



# **Asiakkaiden odotukset noutoruokaa kohtaan covid-19-pandemian aikana**

**Noutoruoan alkuperän tärkeys: Uusia näkökulmia alkuperän tärkeyteen Keski-Suomessa**

Arttu-Pekka Henttonen

Opinnäytetyö, AMK

Toukokuu 2022

Matkailu- ja ravitsemisala

Restonomi (AMK), matkailu- ja palveluliiketoiminta

Kestävä Gastronomia

**Henttonen Arttu-Pekka**

**Asiakkaiden odotukset noutoruokaa kohtaan Covid-19-pandemian aikana. Noutoruoan alkuperän tärkeys: Uusia näkökulmia alkuperän tärkeyteen Keski-Suomessa.**

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Toukokuu 2022, 43 sivua.

Matkailu- ja ravitsemisala. Restonomi (AMK), matkailu- ja palveluliiketoiminta. Opinnäytetyö AMK

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

## **Tiivistelmä**

Covid-19-pandemia asetti ravintola-alan yritykset uuden haasteen eteen keväällä 2020. Ravintoloiden täysi sulkeminen lamautti käytännössä kokonaan ravintoloiden liikevaihdon. Viimeisen kahden vuoden aikana ravintoloiden toimintaa on rajoitettu vähentämällä asiakaspaikkoja ja aukioloaikoja. Siksi myynti on keskitynyt pääasiassa noutoruoan myyntiin. Noutoruoalla tarkoitetaan mukaan otettavaa tai asiakkaalle johonkin paikkaan toimitettavaa ruoka-annosta.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälaisia odotuksia asiakkailla on ravintoloiden tarjoamaan noutoruokaa kohtaan, minkälaisia asioita he arvostavat tilatessaan noutoruokaa ja covid-19-pandemia heidän valintoihinsa. Kysely rajattiin Keski-Suomen alueelle. Kysely toteutettiin määrällisenä ja laadullisena verkko-kyselynä toukokuussa 2020, ja se sisälsi niin strukturoituja kuin myös avoimia kysymyksiä. Kysely jaettiin Facebookissa suljetussa ryhmässä. Kyselyyn saatiin 167 vastausta.

Tutkimustuloksista merkittävänä voidaan pitää sitä, että asiakkaat arvostavat kotimaassa tuotettua ruokaa. Lähiruokaa toivotaan olevan enemmän saatavilla. Sen kerrotaan olevan puhdasta, tuoretta ja sen jakeluketjut tiedetään. Kotimaista ruokaa arvostetaan myös, koska silloin tuetaan kotimaisia ja paikallisia yrittäjiä. Covid-19-pandemia on vaikuttanut tutkittavien ruokailutottumuksiin. Hygieniaan ja elintarviketurvallisuuden kiinnitetään entistä enemmän huomiota.

Tämän tutkimuksen avulla saatiin arvokasta tietoa etenkin naispuoleisten asiakkaiden ostokäyttäytymisestä, mitä he arvostavat noutoruoassa ja mitenkä meneillään oleva covid-19-pandemia vaikuttaa yleisesti heidän valintoihinsa tilata noutoruokaa. Uskon, että tutkimuksesta on apua ravintoloille. He pystyvät kehittämään palveluitaan tulosten perusteella ja kehittää palveluistaan entistä houkuttelevampia asiakkaiden näkökulmasta.

## **Avainsanat (asiasanat)**

Covid-19, kotimaisuus, lähiruoka, noutoruoka, palvelumuotoilu, ravintolat, Keski-Suomi

## **Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)**

-

**Henttonen Arttu-Pekka Language of publication: Finnish**

**Customer expectations for takeaway food during the Covid-19-pandemic**

**The importance of the origin of takeaway food: new perspectives on the importance of the origin of food in Central Finland**

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, May 2022, 43 pages.

Hospitality and Management. Degree program in hospitality and management. Bachelor's Thesis.

Language of publication: Finnish

Permission for open access publication: Yes

### **Abstract**

The covid-19-pandemic posed a new challenge to restaurant businesses in the spring of 2020. The total closing of restaurants completely paralyzed restaurant turnover. Over the past two years, restaurant operations have been limited through a reduction in customer seats and opening hours. As a result, sales were particularly focused on takeaway food. Takeaway food means a portion of food delivered to or by a customer at a location.

The scope of the study was to investigate what kind of expectations do customers have for restaurants to provide takeaway food, what activities will they appreciate when ordering takeaway and whether the ongoing covid-19-pandemic will affect their choices. Central Finland was chosen as the target area so that the subject is not too broad. The survey was conducted as a quantitative and qualitative online survey in May 2020 and included both structured and open-ended questions.

The fact that customers value domestically produced food should be considered significant among the research results. More local food is desired. It is said to be clean, fresh and its distribution chains are known. Domestic food is also valued because it supports domestic and local entrepreneurs. The covid-19-pandemic has affected takeaway eating habits. More attention is given to hygiene and food safety.

The study gave valuable insight into purchasing habits of customers, especially female customers. Notable themes which arose were what customers value in takeaway food and how the ongoing covid-19-pandemic appears to influence their choices to order takeaway food. The research can help restaurants. They can develop their services based on the results using service design and develop their services from the perspective of customers.

### **Keywords/tags (subjects)**

Central Finland, covid-19, domesticity, local food, restaurant, service design, takeaway food.

### **Miscellaneous (Confidential information)**

-

## Sisältö

<b>1</b>	<b>Johdanto</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Tarkoitus, tavoite ja tutkimuskysymykset</b> .....	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Ruoan alkuperä, lähiruoka ja noutoruoka</b> .....	<b>5</b>
3.1	Alkuperä .....	5
3.2	Lähiruoka .....	7
3.3	Noutoruoka .....	7
3.3.1	Ainesosakassit.....	8
<b>4</b>	<b>Covid 19 pandemia</b> .....	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>Palvelumuotoilu osana palveluiden kehittämistä</b> .....	<b>11</b>
5.1	Palvelumuotoilu käsitteenä.....	11
5.2	Asiakaskokemus .....	11
5.3	Palvelumuotoilun prosessi .....	12
5.4	Palvelumuotoilun hyöty ja sen käyttö.....	13
<b>6</b>	<b>Tutkimuksen toteuttaminen</b> .....	<b>13</b>
6.1	Määrällinen tutkimus .....	13
6.2	Laadullinen tutkimus.....	13
6.3	Kohderyhmä .....	14
6.4	Aineiston keruu .....	14
6.5	Aineiston analyysi.....	15
<b>7</b>	<b>Tutkimustulokset</b> .....	<b>17</b>
<b>8</b>	<b>Pohdinta</b> .....	<b>27</b>
8.1	Tulosten tarkastelu.....	27
8.2	Tutkimuksen eettisyys.....	29
8.3	Tutkimuksen luotettavuus .....	30
8.4	Tutkimuksen johtopäätökset .....	31
8.5	Jatkotutkimusehdotukset.....	32
	<b>Lähteet</b> .....	<b>33</b>
	<b>Liitteet</b> .....	<b>38</b>
	Liite 1. Kuluttajakysely.....	38
	Liite 2. Saatekirje .....	40
	Liite 3. Ainesosakassien saatekirje .....	41

## Kuviot

Kuvio 1. Hyvää Suomesta-merkki (Kotimainen ruoka n.d). .....	6
Kuvio 2. Sirkkalehtimerkki (Kotimainen ruoka n.d.). .....	6
Kuvio 3. Noutoruokaa tilanneet vastaajat N=155.....	17
Kuvio 4. Vastaajien tietoisuus ainesosakasseista. N=155 .....	19
Kuvio 5. Kiinnostus ainesosakasseja kohtaan. N=41.....	21
Kuvio 6. Hinnan tärkeys, N=154.....	22
Kuvio 7. Ruoan alkuperän tärkeys. N=155 .....	23
Kuvio 8. Kotimaisuuden tärkeys. N=36 .....	24
Kuvio 9. Hiilijalanjäljen tärkeys. N=155.....	25

## Taulukot

Taulukko 1. Esimerkivastauksia kysymykseen 3. Minkälaisia odotuksia sinulla on ruoan alkuperää ja laatua kohtaan, kun tilaat noutoruokaa?.....	18
--	----

# 1 Johdanto

Keväällä 2020 Suomeen rantautui covid-19-pandemia eli koronavirus, joka pysäytti koko maailman. Virus sai alkunsa Kiinasta Wuhanin kaupungista. Tämän johdosta Suomi otti käyttöön 13.3.2020 valmiuslain ensimmäistä kertaa toisen maailmansodan jälkeen tautitilanteen hallintaan saattamiseksi. (Valmiuslain käyttöönottoaminen korona-aikana 2022.)

Covid-19-pandemian leviämisen estämiseksi Suomessa suljettiin ravintolat ja ravitsemisliikkeet 4.4 – 31.05.2020. Sulku ei koskenut ravintoloiden noutoruoka myyntiä tai henkilöstöravintoloita, jotka eivät olleet auki ulkopuolisille tai suurelle yleisölle. (Ravintolat sulkeutuvat koko maassa perjantaina puolen yön aikaan koronavirusepidemian vuoksi 2020.)

Ravintolasulun myötä ravintoloiden tuli muokata toimintatapojaan, jotta heidän toimintansa saatiin kannattavaksi sekä vastaamaan asiakkaiden muuttuneisiin tarpeisiin. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia asiakkaiden odotuksia ja toiveita noutoruokan alkuperää ja kestävyyttä kohtaan covid-19-pandemian aikana. Opinnäytetyön tavoitteena on toimia oppaana ravintoloille ja antaa ravintoloitsijoille tärkeää tietoa asiakkaiden ostokäyttäytymisestä, sen muutoksesta ja asiakkaiden odotuksista noutoruokaa kohtaan covid-19-pandemian aikana.

Opinnäytetyön alkuvaiheessa aihe oli ja on edelleen ajankohtainen. Kannattavuus haastaa ravintolat tänä päivänäkin ja aiheesta ei ole tehty samankaltaista tutkimusta aiemmin. Opinnäytetyön aineisto kerättiin keväällä 2020 laadullisena sekä määrällisenä kyselytutkimuksena. Kyselyyn vastasi 155 ihmistä, jonka pohjalta opinnäytetyön tulokset on analysoitu.

## 2 Tarkoitus, tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia asiakkaiden odotuksia ja toiveita noutoruokaa kohtaan covid-19-pandemian aikana. Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa sisältöä, jonka pohjalta ravintoloilla ja niiden henkilökunnalla on mahdollisuus vastata asiakkaiden toiveisiin ja odotuksiin covid-19-pandemian aikana.

Tutkimuskysymykset tässä opinnäytetyössä ovat:

Millaisia toiveita ja odotuksia asiakkailta on noutoruoan alkuperää kohtaan Keski-Suomessa?

Minkälaisia asioita asiakkaat arvostavat nouturuoassa?

Miten covid-19-pandemia on vaikuttanut asiakkaiden nouturuoka valintoihin?

### **3 Ruoan alkuperä, lähiruoka ja nouturuoka**

Lähiruoka ja paikallisuus ovat olleet yksi kuumimmista ja nopeitten kasvavista ruokatrendeistä viime vuosina. Etenkin kuluttajat suosivat lähellä tuotettuja raaka-aineita, sillä ne koetaan puhtaiksi, ekologisiksi ja niillä on monia positiivisia ulkoisvaikutuksia koko jakeluketjussa. (Lähiruoan suosio kasvaa, 2020.) Lähiruoka koetaan hyväksi vaihtoehdoksi teolliselle ruokatuotannolle ja globaalit ruokakriisit vaikuttavat vahvasti sen suosion kasvuun (Paloviita 2014, 9).

Suoritin tiedonhaku tutkimusta varten käyttäen pääasiassa Google-hakukonetta sekä Jyväskylän ammattikorkeakoulun verkkokirjastoa. Google-hakukoneen kautta etsin tutkimuskysymysten kannalta oleellisia verkkojulkaisuja, kuten uutisia ja tutkimustuloksia covid-19-pandemiasta ja sen seurauksista. Janet palvelun avulla etsin tutkimuksen kannalta oleellista kirjallisuutta ja muita tutkimustöitä, joita pystyin hyödyntämään lähteiden etsimisessä. Käytin hakusanoja ravintola and covid-19 ja lähiruoka. Lähdekriittisyyden kannalta verkkouutiset eivät välttämättä ole paras valinta perehtyä teoriaan, mutta niistä on mahdollista löytää ajantasaista tietoa, mikä voi olla avuksi kirjoitettaessa tutkimuksen lähtökohtia. Sen lisäksi olen pyrkinyt mahdollisimman laajasti hyödyntämään tieteellisiä julkaisuja alan toimijoilta.

#### **3.1 Alkuperä**

Ruoan alkuperällä tarkoitetaan maata, jossa kyseinen elintarvike on kasvatettu tai valmistettu. Ravintoloille on määritetty lainsäädäntö, jonka mukaan asiakkaille tulee ilmoittaa palveluissa käytettyjen raaka-aineiden ja elintarvikkeiden alkuperämaa. Jos raaka-aine jatkojalostetaan toisessa maassa kuin kasvatusmaa, niin usein pakkaukseen merkitään valmistusmaaksi jatkojalostuksen toteuttanut maa. Kuitenkin liha- ja maitotuotteiden alkuperän ilmoittaminen on säädelty tarkemmin, mikä tarkoittaa, että asiakkaalle pitää kertoa tuotteen pääraaka-aineen alkuperämaa. Suomalaisen

elintarvikkeen tunnistaa Hyvää Suomesta- merkinnästä. (Jäljiteltävyys elintarvikkeissa - Alkuperämaa ja valmistusmaa 2022.)



Kuvio 1. Hyvää Suomesta-merkki (Kotimainen ruoka n.d).

Tuotteiden alkuperä on vuosi vuodelta osoittanut enemmän kiinnostusta asiakkaisissa. Syynä tähän pidetään sitä, että halutaan tukea lähituottajia, mutta myös ehkäistäkseen ilmastonmuutosta. EU-lainsäädännöllä pyritään taas huolehtimaan tuotteen jäljiteltävyydestä. Elintarvikealalla on viime vuosina yleistynyt suurissa määrin elintarvikepetokset, joissa on tarkoitus myydä ulkomainen raaka-aine kotimaisena. (Huhtinen 2019.)

Ruoan kotimaisuudelle ei ole virallisista selitettä. Kuluttajien silmissä se tarkoittaa ruokaa, joka on alkuperältään suomalaista, ja on tuotettu, valmistettu ja pakattu Suomessa. Kotimainen ruoka on puhdasta, tuoretta ja sen tuotantoketjut tunnetaan pellolta pöytään asti. Kotimaisista elintarvikkeista löytyy erilaisia pakkausmerkintöjä, mitkä auttavat tunnistamaan kotimaisen ruoan. (Tuppurainen 2014.)

Hyvää Suomesta- merkintä viittaa siihen, että maito-, liha-, muna- ja kalatuotteet ovat valmistettu 100 % kotimaisista raaka-aineista, muiden elintarvikkeiden kotimaisuusaste on vähintään 75 % ja elintarvikkeet ovat valmistettu Suomessa. Sirkanlehtimerkki taas kertoo, että puutarhatuotteet, kuten marjat, vihannekset ja hedelmät ovat 100 % kotimaisia. (Kotimainen ruoka n.d.)



Kuvio 2. Sirkkalehtimerkki (Kotimainen ruoka n.d.).



### 3.2 Lähiruoka

Elintarviketurvallisuusviraston eli Eviran määritelmän mukaan lähiruoka on paikallisesti tuotettua ruokaa, jonka tavoitteena on edistää paikallista taloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria. Lähiruoka on tuotettu ja jatkojalostettu paikallisista raaka-aineista. Sen markkinointi ja kulutus on keskitetty omalle alueelleen, jonka vuoksi sen jakeluketjut ovat lyhyitä. Paikallinen ruoka tarkoittaa maakuntaa tai muuta aluetta, joka on kooltaan lähes samankaltainen (Ruokavirasto, n.d.). Paikallisen ruoan maantieteelliseen rajaamiseen vaikuttaa, kuinka tiiviisti asuttua ja viljeltyä alue on (Ollila ym. 2011. 34–35).

Maa- ja metsätalousministeriö on kehittänyt lähiruokaan liittyvän tavoiteohjelmaan vuoteen 2025 saakka. Sen keskeisimpiä tavoitteita on monipuolistaa lähiruoan tuotantoa ja kasvattaa sitä kysyntää vastaavaksi. Lisäksi ohjelman tavoitteena on tukea pienien elintarvikejalostajien sekä -tuottajien mahdollisuuksia lähiruokatuotannossa erilaisin keinoin; lainsäädännön, neuvonnan ja tutkimuksen myötä. Muita keskeisiä tavoitteita ovat kasvattaa lähiruoan osuutta julkisissa hankinnoissa sekä tiivistää erilaisten toimijoiden yhteistyötä. (Lähiruoka. n.d.)

Kuluttajien näkökulmasta katsottuna lähiruoka on moniulotteinen käsite. Jokainen kuluttaja ja asiakas kokee lähiruoan omalla tavallaan. Tänä päivänä lähiruoka mielletään peruselintarvikkeeksi, jota on mahdollista hankkia oman alueen kaupasta tai ravintolasta. (Ollila ym. 2011. 34–35).

### 3.3 Noutoruoka

Noutoruoka eli take away tai noutoannos on ruoka-annos, jonka asiakas voi ostaa mukaansa ravintolasta. Ihmiset etsivät palveluita, jotka helpottavat heidän elämäänsä (Tuulaniemi 2011, 18). Kuluttajien on helppo tilata ruokaa suoraan kotiin tai työpaikalle lähettipalveluiden avulla tai hakemaan valmiin ruoka-annoksen ravintolasta kotiin vietäväksi.

Noutoruoan suosio on kasvanut viime vuosikymmenenä tasaisesti. Osa syynä tähän on palveluiden saattaminen lähemmäksi asiakkaita lähettipalveluiden avulla sekä se, että yhä useammat ravintolat tarjoavat noutoruokaa osana palveluitaan. Viimeistään covid-19-pandemian myötä suosio räjähti käsiin, sillä ravintoloiden ollessa suljettuina, heidän oli pakko alkaa tarjoamaan noutoruokaa, jotta liiketoiminta jatkuisi. Kespron mukaan suosio näkyy myös kertakäyttöastioiden ja aterimien

suurempana menekkinä (Korhonen 2020). Ylen tekemän uutisen mukaan noutoruoan myynti tuplaantui ensimmäisenä covid-19-pandemia vuonna ja kolmannes kuluttajista haluaa ottaa ruokansa mukaan ravintolasta tai tilata noutoruokana kotiin. (Vuorela 2021).

Mara ry:n vuodelta 2020 teettämän ravintola-alan trenditutkimuksen mukaan ravintolaa valitessa asiakkaille on noussut tärkeimmäksi kriteeriksi ruoanlaatu. Toiseksi tärkeimmäksi kriteeriksi koetaan ravintolan sijainti ja ravintolan maine ja imago on noussut listauksessa ylöspäin. Kuitenkin ravintolan hintatason tärkeys on pudonnut merkittävästi. 72 % kyselyyn vastaajista aikovat käyttää ravintolapalveluita yhtä usein kuin ennen covid-19-pandemiaa. 12 % uskoo käyttävän enemmän mitä aikaisemmin ja 13 % vähemmän, kuin ennen pandemian alkua. Kyselyyn vastasi 2108 kuluttajaa. (Peltoniemi 2020.)

Noutoruoan suosion kasvu on tuonut myös Suomeen tuhansia uusia työpaikkoja, kun markkinoille on löytänyt tiensä uusia kotiinkuljetus palveluita. Suomessa lähettipalveluita tarjoaa pääasiassa kaksi isoa yritystä; Wolt ja Foodora. Näiden lisäksi myös moni ravintola tarjoaa kotiinkuljetuspalveluita omien resurssiensa kautta. Wolt on vuonna 2015 Suomessa perustettu ruoantoimitusalusta, joka tarjoaa lähetti- ja tilauspalveluitaan 23 eri maassa ja yli 250 kaupungissa. (Wolt n.d.) Foodora kertoo palvelun tarkoituksen olevan koota Suomen ravintolat yhden osoitteen ja sovelluksen alle. Palvelu on käytössä myös kuudessa toisessa Euroopan maassa. Ravintoloita, joista Foodora kuljettaa ruokaa kotiinsa heillä on yli 80 kaupungissa Suomessa ja lähettejä yli 2000 töissä. (Foodora 2022.)

Suomessakin on alkanut ruoantilausaloilta yleistymään niin kutsutut haamukeittiöt. Näiden ravintoloiden tarkoitus on ainoastaan toimittaa asiakkaille ruokaa, eikä heillä siten ole fyysisiä asiakaspaikkoja. Niiden etuna on nopea reagointi muuttuviin tilanteisiin, kuten pandemiaan tai trendeihin ja pienemmät kulut kuin tavallisilla ravintoloilla. (What food delivery in the post-coronavirus era will look like n.d.)

### **3.3.1 Ainesosakassit**

Ainesosakassi tai ruokakassi on uudenlainen konsepti ravintola-alalla. Niiden tarkoitus on tarjota asiakkaille uudenlainen tapa nauttia ravintolataso ruokaelämyksestä kotisohvalla. Ravintolat valitsevat kasseihin esivalmistellut raaka-aineet ja helppolukuiset ohjeet. Usein raaka-aineet ovat

tarkoin valittu, esimerkiksi lähituottajilta, jolloin voidaan taata laatu ja tuki paikallisille tuottajille. Lisäksi ainesosakassit vähentävät hävikkiä, sillä kassien ruoka-aineet ovat tarkasti mitoitettu tilatulle henkilömäärälle, jolloin ruokaa ei jää ylitse. (Sannan Ruokakassi n.d.)

Esivalmistetut raaka-aineet tarkoittavat ruoka-aineita tai komponentteja, jotka kypsennetään esimerkiksi valmiiksi ravintolassa. Näin ollen asiakkaan tarvitsee vain lämmittää ruoka-aineet ja koota annokset valmiiksi. Valmistus aika vaihtelee ravintoloiden laatimien kassien mukaan, mutta on yleisesti noin 15–30 minuuttia. Esimerkiksi tähtikokin ruokakassissa on lisähöysteenä viinisuositukset, jotta asiakas voi täydentää kokemuksen ostamalla juomat itse. (Tähtikokin ruokakassi n.d.)

## 4 Covid 19 pandemia

Covid-19-pandemia sai alkunsa Kiinan Wuhanissa joulukuussa 2019. Tämä koronavirusmuoto oli ihmisille uusi, joka nimettiin Covid-19:ksi. Se levisi nopeasti maailmanlaajuisesti keväällä 2020, jolloin YK:n alainen maailmanjärjestö WHO julisti covid-19-viruksen aiheuttaneen pandemian. (Anttila 2021.) Pandemia tarkoittaa epidemiaa, joka on levinnyt yli eri maanosien aiheuttaen vakavan uhan kansanterveydelle rasittaen terveydenhuollon palveluita. Pandemioita on ollut 2000-luvulla kaksi ja niistä toinen on covid-19-pandemia. (Epidemia ja pandemia 2022.)

Maran eli matkailu-, majoitus-, ravintola-, ja vapaa-ajanpalvelualan työmarkkinajärjestön teettämän kyselyn mukaan yritysten liikevaihto tulee tippumaan vähintään 30 % lisää entisestään syys-joulukuussa 2020. Ohjelmistopalveluyrityksistä yli 80 % vastasivat menettävänsä yli 80 % liikevaihdostaan, mikä voi johtaa yritykset konkurssiaaltoon seuraavan puolen vuoden aikana. (Ohtonen, 2021.)

Covid-19-pandemian aikana etätyöskentely lisääntyi Suomessa. Viimeisen kahden vuoden aikana parhaimmillaan jopa puolet palkansaajista olivat etätöissä. Vielä keväällä 2021 tekivät 42 % työntekijöistä etätöitä. Etätyöllä haluttiin turvata työntekijöiden terveys ja samalla yrityksen liiketoiminnan jatkuminen pandemian aikana. Noin 90 % pandemian aikana etätyötä tehneistä palkansaajista haluaisivat jatkaa etätöiden tekemistä myös tulevaisuudessa. (Sutela 2021.) Tällä olisi

vaikutuksia myös ravintola-alalle, sillä etätyöt lisääisivät omalta osaltaan kotona ruokailua ja noutoruuan hyödyntämistä arjessa.

Ravintoloihin omalta osaltaan kohdistuva tartuntalain väliaikainen muutos on aiheuttanut paljon ongelmia ravintola-alalle. Sen perusteena on rajoittaa covid-19-pandemian leviämistä sosiaalisissa tilanteissa. Suomalaisten juhliminen on tunnetusti humalanhakuista ja runsasta, mikä heikentää ihmisten harkintakykyä ja vähentää varotoimien noudattamista, kuten turvavälejä, käsihygieniää ja maskien käyttämättä jättämistä. Tutkitun tiedon mukaan virus leviää herkemmin kovaäänisen puheen, laulamisen ja huutamisen johdosta ja näiden tekijöiden johdosta tartuntariski on suuri paikoissa, joissa on anniskelua. Rajoitukset ovat koskeneet niin aukiolo- ja anniskeluaikojen supistamista, kuin myös asiakaspaikkamäärien vähentämistä. Rajoitukset ovat olleet maakuntakohtaisia ja niitä tarkastellaan aina vallitsevan covid-19-pandemian tilanteen mukaisesti. (Ohje ravintoloiden toiminnan rajoittamisesta ja valvonnasta n.d.)

Covid-19-pandemia on johtanut ravintola- matkailu- ja tapahtuma-alalla työntekijäpulaan. Elinkeinoelämänliiton heinäkuun 2021 suhdannebarometrin mukaan työvoimapula on suurin kasvua rajoittava tekijä. Tästä huolimatta myyntiennusteet ovat kasvaneet maltillisesti ylöspäin. (Elinkeinoelämän keskusliiton suhdanne barometri 2021.)

Covid-19-pandemian vaikutukset palvelualoille ovat olleet todella suuret, mutta kuitenkin pienemmät, mitä on pelätty. Palvelualojen työnantajien Paltan mukaan palveluala on menettänyt yhteensä yli 10 miljardia euroa liikevaihtoa covid -19 pandemian aikana. Yrityksiä on lopettanut yli 16 000. Lopettaneiden yritysten määrä edellisvuoteen oli yli 2000 enemmän vuonna 2020. Uusia yrityksiä perustettiin yli tuhat vähemmän vuoden 2020 aikana normaaliin verrattuna. (Pykäri 2022.)

## **5 Palvelumuotoilu osana palveluiden kehittämistä**

### **5.1 Palvelumuotoilu käsitteenä**

Palvelu on pääasiallisesti aineetonta toimintaa, josta palvelunkäyttäjä hyötyy jollakin erilaisilla tavoilla. Se voi olla vuorovaikutusta, tekoja, tapahtumia, toimintaa tai suoritusta, mikä ratkaisee palvelunkäyttäjän ongelman ja tuottaa käyttäjälle arvoa. Palvelu on toisin sanoen prosessi, mikä ei ole omistettavissa, mutta on koettavissa. (Tuulaniemi 2011, 59–61.)

Palveluistuminen tarkoittaa palveluiden merkityksen kasvua. Kun palveluiden merkitys kasvaa, niin samalla kysyntä kasvaa. Tämä avaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja näkökulmia yrityksille. Uudet toimintamallit ja palvelut avaavat liiketoiminnalle uusia ennenäkemättömiä toimintamalleja ja yhteistyökumppaneita. (Tuulaniemi 2011, 18.)

Ihmiset etsivät palveluita, jotka helpottavat heidän elämäänsä (Tuulaniemi 2011, 18).

Palvelumuotoilun tavoitteena on ymmärtää asiakkaita, tehdä palvelut helpommin saataviksi ja räätälöidä uusia palveluita asiakas kohderyhmää ajatellen. Asiakasymmärrys on siis todella isossa roolissa, kun mietitään mitä asiakas haluaa ja tarvitsee. Asiakasymmärryksen keräämiseen voidaan käyttää erilaisia työkaluja, kuten sidoskarttoja ja rakentamalla palvelupolkuja. (Uusitalo 2019.)

### **5.2 Asiakaskokemus**

Palveluissa on keskeistä asiakkaan saama kokemus ja tunne palvelusta. Se koostuu kaikesta mitä asiakas käy läpi palvelun aikana; mainonnan ja kontaktit ennen palvelua, asiakaspalvelun laadun ja käytön helppouden ja luotettavuuden. Asiakaskokemus kuvaa tunnetta siitä, millainen mielikuva asiakkaalle jää ostetun palvelun jälkeen. (Tuulaniemi 2011, 74-75.)

Asiakkaat ovat ravintoloiden elin ehto, sillä he ostavat palveluita, mitä ravintolat tarjoavat ja järjestävät, joten on hyvin tärkeää, että asiakkaalle välittyy positiivinen kuva palvelusta. (Currie 2013, 32–26).

Asiakaskokemus jaetaan kolmeen eri tasoon; toiminnalliseen, tunteelliseen ja merkitykselliseen tasoon. Toiminnallinen eli perustaso vastaa asiakkaan tarpeisiin, on prosessiltaan sujuva sekä kuvaa palvelunsaatavuutta, käytettävyyttä, monipuolisuutta ja tehokkuutta. Toiminnantason tulee olla kunnossa, jotta palvelua voidaan edes markkinoida. Tunnetaso tarkoittaa kohderyhmälle syntyviä kokemuksia ja tuntemuksia, jotka asiakas kokee eri aisteillaan palvelun pohjalta. Viimeinen eli merkitystaso tarkoittaa kokemukseen liittyviä mielikuvien ulottuvuuksia, kulttuurillisia piirteitä, unelmia ja oivalluksia, joita asiakas kokee ja jotka ovat liitettävissä asiakkaan omaan elämään suhteessa saatuun palveluun. (Tuulaniemi 2011, 74–75.)

### **5.3 Palvelumuotoilun prosessi**

Palvelumuotoiluprosessi on prosessi, joka noudattaa luovan ongelmanratkaisun periaatteita. Palvelumuotoiluprosessin tarkoituksena on luoda tapahtumaketju, joka on helposti toistettavissa sekä etenee järjestelmällisesti, jotta se voi toimia voimavaroja säästäten ja rutiininomaisesti palvelun kehittämisessä. Uuden palvelun kehittäminen on aina uuden asian luomista ja ainutlaatuista, jonka vuoksi palvelumuotoilua ei voi koskaan tehdä täysin yhdenmukaiseksi prosessiksi. (Tuulaniemi 2011, 126–127.)

Palvelumuotoiluprosessi koostuu viidestä eri osa-alueesta; määrittelystä, tutkimuksesta, suunnittelusta, tuotannosta ja arvioinnista.

Määrittely kertoo mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa ja mitkä ovat prosessin tavoitteet. Tämä auttaa luomaan ymmärryksen palvelun tuottavasta organisaatiosta ja ymmärtämään sen tavoitteita. Tutkimus osan avulla rakennetaan ymmärrys kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä, resursseista ja asiakastarpeista. Suunnitteluvaiheessa kokeillaan suunnitteluidean toimivuutta yhteistyössä kohderyhmään soveltuvan asiakkaan kanssa. Suunnitteluvaiheessa on myös syytä luoda mittarit, joilla tuotettua palvelua voidaan arvioida ja mitata. Tuotannossa suunniteltu palvelukonsepti viedään asiakkaiden saataville kokeiltavaksi ja jatkojalostamiseksi. Viimeisessä osassa suunniteltua prosessia ja palvelua arvioidaan. Ennestään määritellyillä mittareilla palvelua mitataan ja viimeistellään saatujen asiakaspalautteiden pohjalta. (Tuulaniemi 2011, 127–128.)

## 5.4 Palvelumuotoilun hyöty ja sen käyttö

Palvelumuotoilun tavoitteena on ymmärtää asiakkaita, tehdä palvelut helpommin saataviksi ja räätälöidä uusia palveluita asiakas kohderyhmää ajatellen. Asiakasymmärrys on siis todella isossa roolissa, kun mietitään mitä asiakas haluaa ja tarvitsee. Asiakasymmärryksen keräämiseen voidaan käyttää erilaisia työkaluja, kuten sidoskarttoja ja rakentamalla palvelupolkuja. (Uusitalo 2019.)

## 6 Tutkimuksen toteuttaminen

### 6.1 Määrällinen tutkimus

Tämä opinnäytetyö toteutettiin määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen keinoja hyödyntäen. Määrällisen tutkimusmenetelmän hyödyntäminen opinnäytetyössä mahdollistaa tutkimuskysymyksen asettaman ongelman käsittelyn numeraalisesti sekä graafisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 131–133). Tutkimuskysymyksen ohjaamana päädyttiin kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Kvantitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena oli saada tutkimuksen tulokset yleistetyksi koskemaan suurempaa perusjoukkoa. (Kananen 2011, 16.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia ajankohtaista ilmiötä eli asiakkaiden odotuksia nou-toruokaa kohtaan covid-19-pandemian aikana, joka oli aiheena hyvin tuore opinnäytetyön tutkimuksen suoritusajaksi. Kvantitatiivista tutkimusta hyödyntämällä saatiin valituksi suurempi otos, jotta saatiin mahdollisimman paljon vastauksia kyselyyn ja ne saatiin luotettavasti käsiteltyksi.

### 6.2 Laadullinen tutkimus

Tämän opinnäytetyön pääasiallinen tutkimusmenetelmä oli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä. Jotta opinnäytetyöstä saataisiin merkittävää tutkimushyötyä luotiin muutamia avoimia kysymyksiä, jotka analysoitiin kvalitatiivisin tutkimusmenetelmin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tavoitteena on ymmärtää tutkittavaa kohdetta eli tässä opinnäytetyössä kuluttajia. Kvalitatiivisen aineistonkeruu perustuu saturaatioon eli kylläisyyteen, jolloin tutkija kerää aineistoa, kunnes saadut tulokset alkavat muistuttaa toisiaan eli saturoituvat. Tällä tavoin saadaan teoreettisesti merkittävä tulos. Tutkimalla riittävän monta yksittäistä tutkimustulosta saadaan näkyviin se, mikä tutkittavassa ilmiössä on merkittävää ja toistuvaa. (Hirsjärvi ym. 2007, 176–178.) Lisäksi triangulaation

avulla saadaan tarkennettua validiutta, mikä tuo huomattavaa hyötyä tutkimuksen validiuden suhteen (Hirsjärvi, ym. 2007, 228).

### **6.3 Kohderyhmä**

Opinnäytetyön kannalta ratkaisevana tekijänä kvantitatiivista tutkimusta tehdessä on valittu tutkuskohde eli kohderyhmä, josta tutkimustietoa halutaan kerätä. Otantatutkimuksessa perusjoukkoa edustaa valittu otos, josta saatavia tuloksia voidaan yleistää koskemaan kokonaista perusjoukkoa. Kohderyhmäksi valittu otos valittiin opinnäytetyöhön sattumanvaraisesti. (Kananen 2011, 64–68.)

Tämän opinnäytetyön kohderyhmänä olivat Keski-Suomessa asuvat ihmiset. Otos haluttiin tässä opinnäytetyössä saada riittävän suureksi, jotta vastauksia saataisiin luotettavasti eri ikäisiltä ja sukupuolisilta ihmisiltä.

### **6.4 Aineiston keruu**

Tutkimuskysely muodostui strukturoiduista kysymyksistä sekä avoimista kysymyksistä. Strukturoidut kysymykset sisälsivät vaihtoehtovastauksia sekä 5-portaisia asteikkoja, missä isoin luku tarkoittaa parasta ja pienin huonointa vaihtoehtoa (Kananen 2011, 30–34). Avoimet kysymykset kyselylomakkeella mahdollistivat tutkittavien henkilöiden itsensä ilmaisun mahdollisuuden ilman ennalta määrättyjä vastausvaihtoehtoja (Hirsjärvi ym. 2007, 198). Tässä opinnäytetyössä tutkimuskysymyksiä oli yhteensä 19, joista kymmenen oli strukturoituja kysymyksiä ja yhdeksän avoimia kysymyksiä. (Liite1.) Kyselylomakkeen tueksi oli kirjoitettu saatekirje, jonka kyselyyn vastanneet ihmiset saivat lukea. (Liite 2.)

Tässä opinnäytetyössä kysely toteutettiin verkkokyselynä. Verkkokyselyn etuna on nopea ja helppo aineiston keruu (Hirsjärvi ym. 2007, 195–196). Verkkokyselyn hyötynä on sen mahdollisesti helpompi kohdennettavuus valitulle kohderyhmälle erilaisten sosiaalisen median luomien alustojen kautta.



Verkkokysely valittiin tämän kyselyn menetelmäksi, sillä sen levittäminen suurelle kohderyhmälle oli yksinkertaista ja helppoa, huomioiden covid-19-pandemian aiheuttama tilanne tutkimuksen toteutuksen hetkellä. Tutkimukseen osallistuneet ihmiset säilyttivät anonymiteettinsä, jonka uskottiin lisäävän innokkuutta opinnäytetyön tutkimukseen osallistumiselle. Sähköinen kyselylomake laadittiin Google Form- alustalla.

Kyselylomakkeen linkkiä jaettiin Facebookin julkisessa ryhmässä nimeltä Jyväskylän Puskaradio sekä koulun sisäisessä sähköpostikanavassa. Kyselylomake jaettiin Jyväskylän Puskaradio -ryhmään sen takia, että ryhmään kuuluu paljon eri ikäisiä ihmisiä, jotka suurella todennäköisyydellä asuivat Keski-Suomen alueella. Kyseisessä ryhmässä julkaistaan paljon erilaista mainontaa ja keskusteltiin Jyväskylän alueella olevista ajankohtaisista asioista.

Ennen kyselylomakkeen julkaisua kyseisessä ryhmässä sitä muutamien testivastaajien avulla, jotka olivat opinnäytetyön tekijälle ennestään tuttuja henkilöitä. Esitestauksen tarkoituksena on tarkastella tehdyn kyselylomakkeen toimivuutta, jonka pohjalta voitiin parannella ennen kyselylomakkeen varsinaista julkaisua. Esitestaamisen avulla todettiin, että kyselylomakkeessa olevat kysymykset vastaavat asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Kyselylomaketta (Liite 1) ei tarvinnut muuttaa esitestauksen jälkeen, vaan se julkaistiin kohderyhmälle saatekirjaan kanssa (Liite 2). Saatekirjeen tarkoituksena on motivoida kyselylomakkeen avannutta henkilöä vastaamaan tutkimukseen.

Tämän opinnäytetyön tutkimustulokset kerättiin aikavälillä 7.5. – 4.6.2020, jonka aikana saatiin 167 vastausta.

## **6.5 Aineiston analyysi**

Tässä opinnäytetyössä aineistoin analyysi aloitettiin tietojen tarkastuksella. Verkkokyselystä saatiin 167 vastausta, mitkä tutkija luki ja tarkasti läpi. Niistä hylättiin 12 kappaletta, joista kaksi oli kyselyn esitestaajia ja loput kymmenen eivät olleet täyttäneet kyselyä ensimmäisiä kysymyksiä pidemmälle. Opinnäytetyöhön hyväksytyjä verkkokyselyn vastauksia oli yhteensä 155 kappaletta.

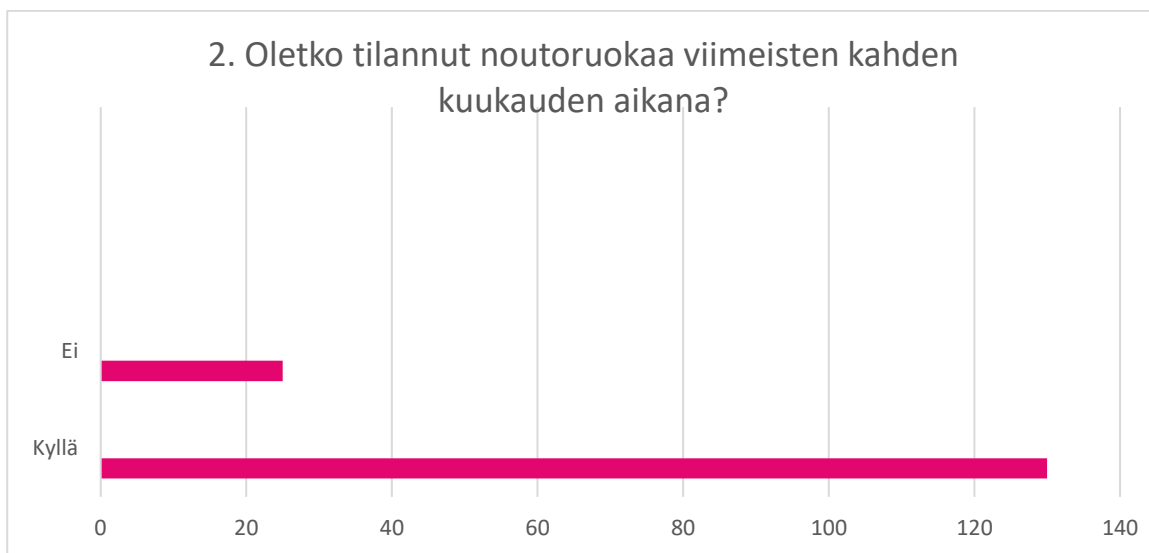
Kyselyn kvalitatiivinen osuus on analysoitu käyttäen laadullisia analysointitapoja. Avoimet kysymykset on analysoitu käyttäen aineistolähtöistä luokittelua. Vastauksista on seulottu ne käsitteet, jotka viittaavat teoriaan. Tämä auttaa löytämään vastauksista ominaisuuksia, mitä ihmiset pitävät

tärkeinä noutoruokaa ostaessaan. Vastaukset on taulukoitu, mikä muodostaa vastauksissa ilmenevät käsitteet. Tämä mahdollistaa ilmaisujen määrällisen laskemisen sekä niitä voidaan verrata ole-massa olevaan tietoon ja vastauksista voidaan keskenään poimia samanlaisuuksia sekä eroja. (Kananen 2017, 94 141–144). Strukturoitujen kysymysten analysoinnissa hyödynnetään tilastollista päättelyä, joilla voidaan havainnoida määrällisesti vastaus vaihtoehtojen jakautumista. Tarkoituksena on, että saatuja tuloksia voidaan yleistää koskemaan koko perusjoukkoa, josta vastaajat on poimittu. Tilastollisessa päättelyssä esitetään vastausten keskeiset vastausjakamat ja prosenttiosuudet. (Kananen, 2011, 85–86).

## 7 Tutkimustulokset

Verkkokyselyn taustatiedoissa kysyttiin vastaajien asuin maakuntaa, ikää ja sukupuolijakaumaa. Vastaajista kaikki 155 asuivat tällä hetkellä Keski-Suomen alueella. Asuinmaakunta kysymys on sijoitettu kyselyn alkuun rajaamaan perusjoukko koskemaan vain Keski-Suomen alueella asuvia, ja kysymykset koskien ikää ja sukupuolta kyselyn loppuun, sillä arkaluontoisten kysymyksiä kysymisen heti kyselyn alussa voidaan kokea hankalaksi (Kananen 2011, 41).

Eniten kyselyyn vastasivat 18–29-vuotiaat (45 %) ja 30–41-vuotiaat (25 %), kun taas vähiten vastasivat 54–64-vuotiaat (8 %) ja yli 65-vuotiaat (1 %). Vastaajista loput 21 % olivat 42–53-vuotiaita. Vastaajista 137 eli 88,3 % olivat naisia ja loput 18 eli 11,6 % miehiä.



Kuvio 3. Noutoruokaa tilanneet vastaajat N=155

Kuvio 2. kuvaa ovatko vastaajat tilanneet noutoruokaa viimeisen kahden kuukauden aikana. Vastaajista 84 % ovat tilanneet noutoruokaa ravintoloista viimeisen kahden kuukauden aikana ja 16 % eivät ole. Vastaukset myös kertovat, että näkykö kyselyn teko vaiheessa alkanut covid-19-pandemia ja tilaavatko vastaajat ylipäättään noutoruokaa.

Taulukko 1. Esimerkkivastauksia kysymykseen 3. Minkälaisia odotuksia sinulla on ruoan alkuperää ja laatua kohtaan, kun tilaat noutoruokaa? N=144

*"En rehellisesti sanottuna kauheasti ole miettinyt ruoan alkuperämaata. Hyvää/huonoa laatua voi saada sekä kotimaisesta että ulkomaisesta ruoasta. Mielelläni suosisin paikallista ruokaa, mutta hinta näyttelee omaa osaansa."*

*"Odotan hyviä hygieniaohjeita noudattaen valmistettua laadukasta ruokaa. Odotan ruuan vastaavan sitä, mitä luvataan. Yleensä teen päätöksen tilausravintolasta joko omaan kokeemukseeni tai ystävien suosituksiin nojautuen."*

*"Kotimaisuutta kaikki tai mahdollisuuksien mukaan mahdollisimman moni raaka-aine."*

*"Suosin suomalaista ja toivon, että noutoruoka on lämmintä ja esteettisesti houkuttelevan näköistä"*

*"Odotan ruoan olevan aina yhtä laadukasta, kuin paikanpäälläkin. Tilaan noutoruokaa vain hyväksi koetuista paikoista. Esimerkiksi ainesosien laatu ja alkuperä vaikuttaa omaan mielipiteeseeni."*

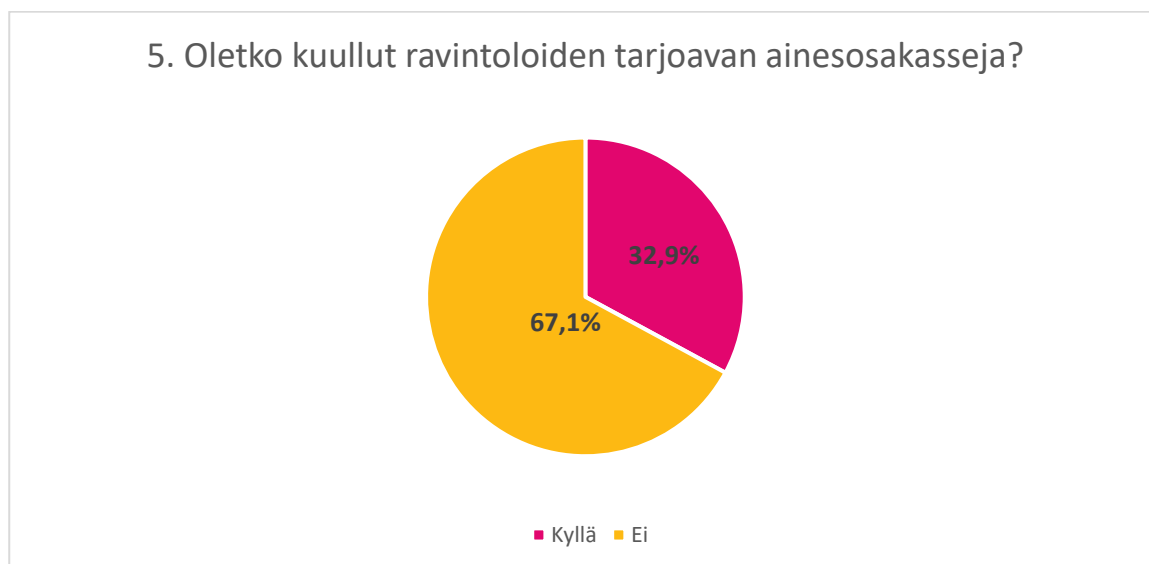
*"Ruoan tulee olla hintalaatu-suhteeltaan sopivaa. Jos tilaan ravintolataso ruokaa, odotan sen olevan laadukasta ja laadukkaasti pakattua. Alkuperällä ei niinkään väliä ole, joskus tosin maksan mielelläni enemmän, mikäli ruoka on paikallisista raaka-aineista."*

*"Odottaisin, että ruoka on tuoretta eli tehty tuoreista raaka-aineista eikä sitä ole seisotettu odottamassa tarpeettomasti. Alkuperän on oltava sama kuin paikan päällä tarjottavassa, eli ei missään tapauksessa saa huonontaa laatua siksi, koska tarjotaan noudettavassa muodossa."*

### Kysymys 3. Minkälaisia odotuksia sinulla on ruoan alkuperää ja laatua kohtaan, kun tilaat noutoruokaa? N=148

Ensimmäisessä avoimessa kysymyksessä vastaajilta kysyttiin heidän odotuksistaan ruoan alkuperää ja laatua kohtaan selvisi monia eriasioista. Vastauksissa on hajontaa jonkin verran, mutta kaksi asiaa nostivat varsinkin päätään vastauksista. Ruoan halutaan olevan aina yhtä laadukasta kuin ravintolassakin nautittaessa. Laatu ei saisi kärsiä kuljetuksessa, vaikka osa vastaajista ymmärtävät, että kuljetus heikentää laatua. Kuitenkin ymmärretään se, että kaikista halvimmasta paikasta ei välttämättä saa parasta laatua. Noutoruoan raaka-aineet tulee olla samaa alkuperää, kuin paikan päällä syödessäkin. Kotimaisuutta arvostetaan, sillä se on mainittu yli kolmas osassa vastauksissa. Ruoan tulee olla tuotettu kotimaisista, puhtaista ja tuoreista raaka-aineista. Jos ruoka on tuotettu paikallisista raaka-aineista, sen parempi. Ravintoloiden tulisi kertoa selkeämmin raaka-aineiden alkuperästä.

Muita esille nousseita vastauksia, mitä asiakkaat odottavat ovat hygieenisesti ja puhtaassa ympäristössä valmistettu ateriat, hintalaatu-suhteen pitää kohdata ja ennen kaikkea se, että ruoan tulee olla lämmintä. Myös aikaisemmat kokemukset ja muilta asiakkailta saadut palautteet vaikuttavat päätökseen.



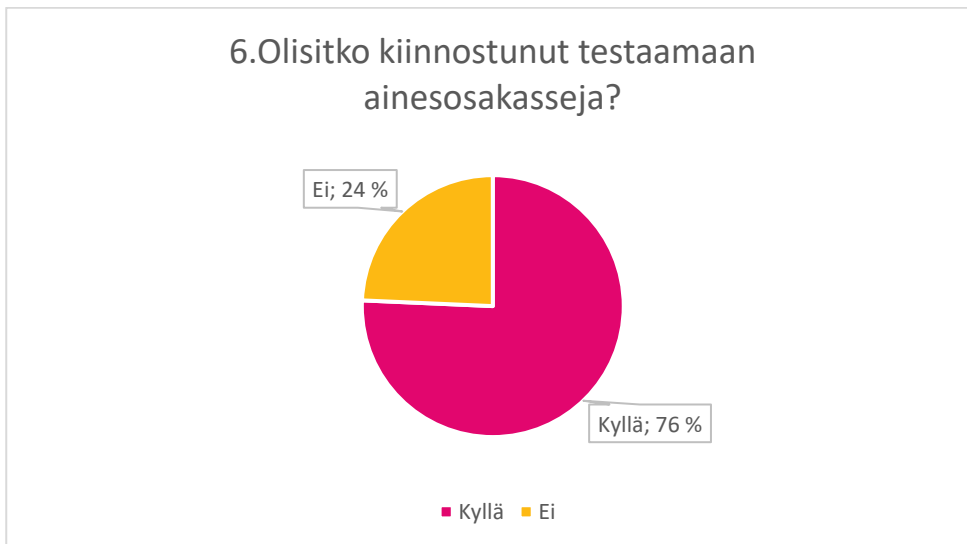
Kuvio 4. Vastaajien tietoisuus ainesosakasseista. N=155

Kuvio 4. kuvaa ovatko vastaajat tutustuneet ainesosakasseihin. Vastaajista 32,9 % ovat kuulleet ravintoloiden tarjoavan ainesosakasseja, kun taas 67,1 % eivät ole aikaisemmin kuulleet palvelusta. Tällä haluttiin saada tietoa mitenkä hyvin ravintolat ovat saaneet levitettyä tietoa uudemista palveluista, mitä myös covid-19-pandemian seurauksena on tuotu markkinoille.

Neljänteen kysymykseen kyllä vastanneet vastaajat ohjattiin vastaamaan kolmeen lisäkysymykseen koskien ainesosakassien kestävyyttä ja kiinnostusta kokeilemaan niitä ja valitsemaan kassien ja perinteisen noutoruoan väliltä.

**Kysymys 5. Ainesosakassit ovat oiva tapa tukea paikallisia yrittäjiä, kun tuotteet valitaan huolella. Luuletko, että ainesosakassit voisivat edistää kestävää kulutusta? Millä tavoin? N=43**

Kysymyksessä 5. vastaajilta halutaan saada selville ajattelevatko he ainesosakassien olevan kestävä valinta ja jos kyllä, niin miten. Moni vastaajista kertoo, että hävikkiä syntyisi vähemmän, kun raaka-aineiden määrät ovat tarkasti valittuja. Lisäksi ravintolat voivat vaikuttaa juuri asiakkaiden valintoihin valitsemalla kestävästi ja lähellä tuotettuja raaka-aineita kasseihin, joilla tuetaan kestävää kehitystä ja paikallisia lähituottajia. Kuitenkin kysymyksestä 5. saatiin yksittäisiä vastauksia, että raaka-aineiden ei ollessa entuudestaan tuttuja saattaisi olla vaikutusta ruoan lopputulokseen, jotka joutaisivat biojätteeseen. Positiivisia vaikutuksia kuitenkin nähdään vaikutuksella muuttaa asiakkaiden ostokäyttäytymistä kestävämpään suuntaan.



Kuvio 5. Kiinnostus ainesosakasseja kohtaan. N=41

Kuvio 5. kuvaa asiakkaiden kiinnostusta ainesosakasseja kohtaan. 75,7 % vastaajista olivat valmiita kokeilemaan ainesosakasseja, kun taas 24,3 % eivät olleet kiinnostuneita palvelusta. Vaikka vastaus määrä tähän kysymykseen on ainoastaan 41, niin uskon, että uusille palveluille ja kokemuksille ruoan suhteen on kysyntää.

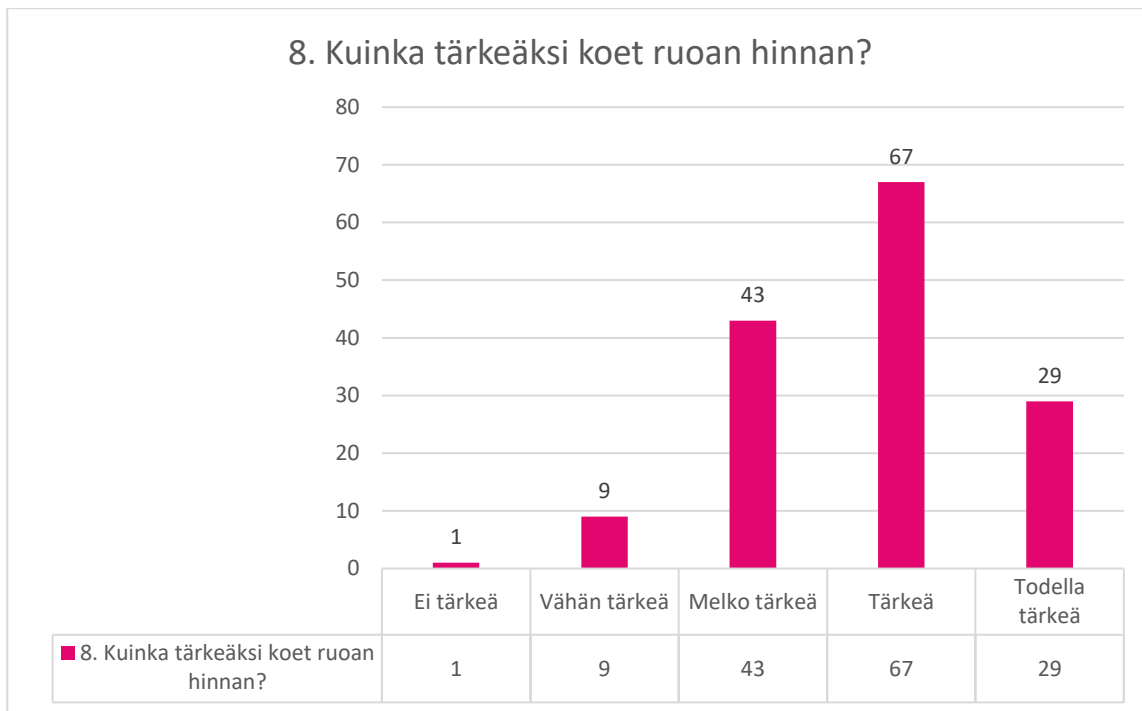
**Kysymys 7. Tilaisitko mieluummin valmista ruokaa vai ainesosakasseja, joista voit itse kokata kotona? Perustele valintasi. N=53**

Seitsemännessä kysymyksessä vastaajilta kysyttiin tilaavatko he mieluummin valmista noutoruokaa, vai ainesosakasseja ja pyydettiin perustelemaan vastaukset. Vaikka vastaajat edellisen kysymyksen perusteella ovat valmiita kokeilemaan ainesosakasseja, niin silti suurin osa (27 vastausta) haluavat mieluummin tilata valmista noutoruokaa. Perusteena tälle on sen helppous ja laiskuus, kun ei tarvitse tehdä mitään, nopea toimitus ja vastaajan kiire. Kuitenkin osa vastasi, että jos ainesosakassit olisivat edullisempi vaihtoehto, niin he tilaisivat ennemmin niitä. Kolmas osa vastaajista tilaavat molempia, aina tilanteen mukaan. Ainesosakasseista kiinnostuneilla suurimpia syitä käyttää palvelua ovat halu oppia uutta, ruoanlaitosta tykkääminen ja yhdessä kavereiden ja perheen kanssa tekeminen.

Ainesosakassikysymysten jälkeen kyselyssä siirrytään viimeiseen osioon. Tässä osassa kyselyä vastaajia pyydetään kertomaan mitenkä tärkeänä he pitävät ruoan alkuperää, kotimaisuutta, hintaa ja

hiilijalanjälkeä noutoruokaa tilatessaan. Lisäksi selvitetään vaikuttaako covid-19-pandemia asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Lopuksi vastaajilta kysyttiin ikä ja sukupuoli.

Strukturoitujen kysymysten vastaukset ovat annettu 5-portaisella asteikolla, jossa vaihtoehdot tarakoittavat 1=ei tärkeä ja 5=todella tärkeä.



Kuvio 6. Hinnan tärkeys, N=154

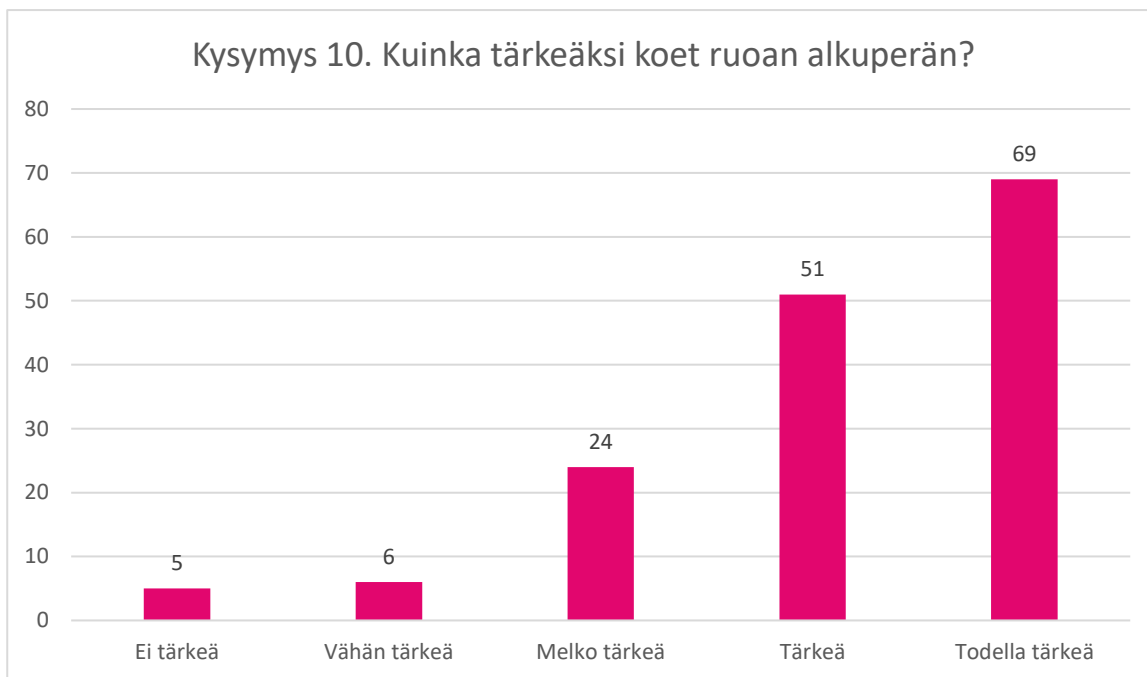
Kuvio 6. kuvaa hinnan vaikutusta asiakkaiden ostokäyttäytymiseen noutoruokaa tilatessa. Vastaa- jista 0,6 % ei pidä ruoan hintaan ollenkaan tärkeänä ja 5,8 % vähän tärkeänä asiana, kun taas 43,2 % hieman tärkeänä ja 18,7 % pitävät sitä todella tärkeänä. 27,7 % vastasivat, että hinnalla on ja ei ole vaikutusta heidän noutoruokansa tilaamiseen.

### Kysymys 9. Oletko valmis maksamaan enemmän parempi laatuista ruoasta? Jos vastasit kyllä, niin miksi ja mistä ruoasta? N=149

Yhdeksännessä kysymyksessä vastaajilta kysyttiin ovatko he valmiita maksamaan parempi laatuista ruoasta enemmän. Lähes kaikki vastaajat ovat valmiita maksamaan enemmän parempilaatuista ruoasta. Vastaa- jista seitsemän vastasivat, ettei ole valmiita maksamaan parempilaatuista

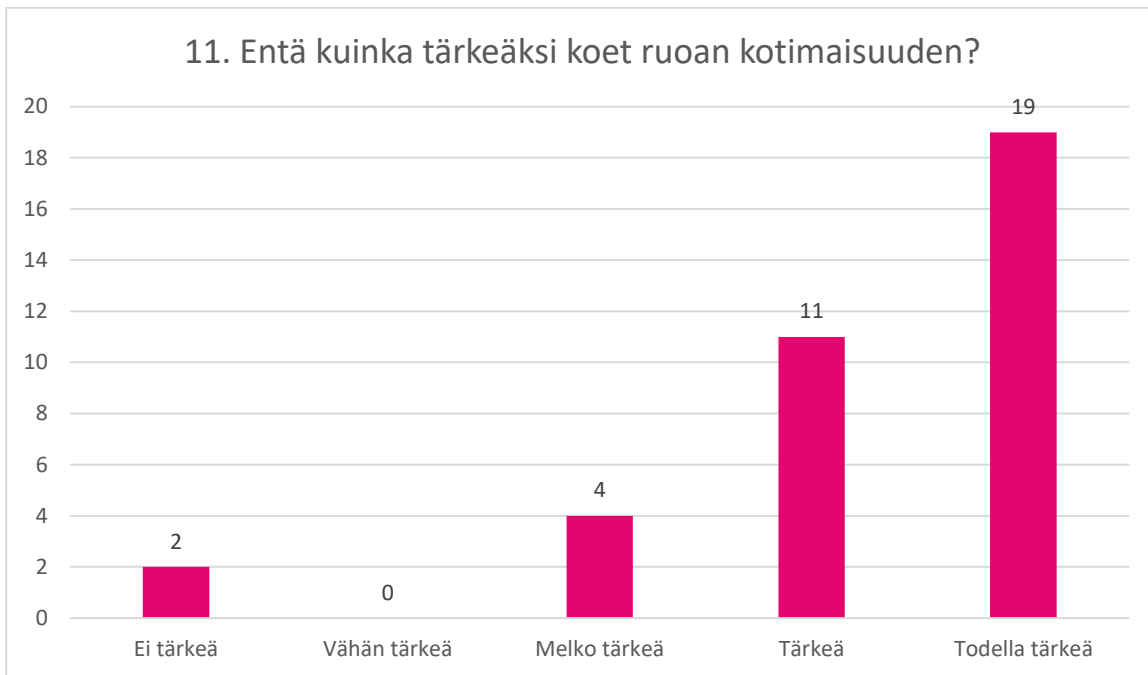


ruoasta, perusteluna pääasiassa nykyinen rahatilanne tai se, etteivät muutenkaan tilaa noutoruokaa. Muissa vastauksissa löytyi yhteneväisiä vastauksia viidennen kysymyksen vastauksissa. Kotimaisesta ja lähiruosta ollaan valmiita maksamaan enemmän, koska sen ajatellaan olevan parempilaatuista, paremman makuista sekä puhdasta ja tuoretta. Lisäksi lähiruoalla tuetaan paikallisia yrittäjiä. Raaka-aineista esiin nousivat etenkin liha ja marjat, joiden halutaan olla tuoreita ja laadukkaita. Yksittäisiä vastauksia saatiin kanssa, että ruoan halutaan olevan kestäväää ja hygieenisesti valmistettua.



Kuvio 7. Ruoan alkuperän tärkeys. N=155

Ruoan alkuperään kiinnitetään selvästi huomiota. Vain 11 vastaajaa ei pidä ruoan alkuperää kovinkaan tärkeänä (1=3,2 % & 2=3,8 %). Vastaajista pitävät 15,5 % melko tärkeänä . 32,9 % pitävät sitä tärkeänä asiana ja suurin osa 44,52 % todella tärkeänä asiana tilatessaan noutoruokaa, mikä näkyy myös muiden kysymysten vastauksissa.



Kuvio 8. Kotimaisuuden tärkeys. N=36

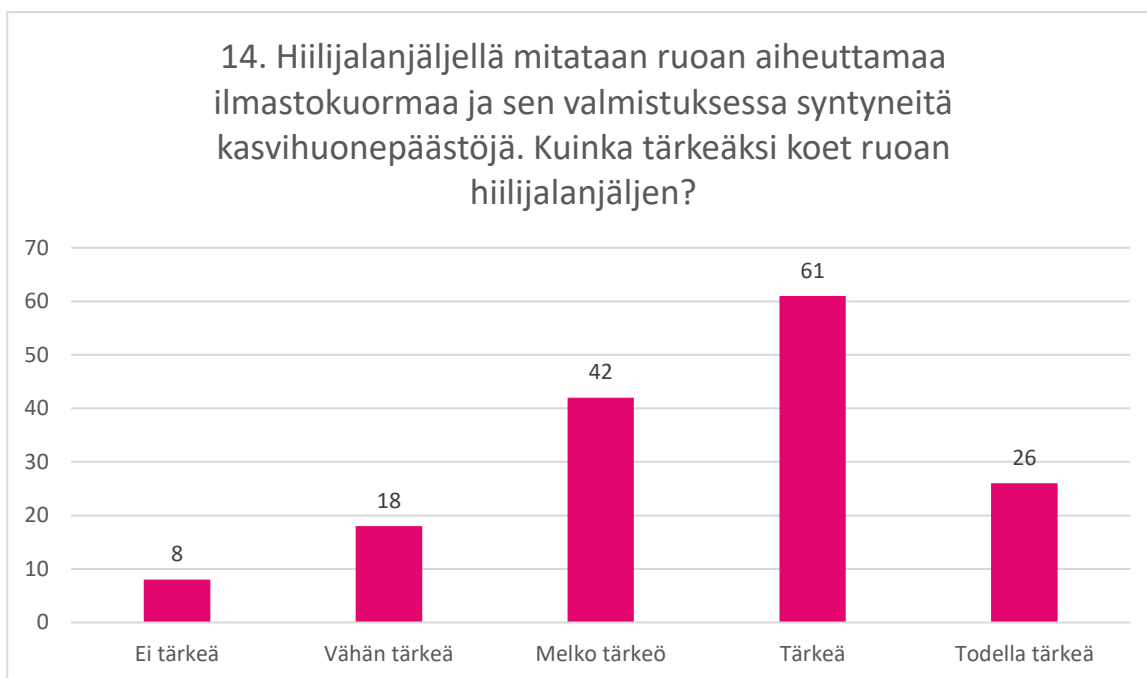
Kuvio 8. kuvaa kotimaisuuden tärkeyttä. Vastaajia tähän kysymykseen saatiin vain 36, mikä voi kertoa, että vastaajat ajattelevat kysymysten toistavan itseään edellisen kysymys 10. kanssa. 5,6 % ei pidä kotimaisuutta tärkeänä, 11,1 % ei osaa sanoa. Kotimaisuutta pitävät tärkeänä tai todella tärkeänä loput 83,3 %.

### Kysymys 12. Miksi ruoan alkuperä on tärkeää sinulle? N=149

Kahdennessatoista kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin miksi he kokevat alkuperän olevan tärkeää. Mielenpitoet olivat hyvin yhteneviä. Suurimpana syynä ruoan alkuperän tärkeyteen pidetään kotimaisten tuottajien ja lähituottajien tukeminen. Tämän vastasivat yli kolmas osa vastaajista. Samoissa vastauksissa ja näiden ulkopuolellakin todettiin, että alkuperän ollessa tiedossa, asiakkaat tuntevat ruoan tuotantoketjut. Muita yksittäisiä vastauksia saatiin muun muassa eläintenkohtelusta ja kotimaisuus koetaan maukkaammaksi, kuin mitä ulkomaalainen ruoka. Vain seitsemän vastaajaa oli sitä mieltä, että alkuperällä ei ole merkitystä heidän valintoihinsa.

**Kysymys 13. Oletko valmis maksamaan enemmän kotimaisesta ruoasta? Jos vastasit kyllä, niin miksi? N=145**

Vastaajista 84,1 % ovat valmiita maksamaan enemmän kotimaisesta ruoasta. Kuten edellisessäkin kysymyksessä vastaajat kertovat suurimmaksi syyksi suomalaisen työn tukemisen. Muita yleisiä vastauksia ovat ruoan puhtaus, turvallisuus ja kestävyys. 6,2 % olisivat valmiita maksamaan enemmän, mutta riippuen elintarvikkeesta onko se lihaa, vihanneksia tai kalaa. 5,5 % ei ole halua maksaa noutoruoasta enempää.



Kuvio 9. Hiilijalanjäljen tärkeys. N=155

Kuvio 9. kuvaa kuinka tärkeäksi vastaajat kokevat ruoasta aiheutuvat ilmastovaikutukset. 5,1 % eivät pidä ollenkaan tärkeänä ja 11,5 % ei kovinkaan tärkeänä. Melko tärkeänä hiilijalanjälkeä pitävät 27,1 %. 39,4 vastaajista kuitenkin pitää ruoasta aiheutuvia päästöjä hieman tärkeänä ja 16,7 % todella tärkeänä.

**Kysymys 15. Pidätkö noutoruokaa ympäristöystävällisenä vaihtoehtona? Kerro lyhyesti miksi.****N=140**

59,4 % vastaajista eivät pidä noutoruokaa ympäristöystävällisenä vaihtoehtona. Syynä tähän pidetään kuljetusta ja kertakäyttöpakkauksia. 13,6 % eivät osanneet sanoa ja 14,3 % pitävät noutoruokaa kestäväenä, koska se tuottaa vähemmän hävikkiä, kun ruoka-annokset ovat mitoitettuja. Loput 12,7 % ovat sitä mieltä, että se on kestävä valinta, jos kuljetus on mietitty ekologisesti esimerkiksi polkupyörällä tai pakkausmateriaalit ovat kierrätettäviä. Yksittäisiä vastauksia saatiin myös, että ravintoloiden tulisi kertoa enemmän elintarvikkeiden alkuperästä, jotta valinnoilla voisi vaikuttaa hiilijalanjälkeen ja suosia kotimaista.

**Kysymys 16. Vaikuttaako covid-19-pandemia valintoihisi tilata ruokaa? Jos kyllä, niin kerrotko lyhyesti, miten? N=148**

45,2 % vastaajista sanoo, ettei covid-19-pandemialla ole vaikutusta heidän tilaustottumuksiinsa. Loput 54,8 % sanovat, että pandemialla on vaikutusta. Niistä 81 vastaajasta, joilla pandemialla on vaikutusta, niin 13,6 % kertoo, että tilaavat normaalia enemmän tukeakseen paikallisia yrittäjiä, 17,3 % koska eivät pääse paikanpäälle syömään. 7,4 % tilaavat enemmän, koska se on turvallisempaa kuin esimerkiksi kaupassa käynti, kun taas 11,1 % tilaavat vähemmän, kun kauppareissut ja ostolistat suunnitellaan tarkemmin. 12,3 % kokee hygienian merkittäväksi tekijäksi, eivätkä sen vuoksi halua tilata muiden valmistamia ruokia.

**Kysymys 17. Aiotko jatkossa tilata take away ruokaa? Miksi? N=154**

Viimeiseen avoimeen kysymykseen vastanneista 89 % tilaavat jatkossakin noutoruokaa. Noutoruoka koetaan helpoksi vaihtoehdoksi kiireen keskellä, se on arjen luksusta, kun halutaan hemmotella itseään. Loput 11 % eivät tilaa tulevaisuudessa noutoruokaa tai tilaavat harvoin. Syynä tähän pidetään sitä, että vastaajat tykkäävät enemmän itse laittaa ruokansa.

## 8 Pohdinta

### 8.1 Tulosten tarkastelu

Kaikki vastaajat asuvat tutkimuksen teko hetkellä Jyväskylässä, mikä lisää tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksessa haluttiin saada selville Keski-Suomessa asuvilta vastauksia tutkimuskysymykseen. Kuitenkin pidän hyvin kriittisenä sitä, että otannan vastaajista ainoastaan 18 olivat miehiä. Miesten vastaukset olivat suppeampia kuin naisten mikä voidaan selittää mielenkiinnon puutteella. Kyselyssä ilmeni joitakin tyhjiä vastauksia. Luulen, että vastaajat kokivat kysymysten toistavan itseään, minkä vuorosta muutamiin kysymyksiin on tämän takia jätetty vastaamatta. Kuitenkin pitää miettiä, onko vastaajilla ollut riittävästi tietoa esimerkiksi mitä eroa on lähiruoalla ja ruoan kotimaisuudella.

#### **Millaisia toiveita ja odotuksia asiakkailta on noutoruoan alkuperää kohtaan Keski-Suomessa?**

Noutoruoan tulee olla yhtä laadukasta kuin ravintolassa paikan päällä syödessä. Tämä ei päde niinkään halvemmissä ketjuravintoloissa tai pitserioissa, missä vastaajat sanovat laatuvaatimusten olevan matalammat. Kuljetuksessa ruoan laatu ei saisi laskea ja sen tulee olla lämmintä perille saapuessa. Ruoan tulee olla myös esteettisesti hyvän näköistä eli kuljetus kertakäyttörasiassa ei saa vaikuttaa laatuun. Selkeä parannuskohta, mitä asiakkaat toivovat noutoruoan suhteen on raaka-aineiden alkuperämerkinnät. Moni kokee, ettei tietoa ole riittävästi saatavilla. Ravintoloiden tulisi huomioida tämä paremmin. Ruoan tulee myös olla samaa alkuperää, mitä paikan päällä syödessään. Kasvisruoalta osa vastaajista toivoo enemmän kotimaisia vaihtoehtoja.

#### **Minkälaisia asioita asiakkaat arvostavat noutoruoassa?**

Yli puolet vastaajista kokevat ruoan alkuperän ja kotimaisuuden todella tärkeänä tekijänä ruokaa tilatessaan. Kotimaisuus viestii asiakkaille puhtaudesta, tuoreudesta, vastuullisesti tuotetusta ruoasta ja kestävydestä. Ruoka koetaan turvalliseksi ja kestäväksi vaihtoehdoksi suomalainen ruoka koetaan puhtaana, turvallisena ja laadukkaana. Se on helposti jäljiteltävissä ja sen jakeluketjut tunnetaan hyvin, mistä oli maininta teoriaosuudessaakin. Se on tuoretta ja maultaan parempaa kuin ulkomaalainen joidenkin mielestä. Kotimaisella ruoalla turvataan myös suomalaisten ihmisten työn jatkuminen. Miltei jokaisen avoimen kysymyksen vastauksessa jopa kolmas osa vastauksista viittaa

juuri haluan tukea niin paikallisia kuin kotimaisia yrittäjiä. Muutama mielenkiintoa herättävä vastaus saatiin myös ruoan ja toiminnan tarinallistamisesta. Ihmiset ja tarina tuovat lisäarvoa palveluille ja tämä voisi olla todella hyvä lisä noutoruokapalveluihin.

Ottaen huomioon tutkimukseen vastanneiden ihmisten sukupuolen, olen yllättynyt kuinka vähän kestävyys loppupeleissä vaikuttaa asiakkaiden valintoihin. Yleisesti ottaen kestävyys ilmenee noin 10–20 % vastauksista riippuen kysymyksestä, mikä ei vaikuta kovin suurelta määrältä prosentuaalisesti.

Hinta ei näyttele suurta roolia noutoruoka valinnoissa. Laadukkaasta ja kotimaisesta ruoasta ollaan valmiita maksamaan enemmän kuin ulkomaisesta. Etenkin kotimainen liha, kala ja vihannekset koetaan tärkeiksi ja kestäviksi valinnoiksi.

### **Miten covid-19-pandemia on vaikuttanut asiakkaiden noutoruoka valintoihin?**

Tuloksia analysoitaessa tuli ilmi, että suurimmalle osalle vastaajista meneillään olevalla covid-19-pandemialla on vaikutuksia vastaajien valintoihin tilatessa noutoruokaa. Suurimpina syinä tähän pidetään sitä, että asiakkaat eivät ole päässeet kyselyn teko hetkellä asioimaan paikan päällä ravintoloissa meneillään olevien rajoitteiden takia, joten ainoa vaihtoehto on tilata suoraan kotiin ruokaa. Asiakkaat haluavat hemmotella itseään pitkän työpäivän jälkeen kiireen keskellä. Myös moni vastaaja sanoo tilaavansa ruokaa useammin, kuin mitä ennen covid-19-pandemiaa. Yksi tärkeä asia on myös se, että vastaajat haluavat tukea paikallisia ahdingossa olevia yrityksiä. Covid-19-pandemian myötä tulleista vaikutuksista pidän tärkeänä tuoda esille hygienia ja turvallisuus puolta. Etenkin riskiryhmäläiset kokevat entistä tärkeämmäksi noutoruoan hygieenisuuden ja turhia kontakteja halutaan välttää, jottei tauti pääsisi leviämään. Riskiryhmäläiset suosivat lämpimiä ruokia kylmien salaattibuffettien sijaan. Kuitenkin on hyvä muistaa, että hygienia ja turvallisuus puolen mainitsivat kyselyssä ainoastaan 10,8 % niistä, joiden valintoihin pandemialla on vaikutusta.

Kyselyn osa 2. avulla saatiin selville, kuinka hyvin asiakkaat tuntevat uudenlaisia innovaatioita, joita ravintolat tarjoavat. Vain noin kolmas osa olivat entuudestaan kuullut tiettyjen ravintoloiden tarjoavan ainesosakasseja. Vaikka puhutaankin kohtuu uudesta palvelusta, niin ravintoloiden tulisi enemmän panostaa markkinointiin. Ihmiset suosivat enemmän valmista noutoruokaa, mutta niitä

kohtaan on osoitettu kiinnostusta, 19 vastaajaa 42 olisivat valmiita testaamaan palvelua. Ainesosakassien hyödyksi koetaan uuden oppiminen, hävikin vähentäminen, koska annokset ovat mitoitettuja tietylle henkilömäärälle ja yhdessä tekeminen perheen ja ystävien kanssa.

## 8.2 Tutkimuksen eettisyys

Tieteellinen tutkimus on hyväksyttävää vain, jos tutkimus on suoritettu hyvän tieteellisen käytännön periaatteita ja tapoja noudattaen. Tutkimuksen tulee noudattaa rehellisyyttä, huolellisuutta ja tarkkuutta tutkimuksen jokaisessa vaiheessa tutkimustyöstä aina tulosten arviointiin saakka. Tutkimuksen tulee noudattaa yleisesti hyväksytyjä tutkimusmenetelmien keinoja, joissa painotetaan tutkimuksen avoimuutta ja vastuullista tiedonjulkaisua. Tutkijan tulee asiaankuuluvasti huolehtia lähteiden viittauksesta sekä huolehtia tutkimukseen liittyvien sidonnaisuuksien ilmoittaminen. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012, 6.)

Hyvää tieteellistä käytäntöä noudatettiin tässä opinnäytetyössä mahdollisimman huolellisesti. Opinnäytetyöhön käytetyt aineistot ja muiden tekemiin tutkimuksiin viitattiin asianmukaisesti noudattaen Jyväskylän ammattikorkeakoulun omia raportointiohjeita.

Henkilöt, jotka osallistuivat tutkimukseen, valittiin vapaaehtoisesti. Tässä opinnäytetyössä vapaaehtoisuudeksi tulkittiin se, että tutkimukseen osallistuva henkilö täytti ja palautti kyselylomakkeen. Kyselylomakkeen tueksi kirjoitettiin saatekirje (Liite 2.), jossa tutkimukseen osallistuvalla selvisi tutkimuksen tarkoitus, anonymiteetti vastauksissa sekä millaisiin tarkoituksiin saatuja tuloksia hyödynnettiin. Lisäksi saatekirjeessä kerrottiin, että opinnäytetyö on löydettävissä myöhemmin Theseus-palvelussa.

Opinnäytetyö analysoitiin mahdollisimman tarkasti ja aukottomasti, jotta kuka tahansa opinnäytetyön lukija voisi kyseisen tutkimuksen luotettavasti uudelleen toistaa. Kyselylomakkeella ei kysytty vastaajilta tunnistautumiseen liittyviä kysymyksiä, jonka vuoksi tutkimustuloksien käsittelyssä ei voinut tapahtua ns. tietovuotoja.

### 8.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen tarkoituksena on luoda mahdollisimman luotettavaa ja totuudenmukaista tietoa (Kananen 2011, 118). Tutkimuksen luotettavuuden kannalta merkittävää on, että virheiden mahdollisuus saataisiin tutkimusta tehdessä minimoitua (Hirsjärvi ym. 2007, 226). Luotettavuutta voidaan arvioida reliabiliteetin eli toistettavuuden sekä validiteetin eli pätevyyden keinoin. Reliabiliteetti tarkoittaa, että tutkimustulokset pysyvät samoina riippumatta kuka tutkimuksen tekee tai montako kertaa kyseinen tutkimus toteutetaan. Validiteetti puolestaan arvioi luotettavuutta siltä kannalta, vastaako kyseisen tutkimuksen vastaukset asetettuihin tutkimuskysymyksiin. (Kananen 2011, 118.)

Määrällisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan tehokkaasti arvioida luomalla tutkimustuloksista tilastoja sekä kaavioita mallintamaan saatuja tutkimustuloksia. Saatujen tutkimustuloksien tulisi olla samanlaisia riippumatta analysointitavasta tai tutkimuksen suorittajasta. Tutkimustuloksien analysoinnissa tulee tutkimuksen tekijän huomioida omien hypoteesien eli oletuksien vaikutus tutkimuksen analysoinnissa, sillä tutkimuksen tekijä ei omalla toiminnallaan saisi vaikuttaa saatuun tutkimustulokseen, vaikka se ei vastaisi oletettua hypoteesia. Tutkimustuloksien luotettavuuden lisäämiseksi tutkittavaa aihetta tulisi lähestyä useista eri näkökulmista. (Hirsjärvi ym. 2007, 226–228.) Hyvään tieteelliseen käytäntöön kuuluu, että opinnäytetyön luotettavuutta on tarkasteltu kriittisesti opinnäytetyön suunnitteluvaiheesta aina työn loppuun saakka.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden pohjana on hyvä dokumentaatio. Se mahdollistaa tutkimusongelman ratkaisun jäljittämisen sekä arvioinnin. Opinnäytetyön osalta on hyvä pitää päiväkirjaa omasta tekemisestään ja tutkimusaineisto tulee pitää tallessa, jotta tarvittaessa tutkimuksen luotettavuus ja aineisto voidaan tarkistaa. Yksi luotettavuuden arviointimenetelmä on saturaatio. Saturaatio tarkoittaa sitä, että eri lähteistä saadut tutkimustulokset toistuvat. Jos tutkimuksen vastaukset toistavat itseään, puhutaan kylläntymisestä eli saturaatiosta. (Kananen 2014, 176–180.)

Opinnäytetyö suoritettiin yhden opiskelijan toimesta, jolloin saadut tutkimustulokset perustuivat yhden tutkijan suorittamaan tutkimustuloksien analysointiin. Luotettavuutta lisäämään tutkimustulokset analysoitiin mahdollisimman aukottomasti ja niistä muodostettiin kaavioita helpottamaan tutkimustuloksien ymmärrettävyyttä.



Opinnäytetyön tekijällä oli opinnäytetyön tutkimuksen aikaan työsuhde ravintolaan, jossa noutoruoan tilaaminen oli mahdollista joko paikan päältä tai lähettipalvelun kautta, joten hänellä on taustatietoa tutkittavasta aiheesta.

Opinnäytetyön luotettavuuden kannalta on tärkeä arvioida myös opinnäytetyön kyselylomakkeen saatavuutta erilaisille kohderyhmille. Facebook -alustana toimii useille eri ikäryhmille. Kuitenkin tulee muistaa, että suurin osa kyselyn vastaajista olivat naisia. Luotettavuutta on toisaalta arvioitava siltä kannalta, saavuttiko kyseinen ryhmä kaikki halukkaat vastaajat ja vastaisivatko ihmiset kyselyyn, joille noutoruoka oli ennestään tuttua tai joilla oli kyseiseen aiheeseen erityistä mielenkiintoa.

Tutkimustuloksien luotettavuudessa on syytä myös arvioida sitä, että onko saadut tutkimustulokset enää siirrettävissä opinnäytetyön julkaisu ajankohtaan. Covid-19-pandemian muutos ja ihmisten suhtautuminen covid-19-pandemia ja noutoruokaan on voinut opinnäytetyöprosessin aikana jo hieman muuttua.

## **8.4 Tutkimuksen johtopäätökset**

Teoriaosuus käsittelee taustalla olevien ilmiöiden perusteita ja ymmärtämistä. Opinnäytetyön alkuvaiheessa tutkittavasta aiheesta ei ole ollut saatavilla tutkittua tietoa, mikä vaikutti omalta osaltaan saatujen tuloksien vertailun aikaisempien tutkimusten tuloksiin. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään mitä asiakkaat odottavat noutoruoalta, mitä he arvostavat ja miten meneillään oleva covid-19-pandemia vaikuttaa heidän valintoihinsa. Vastauksia saatiin kiitettävästi ja tutkimuksessa saatiin vastattua kaikkiin tutkimuskysymyksiin.

Tutkijana itse pidän tutkimuksen lopputulosta hyvinkin reliaabelina. Vastaajat ovat itse saaneet rauhassa vastata kyselyyn, eikä tutkija ole pystynyt näin vaikuttamaan vastausten sisältöön. Analysoitua tulokset on saatu arvokasta tietoa vastaajille ja yleisesti asiakkaille, etenkin naisille tärkeistä arvoista, joita he haluavat noutoruoalta. Vaikkakin vähäinen miesten vastausprosentti vaikuttaa vastausten yleistettävyyteen etenkin mies vastaajien osalta, niin pidän tulosta validina. Saturaa-tion kannalta totean tutkimuksen olevan kylläinen. Monet keskeiset vastaukset, kuten kotimaisuus, yrittäjien tuki ja kestävyys toistuvat monissa vastauksissa. Tämä ei toisaalta ole ihme, ottaen huomioon kyselyn vastausmäärän. Lisäksi kotimaisuuden ja lähiruoan suosio on rinnastettavissa

teoriassa mainittuun suosion kasvuun. Tutkimus olisi hyvä toteuttaa uudelleen ja kohdentaa myös paremmin miespuolisille asiakkaille. Myös kyselylomakkeen tarkempi laatiminen ottaen huomioon saadut opit tästä työstä voisi auttaa saamaan entistä kattavampaa ja laajempaa tietoa asiakkaiden ostokäyttäytymisestä.

Tutkimuksesta on varmasti apua ravintoloille, kun mietitään palvelujen kehittämistä. Esimerkiksi raaka-aineiden alkuperä tietojen lisääminen, paikallisten raaka-aineiden lisääminen mahdollisimman paljon ja ainesosakassien tapaisten uusien innovaatioiden hyödyntäminen voisi olla oiva tapa lisätä liikevaihtoa. Kysymykseen 15. saatujen vastausten perusteella ravintolat voisivat hyödyntää enemmän biohajoavia ruoka-astioita. Myös lähempi yhteistyö kuljetuspalveluiden Woltin ja Foodoran kanssa, esimerkiksi kuljetuspäästöjen kompensointi voisi tuoda lisäarvoa ja toivottua mainosta ravintoloille, mitä varmasti moni asiakas arvostaisi.

## **8.5 Jatkotutkimusehdotukset**

Opinnäytetyö toteutettiin covid-19-pandemian alkuvaiheessa, jolloin noutoruokailun suosio alkoi viimeistään kasvaa ja ravintoloiden tuli muuttaa nopeasti käytäntöjään myynnin ja kannattavuuden säilyttämiseksi. Mahdollisesti jatkossa olisi hyödyllistä tutkia, kuinka covid-19-pandemia on muuttanut suomalaista ravintola- ja noutoruokakulttuuria, sekä onko noutoruokakulttuurilla esimerkiksi alueellisia eroja. Lisäksi tutkimuksia voisi kohdentaa etenkin miehiä kohtaan ja etsiä kyselylle muita levityskanavia, jotta saadaan enemmän vastauksia myös miespuolisilta asiakkailta. Myös tutkimuksen toteuttaminen uudelleen kahden vuoden jälkeen, kun covid-19-pandemia on enemmän arkipäivää voisi tuottaa mielenkiintoisia tuloksia.

## Lähteet

Anttila, V. 2021. Koronavirus. Terveyskirjasto. Viitattu 14.3.2022. <https://www.terveyskirjasto.fi/dlk01257>.

Currie, G. 2013. Food, beverage and restaurant management. Teoksessa Key concepts in hospitality management. 32–36.

Elinkeinoelämän keskusliiton suhdannebarometri. 2021. Elinkeinoelämän keskusliitto. Viitattu 3.4.2022. <https://www.mara.fi/media/toimiala/toimiala/suhdb-heinakuu-20211.pdf>

Epidemia ja pandemia. 2022. Punainen risti. Viitattu 14.3.2022. <https://www.punainenristi.fi/tyomme/kansainvalinen-apu/epidemia-ja-pandemia/>.

Foodora. 2022. Mikä on Foodora. Viitattu 2.4.2022. <https://www.foodora.fi/contents/about.htm>

Hakala, J. T. 2004. Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille. Helsinki: Gaudeamus.

Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Tammi. KUSTANNUSPAIKKA

Huhtinen, H. 2019. Suomalaisista elintarvikkeista halutaan yhä jäljitettävämpiä – teknologia helpottaa tuotantoketjun avaamista. OP-Media. Viitattu 6.4.2022. <https://www.op-media.fi/yrittajyys/suomalaisista-elintarvikkeista-halutaan-yha-jaljitettavampia--teknologia-helpottaa-tuotantoketjun-avaamista/>

Jäljiteltävyys elintarvikkeissa - Alkuperämaa ja valmistusmaa. 2022. Hyvää Suomesta. Viitattu 5.4.2022. <https://www.hyvaasuomesta.fi/suomalainen-ruoka/jaljitettavyys-elintarvikeketjussa/alkuperamaa-ja-valmistusmaa>

Kananen, J. 2011. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Korhonen, H. 2020. MILLAINEN ON RAVINTOLOIDEN UUSI NORMAALI TAKE AWAYN NÄKÖKULMASTA. Kespro. Viitattu 3.4.2022 <https://www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/millainen-on-ravintoloiden-uusi-normaali-take-awayn-nakokulmasta> Korjaa isot kirjaimet

Kotimainen ruoka. N.d. MTK. Viitattu 29.4.2022. <https://www.mtk.fi/kotimainen-ruoka>

Lähiruoka. N.d. Maa- ja Metsätalousministeriö. Viitattu 28.4.2022. <https://mmm.fi/lahiruoka>

Lähiruoan suosio kasvaa. 2020. Lähipuoti. Viitattu 5.5.2022. <https://www.lahipuoti.fi/?m=202010>

MaRa mukaan muovipakkausten vähentämistä koskevaan Green Deal-sopimukseen. 2022. Mara. Viitattu 10.4.2022. <https://www.mara.fi/ajankohtaista/uutiset/2022/mara-mukaan-muovipakkausten-vahentamista-koskevaan-green-deal-sopimukseen.html>

Mikä on noustoannos. N.d. Kielitoimiston sanakirja. Viitattu 19.9.2021. <https://www.kielitoimiston-sanakirja.fi/#/noustoannos?source=suggestion>

Ollila, P. Eronen, K. Kiviluoma, A. Kivinen, S. Käyhty, M. 2011. Lähiruoka – pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä. Helsingin yliopisto. 34–35

Ohje ravintoloiden toiminnan rajoittamisesta ja valvonnasta. N.d. Aluehallinto virasto. Viitattu 6.4.2022. <https://avi.fi/asioi/yritys-tai-yhteiso/ohjaus-ja-neuvonta/ravintolat-ja-koronavirus>

Ohtonen, P. 2020. Matkailualan tilastoja ja koronaepidemian vaikutustutkimuksia. Haaga-Helia. Viitattu 3.4.2022. <https://www.haaga-helia.fi/sites/default/files/file/2021-04/matkailualan-tilastoja-ja-koronaepidemian-vaikutustutkimuksia.pdf>

Ohtonen, P. 2020. Matkailualan tilastoja ja koronaepidemian vaikutustutkimuksia. SUN – 3AMK Sparraa Uuteen Nousuun –hankkeen tutkimus. Viitattu 4.4.2022. <https://www.haaga-helia.fi/sites/default/files/file/2021-04/matkailualan-tilastoja-ja-koronaepidemian-vaikutustutkimuksia.pdf>  
17

Paloviita, A. 2014. Lähiruoan yhteiskunnalliset vaikutukset. Viitattu 5.5.2022 [http://www.ia-pary.fi/wp/wp-content/uploads/2015/11/Lähiruoan-yhteiskunnallisetvaikutukset\\_Paloviita.pdf](http://www.ia-pary.fi/wp/wp-content/uploads/2015/11/Lähiruoan-yhteiskunnallisetvaikutukset_Paloviita.pdf)

Parlamentti sinetöi kertakäyttömuovin kiellon vuoteen 2021 mennessä. 2019. Lehdistötiedote Euroopan Parlamentin -sivustolla. Viitattu 6.4.2022. <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/press-room/20190321IPR32111/parlamentti-sinetoi-kertakayttomuovin-kiellon-vuoteen-2021-menessa>

Peltoniemi, A. 2020. Ravintolaruokailun trenditutkimus 2020: Ravintolaruokailu palaa ennalleen koronapandemian jälkeen. Mara. Viitattu 4.4.2022. <https://www.mara.fi/ajankohtaista/tiedotteet/ravintolaruokailun-trenditutkimus-2020-ravintolaruokailu-palaa-ennalleen-koronapandemian-jalkeen.html>

Pykäri, M. 2022. Konkurssien määrä jäänyt palveluilla pelättyä pienemmäksi – alkuvuonna määrä tulee kasvamaan, jos valtion tukitoimet eivät ole riittäviä, arvioi Paltan pääekonomisti. Palta. Viitattu 3.4.2022. <https://www.palta.fi/tiedotteet/konkurssien-maara-jaanyt-palveluilla-pelattya-pienemmaksi-alkuvuonna-maara-tulee-kasvamaan-jos-valtion-tukitoimet-eivat-ole-riittavia-arvioi-paltan-paaekonomisti/>

Ravintolat sulkeutuvat koko maassa perjantaina puolen yön aikaan koronavirusepidemian vuoksi. 2020. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 14.3.2022. <https://valtioneuvosto.fi/-/1410877/ravintolat-sulkeutuvat-koko-maassa-perjantaina-puolen-yon-aikaan-koronavirusepidemian-vuoksi>.

Ruoan alkuperä ja kestävyys. N.d. Luontoon. Viitattu 6.4.2022. <https://www.luontoon.fi/retkeilynabc/retkiruoka/ruoanalkuperajakestavyys>

Sannan ruokakassi. N.d. Viitattu 5.4.2022. <https://www.sannanruokakassi.fi/>

Sutela, H. 2021. Uusi normaali kutsuu – vanhaan ei ole paluuta, jos työntekijöiltä kysytään. Tieto- ja trendit blogi. Julkaistu 18.10.2021. Viitattu 4.4.2022. <https://www.stat.fi/tietotrendit/blogit/2021/uusi-normaali-kutsuu-vanhaan-ei-ole-paluuta-jos-tyontekijoilta-kysytaan/>

Tuppurainen, T. 2014. Kotimaista ruokaa, kiitos! Yhteishyvä. Viitattu 29.4.2022. <https://yhteishyva.fi/ruoka-ja-reseptit/kotimaista-ruokaa-kiitos/article-347089>

Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Viitattu 16.3.2022. [https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK\\_ohje\\_2012.pdf](https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf).

Tuulanniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum.

Tähtikokin ruokakassi. N.d. Demo. Viitattu 5.4.2022. <https://tahtikokinruokakassi.fi/>

Usein kysyttyä elintarvike alasta – Mitä on lähiruoka? N.d. Ruokavirasto. Viitattu 28.04.2022. <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/usein-kysyttya---pk-yritysten-valvonta-ja-toimintaedellytykset/>

Uusitalo, T. Julkaistu 6.5.2019. Viitattu 19.9.2021. Palvelumuotoilun ABC. <https://essee-pankki.proakatemia.fi/palvelumuotoilun-abc/>

Valmiuslain käyttöönottoaminen korona-aikana. 2022. Toim. Hakala, K. Eduskunta. Viitattu 14.3.2022. [https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/kirjasto/aineistot/kotimainen\\_oikeus/LATI/Sivut/valmiuslain-kayttoonottaminen-koronavirustilanteessa.aspx](https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/kirjasto/aineistot/kotimainen_oikeus/LATI/Sivut/valmiuslain-kayttoonottaminen-koronavirustilanteessa.aspx).

Vuorela, A. 2021. Ravintolaruoan kotiin tilaaminen hurjassa nosteessa, eikä ilmiö selity pelkällä koronalla. Yle. Viitattu 2.4.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-11719615>

What food delivery in the post-coronavirus era will look like. N.d. Deliverect. Viitattu 2.4.2022. <https://www.deliverect.com/en/blog/online-food-delivery/what-food-delivery-in-the-post-coronavirus-era-will-look-like>

Wolt. N.d. About – Tietoa meistä. Viitattu 2.4.2022. <https://wolt.com/fi/about>

## Liitteet

### Liite 1. Kuluttajakysely

Osa 1.

Kysymys 1. Asutko nyt tai oletko asunut Keski-Suomessa?

Asun tällä hetkellä

Olen asunut, mutta en asu tällä hetkellä

Kysymys 2. Oletko tilannut noutoruokaa viimeisten kahden kuukauden aikana?

Kyllä

En

Kysymys 3. Minkälaisia odotuksia sinulla on ruoan alkuperää ja laatua kohtaan, kun tilaat noutoruokaa?

Avoin vastaus

Kysymys 4. Oletko kuullut ravintoloiden tarjoavan ainesosakasseja?

Kyllä

En

Kysymys 5. Ainesosakassit ovat oiva tapa tukea paikallisia yrittäjiä, kun tuotteet valitaan huolella.

Luuletko, että ainesosakassit voisivat edistää kestävästä kulutuksesta? Millä tavoin?

Avoin vastaus

Kysymys 6. Olisitko kiinnostunut testaamaan ainesosakasseja?

Kyllä

En

Kysymys 7. Tilaisitko mieluummin valmista ruokaa vai ainesosakasseja, joista voit itse kokata kotona? Perustele valintasi.

Avoin vastaus



## Osa 2. Ruoan alkuperä

Kysymys 8. Kuinka tärkeäksi koet ruoan hinnan?

1=Ei tärkeä 2=Vähän tärkeä 3=Melko tärkeä 4=Tärkeä 5=Todella tärkeä

Kysymys 9. Oletko valmis maksamaan enemmän parempi laatuista ruoasta? Jos vastasit kyllä, niin miksi ja mistä ruoasta?

Avoim vastaus

Kysymys 10. Kuinka tärkeäksi koet ruoan alkuperän?

1=Ei tärkeä 2=Vähän tärkeä 3=Melko tärkeä 4=Tärkeä 5=Todella tärkeä

Kysymys 11. Entä kuinka tärkeäksi koet ruoan kotimaisuuden?

1=Ei tärkeä 2=Vähän tärkeä 3=Melko tärkeä 4=Tärkeä 5=Todella tärkeä

Kysymys 12. Miksi ruoan alkuperä on tärkeää sinulle?

Avoim vastaus

Kysymys 13. Oletko valmis maksamaan enemmän kotimaisesta ruoasta? Jos vastasit kyllä, niin miksi?

Avoim vastaus

Kysymys 14. Hiilijalanjäljellä mitataan ruoan aiheuttamaa ilmastokuormaa ja sen valmistuksessa syntyneitä kasvihuonepäästöjä. Kuinka tärkeäksi koet ruoan hiilijalanjäljen?

1=Ei tärkeä 2=Vähän tärkeä 3=Melko tärkeä 4=Tärkeä 5=Todella tärkeä

Kysymys 15. Pidätkö noutoruokaa ympäristöystävällisenä vaihtoehtona? Kerro lyhyesti miksi.

Avoim vastaus

Kysymys 16. Vaikuttaako covid-19-pandemia valintoihisi tilata ruokaa? Jos kyllä, niin kerrotko lyhyesti, miten?

Avoim vastaus

Kysymys 17. Aiotko jatkossa tilata take away ruokaa? Miksi?

Avoim vastaus

Kysymys 18. Sukupuolesi?

Mies

Nainen

Muu

Kysymys 19. Ikäsi?

18-29

30-41

42-53

54-64

65-

## Liite 2. Saatekirje

COVID19 pandemia on pakottanut ravintolat muuttumaan. Noutoruoan suosio on kasvanut todella paljon viimeisen parin kuukauden aikana ja myös hienommat ja kalliimmat ravintolat ovat alkaneet myydä noutoruokaa.

Tämän kyselyn tarkoituksena on saada tietoa kuluttajien odotuksista noutoruoan alkuperää kohtaan Keski-Suomessa COVID 19 Pandemian aikana ja samalla oppia ymmärtämään heidän valintajansa. Kysely on osa Jyväskylän ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä. Tulokset ovat luettavissa kesällä 2022 opinnäytetyön valmistuttua Theseus- palvelusta. Vastaukset ovat anonymoituja, eikä henkilötietoja kerätä.

### Liite 3. Ainesosakassien saatekirje

Ainesosakasseiksi sanotaan kasseja, mitkä sisältävät samoja korkealuokkaisia ruokia ja ainesosia, mitä ravintoloissa käytetään. Asiakas voi kokata niistä itselleen aterian kotona mukana tulevan reseptin avulla. Esimerkiksi Ravintola Nolla Helsingissä on alkanut myydä ainesosakasseja. Oheisesta linkistä pääset katsomaan, mitä ainesosakassit käytännössä ovat. <https://www.facebook.com/restaurantnolla/posts/2820730284689113>