14 % | 31 % | 12 % | 31 % | 14 % |

Tulokset osoittavat, että ravitsemisalan työyhteisöissä ilmapiiri koetaan hyvänä, mutta myönteisen palautetta toivotaan enemmän. Palaute on tärkeä osa arvostavaa johtamista sekä kohtelua. Vastaaajien kommentteja:

- *palaute omista tekemisistä sekä esimieheltä että alaisilta ja asiakkailta*
- *palautteen antaminen lähimmältä esimieheltä, palaute saa olla vaikka negatiivista, kunhan palautetta saa.*

Positiivinen palaute kertoo arvostuksesta ja luottamuksesta. Nämä tekijät auttavat onnistumaan työssä paremmin. Palautteen perusteella toimintaa kehitetään ja ohjataan eteenpäin. Lisäksi tutkimustuloksista nousi esille tyytymättömyys ravitsemisalan kannustin- tai palkitsemisjärjestelmää kohti. Vastaaajista 45 %:lla ei ollut käytössä järjestelmää tai ei mahdollisesti tiedostettu asiaa. Kuntatyönantajien (2008) mukaan palkitseminen on johtamisen väline, jolla tuetaan työyhteisön tavoitteita ja koko organisaation strategiaa. Palkitsemistapoja ovat esimerkiksi kannustuslisä, tulospalkkio, henkilökohtainen lisä, auto- ja puhelinetu, tunnustukset tai palaute.

Huomiota tulee kiinnittää ikäjohtamiseen. Pystytäänkö työssä huomioimaan työntekijän omat vahvuudet ja työkyky? Onko työntekijöillä mahdollisuus vaikuttaa työvuoroihinsa tai omaan työhönsä? Kysymys on työntekijöiden jaksamisesta. Näin ollen keittiön työnjohto pystyy hyödyntämään henkilöstövoimavarojaan parhaalla mahdollisella tavalla, siten että oikea työntekijä ja toimenkuva kohtaavat.

Ravitsemisalan työyhteisöt ovat jatkuvassa muutoksessa. Kuitenkin kyselyn mukaan alalla työskenteleville kokevat erittäin tärkeänä, että ravitsemisalan työyhteisössä pyri-

tään jatkuvaan kehittymiseen ja uudistumiseen. Henkilöstö- ja taloudellisten resurssien vähentyessä uudistusten toteuttaminen saattaa olla hankalaa. Koska esimiehillä sekä työntekijöillä ei ole aikaa yhteisten tavoitteiden ja työskentelytapojen hiomiseen. Yhteisten tavoitteiden sekä päämäärien tiedostaminen ja niiden noudattaminen vaikuttavat positiivisesti työyhteisön toimintaan ja siten näkyy hyvänä palveluna asiakkaalle. Kuntasektorilla on käytössä toiminnanohjausjärjestelmiä, mutta niitä ei mahdollisesti käytetä tehokkaasti, koska esimiehillä ei ole aikaa suunnitteluun ja kehittämiseen. Miten pystytään laadukkaaseen palveluun, jos ei ole riittäviä resursseja?

Väitteet työn sisällöstä ja ammattialasta

Kyselyn vastaajat kokivat työn mielekkäänä sekä ruokapalvelutyö koetaan vahvasti asiakkaiden hyvinvointia ja terveyttä edistävänä. Kyselyn vastaajista 73 % oli samaa mieltä väitteestä, ravitsemisalan ammattinimikkeistöä on syytä yhtenäistää valtakunnallisesti. (Taulukko 4.)

TAULUKKO 4. Väittämät 16 – 20 (N = 113)

| Väittämät | Samaa mieltä | Osittain samaa mieltä | En osaa sanoa | Osittain eri mieltä | Eri mieltä |
|--|---------------------|------------------------------|----------------------|----------------------------|-------------------|
| 16 Työni on mielekästä. | 46 % | 50 % | 2 % | 1 % | 1 % |
| 17 Työni vaikuttaa asiakkaiden hyvinvointiin ja terveyteen. | 81 % | 19 % | 0 % | 0 % | 0 % |
| 18 Arvostamme asiakkaitamme. | 86 % | 12 % | 1 % | 2 % | 0 % |
| 19 Mielestäni ruokapalvelua koskevia säännöksiä on liikaa. | 26 % | 38 % | 12 % | 14 % | 11 % |
| 20 Ravitsemisalan kirjava ammattinimikkeistö olisi syytä yhtenäistää valtakunnallisesti. | 73 % | 19 % | 6 % | 2 % | 0 % |

Ammattikeittiötyö koetaan vahvasti hyvinvointia ja terveyttä edistävänä. Vastaajat kokevat ammattityön mielekkäänä. Lisäksi tuloksista voi päätellä, että ravitsemisalan ammattinimikkeistöä on syytä yhtenäistää valtakunnallisesti. Seuraavassa vastaajan

kommentti: ammattinimikkeet uusiksi, esim. keittäjä on vanhanaikainen. Millainen vaikutus nimikkeiden ja tutkintojen määrällä on henkilöstön palkkoihin sekä työn arvostukseen?

Avoim kysymys: mitkä asiat kohottavat oman työn arvostusta?

Sanallisista vastauksista nousi vahvasti esille, että alan työntekijät arvostavat omaa työtään erittäin paljon. Sen sijaan kannustavan ja myönteisen palautteen saaminen esimieheltä, työtovereilta ja asiakkailta koettiin vähäiseksi. Sanallisia vastauksia oman työn arvostukseen liittyvistä asioista:

- *palaute omista tekemistä sekä esimieheltä että alaisilta ja asiakkailta*
- *esimieheltä ja asiakkaalta tuleva palaute*
- *ammattitaito sekä yleinen mielipide ruokahuollon tärkeydestä*
- *oma mielenkiinto ja innostus työtä kohtaan*
- *yhteistyö asiakkaiden kanssa, heidän toiveet huomioiden*
- *työtehtävät, työskentelytilat laitteineen, asuste yms. asiat eivät ole ristiriidassa alalle kuuluvan imagon kanssa*
- *työssä edistyminen ja sen merkittävyys asiakkaille*

Tutkimuksen mukaan ravitsemisalalla työskentelevät ovat vahvasti työhön sitoutuneita, ammattia ja työtään arvostavia sekä ammattiyhdistyksiä työntekijöitä. Samanlaisiin tuloksiin päätyi Juurakko (2014, 72) joka esitti ruokapalvelun imagoa kohottavina tekijöinä oman työn arvostuksen ja ammattiyhdistyksen esiintuomisen. Lisäksi ammattitaidon ylläpitäminen ja koulutus nousi tärkeäksi tekijäksi arvostuksen kohottamiseksi Seuraavassa kyselyn vastaajien kommentteja:

- *itse pitää arvostaa omaa työtään, käyttäytyä asiallisesti, noudattaa esimiehen ohjeita ja pitää olla kehittävä ote työhön*
- *omalla asenteella on myös merkitys hyvän ja avoimen hengen luomiselle työpaikalla*
- *hyvä johtaminen*
- *poliittinen arvostus kunnissa*
- *ajantasainen koulutus*
- *hyvän ruoan arvostaminen ja tekeminen.*

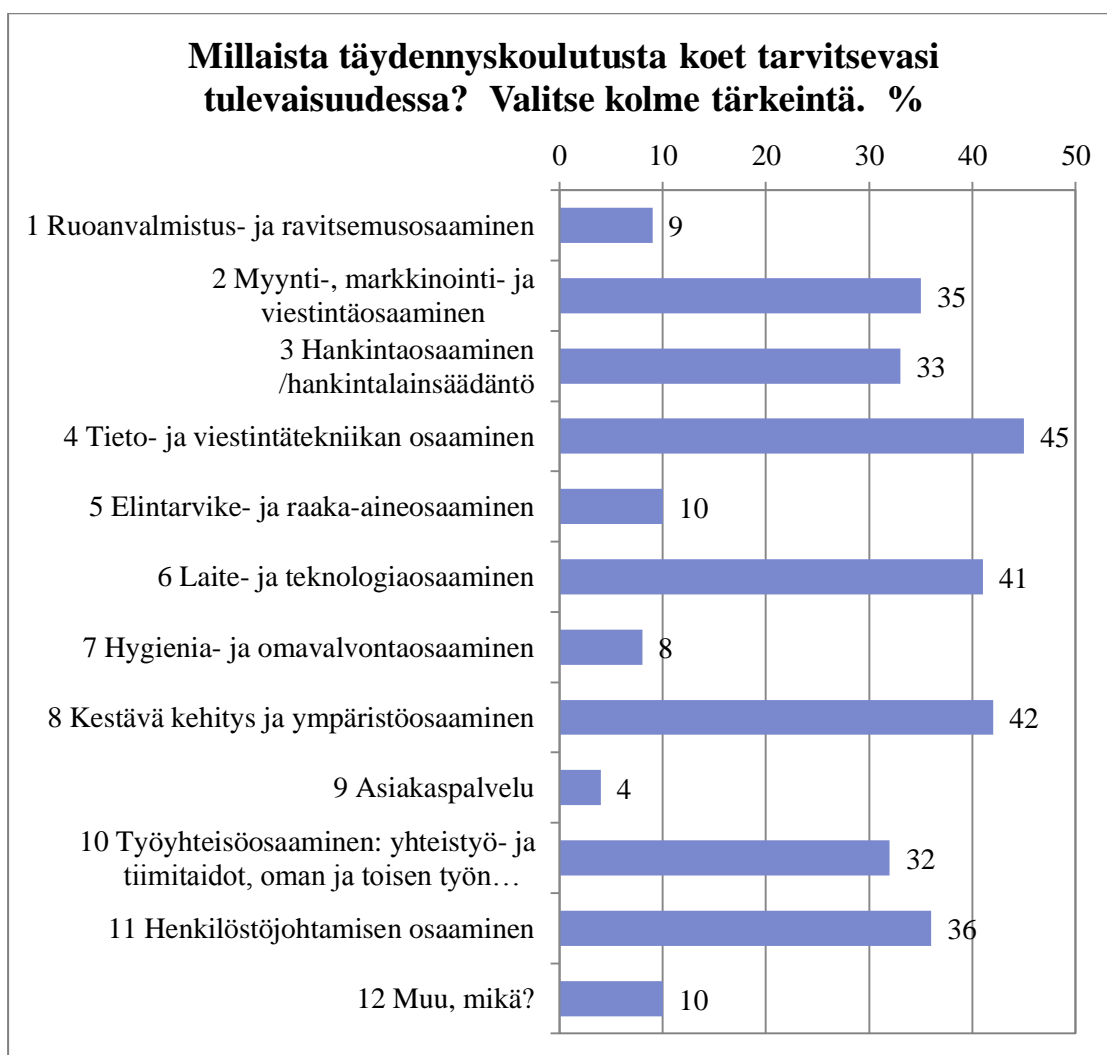
Tyytyväisyys työhön ja työyhteisön toimintaan heijastuu asiakkaaseen, kun henkilöstön arvostaa työtään ja osaamistaan. Sillä on vaikutus alan arvostukseen ja imagoon.

10.3 Osaamisen kehittäminen

Työyhteisön ja itsensä kehittämiseen liittyviä osa-alueita kartoitettiin seuraavilla kysymyksillä: Millaista täydennyskoulutusta tarvitset tällä hetkellä? Millaista täydennyskoulutusta koet tarvitsevasi tulevaisuudessa? Mikä opetusmuoto soveltuisi parhaiten täydennyskoulutuksen toteuttamiseen? Kysymyksissä vastaajia pyydettiin valitsemaan kolme tärkeintä vaihtoehtoa.

Kyselyn tulosten perusteella vastaajista 47 % ilmoitti tärkeimmäksi täydennyskoulutustarpeeksi tällä hetkellä henkilöstöjohtamisen ja 53 % hankintaosaamisen sekä 44 % tieto- ja viestintätekniiikan. (ks. Liite 2/4).

Lisäksi vastaajilta tiedusteltiin millaista täydennyskoulutusta tarvitaan tulevaisuudessa (kuvio 2). Vastaajista 45 % ilmoitti tarvitsevansa tieto- ja viestintätekniiikan osaamiseen ja 42 % kestävään kehitykseen sekä 41 % laite- ja teknologiaosaamiseen liittyvää täydennyskoulutusta.



KUVIO 2. Millaista täydenniskoulutusta koet tarvitsevasi tulevaisuudessa? (N 111)

Tulosten perusteella vastaajat tarvitsevat tällä hetkellä täydenniskoulutusta henkilöstöjohtamisesta, viestintä- ja tietotekniikkataidoista ja hankintaprosessista. Kun taas tulevaisuudessa ammattialalla (kuvio 1) tarvitaan erityisesti kestävään kehitykseen, laite- ja teknologiaosaamiseen sekä viestintä- ja tietotekniikkaan liittyvää täydenniskoulutusta. Ihalainen (2012, 35) esitti tulevaisuuden esimiestyössä henkilöstöjohtaminen, liiketoimintaosaaminen ja tiedon johtaminen korostuvat, syynä ovat jatkuvat organisaatio- ja talouden muutokset. Kun taas Juurakon (2014,40) tutkimuksessa osamistarpeista nousi esille ihmissuhdetaitojen, omistautuminen ja oikeanlainen asenne työhön, luovuuden sekä kielitaitovaatimusten lisääntyminen. Vastaajien kommentteja:

- *koulutus pitää ulottaa koko organisaatiolle, ei riitä, että esimiehet ramppaavat koulutuksissa, tarvitaan asenne muokkausta toimintojen uudistamisessa ja service- design-koulutuksia*

- *laitteet kehittyvät kokoajan, toimintatavat ja -mallit, täytyy löytää tehokkain ja taloudellisin tapa tehdä työtä*
- *kielitaito ja kulttuurien tunteminen hyvin tärkeitä alalla tulevaisuudessa.*

Kuten aiemmin todettiin, työyhteisötaitojen lisäksi ihmissuhdetaitojen hallinta ammatityössä on tärkeä osa-alue ja korostuu tulevaisuudessa enemmän. Asiakkaat vauvasta vaariin ovat kriittisiä palvelun laadun suhteen. Onnistunut asiakas kohtaaminen nostaa työn arvostusta.

Lisäksi kyselyssä kartoitettiin parhaiten soveltuvaa opetusmuotoa täydennyskoulutuksen toteuttamiseen (kuvio 3).



KUVIO 3. Mikä opetusmuoto soveltuisi parhaiten täydennyskoulutukseenne toteuttamiseen? (N 112)

Tulosten perusteella toimivimmat koulutusmuodot ovat lähi- ja monimuoto-opetus ja verkko-opinnot. Monimuoto-opetuksessa opetus tapahtuu lähi- tai etäopiskeluna ja oppimistehtävät tehdään itsenäisesti tai ryhmässä. Kun taas lähiopetus/seminaari työkentelyssä opintojen suorituspaikka- ja aika on määritetty ja opiskelu tapahtuu ryhmässä. Verkko-opinnot voi suorittaa verkossa yksin tai ryhmässä.

10.4 Ruokapalvelutoiminnan vastuullisuus

Vastuullisuuteen ja kestäväan kehitykseen liittyviä asioita kartoitettiin seuraavilla väittämillä ja kysymyksellä: Miten vastuullisuus/kestävä kehitys näkyvät ruokapalvelun jokapäiväisessä toiminnassa? Millaista vastuullisuuteen/kestävään kehitykseen liittyvää koulutusta olet saanut? (ks. Liite 2/6)

Vastuullisuuden ja kestäväan kehityksen näkyvyyttä ammattikeittiön jokapäiväisessä toiminnassa kartoitettiin väittämällä (kuvio 4). Vastausten perusteella kaikille alan ammattilaisille on tärkein asia tarjota asiakkaille tuoretta ja turvallista ruokaa. Lisäksi kyselyn perusteella ammattikeittiön jokapäiväisessä toiminnassa toteutuvat parhaiten mm. ruokalistojen suunnittelu ravitsemussuosituksen mukaisesti, OIVA - elintarvikevalvonnan tarkastustietojen julkistamisjärjestelmä ja astiavalutuksessa käytettävien lajitteluohjeiden käyttö. Lisäksi vastaajista 59 % ilmoitti, että on käytössä vastuulliset elintarvikehankinnat, jotka ovat osa yritys- ja yhteiskuntavastuuta.



KUVIO 4. Miten vastuullisuus/kestävä kehitys näkyvät ruokapalvelun jokapäiväisessä toiminnassa? (N = 111)

Kyselyn vastausten perusteella ruokapalvelun toiminnassa toteutuivat heikoimmin seuraavat toimenpiteet: asiakkaan ohjaus valita ja koota ympäristövastuullisia aterioita sekä välipaloja (= ruokalistamerkinnyt) sekä raaka-aineiden alkuperän, tuotantotapojen ja koostumuksen näkyminen asiakkaalle (esim. ruokalistalla), raaka-aineiden/tuotteiden merkitään ympäristömerkeillä (esim. Joutsenmerkki).

Ruokaketjun toimenpideohjelman yhtenä keskeisenä toimenpiteenä on lisätä ruokaketjun läpinäkyvyyttä, kuten ruoan alkuperä-, tuotantotapa-, ja vastuullisuusmerkintöjä (Maa- ja metsätalousministeriö 2011,5). Tutkimustuloksista voi päätellä että, ammattikeittiöiden tulee kiinnittää huomiota alkuperä-, tuotantotapa- ja vastuullisuusmerkintöihin. Tulevaisuudessa Eviran (2014) uudet suositukset elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä, antavat uutta ajankohtaista tietoa ammattikeittiöille ruoan alkuperä-, tuotantotapa-, ja vastuullisuusmerkinnöistä. Suositusten tuomat lisämerkinnät esimerkiksi ruokalistoihin tuovat lisätyötä keittiöhenkilöstölle, mutta ovat merkki vastuullisesta yrityksestä ja palvelusta.

Avoim kysymys

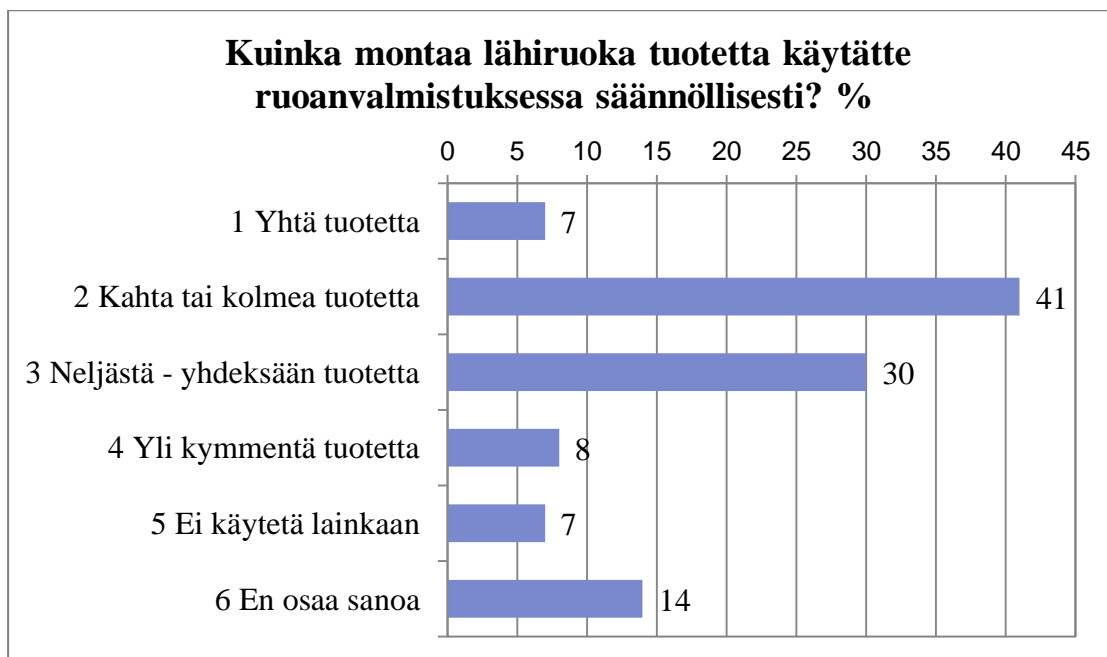
Lisäksi kyselyssä kartoitettiin avoimella kysymyksellä millaista koulutusta vastaajat ovat saaneet vastuullisuuteen ja kestävä kehityksen ko. teemoihin. Vastausten perusteella koulutuksen määrä oli vähäistä, mutta osa vastaajista oli suorittanut Ympäristöpassin.

Tulosten tulkinnassa on huomioitava, että vastauksista ei selviä, mitä ja millaisia toimenpiteitä ammattikeittiössä on tehty vai oliko annettu vastaus vastaajan henkilökohtainen mielipide. Tämä vaikuttaa kyselyn tuloksen validiukseen eli tutkimusmenetelmän tai mittarin kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin (Hirsjärvi ym. 231).

10.5 Lähiruoka

Lähiruoan käyttöä kartoitettiin seuraavilla kysymyksillä: Käytetäänkö ruokapalvelusanne lähiruokaa? Kuinka montaa lähiruoka- tuotetta käytätte ruoanvalmistuksessa säännöllisesti? (ks. Liite 2/7)

Kyselyyn vastaajista lähes 80 % ammattikeittiöistä käytti lähiruokaa. Sen sijaan vastaajista 41 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä säännöllisesti ruoanvalmistuksessa kahta – kolmea lähiruokatuotetta. (Kuvio 5.)



KUVIO 5. Lähiruoan käyttö ruoanvalmistuksessa (N= 107)

Vastaajien avoimista vastauksista nousi esille käytännön asioita, jotka vaikuttavat lähiruoan käyttöön päivittäisessä toiminnassa. Vastaajien kommentteja:

- *kilpailutetut sopimukset eivät tue lähiruokatuotteiden hankintoja*
- *joukkoruokailua ei voi tuottaa lähituotteilla määrrien suuruuden takia*
- *kuljetukset ja tuotteiden pienet määrät hankaloittavat lähiruoan käyttöä*
- *mainonta ja markkinointi puutteellista*
- *lähiruokatuotteita ei riittävästi tarjolla.*

Lähiruokatuotteiden kysyntä ja tarjonta pitäisi saada tasapainoon sekä hankintasopimukset ja kuljetukset joustavammiksi. Samanlaisiin tuloksiin päätyi myös Heikkilä (2014,23), joka arvioi, että julkisen sektorin ruokapalveluilla on käyttöä lähiruoalle, mikäli tuotanto-, keruu-, ja jatkojalostusmäärät saadaan kasvamaan ja yhteinen toimitusketju toimimaan.

Lähiruoka on tärkeä osa vastuullista elintarvikeketjua. Lähiruoan käyttö lisääntyy ammattikeittiöissä, mutta yhteistyötä elintarvikeketjun eri toimijoiden kesken on kehitettävä. Lisäksi kuntien päätökset ohjaavat ammattikeittiöiden toimintaan. Päätöksillä vaikutetaan asiakkaiden ravitsemukseen ja terveyteen sekä työllisyyteen. Siten lähiruoan käyttö edistää paikallista taloutta sekä työllisyyttä työllistämällä yrittäjiä.

10.6 Ammattialan viestintä

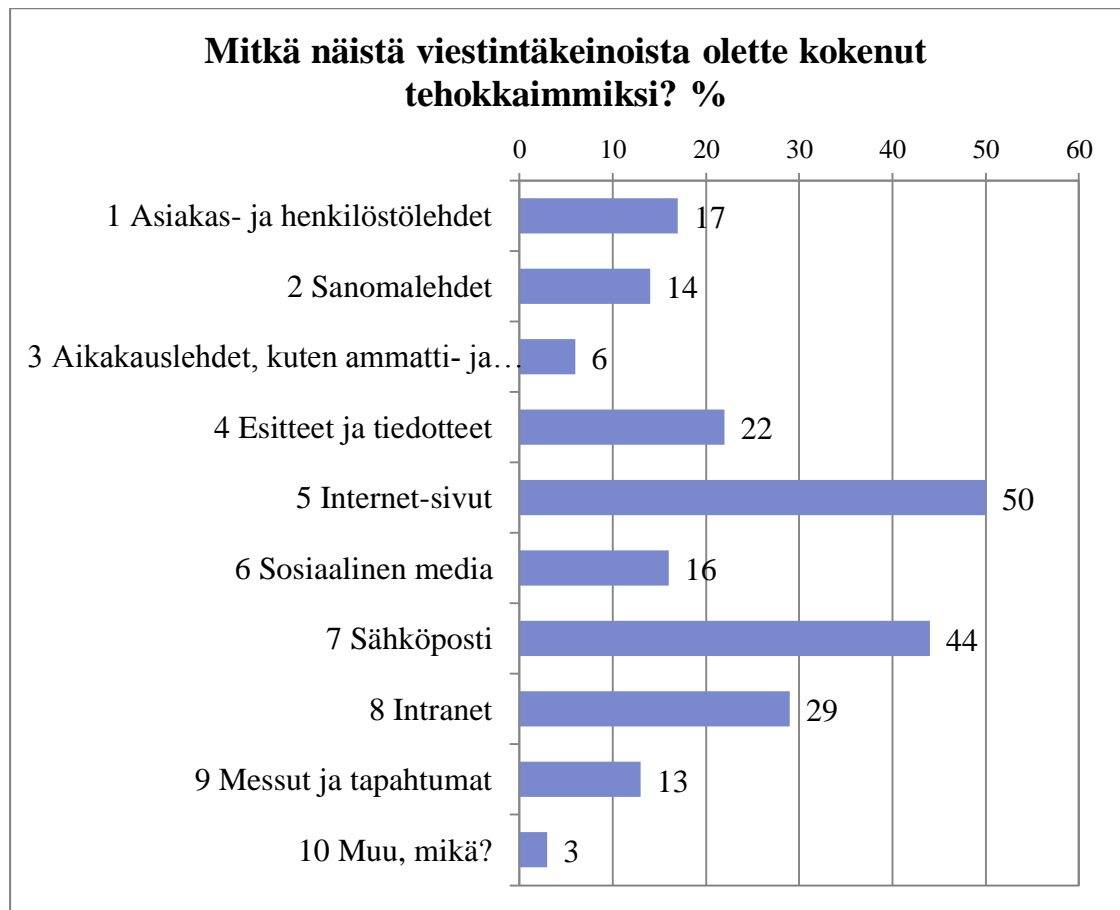
Ammattialan viestintää ja markkinointia kartoitettiin seuraavilla kysymyksillä: Millaisia viestintäkeinoja olette käyttäneet? Mitkä viestintäkeinot olette kokeneet tehokkaimmiksi? (ks. Liite 2/8)

Kysymykseen millaisia viestintäkeinoja olette käyttäneet, vastaajat ilmoittivat käyttävänsä perinteisiä viestintämuotoja, kuten sähköpostia, internet- sivustoa sekä esitteitä ja tiedotteita. Sosiaalisen median käyttö oli melko alhaista. (Kuvio 6.)



KUVIO 6. Viestintäkeinot ammattialalla (N = 109)

Vastaajat kokivat tehokkaimmaksi viestintäkeinoiksi perinteiset viestintäkeinot, kuten internet- sivuston, sähköpostin ja intranetin. Sosiaalisen median käyttö oli melko alhaista. (Kuvio 7.)



KUVIO 7. Tehokkaimmat viestintäkeinot ammattikeittiössä (N = 103)

Tulokset osoittivat, että ammattikeittiöissä käytetään erilaisia viestintäkeinoja. Perinteiset viestintäkeinot, kuten sähköposti, internet- sivusto, esitteet/tiedotteet sekä yritysten sisäinen intranet ovat ammattikeittiöiden toiminnasta viestittäessä käytetyimpiä ja tehokkaimpia viestintäkeinoja. Sosiaalista mediaa käytettiin melko vähän.

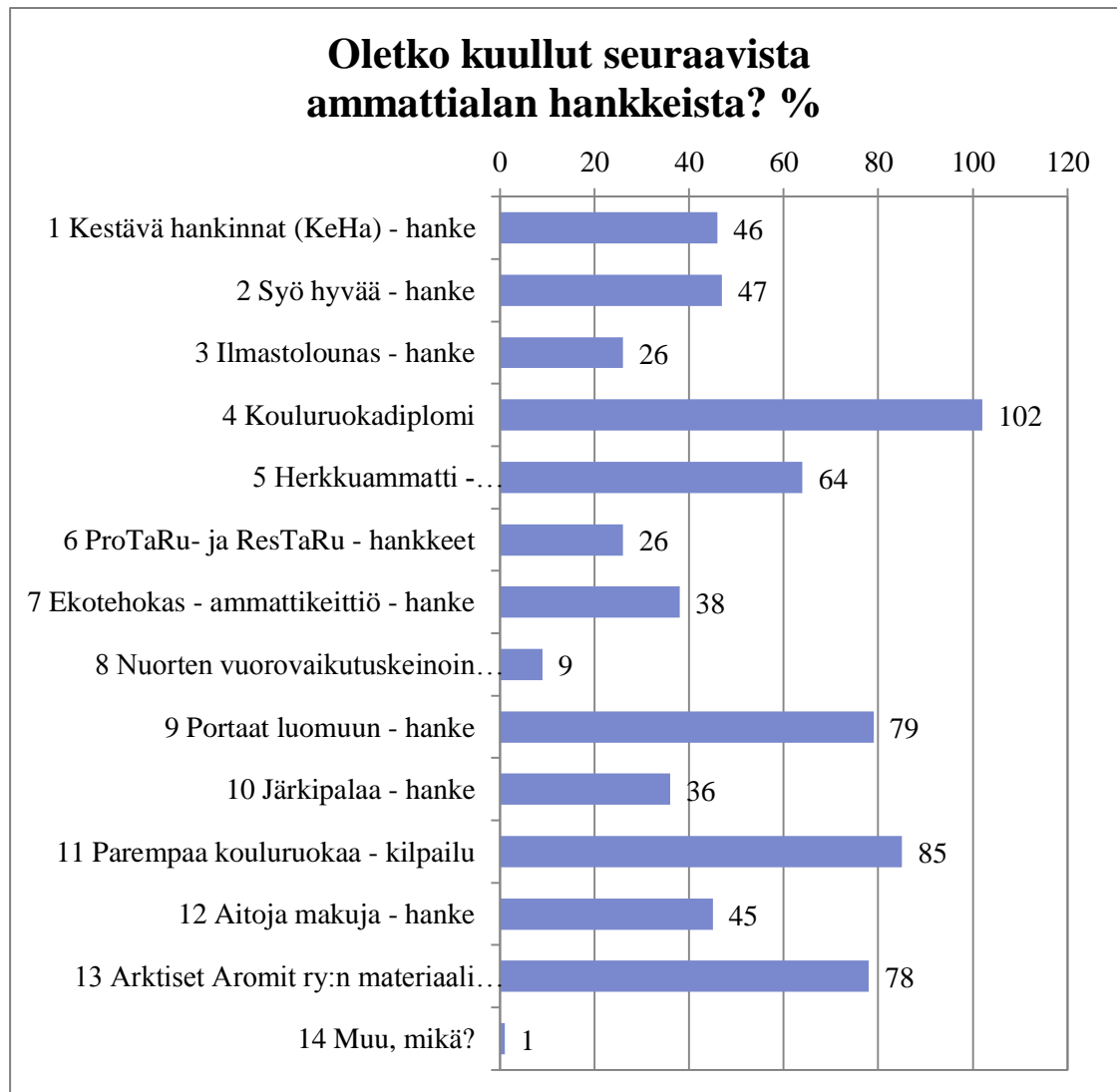
Kyselyssä tiedusteltiin avoimessa kysymyksessä vastaajien kommentteja ammattialan viestinnästä ja markkinoinnista:

- *julkinen ruokapalvelu viestii vain sen mikä on pakko, ilman muuta pitäisi viestiä enemmän joka suuntaan klusterissa*
- *meidän viestityksemme voisi olla runsaampaakin*
- *henkilöstöravintolassa tieto kulkee myös henkilöltä toiselle melko hyvin.*

Tulosten mukaan viestintää tulee lisätä. Ammattikeittiön viestinnän ja viestintätapojen monimuotoisuuden huomioiminen on tärkeä asia.

10.7 Ammattialan hankkeet

Hankkeisiin liittyviä asioita kartoitettiin seuraavilla kysymyksillä: Oletteko kuullut seuraavista ammattialan hankkeista? Oletteko osallistuneet ammattialanne hankkeisiin? (ks. Liite 2/9) Kyselyyn vastaajista tunnistavat parhaiten Kouluruokadiplomi-hankkeen ja Parempaa kouluruokaa - kilpailun sekä Portaat luomuun - hankkeen. (Kuvio 8.)



KUVIO 8. Ammattialan hankkeet (N = 109)

Lisäksi kartoitettiin vastaajien osallistumista ammattialan hankkeisiin. Kyselyyn vastaajista 50 % ilmoitti osallistuneen ja 48 % ei ollut osallistunut hankkeisiin.

Ruokaketjun ja ammattialan hankkeilla lisätään ruoan, ruoan tekijöiden ja ruokakulttuurin arvostusta sekä edistetään terveellisiä ruokatottumuksia. Hankkeet tuovat näkyvyyttä paikallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti.

11 YHTEENVETO TULOISTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Ruokapalvelutoiminta ja työn arvostus

Kyselyn tulosten perusteella ruokapalvelu ammattilaiset arvostavat omaa työtään ja ammattityö koetaan mielekkäänä. Tulosten perusteella arvostusta lisäävä tekijöitä ovat oman työn arvostaminen sekä hyvä ruoka ja palvelu asiakkaalle. Ammattikeittiöissä toimii ammattitaitoisia, ammattiylpeitä, työhön sitoutuneita ja tunnollisia tekijöitä, jotka arvostavat omaa työtään. Ammattiylpeyden tulee näkyä asiakkaalle ja eri sidosryhmille kaikessa toiminnassa. Positiivinen asenne työhön sekä ulkoisen ja sisäisen asiakkaan arvostaminen ovat tärkeitä tekijöitä. Erään kyselyyn osallistuneen kommentti kertoo paljon: *Mikäli en itse arvosta omaa työtäni ja sitoudu siihen kokonaisvaltaisesti niin arvostus on sen mukainen.*

Verkkokyselyn tulosten perusteella ammattikeittiötyön arvostusta nostavaksi tekijäksi nousi merkityksellinen työ yhteiskunnassa. Myös asiantuntijoiden teemahaastatteluisissa korostuivat ammattikeittiöalan vaikuttavuus ja merkityksellisyys. Ammattikeittiöiden toiminnan vaikutus kansanterveyteen ja kansantalouteen on merkittävä.

Verkkokyselyn tulosten perusteella työntekijät tuntevat, että heitä kannustetaan kouluttautumaan ja siten pystyvät hyödyntämään osaamistaan sekä vaikuttamaan oman työn kehittämiseen. Kuntien taloudellinen tilanne vaikuttaa ruokapalveluiden toiminnan kehittämiseen ja suunnitteluun. Millainen vaikutus resurssien vähenemisellä on toimipaikan henkilöstön koulutusmahdollisuuksiin sekä työn kehittämiseen? Yrityksissä järjestettävän sisäinen koulutusten merkitys kasvaa, arvioivat Buschfeldt ym. (2011,85) tutkimuksessaan.

Tutkimuksen tulosten perusteella kannustava palaute esimieheltä, kollegalta tai asiakkaalta nousi ammattialan arvostusta nostavaksi tekijäksi. Kuten aiemmin todettiin, positiivinen palaute kertoo arvostuksesta ja luottamuksesta. Lisäksi ammattialan kan-

nustinjärjestelmiä tulee kehittää. Järjestelmän puuttuminen tai sen käyttämättä ottaminen työpaikoilla ei vahvista työn arvostusta. Palkitseminen voi olla esimerkiksi palautteen antamista, kuten keskustelu onnistumisesta työssä.

Huomiota tulee kiinnittää myös ikäjohtamiseen ja työnkiertoon. Hyödynnetäänkö työssä huomioimaan työntekijän omat vahvuudet ja työkyky? Onko työntekijällä mahdollisuus vaikuttaa työvuoroonsa tai omaan työhönsä? Kysymys on työntekijöiden jaksamisesta. Näin ollen keittiön työnjohto pystyy hyödyntämään henkilöstövoimavarojaan parhaalla mahdollisella tavalla, siten että oikea työntekijä ja toimenkuva kohtaavat.

Tulosten perusteella kehittämistä on ravitsemisalalan ammattinimikkeistön yhtenäistämässä. Myös Juurakko (2014, 59) päätyi samanlaisiin tuloksiin. Valtakunnallisesti ravitsemisalalan ammattinimikkeitä oli 264 ja erilaisia tutkintoja 340 kappaletta. Millaisen kuvan kirjava ammattinimikkeistö antaa ammattikeittiöiden toiminnasta asiakkaille sekä sidosryhmille? Nykyaikainen ja yhtenäinen nimikkeistö voi lisätä ammattiylpeyttä ja tasa-arvoisuutta toimenkuvissa sekä palkoissa.

Lisäksi ravitsemisalasta käytetään erilaisia nimikkeitä kuten ruokapalvelu, julkinen ruokapalvelu, ammattikeittiö ja suurkeittiö. Tutkimuksen vastaajan kommentti nimiasiaan: *ei ole olemassa ammattikeittiöalaa*, kertoo alan monimuotoisuudesta. Nimikkeeseen käyttöön voi vaikuttaa onko palvelun tuottaja julkinen sektori vai yksityinen sektori.

Osaamisen kehittäminen

Ammattikeittiöosaajat ry:n jäsenille kohdistetun kyselyn perusteella ammattialalla tarvitaan tällä hetkellä täydennyskoulutusta hankintaosaamisesta, henkilöstöjohtamisesta sekä viestintä - ja tietotekniikkataidoista. Tulevaisuuden koulutustarpeena ovat kestävään kehitykseen ja ympäristöosaamisen sekä laite- ja teknologiaosaamiseen liittyvää koulutusta. Ammattikeittiöiden toiminnan yhtenä lähtökohtana on työyhteisöosaaminen ja henkilökohtainen osaaminen. Koulutettu henkilökunta on yrityksen voimavara. Sitoutunut ja ammatistaan ylpeä henkilöstö saa arvostusta työlleen sekä yritykselle.

Opetushallituksen (2012,34) Majoitus- ja ravitsemisalan osaamistarveraportissa ennakotiin eli tuotettiin näkemyksiä tulevaisuuden ammattikeittiöiden osaamistarpeista. Niin ikään tutkimuksesta nousi esille vastuullisuuteen, kestävään kehitykseen, ympäristöasioihin sekä eettisyyteen liittyvä osaaminen. Lisäksi tulevaisuuden osaamistarpeista Teittinen (2014) painottaa joustavuuden siirtämistä. *Työnantajat painottavat täsmäosaamista, mutta myös laaja-alaista osaamista. Työtehtävistä ja – paikoista on pystyttävä siirtymään joustavasti eri tehtäviin. Näin ollen työnantajan työvoiman tarve vähenee, siten palkkakustannukset laskevat.* Kuten aiemmin todettiin, yhteistyötaitojen hallitseminen korostuu.

Kehittämissuositus Ammattikeittiöosaajat ry:lle on viestintä - ja tietotekniikkaan sekä vastuullisuuteen, kestävään kehitykseen ja ympäristöosaamisen, henkilöstöjohtamisen osaamisen ja laite- teknologiaosaamisen sekä liittyvän koulutuksen kohdentaminen ammattikeittiöille. Tätä tukee hallituksen Ruokastrategian visio vuonna 2030, jossa suomalaiset kuluttajat syövät terveellistä, maukasta, kestävästi tuotettua ja turvallista ruokaa (Huomisen ruoka 2010,5.) Verkkokyselyn tulosten perusteella, sopivina opetusmuotoina ovat lähiopetus tai monimuoto-opetus sekä verkko-opetus.

Vastuullisuus ja kestävä kehitys

Ruokapalveluiden vastuullinen toiminta perustuu asiakas - ja kuluttajälähtöisyyteen. Huomisen ruoka – raportissa (Maa- ja metsätalousministeriö 2010,5) todetaan että, alan kilpailukyky ja tulevaisuus perustuvat kuluttajien tarpeiden vastaamiseen. Siten viestintä ruokaan liittyvistä ominaisuuksista nousee yhä tärkeämmäksi. Kyselyn tulosten perusteella ammattikeittiöiden on kiinnitettävä huomiota alkuperä-, tuotantotapa- ja vastuullisuusmerkintöihin. Asiakastarpeiden muuttuminen ja kulutuksen erilaistuminen vaativat ruokapalveluja vastaamaan tehokkaasti ja nopeasti vastuullisuuden ja kestäväan kehityksen näkymiseen yrityksen toiminnassa. Tulosten perusteella ammattikeittiöissä on jo käytössä useita eri toimintamalleja, kuten OIVA - tarkastustietojen julkistamisjärjestelmän käyttö sekä elintarvikkeiden vastuulliset hankinnat.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että koulutusta vastuullisuuteen ja kestäväan kehitykseen on ollut melko vähän. Kyselyn perusteella oli huomioitava, että osa vastaajista oli suorittanut Ympäristöpassin. Ammattikeittiön toiminta on vastuullista ja läpinäkyvää,

siten koulutuksella asiakas- ja kuluttajalähtöisyys lisääntyy sekä ammattikeittiön vaikuttavuus lisääntyy.

Lähiaruoka

Valtioneuvoston (2013) periaatepäätöksen mukaan ruokapalveluiden on hankittava ravitsemussuositusten mukaista ja luonnonmukaisesti tuotettuja, kasvispainotteisia tai sesonginmukaisia elintarvikkeita. Ruokapalvelukartoitus 2014- tutkimuksen mukaan (2014,32) vuonna 2014 kunnista 85 % hankki elintarvikkeita paikallisilta tuottajilta, sen sijaan vuoden 2011 tutkimuksessa 67 %. Kyselyn tulokset osoittivat, että vastaajista 80 % käyttävänsä tai hankkivansa lähiruokaa. Näin ollen hallituksen Lähiaruoka-ohjelman vaikutukset näkyvät positiivisesti julkisissa ruokapalveluissa, koska lähiruokan käyttöä on kunnissa lisätty.

Ammattialan viestintä

Tulosten perusteella ammattikeittiöiden viestinnässä ja markkinoinnissa käytetään melko monipuolisesti erilaisia viestintäkanavia, mutta paine viestimiseen sosiaalisessa mediassa kasvaa. Syynä tähän on muun muassa asiakaskunnan muuttuminen. Uudet yhteisölliset viestintämuodot haastavat perinteisiä viestintäkanavia ammattikeittiöiden toiminnassa. Kallinen (2014) pitää merkityksellisenä viestintäkanavana sosiaalista mediaa. *Sosiaalisessa mediassa on hyvä kertoa esimerkiksi ammattikeittiön arjesta ja toiminnasta. Tärkeää on luoda kanava, jossa asioista keskustellaan. Esimerkiksi nuorisolle viestintäkanava mitä he käyttävät. Siten palaute toiminnasta tulee nopeasti. Tämä on luonteva tapa, kun puhelin on mukana. Lisäksi keittiöiden toimipisteet ovat valtavia medioita jo itsessään, paljon ruokailijoita valtavasti mahdollisuuksia tavoittaa ihmisiä esimerkiksi julistein, sähköisin kanavin.*

Kallinen (2014) pitää markkinoinnin ja viestinnän kehittämiskohteena ammattikeittiöissä viestinnän suunnitelmallisuutta ja toteutuksen huomioiden oikeaa ja realistista taloudellista resursointia. Kallinen esitti, että *olennaista olisi, kun kampanjointia lähdetään tekemään, että jo siinä vaiheessa pitäisi pystyä varaamaan tarvittavat resurssit kampanjan toteutukseen. Oli sitten kyseessä blogipostauksia, twitter- tai pintereskanavan ylläpitoa.* Ammattikeittiöissä tämä saattaisi tarkoittaa viestinnän vastuun

jakamista muun muassa keittiön esimiehelle tai oppilaitoksen/työpaikan atk-tukihenkilölle tai ulkoistaa palvelu.

Viestinnän on oltava läpinäkyvää. Yhteistyö asiakkaiden kanssa on avain työn ja ammatin arvostuksen nostamiseen. *Mitä läpinäkyvämpää ja aktiivisempaa se kommunikointi on ihan missä tahansa viestintäkanavassa, se tekee teidän tavoitteelle hyvää, olette kohderyhmässä läsnä.* (Kallinen 2014.) Myös sisäisen viestinnän merkitys on tärkeä. Keittiöt tuntevat asiakkaansa, siten asiakasviestintä tulee suunnitella asiakasryhmäkohtaisesti.

Ammattikeittiöiden viestinnässä Kallinen (2014) esittää, *pääteemaksi julkisen ruokapalvelun merkitys hyvinvointiyhteiskunnassa, kuten kansantalouteen sekä kansanterveyteen. Esimerkkinä ravitsemussuositukset täyttävä ruoka. Tärkeää on tiedottaa nuorille ammattikeittiöiden työn merkityksellisyydestä. Viestinnän kohderyhmänä tulee huomioida myös päättäjät ja tulevat työntekijät.*

Selvästikin kehittämistä on viestinnän suunnittelussa ja viestintäkeinoissa. Sosiaalisen median käyttöä on lisättävä. Kehittämisehdotuksena ovat tieto- ja viestintätekniikan koulutukset, jossa käsitellään myös uusia viestintäkeinoja – ja tapoja. Koulutusmuotona seminaari/lähipäivä.

Ammattialan hankkeet

Hankkeiden tarkoitus on edistää koko elintarvikeketjun läpinäkyvyyttä, kilpailukykyä ja vastuullista toimintaa. Ammattialan hankkeet saavuttavat näkyvyyttä mediassa valtakunnallisesti, alueellisesti ja paikkakunta-kohtaisesti. Mutta millaisen näkyvyyden ne saavuttavat alan työpaikoilla? Tunnistavatko ammattikeittiöalan työntekijät hankkeita? Hankkeiden määrä on laaja ja niiden taloudelliset resurssit ovat rajalliset, joten koko valtakunnallinen viestintä jokaiseen ammattikeittiöön ei ole mahdollista. Tulosten perusteella hankkeita tunnustetaan melko hyvin, mutta hankkeiden viestintää on syytä kohdentaa myös alan työpaikoille.

12 POHDINTA

Opinnäytetyön aiheena oli Ravitsemisalalan ammattilaisten näkemyksiä ammattikeittiötyön imagotekijöistä. Asiantuntija haastatteluiden sekä verkkokyselyn perusteella tutkimustuloksista nousi kehittämisideoita ammattialan sekä Ammattikeittiöosaajat ry:n toimintaan. Kyselyyn vastasi 113 Ammattikeittiöosaajat ry:n jäsentä ja vastausprosentti oli 12 %. Kyselyn kato eli kyselyyn osallistuneiden poistumasta huolimatta, kysely antoi suuntaa antavia vastauksia ja kehittämis ehdotuksia.

Tulosten perusteella ammattiala on merkityksellinen ja vaikuttava. Miten ja millä keinoilla ala saadaan näkyväksi asiakkaalle? Ravitsemisalalan toiminnan esitleminen, työn ja ammattialan vaikuttavuuden sekä merkityksellisyyden viestintä nuorille, päätäjille ja alan tuleville työntekijöille ovat merkittäviä imagon kohottamiseksi. Kallinen (2014) esitti ammattikeittiöiden viestinnän pääteemaksi julkisen ruokapalvelun merkityksen korostamista hyvinvointiyhteiskunnassa.

Ammattikeittiöiden viestinnän ja markkinoinnin kehittämiskohteeksi nousi viestinnän suunnitelmallisuus ja taloudellinen resursointi toimintaan. Viestinnän suunnittelu ja uusien viestintämenetelmien käyttö vaatii uutta osaamista. Selvästikin ravitsemisalalan henkilöstön lisä- tai täydennyskoulutuksen merkitys kasvaa muuttuneiden asiakastarpeiden sekä teknologian kehittymisen takia. Miten asiakasviestintää kehitetään, jos ei ole osaamista ja rohkeutta kokeilla uusia asioita? Ammattikeittiöissä pyritään jatkuvaan kehittymiseen ja uudistumiseen. Ruokapalvelu henkilökunnan koulutus ja ammattitaito ovat edellytys laadukkaiden ja suositukset täyttävien ruokapalvelujen tuottamiselle.

Tutkimuksen mukaan ammattialan arvostusta nostavia tekijöitä olivat muun muassa merkityksellisen työ yhteiskunnassa, oman työn arvostaminen sekä hyvä ruoka ja palvelu. Lisäksi tärkeäksi tekijäksi nousi kannustavan palautteen saaminen esimieheltä, kollegalta tai asiakkaalta. Henkilökohtaisen palautteen saaminen ja yrityksen toimiva palkitsemisjärjestelmä lisää työntekijän oman työn arvostusta ja ammattiylpeyttä. Työntekijän tyytyväisyys työhön ja osaaminen näkyvät asiakkaalle. Meille suomalaisille kiitos sanan käyttö ei ole jokapäiväistä, mutta sitä voi opetella.

Työyhteisötaitojen osaaminen korostuu asiakkaiden ja asiakastarpeiden muuttuessa. Jokaisella alan työntekijällä on ”vastuu” onnistuneesta asiakaskohtaamisesta ja asiakasviestinnästä. Ruokapalvelukartoitus 2014 tutkimuksen yksi tärkein tulevaisuuden haaste oli asiakastarpeiden muuttuminen ja monipuolistuminen, siksi asiakaspalvelun merkitys kasvaa tulevaisuudessa (Ruokapalvelukartoitus 2014,32). Onnistunut asiakas kohtaaminen nostaa työn arvostusta. Aikaisemmat tutkimukset (Juurakko 2014, 68, 75) osoittivat että, nuorten mielipiteet keittiöhenkilökunnan asiakaspalvelutaidoista olivat negatiiviset. Kouluaikaisen ruokailun merkitys korostuu ja sen vaikutus ruoan, ruoan tekijöiden ja ruokakulttuurin arvostukseen on merkittävä. Mielikuvat kouluruokailusta jäävät mieleen loppuelämäksi. Mielikuva syntyy muun muassa työvaatteista, hygieniasta, palvelusta, ruoasta ja henkilökunnan asenteista asiakasta kohtaan. Asiakasviestinnällä, asiakaspalvelulla ja työyhteisötaidoilla merkittävä vaikutus alan arvostuksen nostamiseen.

Kuntien taloudellisten resurssien niukkuus on Ruokapalvelukartoitus 2014- tutkimuksen (2014,32) mukaan yksi toiminnan tulevaisuuden haaste. Kunta-alan taloudelliset näkymät ovat heikot, mutta kuntalain mukaan kunnan tehtävänä on edistää kuntalaisten hyvinvointia. Lisäksi on edistettävä kestävää kehitystä ja tukea kuntalaisten terveellisten valintojen mahdollisuutta. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014c.) Siten on tärkeä käydä julkista arvokeskustelua muun muassa vastuullisuudesta ja lähiruoan käytöstä. Näin ollen tietoisuus julkisen ruokapalvelun toiminnasta ja sen taustatekijöistä kasvaa. Tämä taas vaikuttaa kuntien päätöksentekijöihin. Seuraavassa tutkijan näkemys tutkimuksen teorian, kyselyn ja haastatteluiden perusteella arvostuksen nostamiseen liittyvistä sidosryhmistä:

- valtio: ohjaa ruokapolitiikkaa ja antaa kansalliset ohjeistukset
- kunnat: päättäjät ja virkamiehet; kunnan strategian ja hyvinvointistrategian noudattaminen sekä taloudelliset resurssit
- kunnan ruokapalveluorganisaatio; kunnan strategian toteuttaminen, antavat keittiöille taloudelliset, toiminnalliset kehykset ja ohjeistukset kaikesta toiminnasta
- keittiö/palvelupisteet; työnjohdolliset tehtävät ja ruokapalvelun ohjeistuksien sekä kunnan strategian jalkauttaminen ja vieminen käytäntöön
- kaikki työntekijät; strategian ja ohjeistuksien toteutus, ruoan valmistus ja asiakaspalvelu = kasvot toiminnalle

- asiakas; tyytyväisyys ruokaan ja hyvään palveluun, joka johtaa arvostuksen nousuun.

Ruoan ja ruoan tekijöiden arvostus tulee näkyä kunnan päätöksenteossa, huomioitavaa on että vain 59 % kunnista huomioi ravitsemuksen strategiassaan. Kuntien toimenpiteet ruokapalvelujen toiminnan kehittämiseksi ovat merkittävät alan arvostuksen nostamiseksi.

Alan arvostuksen nostamiseksi yhteistyön merkitys kasvaa. Yhteistyötä tulee kehittää kuntien ruokapalveluiden, ammattialan eri järjestöjen, poliittisten päättäjien sekä elintarvikeketjun toimijoiden välillä. Ruokaketjun toimenpideohjelmassa esitettiin, että elintarvikkeiden tarjoaminen vaatii elintarvikeketjulta tiivistä yhteistyötä eri sektoreiden välillä (MMM 2011, 2).

Tutkimuksen mukaan ammattialan arvostusta heikentävät kirjava ammattinimikkeistö sekä koko ammattialasta käytettävät nimikkeet, jotka on saatava ajanmukaiseksi ja yhtenäiseksi. Tutkimuksen vastaajan kommentti kertoo paljon: *miten voi tehdä imagonkohotusta, jos ei tiedetä mikä tämä ala on*. Lisäksi asiantuntijoiden teemahaastattelussa esitettiin erilaisia vaihtoehtoja ammattialan nimikkeeksi. Erilaiset ammattinimikkeet ja nimikkeet julkisen joukkoruokailun järjestäjistä eivät todennäköisesti kohota alan tunnettavuutta ja vetovoimaisuutta. Ravitsemisala on monimuotoinen toiminnaltaan, siten nimikkeiden yhtenäistäminen ei todennäköisesti ole mahdollista.

Opinnäytetyötekijälle kehittämistyö oli oppimisprosessi. Työ syvensi tietoja ravitsemisalan toimintaan ohjaavista tekijöistä, kuten ruokapolitiikasta, ruokaketjun edistämishankkeista, vastuullisuudesta ja ammattialan viestinnästä. Lisäksi oppi erilaisten tiedonkeruumenetelmien käyttöä. Laadittaessa kysely- ja haastattelulomaketta, on huomioitava opinnäytetyön tavoitteet. Kysymykset on laadittava tavoitteiden mukaisesti. Opinnäytetyöntekijä koki hankalana kyselylomakkeen laadinnan. Kyselylomakkeessa kysymysten ja väitteiden määrän tulee kiinnittää huomiota ja kyselyn kysymykset on tehtävä selkokielellä. Tärkeintä on että kysymykset ovat sellaisia, että vastaajilla on tietoa asiasta ja ne eivät sisällä vaikeita sanoja ja termejä. Tekijät vaikuttivat mahdollisesti kyselyn validiukseen eli tutkimuksen pätevyuteen. Miten vastaajat ymmärsivät kysymyksen? Vääristrykö tulos? Tutkija toteaa saman kuin Vilka (2009, 88), suurin virheitä aiheuttava tekijä on tutkija. Tutkimuksen reliabelius eli luetta-

vuus oli hyvä. Syynä mittaustulosten toistettavuus, vastaus on sama riippumatta tutkijasta.

Ammattialalla toimineena opinnäytetyöntekijän oli arvioitava objektiivisuutta usein, koska henkilökohtaiset mielipiteet eivät saa ohjata tutkimuksen tekoa ja vaikuttaa haastattelu- ja kyselytuloksiin. Kananen (2012,163) arvioi, että tutkijan objektiivisuus eli tutkimuksen tulokset ja koko toiminta oltava tutkijan mielipiteistä ja toiveista riippumatonta.

Opinnäytetyön verkkokyselyn tulosten perusteella on huomioitava, että vastaajat olivat Ammattikeittiöosaajat ry:n jäseniä sekä vastaajista suurin osa toimi esimiestehtävissä. Jatkotutkimuksissa on hyvä selvittää alan tuotanto-/työntekijöiden näkemyksiä alan arvostuksesta ja kehittämisestä. Millaisena he kokevat arvostuksen sekä miten he kehittäisivät alan imagoa? Millainen on ruokaketju hankkeiden tunnettavuus? Millainen on Ammattikeittiöosaajat ry:n tunnettavuus?

Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja on jatkuva projekti (Huhtala 2014). Mutta loppuuko projekti koskaan? Alalla toimijoille tämä on haastava ja pitkä tie, ammattiala on merkityksellinen ja vaikuttava. Ammattialan tekijät tunnistavat sen ja tulevaisuudessa myös asiakkaat sekä päättäjät. Arvostuksen nostamisessa ei saa unohtaa ravitsemispalveluiden perustehtävää; maukasta ja terveellistä ruokaa.

Tutkimus antoi uutta tietoa toimeksiantajalle toiminnan kehittämiseksi sekä hanketietoutta. Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja - Arvostusta ammattikeittiöille hankkeen toimilla on ollut vaikutusta alan arvostuksen nostamiseksi. Selvästikin ammattialan hankkeiden tarve on suuri. Ammattilaisten tärkeä työ saa ansaitsemaansa näkyvyyttä. Elämme 2010 – lukua, vihdoinkin se on totta!

Lopuksi kyselyn vastaajan kommentti alan arvostuksesta: *”kuka kissan hännän nostaa, jos ei itse.”*

LÄHTEET

Alasoini, Tuomo 2010. Mainettaan parempi työ – Kymmenen väitettä työelämästä. EVA- Elinkeinoelämän keskusliitto. Raportti. WWW-dokumentti.
<http://www.eva.fi/julkaisut/raportit/2010-raportit-julkaisut/> Päivitetty 16.10.2010. Luettu 12.4.2014.

Ammattikeittiöosaajat ry. 2013b. Hankkeet. WWW-dokumentti.
<http://www.amko.fi/hankkeet/> Ei päivitystietoa. Luettu 12.1.2014.

Ammattikeittiöosaajat ry. 2014. Ammattikeittiöosaajat ry:n uutiskirje 1/2014. WWW-dokumentti. <http://www.amko.fi/ajankohtaista/ammattikeittioesaajat-ry-n- uutiskirje-1-2014> Ei päivitystietoa. Luettu 25.1.2014.

Buschfeld, D. Dilger, B. Hes, L. Schmid, K. & Voss, E. 2011. Identification of future skills needs in micro and craft(-type) enterprises up to 2020 : final report – EconBiz. HTML – asiakirja.
<https://www.econbiz.de/Record/identification-of-future-skills-needs-in-micro-and-craft-type-enterprises-up-to-2020-final-report-buschfeld-detlef/10009641000> Päivitetty 18.2.2011. Luettu 29.9.2014.

EkoCentria 2012. Lähiruokaselvitys. Ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012 – 2015. HTML-asiakirja.
<http://www.ekocentria.fi/resources/public/Aineistot/Lähiruokaselvitys%202012.pdf> Ei päivitystietoa. Luettu 5.10.2014.

EkoCentria 2014. Lisää lähiruokaa julkisten keittiöiden asiakkaille. – Perusteluja ja ohjeita hankintoihin. LÄHIS – opas. PDF – dokumentti.
<http://www.ekocentria.fi/lahiruokaopas> Ei päivitystietoa. Luettu 17.9.2014.

EkologiaFI 2011 .Vastuullinen elintarvikeketju. WWW–dokumentti.
<http://ekologiafi.blogspot.fi/2011/06/vastuullinen-elintarvikeketju.html>. Päivitetty 12.6.2011. Luettu 11.9.2014.

Euroopan ympäristökeskus (EEA) 2014. Tuotannosta jätteeksi: ruokajärjestelmä. WWW – dokumentti.
<http://www.eea.europa.eu/fi/ymparisto-signaalit/signaalit-2014/artikkelit/tuotannosta-jatteeksi-ruokajarjestelma> Ei päivitystietoa. Luettu 16.9.2014.

Evira – Elintarviketurvallisuusvirasto 2013. Toimintaympäristön analyysi ja muutokset - Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. WWW–dokumentti.
<http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/esittely/strategia+2014-2020/toimintaympariston+analyysi+ja+muutokset> Päivitetty 31.12.2013. Luettu 15.9.2014.

Evira- Elintarviketurvallisuusvirasto 2014. Julkaisut. PDF- dokumentti.
<http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/julkaisut/?a=view&productId=338> Päivitetty 2.3.2014. Luettu 2.3.2014.

FCG. 2014. Helsingin kaupungin ruokapalvelutoimintojen nykytilan selvitys ja alustavien vaihtoehtojen tarkastelu. PDF- dokumentti.
<http://dev.hel.fi/paatokset/media/att/cf/cfc85d778ae20ed2f98b7ea91cd41e39303f3903.pdf> Päivitetty 10.4.2014. Luettu 2.10.2014.

Heikkilä, Lotta (toim.) 2014. Ruoka lähellä, kuluttaja kaukana? Näkökulmia lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamiseen. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus. Raportti 141. PDF-dokumentti. <http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti154.pdf> Ei päivitystietoa. Luettu 17.9.2014.

Heikkilä, Ritva 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Heiskanen, Tobias 2014. Haastattelu 4.6.2014. Koulutuspäällikkö. Metos Oy Ab.

Hintikka, Heidi, Hyvönen Veikko 2012. Turun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF- dokumentti.
http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/46188/Hintikka_Heidi%20ja%20Hyvonen_Veikko.pdf?sequence= Ei päivitystietoa. Luettu 6.10.2014.

Hirsjärvi, Sirkka, Hurme, Helena 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko, Sajavaara, Paula 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino.

Hokkinen, Anna, Karjalainen Jenni, Lairolahti Jeli, Purhonen Susanna 2013. Palvelutuotteen suunnittelu/Ammattikeittiöosaajat ry. Raportti. Laurea ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma.

Huhtakangas, Pirjo 2008. Tulevaisuuden ammattikeittiö on tuotantolaitos. Kehittyvä elintarvike 18. Artikkelit. <http://kehittyvaelintarvike.fi/teemajutut/18-tulevaisuuden-ammattikeittiö-on-tuotantolaitos>. Ei päivitystietoa. Luettu 11.3.2014.

Huhtala, Marjut 2013. Toiminnanjohtaja Ammattikeittiöosaajat ry. Henkilökohtainen haastattelu 6.9.2013.

Huhtala, Marjut 2014a. Toiminnanjohtaja Ammattikeittiöosaajat ry. Henkilökohtainen haastattelu 25.3.2014.

Huhtala, Marjut 2014b. Toiminnanjohtaja Ammattikeittiöosaajat ry. Sähköposti haastattelu 1.4.2014.

Hytönen, Minna 2014. Tuotantokeittiö toimivaksi. Kohti tiimimäistä tuotantotapaa. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti.
http://theseus32kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/79778/Hytonen_Minna.pdf?sequence=1 Ei päivitystietoa. Luettu 18.9.2014.

Häyhä, Tiina 2012. Kehittämispäällikkö. KT Kuntatyönantajat. Kunta-alan vetovoimasta pidettävä huolta - Kuntaliiton Kunnat.net. HTML- asiakirja.
<http://www.kunnat.net/fi/Kuntaliitto/media/juttupankki/haastattelut/Sivut/kunta-alan-vetovoimasta-pidettava-huolta.aspx> Ei päivitystietoa. Luettu 1.10.2014.

- Ihalainen, Niina 2012. Ammattikeittiöt Suomessa 2025. Opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu.
- Ihalainen, Niina, 2012b. Ammattikeittiöt Suomessa 2025. Fida ry:n ammattilaisseminaari esitys. PowerPoint- esitys.
amko.fi/index.php/download_file/view/156/153/ 18.4.2012. Luettu 18.9.2014.
- Juholin, Elisa 2006. Communicare: Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. uusitettu painos. Porvoo: WSOY.
- Juurakko, Paula 2014. Kunta ruokapalvelujen tuottajana. PDF- tiedosto. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/70444/JuurakkoPaulaont.pdf?sequence=1>
Päivitetty 3.2.2014. Luettu 19.9.2014.
- Kallinen, Joonas 2014. Haastattelu 17.10.2014. Yksikönjohtaja. Mainostoimisto Ilme. Lahti.
- Kananen, Jorma 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Tampere: Juvenes Print.
- Katajajuuri, Juha-Matti 2014. MTT – Vastuullinen ruokaketju – hyvinvoiva kuluttaja. WWW-dokumentti. <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/tutkimus/vastuullisuus>
Ei päivitystietoa. Luettu 11.9.2014.
- Ketola, Tarja 2005. Vastuullinen liiketoiminta: sanoista teoksi. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Kouluruokadiplomi 2014. Kouluruoka - Diplomiruokaa Suomen kouluihin - kouluruoka. WWW-dokumentti.
<http://www.kouluruokadiplomi.fi/> Päivitetty 6.10.2014. Luettu 9.10.2014.
- Kuluttajaliitto- Konsumentförbundet ry. 2014. Ruuan ympäristövaikutukset. WWW-dokumentti.
http://www.kuluttajaliitto.fi/teemat/elintarvikkeet_ja_ravitsemus/ruuan_ymparistovaikutukset
Ei päivitystietoa. Luettu 15.9.2014.
- Kuntatyönantajat KT 2012. Kunta-alan vetovoima 2012. PDF- dokumentti.
<http://www.kuntatyönantajat.fi/fi/kunta-työnantajana/työvoimansaataavuus/kuntatyö/Documents/kunta-alan-vetovoima.pdf> Päivitetty 29.1.2013. Luettu 29.9.2014.
- Laatuketju 2010. Laatuketju- Hankkeet - Vuoden 2010 hankkeet. Loppuraportti. WWW- dokumentti.
http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/hankkeet/2010/tiivistelmat/Ammattikeittioalan_imagonkohotuskampanja_LOPPURAPORTTI_02_11.pdf
Ei päivitystietoa. Luettu 17.1.2014.

- Laatuketju 2011a. Laatuketju – Hankkeet - Vuoden 2011 hankkeet. WWW- dokumentti.
http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/hankkeet/2011/ammattikeittiot_imago.php
 Ei päivitystietoa. Luettu 18.1.2014.
- Laatuketju 2011b. Laatutyö elintarvikeketjussa. Verkkomateriaali 2011-2012. PDF - dokumentti.
http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/pdf/LAATUTYELINTARVIKETJUUSA_ elokuu2011suojattu3.pdf Päivitetty 8/2011. Luettu 21.4.2014.
- Laatuketju 2013a. Avustettavat ruokaketjuhankkeet vuonna 2013. HTML-asiakirja.
<http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/hankkeet/2013/hankkeet2013.php> Ei päivitystietoa. Luettu 7.10.2014.
- Laatuketju 2013b. Laatuketju- Hankkeet- Vuoden 2013 hankkeet. WWW- dokumentti.
http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/hankkeet/2013/ammattikeittioosaajat_ry.php
 Ei päivitystietoa. Luettu 19.1.2014.
- Laatuketju 2014a. Loppuraportti. Ammattikeittiöosaajat ry. HTML-asiakirja.
http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/hankkeet/2013/raportit/Amko_Arvostusta_ammattikeittiille.pdf Päivitetty 25.2.2014. Luettu 20.4.2014.
- Laatuketju 2014b. Ruokaketjun toiminnan edistämishankkeet. HTML-asiakirja.
http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/hankkeet/2013/ammattikeittioosaajat_ry.php
 Ei päivitystietoa. Luettu 19.9.2014.
- Lintukangas, Seija 2014a. Ruoan arvostaminen - Vastuullinen ja taitava ruokapalveluhenkilöstö muutosagentteina ruokahävikkiä vähentämässä ja ruokasivistystä nostamassa. ResTaru- loppuraportti. PDF- dokumentti.
http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/hankkeet/2013/edutaru_oy.php Ei päivitystietoa. Luettu 3.10.2014.
- Lintukangas, Seija 2009. Kouluruokailuhenkilöstö matkalla kasvattajaksi. Helsingin yliopisto. Käyttätymistieteellinen tiedekunta. Kotitalous - ja käsityötieteiden laitos. Väitöskirja. PDF- dokumentti. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/20045> Ei päivitystietoa. Luettu 2.10.2014.
- Lintukangas, Seija 2014b. Ruoan ja ruoan tekijöiden arvostuksen nostamista julkisissa ruokapalveluissa - Taitava ruokapalveluhenkilöstö julkisten ruokapalveluiden laatuketjun elinvoima (ProTaru). Raportti. PDF- dokumentti.
http://www.laatuketju.fi/laatuketju/www/fi/hankkeet/2012/raportit/ProTaRu_loppuraportti.pdf Päivitetty 20.2.2014. Luettu 4.3.2014.
- Lintukangas Seija, Palojoki Päivi 2012. Kouluruokailu kutsuu nauttimaan ja oppimaan. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.
- Luukkala, Jouni 2011. Jaksaa jaksaa, jaksaa...Työhyvinvointitaitojen kirja. Hämeenlinna: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus MTT 2012. Vastuullisuus ruokaketjussa. Eväitä johtamiseen, mittaamiseen ja viestintään. PDF- dokumentti.

- <http://jukuri.mtt.fi/handle/10024/442725> Ei päivitystietoa. Luettu 11.9.2014.
Maa- ja metsätalousministeriö MMM 2010a. Huomisen ruoka- Esitys kansalliseksi ruokastrategiaksi.2010. Ruokastrategian valmistelun johtoryhmä. Raportti.
http://www.mmm.fi/attachments/mmm/tiedotteet/5qZTC31Sw/Huomisen_ruoka_-_Ehdotus_kansalliseksi_ruokastrategiaksi.pdf Päivitetty 18.6.2010. Luettu 24.2.2014
- Maa- ja metsätalousministeriö MMM 2010b. Huomisen ruoka- Kansallisen ruokastrategian taustaraportti 2/2010. PDF- dokumentti.
http://www.mmm.fi/attachments/mmm/tiedotteet/5qZTFTgQg/Huomisen_ruoka_-_kansallisen_ruokastrategian_taustaraportti.pdf Ei päivitystietoa. Luettu 21.4.2014
- Maa- ja metsätalousministeriö MMM 2011. Ruokaketjutoimenpideohjelma. Elintarvikeketjun neuvottelukunta. PDF – dokumentti.
<http://www.mmm.fi/attachments/elintarvikkeet/668Iz2Mf9/Ruokaketjutoimenpideohjelma17102011.pdf> Päivitetty 17.10.2011. Luettu 24.2.2014.
- Maa- ja metsätalousministeriö MMM 2012a. Ruoan arvostus. Raportti. PDF-dokumentti.
http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/tiedotteet/121121_ruuan_arvostus.html
Päivitetty 21.11.2012. Luettu 4.3.2014.
- Maa- ja metsätalousministeriö 2012b. Ruoka ja uusiutuvat luonnonvarat – leipää ja hyvinvointia elinvoimaisesta luonnosta. Maa – ja metsätalousministeriön hallinnonalan strategia 2012 -2022. PDF-dokumentti.
http://www.mmm.fi/attachments/67tniPVBO/strategia_su.pdf
Päivitetty 23.5.2012. Luettu 3.10.2014.
- Maa- ja metsätalousministeriö MMM 2013. Lähiruokaa – totta kai. Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin tavoitteet vuoteen 2020. PDF- dokumentti.
<http://www.mmm.fi/attachments/lahiruoka/6GeZ7N4oG/LahiruokaohjelmaFI.pdf> Ei päivitystietoa. Luettu 16.9.2014.
- Maa- ja metsätalousministeriö MMM 2014a. Maa- ja metsätalousministeriön ruokaketjuhankkeet. HTML-asiakirja. <http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/ruoka.html> Ei päivitystietoa. Luettu 4.10.2014.
- Maa- ja metsätalousministeriö MMM 2014b. Ruokapolitiikka. Ruokapolitiikan neuvottelukunta ja sen alaiset jaostot. HTML-asiakirja.
<http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/elintarvikkeet/ruoka/ruokapolitiikka.html> Ei päivitystietoa. Luettu 5.10.2014.
- Maa- ja metsätalousministeriö MMM 2014c. Ruokapolitiikka ei vielä ole suuressa roolissa kuntien päätöksenteossa. HTML- asiakirja.
<http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/tiedotteet/q1q5QQQ6X.html>
Päivitetty 16.5.2014. Luettu 7.10.2014.
- Maaseutuvirasto 2014. Valtionavustus ruokaketjun toiminnan edistämiseen. Hakuohje. HTML-asiakirja.
<http://www.mavi.fi/fi/tuet-ja-palvelut/Documents/hakuohje-ruokaketjun-toiminnan-edistaminen.pdf> Päivitetty 8.8.2014. Luettu 7.10.2014.

Metsämuuronen, Jari 2006. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Helsinki: International Methelp.

Mäyry, Juho 2014. Haastattelu 4.6.2014. Markkinointijohtaja. Metos Oy Ab.

Mönkkönen, Kaarina & Roos, Satu 2010. Työyhteisötaidot. Kuopio: Unipress.

Nelimarkka, Mariaana 2013. Ilmastolounas – asiakkaalle helppo valinta. AmmattikeittiöOsaja 4/2013, 4-5.

Opetushallitus 2012. Majoitus- ja ravitsemisalalan osaamistarveraportti. Raportit ja selvitykset 2012:13. PDF- dokumentti.

http://www.oph.fi/download/141260_Matkailu_ja_ravitsemisalalan_osaamistarveraportti.pdf Ei päivitystietoa. Luettu 18.9.2014.

Opetushallitus 2013a. Kysynnän ja tarjonnan kohtaaminen. HTML-asiakirja.

http://www.oph.fi/tietopalvelut/ennakointi/ennakoinnin_tietopalvelu_ensti/matkailu-_ravitseminen-_ja_talousala/kysynnän_ja_tarjonnan_kohtaaminen Ei päivitystietoa. Luettu 21.10.2014.

Opetushallitus 2013b. Valtakunnallinen ammattirakenne-ennuste. HTML- asiakirja.

<http://ennakointitulokset.oph.fi/verti/Dialog/SaveShow.asp>
Päivitetty 1.3.2013. Luettu 23.10.2014.

Palvelualojen ammattiliitto PAM 2013. Tutkimus selittää sukupuolten palkkaerojen syyt. WWW-dokumentti.

<https://www.pam.fi/uutiset/uutinen/2013/02/tutkimus-selittaa-sukupuolten-palkkaerojen-syyt.html> Päivitetty 14.2.2013. Luettu 29.9.2014.

Pusa, Sofia, Selinger Marja, Raatikainen Mikko 2014. Maukasta ja ekologisesti kestävä. Ideoita ruokapalvelun viestintään. Helsinki: AALTO –yliopisto. PDF-dokumentti.

http://cse.aalto.fi/en/research/empirical_software_engineering/product_requirements/projects/shape/shape_booklet/ Ei päivitystietoa. Luettu 12.9.2014

Ruokapalvelukartoitus 2014. Kuntien ruokapalvelujen nykytila, toiminnan haasteet ja nykytila. PDF-dokumentti.

http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=3036 Päivitetty 12.9.2014. Luettu 2.10.2014.

Ruokapoliittinen selonteko 2010. Maa- ja metsätalousministeriö. PDF- dokumentti.

http://www.mmm.fi/attachments/maatalous/maatalouspolitiikka/newfolder_14/5tTDQgjLk/selontekosuomi.pdf Päivitetty 14.10.2010. Luettu 6.10.2014.

Ruokasuomi 2010. Julkisten ruokapalveluiden laatuksiteerit. PDF- dokumentti.

http://www.ruokasuomi.fi/oppaat/oppaat_julkisten_ruokapalvelujen_laatuksiteerit_2010.pdf Ei päivitystietoa. Luettu 29.9.2014.

Ruokatieto 2014a. Hiilijalanjälki kertoo ilmastonmuutoksesta. WWW-dokumentti.

<http://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokavisa-vastuullisuus-ruokaketjussa/ymparisto/ruuan-elinkaari-pelloilta-poytaan/hiilijalanjalki-kertoo-ilmastonmuutoksesta> Ei päivitystietoa. Luettu 15.9.2014.

SHAPE-Shaping Markets for Sustainability | Graphic Design Research 2014. Aalto-yliopisto. WWW-dokumentti.
<http://gdresearch.aalto.fi/site/research/shape-%E2%80%93shaping-markets-sustainability> Ei päivitystietoa. Luettu 12.9.2014.

Silvennoinen, Kirsi, Koivupuro Heta-Kaisa, Katajajuuri, Juha-Matti, Jalkanen, Lotta, Reinikainen, Anu 2012. Ruokahävikki suomalaisessa ruokaketjussa Foodspill 2010-2012 -hankkeen loppuraportti. Raportteja 41. PDF- dokumentti.
<http://www.mtt.fi/mtrraportti/pdf/mtrraportti41.pdf> Ei päivitystietoa. Luettu 15.9.2014.

Siukosaari, Anssi 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2.tarkistettu painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Sosiaali- ja terveysministeriö STM 2010. Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa. Joukkoruokailun seuranta ja kehittämistyöryhmän toimenpidesuositus. PDF- dokumentti. http://www.stm.fi/julkaisut/nayta/-/_julkaisu/1492345 Päivitetty 29.4.2010. Luettu 12.4.2014.

Sosiaali- ja terveysministeriö STM 2014. Vetovoimainen työpaikka huolehtii henkilöstön hyvinvoinnista. HTML-asiakirja.
<http://www.stm.fi/tiedotteet/tiedote/-/view/1875760> Päivitetty 25.2.2014. Luettu 2.10.2014.

Sukula Jyrki 2014. Kiinnostus tulee ansaita. Aromi 5, 38.

Söderström, Linda 2010. Arvot asiakasviestinnässä. Case: Sampo Pankki Oyj Lahden konttori. Opinnäytetyö. PDF- dokumentti.
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/15681/Soderstrom_Linda.pdf?sequence=2 Ei päivitystietoa. Luettu 6.10.2014.

Tanhuanpää, Marleena 2013. Valtaosa kuluttajista haluaa tietää elintarvikkeiden alkuperän. WWW-dokumentti.
<http://www.avainlippu.fi/ajankohtaista/jasen-tiedotteet/2013/valtaosa-kuluttajista-haluaa-tietaa-elintarvikkeiden-alkuperan>. Päivitetty 15.2.103. Luettu 11.9.2014.

Taskinen, Teija 2007. Ammattikeittiöt Suomessa 2015 – vaihtoehtoisia tulevaisuuden näkymiä. Mikkelin ammattikorkeakoulu. A: Tutkimuksia ja raportteja – Research Reports 23.

Teittinen, Leena 2014. Haastattelu 22.10.2014. Lehtori. Vantaan ammattiopisto Varia.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2014. Joukkoruokailu Suomessa – THL. WWW-dokumentti.
http://www.thl.fi/fi_FI/web/fi/aiheet/tietopakettit/ravitsemustietoa/joukkoruokailu_suomessa Ei päivitystietoa. Luettu 23.2.2014.

The hospitality sector in Europe 2013. An assessment of the economic contribution of the hospitality sector across 31 countries. PDF-dokumentti.
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/The_Hospitality_Sector_in_Europe/\\$FILE/EY_The_Hospitality_Sector_in_Europe.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/The_Hospitality_Sector_in_Europe/$FILE/EY_The_Hospitality_Sector_in_Europe.pdf).
 Päivitetty 17.9.2013. Luettu 29.9.2014.

Tilastokeskus 2014. Majoitus - ja ravitsemistoiminta 2012. HTML-asiakirja.
http://tilastokeskus.fi/til/matipa/2012/matipa_2012_2014-02-13_kat_001_fi.html
Päivitetty 13.2.2014. Luettu 29.10.2014.

Työterveyslaitos 2013. Muuttuva työelämä. Maahanmuuttajat Suomen työmarkkinoilla. HTML-asiakirja.
http://www.ttl.fi/fi/muuttuva_tyolama/maahanmuuttajat_ja_tyo/tyollisyys/sivut/default.aspx Päivitetty 29.10.2013. Luettu 2.10.2014.

Yhteistoimintalaki 334/2007. PDF- dokumentti.
http://www.tem.fi/files/30809/Yhteistoimintalaki_fi_21012014.pdf. Ei päivitystietoa.
Luettu 29.9.2014.

Valtioneuvosto 2013. Valtioneuvoston periaatepäätös kestävien ympäristö- ja energiaratkaisujen (cleantech-ratkaisut) edistämisestä julkisissa hankinnoissa 13.6.2013. PDF-dokumentti.
[http://www.tem.fi/files/36938/Valtioneuvoston_periaatepaatos_kestavien_ymparisto_ja_energiaratkaisujen_\(cleantech_ratkaisut\)_edistamisesta_julkisissa_hankinnoissa.pdf](http://www.tem.fi/files/36938/Valtioneuvoston_periaatepaatos_kestavien_ymparisto_ja_energiaratkaisujen_(cleantech_ratkaisut)_edistamisesta_julkisissa_hankinnoissa.pdf) Päivitetty 13.6.2013. Luettu 17.9.2014.

Valtioneuvosto asetus 680/2014. Valtionavustuksesta ruokaketjun toiminnan edistämiseksi. PDF- dokumentti.
http://www.mmm.fi/attachments/ruoka/Kxm858nIJ/Vna680_2014.pdf
Päivitetty 26.8.2014. Luettu 7.10.2014.

Valtioneuvosto 2014. Maa- ja metsätalousministeriö. Tieodote. HTML- asiakirja.
<http://valtioneuvosto.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedote/fi.jsp?oid=424187> Päivitetty 15.9.2014. Luettu 3.10.2014.

Vilka, Hanna 2009. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Windt, Auli 2014. Haastattelu 20.5.2014. Ruokapalvelupäällikkö. Kouvolan kaupunki.

Hyvä vastaanottaja,

Ruokapalvelutyön arvostus on kaikkien alalla toimijoiden yhteinen asia. Tämän kyselyn tavoitteena on kartoittaa jäseniemme tuoreita näkemyksiä ravitsemisalán arvostustekijöistä sekä kerätä ideoita Ammattikeittiöosaajat ry:n koordinoiman - imagokampanjan jatkotoimiksi.

Kysely toteutetaan Satu Almgrénin Mikkelin ammattikorkeakoulussa suorittamien YAMK – restonomi -opintojen opinnäytetyönä. Toimeksiantajana on Ammattikeittiöosaajat ry.

Tulokset käsitellään luottamuksellisesti eikä yksittäisen vastaajan henkilöllisyyttä käsitellä julkisesti. Vastauksesi on tärkeä ammattialan tunnettuuden, vetovoimaisuuden ja arvostuksen kehittämiseksi.

Voit vastata kyselyyn klikkaamalla alla olevaa kyselylinkkiä. Aikaa kyselylomakkeen täyttöön menee noin 10–15 minuuttia.

Linkki kyselyyn:

Vastausaika päättyy maanantaina 18.8.2014 klo 16.00.

Lisätietoja ja yhteistyöstä etukäteen kiittäen!

Satu Almgrén

satu.almgren@edu.mamk.fi



***RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ
AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ***

Hei!

Kyselyssä tiedustellaan mielipidettäsi seuraavista ammattikeittiöalan teemoista:

**Ruokapalvelutoiminta ja työn arvostus
Työyhteisön ja itsensä kehittäminen
Ruokapalvelutoiminnan vastuullisuus ja kestävä kehitys
Lähiruoan käyttö ruokapalvelussa
Ammattialan viestintä ja markkinointi
Ammattialan hankkeet**

Kysymykset ovat eri tyyppisiä valintakysymyksiä, joissa valitset annetuista vaihtoehdoista sen, joka parhaiten vastaa henkilökohtaista mielipidettäsi. Lisäksi kyselyssä on muutamia avoimia kysymyksiä, joihin voit kirjoittaa oman vastauksesi.

Ellei kysymyksen kohdalla toisin mainita, valitse mielestäsi sopivimmat vaihtoehdot tai kirjoita vastauksesi sille varattuun tilaan.

Lähetä vastauksesi lopuksi napsauttamalla LÄHETÄ-painiketta.



RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ

1. RUOKAPALVELUTOIMINTA JA TYÖN ARVOSTUS

Osiassa selvitetään mielipidettäsi ruokapalvelualan vetovoimaisuustekijöistä ja oman työn arvostukseen liittyvistä asioista.

A. Kerro mielipiteesi seuraavista väittämistä

Valitse kunkin väitteen kohdalla lähinnä mielipidettäsi oleva vaihtoehto.

| | 1. Samaa mieltä | 2. Osittain samaa mieltä | 3. En osaa sanoa | 4. Osittain eri mieltä | 5. Eri mieltä |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 Työhön liittyvää ammatillista koulutusta on riittävästi saatavilla. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 Työnantajani kannustaa tutkintoon johtavaan täydennyskoulutukseen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 Koen, että voin hyödyntää omaa osaamistani työssäni. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 Voin vaikuttaa oman työni kehittämiseen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 Arvostan omaa työtäni ja ammattitaitoani. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 Työyhteisössäni arvostetaan ja hyödynnetään aidosti ihmisten ja ammattitaitojen erilaisuutta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7 Kehitän ja arvioin omaa toimintaani ja käyttäytymistäni työyhteisössä. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8 Saan arvostusta esimieheltäni ja työtovereilta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9 Työyhteisöni ilmapiiri on hyvä ja työhyvinvointia mitataan säännöllisesti. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10 Työyhteisössäni annetaan paljon myönteistä palautetta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



**RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ
AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ**

| | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 11 Työyhteisössäni käytetään paljon aikaa yhteisen ja yksilöllisen tavoitteen määrittelyyn. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12 Työyhteisössäni käytetään paljon aikaa yhteisten ja yksilöllisten työskentelytapojen hiomiseen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13 Työyhteisössäni pyritään jatkuvaan kehittymiseen ja uudistumiseen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14 Työyhteisössäni on käytössä kannustin- tai palkitsemisjärjestelmä. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15 Työyhteisössäni huomioidaan ikäjohtaminen ja työtehtäviä on mahdollisuus vaihtaa tarpeen vaatiessa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16 Työni on mielekästä. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17 Työni vaikuttaa asiakkaiden hyvinvointiin ja terveyteen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18 Arvostamme asiakkaitamme. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19 Mielestäni ruokapalvelua koskevia säännöksiä on liikaa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20 Ravitsemisalan kirjava ammattinimikkeistö olisi syytä yhtenäistää valtakunnallisesti. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

B. Mitkä asiat kohottavat mielestäsi oman työn arvostusta?



RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ

2. TYÖYHTEISÖN JA ITSENSÄ KEHITTÄMINEN

Ruokapalvelun toiminta perustuu työyhteisöosaamiseen – ja henkilökohtaiseen osaamiseen. Tämä johtaa työn arvostuksen nousuun. Osiossa tiedustellaan henkilökohtaisen ammatillisen täydennyskoulutuksen tarvetta tällä hetkellä sekä tulevaisuudessa. Lisäksi kartoitetaan sopivinta opetusmuotoa.

A. Millaista täydennyskoulutusta tarvitset tällä hetkellä? Valitse kolme (3) tärkeintä.

- 1 Ruoanvalmistus- ja ravitsemusosaaminen
- 2 Myynti-, markkinointi- ja viestintäosaaminen
- 3 Hankintaosaaminen /hankintalainsäädäntö
- 4 Tieto- ja viestintätekniiikan osaaminen
- 5 Elintarvike- ja raaka-aineosaaminen
- 6 Laite- ja teknologiaosaaminen
- 7 Hygienia- ja omavalvontaosaaminen
- 8 Kestävä kehitys ja ympäristöosaaminen
- 9 Asiakaspalvelu
- 10 Työyhteisöosaaminen: yhteistyö- ja tiimitaidot, oman ja toisen työn arvostaminen
- 11 Henkilöstöjohtamisen osaaminen
- 12 Muu, mikä?

B. Millaista täydennyskoulutusta koet tarvitsevasi tulevaisuudessa? Valitse kolme (3) tärkeintä.

- 1 Ruoanvalmistus- ja ravitsemusosaaminen
- 2 Myynti-, markkinointi- ja viestintäosaaminen
- 3 Hankintaosaaminen /hankintalainsäädäntö
- 4 Tieto- ja viestintätekniiikan osaaminen
- 5 Elintarvike- ja raaka-aineosaaminen
- 6 Laite- ja teknologiaosaaminen
- 7 Hygienia- ja omavalvontaosaaminen
- 8 Kestävä kehitys ja ympäristöosaaminen
- 9 Asiakaspalvelu
- 10 Työyhteisöosaaminen: yhteistyö- ja tiimitaidot, oman ja toisen työn arvostaminen
- 11 Henkilöstöjohtamisen osaaminen
- 12 Muu, mikä?

C. Mikä opetusmuoto soveltuisi parhaiten täydennyskoulutuksen toteuttamiseen? Valitse kolme (3) tärkeintä.

- 1 Lähiopetus/Seminaari (opiskelu tapahtuu ryhmässä, ajankohta- ja paikka määritetty)
- 2 Osaamistestit (esimerkiksi: ravitsemus- ja hygieniapassi, Kouluruokadiplomi)
- 3 Teemakoulutus (opiskelu tapahtuu ryhmässä, aihe sovittu etukäteen)
- 4 Monimuoto-opetus (lähiopetuksen, etäopiskelun ja -ohjauksen sekä itseopiskelun yhdistämiseen perustuvia opiskelun toteuttamistapoja)
- 5 Verkko-opinnot (opiskelu yksin tai ryhmässä, tapahtuu kokonaan tai osittain verkossa sekä etäopiskeluna)
- 6 Virtuaalinen oppimisympäristö (oppimisympäristö tietoverkossa, materiaalit ja ohjeet digitaalisessa muodossa)
- 7 Oppisopimuskoulutus
- 8 Sähköinen perehdyttämismateriaali uusille työntekijöille ja työssäoppijoille
- 9 Itsenäinen opiskelu (opiskelu tapahtuu täysin itsenäisesti)

D. Sana on vapaa:

Kirjoita vastauksesi sille varattuun tilaan.



RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ

3. RUOKAPALVELU – TOIMINNAN VASTUULLISUUS JA KESTÄVÄ KEHITYS

Seuraavissa kohdissa kysytään mielipidettäsi vastuullisista toimintavoista ja kestävästä kehityksestä.

A. Miten vastuullisuus/kestävä kehitys näkyvät ruokapalvelun jokapäiväisessä toiminnassa?

Valitse vastausvaihtoehdoista, jotka toteutuvat omassa toimipaikassasi tällä hetkellä.

- 1 Astiapalautuksessa käytetään jätteiden lajitteluohjeita.
- 2 Lautasmalli on esillä asiakkaille.
- 3 Asiakkaille tarjotaan tuoretta ja turvallista ruokaa.
- 4 Ruokalistat suunnitellaan ravitsemussuosituksen mukaisesti.
- 5 Käytämme lähiruokatuotteita (oman alueen paikallisia elintarviketoimittajia).
- 6 Käytämme ekotehokkaita ruoanvalmistus- ja jakelulaitteita.
- 7 Biojätteet punnitaan jatkuvasti.
- 8 Ruokapalvelussa noudatetaan kestäviä elintarvikehankintoja.
- 9 Energian ja veden käytön seuranta tapahtuu kulutusmittareilla.
- 10 Raaka-aineet/tuotteet merkitään ympäristömerkeillä (esim. Joutsenmerkki).
- 11 Ruokapalvelussa käytetään vedetöntä siivousmenetelmää.
- 12 Ruokapalvelussa on käytössä kestävä kehityksen ohjelma.
- 13 Asiakkaita ohjataan valitsemaan ja kokoamaan ympäristövastuullisia aterioita ja välipaloja (= ruokalistamerkinnot).
- 14 Raaka-aineiden alkuperä, tuotantotapa ja koostumus näkyvät asiakkaalle (esim. ruokalistalla).
- 15 Henkilöstö on suorittanut ympäristöpassin.
- 16 Osa henkilöstöstä suorittanut ympäristöpassin.
- 17 Ruokapalvelussa on käytössä OIVA - elintarvikevalvonnan tarkastustietojen julkistamisjärjestelmä.
- 18 Muu, mikä?

B. Millaista vastuullisuuteen/kestävään kehitykseen liittyvää koulutusta olet saanut?



RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ

4. LÄHIRUOAN KÄYTTÖ RUOKAPALVELUSSA

Lähiruoalla tarkoitetaan erityisesti paikallisruokaa, joka edistää oman alueen paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria. Lähiruoka on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja sitä markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. Omalla alueella tarkoitetaan maakuntaa tai sitä vastaavaa tai pienempää aluetta. Kysymyksessä tiedustellaan ruokapalvelunne lähiruoan käyttöä ruoanvalmistuksessa.

A. Käytetäänkö ruokapalvelussanne lähiruokaa eli lähialueellanne tuotettuja elintarvikkeita?

- Kyllä
- Ei

B. Kuinka montaa lähiruoka-tuotetta käytätte ruoanvalmistuksessa säännöllisesti?

- 1 Yhtä tuotetta
- 2 Kahta tai kolmea tuotetta
- 3 Neljästä – yhdeksään tuotetta
- 4 Yli kymmentä tuotetta
- 5 Ei käytetä lainkaan
- 6 En osaa sanoa

C. Sana on vapaa:

Kirjoita vastauksesi sille varattuun tilaan.



RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ

5. AMMATTIALAN VIESTINTÄ JA MARKKINOINTI

Osiossa tiedustellaan organisaationne käyttämiä viestintäkeinoja.

A. Millaisia viestintäkeinoja olette käyttäneet?

- 1 Asiakas- ja henkilöstölehdet
- 2 Sanomalehdet
- 3 Aikakauslehdet, kuten ammatti- ja järjestölehdet
- 4 Esitteet ja tiedotteet
- 5 Internet-sivut
- 6 Sosiaalinen media
- 7 Sähköposti
- 8 Intranet
- 9 Messut ja tapahtumat
- 10 Muu, mikä?

B. Mitkä näistä viestintäkeinoista olette kokenut tehokkaimmiksi?

- 1 Asiakas- ja henkilöstölehdet
- 2 Sanomalehdet
- 3 Aikakauslehdet, kuten ammatti- ja järjestölehdet
- 4 Esitteet ja tiedotteet
- 5 Internet-sivut
- 6 Sosiaalinen media
- 7 Sähköposti
- 8 Intranet
- 9 Messut ja tapahtumat
- 10 Muu, mikä?

C. Sana on vapaa:

Kirjoita vastauksesi sille varattuun tilaan.



RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ

6. AMMATTIALAN HANKKEET

Ruokaketjuhankkeet edistävät ruokaketjun kilpailukykyä, läpinäkyvyyttä ja vastuullista toimintaa. Ruokaketjuhankkeilla lisätään ruoan, ruoantekijöiden ja ruokakulttuurin arvostusta sekä edistetään terveellisiä ruokatottumuksia. Kysymyksillä selvitetään tietoisuutta ammattialan hankkeista.

A. Oletko kuullut seuraavista ammattialan hankkeista?

- 1 Kestävä hankinnat (KeHa) – hanke
- 2 Syö hyvää – hanke
- 3 Ilmastolounas – hanke
- 4 Kouluruokadiplomi
- 5 Herkkuammatti – imagonkohotuskampanja
- 6 ProTaRu- ja ResTaRu – hankkeet
- 7 Ekotehokas – ammattikeittiö – hanke
- 8 Nuorten vuorovaikutuskeinoin arvostusta kouluruokailuun –hanke
- 9 Portaat luomuun – hanke
- 10 Järkipalaa – hanke
- 11 Parempaa kouluruokaa – kilpailu
- 12 Aitoja makuja – hanke
- 13 Arktiset Aromit ry:n materiaali ammattikeittiöille
- 14 Muu, mikä?

B. Oletko osallistunut ammattialanne hankkeisiin?

- Kyllä
- Ei



RAVITSEMISALAN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSIÄ AMMATTIKEITTIÖTYÖN IMAGOTEKIJÖISTÄ

7. TAUSTATIEDOT

A. Tehtäväsi yrityksessä

- 1 Tuotantotehtävä (esim. kokki, ravitsemistyöntekijä jne.)
- 2 Esimiestehtävä
- 3 Tuotekehitys/markkinointitehtävä
- 4 Opetus, opastus- ja neuvontatehtävä
- 5 Muu, mikä?

B. Toimiala

- 1 Julkinen sektori
- 2 Yksityinen sektori
- 3 Muu, mikä?

C. Ammattikeittiötyyppi, mikäli toimit ruokapalvelussa.

- 1 Keskuskeittiö
- 2 Tuotantokeittiö
- 3 Palvelukeittiö/Kuumennuskeittiö
- 4 Jakelukeittiö
- 5 Muu, mikä?

Kiitos vastauksestanne!