

Ruokatrendien vaikutus opiskelijoiden ruokailutottumuksiin ja ostokäyttäytymiseen

Case: Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijat

Miia Muhonen

Opinnäytetyö

Marraskuu 2018

Matkailu, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Tekijä(t) Muhonen, Miia	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä 14.11.2018
	Sivumäärä 47	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Ruokatrendien vaikutus opiskelijoiden ruokailutottumuksiin ja ostokäyttäytymiseen Case: Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijat		
Tutkinto-ohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Tarja Viitanen		
Toimeksiantaja(t)		
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, vaikuttavatko ruokatrendit opiskelijoiden ruokailutottumuksiin ja ostokäyttäytymiseen ruokaravintoloissa.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella menetelmällä, ja populaationa olivat Jyväskylän ammattikorkeakoulun eri alojen päiväopiskelijat. Kysely toteutettiin suomeksi sekä englanniksi ja suomeksi vastasi 98,8 %. Kysely toteutettiin Webropol-ohjelmalla ja lähetettiin opiskelijoille sähköpostilla. Kyselyn vastaanotti 705 opiskelijaa, joista 85 opiskelijaa vastasi. Vastausprosentti oli 12 %. Analysoinnissa käytettiin kokonaisotantaa, ja analysointimenetelmänä käytettiin ristiintaulukointia sekä faktorianalyysejä.</p> <p>Tutkimuksessa saatiin selville eroavaisuuksia sekä joitakin yhtäläisyyksiä miesten ja naisten sekä eri ikäryhmien välillä. Yksilöiden väliset erot ja yhtäläisyydet olivat ryhmiä selkeämmin havaittavissa. Opiskelijoiden kiinnostus ruokatrendejä kohtaan oli vaihtelevaa, puolet opiskelijoista vastasi olevansa kiinnostunut aiheesta. Naiset olivat yleisesti kiinnostuneempia ajankohtaisista ruokatrendeistä kuin miehet. Tutkimustuloksista kävi ilmi myös ero ruokailutottumusten ja ostokäyttäytymisen välillä. Ajankohtaiset ruokatrendit vaikuttavat enemmän ruokailutottumuksiin kuin ostokäyttäytymiseen.</p> <p>Tutkimustuloksista ilmeni, että suuri osa opiskelijoista tunnistaa ajankohtaisia ruokatrendejä ja on myös kiinnostunut niistä. Tutkimustuloksissa ei ollut havaittavissa yleisellä tasolla ruokatrendien merkittävää vaikutusta opiskelijoiden ruokailutottumuksiin ja ostokäyttäytymiseen ruokaravintolassa.</p>		
Ruokatrendit, ruokailutottumukset, kuluttajakäyttäytyminen, ostokäyttäytyminen, trendit		
Muut tiedot		

Author(s) Muhonen, Miia	Type of publication Bachelor's thesis	Date 14.11.2018 Language of publication: Finnish
	Number of pages 47	Permission for web publication: x
Title of publication The influence of food trends on students' eating habits and purchasing behavior Case: Students of Jyväskylä University of Applied sciences		
Degree programme Degree Programme in Hospitality Management		
Supervisor(s) Tarja Viitanen		
Assigned by		
Abstract <p>The aim of the study was to find out if food trends affected students' eating habits and purchasing behavior in food restaurants.</p> <p>The study was carried out by a quantitative method and the population were day students in different degree programs of JAMK. The survey was carried out in Finnish as well as English, and 98,2 % of the students responded in Finnish. The questionnaire was made by the Webropol program and it was sent to students by e-mail. The questionnaire was sent to 705 students, out of which 85 responded. The response rate was 12 %. In this study was used sampling was used in the analysis, and the methods of analysis were cross table and factor analysis.</p> <p>This study found differences and some similarities between men's and women's eating habits we found out as well as between the age groups. The differences and similarities between the individuals were more noticeable than the differences and similarities between the groups. Students' interest in food trends was variable. A half of the students answered that they were interested in the subject. Women were generally more interested in current food trends than men. The results of the study also revealed also differences between food habits and the purchasing behavior. Current food trends affected eating habits more than purchasing behavior.</p> <p>The results also showed that many of students identified topical food trends and were interested in them. However, the results did not reveal a general impact of food trends on students' eating habits and the purchasing behavior in the food restaurant.</p>		
Food trends, food habits, consumer behaviour, purchasing behaviour, trends		
Miscellaneous		

Sisältö

1 Johdanto	2
2 Tutkimusasetelma	3
3 Trendit	6
3.1 Megatrendit.....	6
3.2 Trendit	7
3.3 Heikot signaalit.....	8
4 Ruokatrendit	9
4.1 Ruokatrendit Suomessa	9
4.2 Ruokatrendit maailmalla	12
5 Kuluttajakäyttäytyminen	16
5.1 Opiskelijoiden ja nuorten kuluttajakäyttäytyminen	17
5.2 Ostokäyttäytyminen	18
5.3 Opiskelijoiden ostokäyttäytyminen	18
5.4 Opiskelijoiden ruokailutottumukset	20
6 Tutkimuksen toteuttaminen ja tutkimustulokset	23
6.1 Tutkimustulokset.....	24
6.2 Luotettavuuden varmistaminen.....	27
7 Johtopäätökset	28
8 Pohdinta	29
Lähteet	31
Liitteet	37
Liite 1. Kysely	37
Liite 2. Opiskelijoita kiinnostavia ruokatrendejä	43
Liite 3. Faktorianalyysi	47
Kuviot	
Kuvio 1. Kasvihuonekaasupäästöt	15
Kuvio 2. Koulutusohjelmat	24

1 Johdanto

Ruokatrendit ovat yksi maailman ajankohtaisimmista trendi-ilmiöistä. Ruokatrendit muuttuvat nopeasti muuttuvan maailman mukana. Yhä enemmän ympäröivä maailma, kuten politiikka, ekologisuus ja eettisyys, näkyvät ruokatrendeissä ja kuluttajien käyttäytymisessä. Ruokatrendit vaikuttavat myös kuluttajien ruokailutottumuksiin ja ostopäätöksiin. Ilmastonmuutos ja ruoan ympäristövaikutukset kiinnostavat kuluttajia yhä enemmän, mikä näkyy esimerkiksi kasvispainotteisina ruokavalioina ja ruokahävikin vähentämisenä. Kuluttajat ovat tietoisia ruuan alkuperästä ja tuotantotavoista. Yksittäisten kuluttajien lisäksi myös ravintoloitsijat ovat alkaneet kiinnittää huomiota enemmän ruokahävikin määrään ja sen hyödyntämiseen. Ruokatrendit ovat jatkuvassa muutoksessa ja ne ovat vaihdelleet vuosien aikana karppauksesta superfoodiin ja vegaani sekä gluteenittomaan ruokavalioon. Suomessa satokausiajattelu, lähiruoka sekä vastuullisuus ovat tämän hetkisiä suuria trendejä. Esimerkiksi Nyhtökaura ja härkäpavuista valmistetut tuotteet, kuten Härkis ovat suosion huipulla. Lisäksi soijamaidosta valmistettava tofu ja vehnäproteiinista valmistettava seitan ovat kasvisruokailijoiden suosimia. Myös ravintoloissa huomioidaan ajankohtaiset ruokatrendit. Tarjolla on usein kasvisvaihtoehto pääruoalle, ja satokausiajattelu näkyy ruokalistoilla. Ravintoloissa ateriat ovat usein myös gluteenittomia keliakiaruokavalion yleistyttyä.

Tutkimuksen aiheeksi on valittu ruokatrendit ja opiskelijoiden ruokailutottumukset sekä opiskelijoiden ostokäyttäytyminen ruokaravintoloissa aiheen ajankohtaisuuden ja kiinnostavuuden takia sekä tukemaan omaa ammattitaitoani ravintola-alalla. Täysin samankaltaista tutkimusta ei ole aiemmin tehty, joten tutkimuksen tavoitteena oli selvittää uutta tietoa aiheesta. Tutkimus sisältää teoreettisen viitekehyksen, jossa käsitellään trendien merkitystä, ruokatrendejä yleisesti sekä ruokatrendejä Suomessa ja maailmalla. Lisäksi työssä käsitellään kuluttajakäyttäytymistä, kuten ostokäyttäytymistä sekä opiskelijoiden ruokailutottumuksia. Työn tutkimusosuudessa kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella selvitetään ruokatrendien vaikutusta ammattikor-

keakoulun opiskelijoiden ruokailutottumuksiin ja ostokäyttäytymiseen ruokaravintolassa. Tutkimuksen populaationa ovat Jyväskylän ammattikorkeakoulun eri alojen päiväopiskelijat.

Aihetta sivuavia aikaisempia tutkimuksia on, ja niihin tämän tutkimuksen tuloksia voidaan verrata. Opiskelijoiden ruokailutottumuksista on aikaisempia tutkimuksia, ja niistä on havaittavista myös trendien vaikutus ruokailutottumuksiin. Lisäksi opiskelijoiden kuluttajakäyttäytymisestä on aiempaa tutkimustietoa, ja siitä voidaan havaita trendien vaikutus ostokäyttäytymiseen.

2 Tutkimusasetelma

Tutkimusongelmana on, vaikuttavatko ruokatrendit opiskelijoiden ruokailutottumuksiin ja ostokäyttäytymiseen ruokaravintolassa. Tutkimuksella selvitetään uutta tietoa ilmiöstä. Tutkimusongelmasta johdettuja tutkimuskysymyksiä on kaksi: ”Miten ajankohtaiset ruokatrendit vaikuttavat ruokailutottumuksiin?” sekä ”Miten ruokatrendit vaikuttavat ostopäätöksiin ruokaravintolassa?” Tiedonhankinnassa lähteinä on käytetty painettuja kirjoja, e-kirjoja, lehtien artikkeleita, tutkimuksia sekä internetin eri tietolähteitä. Ajankohtaisimmat tiedot aiheesta löytyvät internetistä, koska ruokatrendit aiheena elää ja muuttuu jatkuvasti. Myös ihmisten kuluttajakäyttäytyminen on jatkuvassa muutoksessa nykymaailmassa. Tietolähteet on valittu kriittisesti ja sivustojen merkitys selvitetty. Sivustojen ajantasaisuus nykypäivään verrattuna on tarkastettu.

Tutkimuksessa käytetään kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää, mikä tekee tutkimuksesta prosessiluontoisen. Kvantitatiivinen tutkimus etenee vaihe vaiheelta ja edellyttää tutkittavan ilmiön tuntemista sekä teoriapohjaa, johon sisältyvät tutkimusongelma, tutkimuskysymykset, tulkinta, raportointi sekä tutkimusongelman ratkaisu (Kananen 2010,74). Tutkimuksen havaintoyksikkönä ovat Jyväskylän ammattikorkeakoulun eri alojen päiväopiskelijat, jotka ovat antaneet suostumuksensa kyselyjen lähettämiseen sähköpostitse. Kyselyn vastaanotti 705 opiskelijaa, joista kyselyyn vastasi 85 opiskelijaa. Vastausprosentti oli 12 %. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin

sähköistä kyselylomaketta. Kysely luotiin Webropol-ohjelmalla ja lähetettiin opiskelijoille sähköpostilla. Kysely toteutettiin suomeksi ja englanniksi. Kyselyssä oli etusivulla valittavissa kysymykset suomeksi tai englanniksi, ja suomeksi vastasi 98,8 % opiskelijoista.

Aineiston analysointimenetelmänä käytettiin ristiintaulukointia sekä faktorianalyysia. Ristiintaulukoinnissa tutkitaan muuttujien jakautumista ja muuttujien välisiä riippuvuuksia. Voidaan esimerkiksi tutkia eroja miesten ja naisten tai eri ikäryhmien välillä. (Ristiintaulukointi 2004.) Taulukoinnissa huomioidaan pienet ja suuret arvot sekä etsitään riippuvuuksia. Riippuvuudella tarkoitetaan muuttujan arvojen pienentymistä tai kasvamista toisen muuttujan arvojen pienentyessä tai kasvaessa. Tämän edellytyksenä on muuttujalla oltava tietynlaisia ominaisuuksia. (Kananen 2011, 87.) Faktorianalyysi perustuu muuttujien välisiin korrelaatioihin ja niitä yhdistäviin taustatekijöihin. Tietoa tiivistetään ja etsitään ilmiön taustalla olevia faktoreita. (Kananen 2011, 114.) Faktorianalyysissa pyritään löytämään havaintoyksikön ominaisuuksia kuvaavasta muuttujajoukosta yhdenmukaisuuksia eli faktoreita. Havaintoyksikköjen joistain ominaisuuksista voidaan saada vain epäsuoraa tietoa, jolloin ei pystytä tekemään havaintoja suoraan. Faktorit päätellään konkreettisista tiedoista. Esimerkiksi ihmisen älykkyyttä voidaan mitata faktorianalyysin avulla. Faktorianalyysin avulla voidaan tutkia, muodostavatko vastaukset yhteisen faktorin vai onko faktoreita useita. (Faktorianalyysi 2004.)

Tutkimustulosten luotettavuus on arvioitu validiteetin ja reliabiliteetin avulla. Validiteetti tarkoittaa oikeiden asioiden tutkimista tutkimusongelman kannalta, ja reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä (Kananen 2008, 79). Validiteetti ilmaisee tutkimuksessa käytetyn mittauksen onnistumisen, onko mitattu juuri sitä mitä on haluttu. Validiteetti on hyvä, jos tutkimuksen populaatio ja kysymykset ovat oikeat. Arvioidaan, kuinka hyvin tutkimusote ja siinä käytetyt menetelmät vastaavat tutkittavaa ilmiötä. Tutkimusmenetelmän validiteettiä voidaan tarkastella useasta näkökulmasta, joko tutkimusaiheen tai tutkimusotteen mukaan. Validiteettimenetelmiä ovat looginen, sisäinen, ulkoinen sekä aineistovaliditeetti, joista määrälliseen tutkimuk-

seen soveltuu erityisesti sisäinen ja ulkoinen validiteetti. Sisäisellä validiteetilla pyritään selvittämään, aiheutuvatko empiirisen tutkimuksen koetilanteessa saadut tulokset tai muuttujien väliset erot niistä tekijöistä, joista ne oletettavasti aiheutuvat. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on huomioitava aika, mittaustapahtuma, mittari, vinoutumat sekä kato. Vinoumat tarkoittavat tässä tapauksessa otokseen huomaamatta tiettyjen kriteerien mukaan valittuja tapauksia. Kato tarkoittaa kohteiden häviämistä aineistosta, esimerkiksi kyselyyn ei ole saatu kaikilta riittävästi vastauksia. Tutkimustulosten näkökulmasta tarkasteltava validiteetti voidaan jakaa sisältö-, käsite- ja kriteerivaliditeetteihin. (Hiltunen 2009.)

Reliabiliteetti ilmaisee, kuinka luotettavasti ja toistettavasti tutkimusmenetelmä mittaa tutkittavaa ilmiötä. Reliabiliteetissa on kaksi osatekijää, stabiliteetti ja konsistenssi. Stabiliteetti kertoo mittarin tai menetelmän pysyvyyden ajassa, mitä voidaan tarkastella vertaamalla useampaa ajallisesti peräkkäin tehtyä mittausta. Mittarin konsistenssi tarkoittaa yhtenäisyyttä. Tässä menetelmässä useista väittämistä koostuva mittari jaetaan kahteen osaan väittämiä ja kumpikin osa mittaa samaa asiaa. Tällöin korrelaatiokerroin saa suuren arvon. Stabiili mittari ei aina ole konsistenssi tai toisin päin. Mittarin on lisäksi oltava myös validi, jotta saadaan luotettavia tuloksia. Tutkimusmenetelmän reliabiliteetti voidaan tarkastaa tutkimalla sen yhdenmukaisuutta eli kongruenssia, tarkkuutta, objektiivisuutta vs. subjektiivisuutta sekä jatkuvuutta. Reliabiliteetin laskemista ja arviointia varten on myös useita menettelytapoja. Tutkimuksen reliabiliteetti on mittaustulosten toistettavuutta. Reliabiliteetti on hyvä, jos tulokset eivät ole sattumanvaraisia. Käytännössä, jos tutkimus tehtäisiin uudelleen, pitäisi samoissa olosuhteissa saada samat tutkimustulokset. Jos reliabiliteetti on alhainen, myös validiteetti on alhainen. Tämä ei päde kuitenkaan toisinpäin. (Hiltunen 2009.)

Määritelmiä tutkimuksen keskeisimmistä käsitteistä

Fleksauksella eli fleksitarismilla tarkoitetaan ruokavaliota, jossa suositaan paljon kasviksia, mutta lihan syönnistä ei luovuta kokonaan (Fleksaus on in! 2017).

Kasviproteiini on kasvien sisältämää proteiinia, ja siitä valmistettuja tuotteita on esimerkiksi seitan (Mitä kasviproteiinit ovat n.d.).

Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan jatkuvaa yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Ympäristö, ihminen ja talous huomioidaan toiminnassa. (Mitä on kestävä kehitys 2013.)

Kuluttajakäyttäytymisellä tarkoitetaan kuluttajien käyttäytymistä hankkiessaan tuotetta tai palvelua (Hansen, Kanuk & Schiffman 2013, 2).

Ostokäyttäytymisellä tarkoitetaan kuluttajan kulutustottumuksia, ostopäätöksiä, ostamista sekä rahankäyttöä (JUHO - Julkishallinnon ontologia n.d.).

Ruokamatkailulla tarkoitetaan ruoan merkitystä osana matkailua, ja ruoka kuvastaa maiden kulttuuria ja identiteettiä (Hakala-Deiro' & Pitkänen 2017, 3).

Vastuullisuudella tarkoitetaan toimintaa, jossa otetaan huomioon taloudelliset, sosiaaliset sekä ympäristötekijät (Mäkelä n.d.). Vastuullisuus tukee kestävästä kehitystä.

3 Trendit

3.1 Megatrendit

Megatrendeistä puhutaan silloin, kun jokin muutos on suuri ja maailmanlaajuinen (Aloita tästä: Trendit ja signaalit 2018). Ilmiö on usein myös pitkäkestoinen ja hitaasti muuttuva. Muutosilmiöt eivät ole yksiselitteisiä, koska ne ovat monimutkaisia ja usein myös toisistaan riippuvaisia. (Megatrendit 2017 n.d.) Tarkasteltaessa megatrendejä trendianalyysin näkökulmasta ne eivät ole yksiselitteisiä. Megatrendi voi toisesta näkökulmasta tarkasteltuna ollakin trendi tai vasta heikko signaali. Megatrendit ovat makrotason ilmiöiden kokonaisuus, joka sisältää useita tapahtumaketjuja ja jopa toisistaan poikkeavia alailmiöitä. Niistä muodostuvasta kokonaisuudesta voidaan havaita jokin kehityssuunta. Megatrendit määrittävät hallitsevasti tulevaisuuden suunnan, ja niiden historiaa voidaan havainnoida. (Rubin n.d.) Megatrendi-käsitteen on

kehittänyt John Naisbitt vuonna 1982, jolloin hän käsitteli kirjoittamassaan teoksessa "Megatrends" laajoja muutoksia ja kehityskulkuja. Naisbittin ajatuksia on kuitenkin kyseenalaistettu liiallisen yleistämisen vuoksi sekä kritisoitu vääristä tulkinnoista. Hänen ansiostaan megatrendit ovat kuitenkin nykyään tärkeä tulevaisuuden tutkimuksen työkalu. (Rubin n.d.)

Sitran mukaan esimerkkejä vuoden 2017 megatrendeistä ovat teknologian nopean kehityksen vaikutus työhön ja toimeentuloon, länsimaisen demokratian rapautuminen ja kriisi sekä maailmantalouden kasvun haavoittuvaisuus. Nämä megatrendit ovat Pohjoismaiden kannalta erittäin merkittäviä. Sitran tiedot eivät perustu akateemiseen tutkimukseen, vaan näkemyksiin, visioihin ja tulevaisuuskeskusteluihin. (Megatrendit 2017 n.d.) EY-organisaatio on tunnistanut megatrendeiksi vuonna 2018 esimerkiksi suuret muutokset teollisuudessa ja työelämässä sekä terveyteen liittyvät ilmiöt. Tulevaisuuden megatrendit liittyvät vahvasti politiikkaan ja talouteen. (What's after what's next? n.d.) Maailmanlaajuisiksi ruoankulutukseen liittyviksi megatrendeiksi voidaan luokitella väestönkasvu, globalisaatio, ilmastonmuutos sekä teknologian kehitys. (Tulevaisuuden elintarvikkeet n.d..)

3.2 Trendit

Trendi on jonkin ilmiön yleinen kehityssuunta, joka tapahtuu pitkällä ajanjaksolla. Se on nykyhetken ilmiö, joka voi jatkua tulevaisuudessa tavalla, jota on helppo jäljittää tai ennakoida. Trendit voivat olla megatrendin osia. (Rubin n.d.) Trendiä voisi kuvata esimerkiksi siten, että se on suuntaus, virtaus tai muutoksen kaava. Trendin ymmärtämisessä on aina mukana aika-aspekti, koska trendi on riippuvainen ajasta. Trendit ohjaavat päätöksentekoa vaikuttamalla valintoihin ja arvostuksiin. (Rubin n.d.) Trendejä seurataksaan on nykyhetken lisäksi osattava ennustaa tulevaisuuden trendejä. Erityisesti yritysten on tunnistettava ajankohtaiset ja tulevaisuuden trendit. (Businessdictionary n.d.) Tulevaisuuden trendejä ennustettaessa apuna käytetään heikkoja signaaleja (Aloita tästä: Trendit ja signaalit 2018).

Trendit ovat vaihdelleet vuosikymmenten aikana, ja ne muuttuvat jatkuvasti. Aluksi markkinoilla oli trendivaatteita, ja muotivaatealaa voidaan kutsua trendien edelläkävijäksi. Myöhemmin markkinoille tuli myös muita trendejä, jotka liittyivät esimerkiksi autoihin, terveydenhuoltoon ja keittiöihin. (Ekström 2010, 335.) Trendejä on paljon aihealueittain, esimerkiksi sisustukseen, ravintolaan, vaatteisiin, liikuntaan tai markkinointiin. Esimerkiksi liikuntatrendien kärjessä on tällä hetkellä HIIT eli High Intensity Interval Training (Aalto 2018), ja yksi markkinointiin liittyvä ajankohtainen trendi on tekoäly (Markkinoinnin 10 tärkeintä trendiä vuonna 2018 n.d.). Ruoankulutukseen kuuluvia ajankohtaisia trendejä ovat esimerkiksi syömisen muutokset, asunonmuutokset, ruokavalion yksilöityminen, kansainvälistyminen, tietoisuus ruoan terveellisyydestä, kiinnostus ruoan alkuperästä, ympäristötietoisuus, teknologian kehitys sekä uudet raaka-aineet (Tulevaisuuden elintarvikkeet n.d.).

3.3 Heikot signaalit

Tulevaisuutta tutkittaessa trendeistä erotellaan heikot signaalit. Heikot signaalit ovat merkkejä nousevista ilmiöistä, jotka voivat olla tulevaisuudessa merkittäviä. Heikkoja signaaleja on huomattavasti vaikeampi havaita kuin trendejä. (Aloita tästä: Trendit ja signaalit 2018.) Heikko signaali on merkki vanhan asian uudesta puolesta tai täysin uudesta asiasta, ja se on tutkijalleen aina yllättävä (Dufva 2018). Heikot signaalit ovat niin kutsuttuja aikaisia informaatioita tai muutoksen ensioireita. Relevanttien heikkojen signaalien löytyminen on helppointa, jos aihealue on tuttu, josta heikkoja signaaleja etsii. Muussa tapauksessa heikkojen signaalien erottaminen voi olla vaikeaa. Heikkoja signaaleja voidaan etsiä esimerkiksi taiteesta, lehdistä ja nykyisin myös internetistä. Heikot signaalit voivat olla yritykselle joko uhka tai mahdollisuus. (Hiltunen n.d.) Samantapaisia käsitteitä heikon signaalin kanssa ovat hiljaiset signaalit, ennakkovaroitusmerkit ja muutoksen siemenet. Heikkoihin signaaleihin yhdistetään toisinaan myös käsitteet mustat joutsenet ja villit kortit, jotka todellisuudessa viittaavat äkilliseen tapahtumaan, toisin kuin heikot signaalit. (Dufva 2018.)

4 Ruokatrendit

Ruokatrendit ovat kuluttajalähtöisiä kehityssuuntia, jotka kuvastavat asenteita, arvoja sekä yhteiskunnan muutoksia ja kertovat kulutuksesta sekä valinnoista. Ruokatrendit voivat olla pitkäkestoisia ja pysyviä tai lyhytkestoisia niin kutsuttuja muotitrendejä. (Tulevaisuuden elintarvikkeet n.d.) Nopeasti muuttuva maailma vaikuttaa siihen, miten ihmiset syövät. Työaikojen muutokset, perhekokojen pieneneminen sekä yksihenkkisten talouksien kasvu vaikuttavat merkittävästi ruokatrendeihin ja niissä ilmeneviin muutoksiin. (Resto 2018. 2018.) Ihmiset ovat nykyään kiinnostuneempia ja tietoisempia ruokien terveellisyydestä ja eettisyydestä sekä ympäristövaikutuksista kuin aiemmin. Yksi suuri trendi onkin terveellinen kasvisruokavalio. (Ylen aamu-tv 2017.) Esimerkiksi sokerittomuus, suolattomuus ja luonnollisuus ovat tärkeä osa terveellistä ruokavaliota (Leiwo 2018). Erityisruokavalioiden noudattaminen on suosiossa myös niillä, joilla se ei ole allergioiden tai sairauksien kannalta välttämättöntä. Esimerkiksi gluteenittoman ruokavalioiden ja erilaisten kasvisruokavalioiden noudattaminen on nykypäivänä trendi-ilmiö. Myös lähi- ja luomuruoka ovat viime vuosina nousseet kuluttajien suosioon. Lähiruoan tunnistaminen kaupassa saattaa kuitenkin olla kuluttajalle vaikeaa. (Ollila, Eronen, Kiviluoma, Kivinen & Käyhy n.d. 36-37.) Mausteisiin ja makuihin liittyvät trendit ovat yleensä peräisin fine dining -keittiöistä, suuremmat ruokatrendit ympäröivästä maailmasta. Suurissa ruokatrendeissä on havaittavissa esimerkiksi maailman poliittinen tila, popkulttuuri tai teknologian kehitys. (Rantanen 2017.)

4.1 Ruokatrendit Suomessa

Suomessa ruokailutottumukset ovat muuttuneet vuosikymmenten aikana. 1970-luvulla valmistettiin pääsääntöisesti itse ruokaa, 1980-luvulla ravintoloissa syöminen yleistyi, ja 1990-luvun lama-aikana alettiin taas valmistaa itse ruokaa. 1990-luvulla alettiin kiinnittää huomiota ruuan terveellisyyteen, ja ravintoloissa alettiin valmistaa enemmän erityisruokavaliota noudattavia ruokia. Myös etniset ruuat yleistyivät. Vuosikymmenten jälkeen suosioon ovat nousseet puhtaista lähialueiden raaka-aineista valmistetut terveelliset ruuat ja niistä on kehittynyt megatrendi (Mannermaa

2015). Lähiruoan suosion kasvaessa nuoria on alkanut kiinnostaa myös säilöminen, ja monet nuoret ovat opetelleet itse säilömään raaka-aineita esimerkiksi erilaisten säilöntäkurssien avulla (Nironen 2014).

2010-luvulla suomalainen ruokavalio on muuttunut terveellisemmäksi. Punaisen lihan syönti on vähentynyt, ja on alettu suosimaan kasviksia, pähkinöitä, palkokasveja sekä hedelmiä. Erityiseen suosioon yksittäisistä raaka-aineista on noussut avokado. (Toivonen & Tuominen 2017.) Lihatuotteiden tilalle on tullut härkävavuista valmistettu kasviproteiinituote Härkis sekä kaurasta ja palkokasveista kehitelty Nyhtökaura, jota kasvisruokavalioita noudattavat suosivat proteiinin lähteenä. Molemmat tuotteet on kehitetty Suomessa. (Kallunki 2017.) Valion kehittämä maitoproteiinituote Mifu soveltuu kasvisruokailijan lämpimiin ruokiin. Sitä on saatavilla rakeena, suikaleena sekä jauhiksena (Valio Mifu uudista tutut ruokasi n.d.). Myös Elovenan uusi kauratuote Muru kaurajauhis soveltuu kasvisruokavalioon. Kauran lisäksi Muruun on lisätty proteiinia palkokasveista. (Tehdään hyvää n.d.) Nousevana ruokavaliotrendinä on tällä hetkellä fleksaus, ja kasvisten suosion kasvu näkyy myös ruokaravintoloissa sekä juhlapöydissä (Ruokatrendit Suomessa 2017). Maitotuotteiden, erityisesti juomien kulutus on vähentynyt viime vuosina merkittävästi, ja tilalle on tullut paljon kasvipohjaisia tuotteita. Vegaani- sekä lakto-ovo-vegetaaristaruokavaliota noudattavia henkilöitä on Suomessa ja muualla Euroopassa paljon verrattuna aiempiin vuosikymmeniin. Erityisesti kasvipohjaiset, esimerkiksi kaurasta valmistetut juomat ovat eurooppalainen trendi-ilmiö. Myös vastuullisesti tuotettuja maitotuotteita suositaan enemmän, koska kuluttajat ovat tietoisia ja kiinnostuneita ympäristöstä, eläinten hyvinvoinnista sekä ravitsemuksesta. Tällaisesta kuluttajasta käytetään termiä ”tiedostava kuluttaja”. (Ekman 2018.)

Kasviproteiinituotteiden käyttö on yleistynyt viime vuosina. Hyviä kasviproteiinin lähteitä ovat palkokasvit, siemenet, pähkinät sekä viljat (Mitä kasviproteiinit ovat n.d.). Keskon Ruokailmiöt 2017 -tutkimuksen mukaan vuoden 2017 isoimmat trendit olivat kasviproteiinia sisältävät valmistustuotteet, vegaaninen kebab, bataattiranskalaiset, proteiinivanukkaat, persimon-hedelmä, kuivatut jälkiuunipalat, kaurapohjaiset juomat sekä premium-tuotteet, kuten lampaanmaitojogurtti. Tutkimuksesta kävi ilmi

myös kuluttajien kiinnostuneisuus vastuullisesti tuotettuun ruokaan sekä kiertotalousajattelu ja hävikin hyödyntäminen ruoanvalmistuksessa. Laskussa olevia trendejä puolestaan olivat pähkinät, lehtikaali, rahka ja raejuusto sekä superfood yleisesti. Samassa tutkimuksessa on ennustettu vuodelle 2018 nouseviksi trendeiksi seuraavia: hyönteisruoka, suolaiset välipalapatukat, superterveelliset jälkiruoat, annospakatut ja valmiiksi pilkotut hedelmät ja marjat, juomat ja keitot sekä ruokaisat juomat, kuten bataatti- ja punajuurilatte. Nousussa on myös rauhoittava sekä täsmävaikuttava ruoka, joka tukee esimerkiksi aivojen toimintaa. Tutkimuksessa selvitettiin kuluttajien ruokakäyttäytymiseen vaikuttavia isoja ilmiöitä. Yksilöllisyys sekä elämyksellisyys olivat eniten nousussa, ja vuodesta 2016 alkaen ovat ruokailutottumukset muuttuneet perinteisestä ruokaympyrästä yksilöllisemmäksi. Tutkimuksen tiedot perustuvat Keskon myyntidataan 2017, K:n asiantuntijoiden, K-kauppiaiden sekä kaupan työntekijöiden haastatteluihin. (Ruokailmiöt 2018 n.d.)

Trendejä kantautuu Suomeen myös muualta maailmalta. Esimerkiksi maailmalla pitkään trendinä olleen street foodin eli katuruoan suosio on kasvanut Suomessa viime vuosina. Street food on kuitenkin vanha keksintö, ja siitä on viitteitä jo 1300-luvulta. Street foodille ominaista on sen helppous ja nopeus. (Rosvall 2015.) Britanniassa katurukeittioita oli vuonna 2016 jo yli 10 000, ja niiden suosio kasvaa jatkuvasti, joten voidaan puhua katuruokavallankumouksesta. (Myöhänen 2016.) Toinen maailmalta Suomeen kantautunut trendi on hyönteiset ruokapöydässä, erityisesti sirkat ja toukat. Turun yliopiston ja luonnonvarakeskuksen vuosina 2015 - 2017 toteuttaman Hyönteiset ruokaketjussa -projektin jälkeen hyönteiset tulivat markkinoille Suomessa. Projektin päärahoittajana toimi Tekes sekä kymmenen suomalaista yritystä. Hyönteisten tuotannolla tuetaan ruokatuotannon kestävä kehitystä. (Hyönteiset ruokaketjussa n.d.) Keski-Euroopassa hyönteisiä sisältäviä tuotteita on ollut jo pitkään myynnissä, ja EU:n uusi elintarvikelainsäädäntö sallii hyönteisruoan myös muualla Euroopassa, myös Suomessa. Jyväskylän ammattikorkeakoulun bioinstituutissa Saarijärvellä kasvatetaan mustasotilaskärpäsiä, jotka soveltuvat hyvin hyönteisten kasvatukseen ja jalostuksen kehittämisen ja koulutusympäristöön. Mustasotilaskärpäsiä

käytetään rehuna tuotantoeläimille. Hyönteistuotanto on kestävä kehityksen mu-
kaista ja sen tuotanto liittyy proteiiniomavaraisuuteen. Bioinstituutissa on käynnissä
hanke, jonka tarkoituksena on selvittää hyönteistalouden mahdollisuuksia Viitasaari-
Saarijärvi seudulla. Lisäksi tavoitteena on mahdollistaa nuorten yrittäjien osaaminen
hyönteistaloudessa, ja kartoittaa hyönteistuotantoon soveltuvia yrityksiä. (Tarvaa-
lassa kasvatetaan sotilaskärpäsiä 2018.) Kärpäset ovat helppoja kasvatettavia ja
melko omatoimisia. Mustasotilaskärpäset muistuttavat ulkomuodoltaan ampiaista,
mutta ne eivät pistä. Ne käyttävät ravinnokseen biomassaa. (Virtanen 2018.)

Kantar TNS:n ja Food Camp Finlandin vuonna 2017 tekemän tutkimuksen mukaan
noin joka neljäs suomalainen on edelläkävijäkuluttaja ruoassa, mutta vain pieni osa
heistä on foodrunnereita eli todellisia vaikuttajia. Foodrunnerit vaikuttavat muiden
kuluttajien ajatteluun sekä valintoihin. Tutkimuksen mukaan alle 35-vuotiaista food-
runnereista 55 % vältti sokeria, 28 % oli kiinnostunut vegaaniruokavaliosta ja 40 % oli
kiinnostunut Lähi-idän ja Afrikan etnisistä ruoista. 35 - 49-vuotiaista foodrunnereista
44 % oli kiinnostunut omasta kasvimaasta tai parvekeviljelystä, ja 43 % nuotiolla tai
avotulella grillaamisesta. Yli 55-vuotiaista satokausiajattelusta kiinnostuneita oli jopa
75 %. (Nämä kuluttajat vaikuttavat suomalaisten ruokatrendeihin n.d.)

Tulevaisuuden ruokatrendejä yhdistää niiden hyöty asiakkaille sekä niiden ominai-
suudet, jotka vastaavat kulutustrendeihin. Lisäksi ruoan terveellisyys, maukkaus ja
helppous pysyvät trendeinä myös tulevaisuudessa. Ennusteiden mukaan myös kasvis-
ruokien suosio tulee jatkumaan. (Toivonen & Tuominen 2017.)

4.2 Ruokatrendit maailmalla

Yksi ravintola-alan tärkeimmistä trendeistä tällä hetkellä Suomessa ja muualla maail-
massa on vieraanvaraisuus ja asiakkaista huolehtiminen, mistä käytetään termiä hos-
pitality. Tämän lisäksi ravintoloiden ruokahävikin nollaaminen tai siihen pyrkiminen
on maailmanlaajuinen trendi. (Resto 2018. 2018.) Esimerkiksi kasviksista hyödynne-
tään kaikki mahdolliset osat, jolloin saadaan pienennettyä hävikin määrää (Mitä ih-
meen hybridivihanneksia 2015).

Suomalaisesta ruoasta tiedetään maailmalla melko vähän, mutta erityisesti sen terveellisyys ja luonnonmukaisuus kiinnostavat (Suomalainen ruoka kiinnostaa maailmalla 2017). Pohjoismainen keittiö on herättänyt kiinnostusta maailmalla 2000-luvulta lähtien. Sitä on pidetty eksoottisena ja jännittävänä, ja sen puhtaus on ollut jo tuolloin suuressa arvossa. (Pohjoismainen keittiö valloittamaan maailmaa 2008.) Suurempaa maailmanlaajuista kiinnostusta pohjoismainen keittiö alkoi herättää vuonna 2008, jolloin tanskalainen ravintola Noma valittiin maailman parhaaksi ravintolaksi (Makkonen 2014). Pohjoismaisissa keittiöissä yhdistävänä tekijänä ovat liha, riista, kala, peruna, sienet sekä villiyrtit. Suomalaisten sekä muiden pohjoismaalaisten suosima lähi- ja villiruoka sekä eettisyys ovat myös alkaneet kiinnostaa muualla maailmalla. Pohjoismaisen keittiömestariiliiton puheenjohtaja Uffe Nilsen onkin ennustanut, että siitä tulee uusi maailmanlaajuinen trendi-ilmiö. (Moksu 2017.) Ravintola Olon toimitusjohtaja Katja Henttunen puolestaan epäilee skandinaavisen keittiön sellaisenaan olevan hiipuva trendi ja siihen alkaa sekoittua makuja maailmalta (Ruoka 2018. 2018).

Venäjällä, tarkemmin Moskovassa vuonna 2017 uutena trendituotteena markkinoille tuotiin rämemajavahampurilainen sekä lisäksi muita rämemajavanlihasta valmistettuja tuotteita. Neuvostoliiton hajoamisen jälkeen, köyhällä 1990-luvulla rämemajavan lihaa alettiin käyttää ruoanvalmistuksessa. Nykyään se on melko kallis ja keskiluokkaisten Moskovalaisten suosima raaka-aine. Venäjällä suositaan myös lähiruokaa ja maan eri alueiden omia ruokaperinteitä. Lähiruoan ja ruokaperinteiden suosion kasvun yhtenä syynä pidetään lännestä tuotavien elintarvikkeiden tuonnin rajoitteita. (Mikkonen 2017.) Nähtäväksi jää kantautuuko rämemajavanliha trendi-ilmiönä myös muualle maailmaan.

Lontoossa katukeittiöiden lisäksi trendeihin lukeutuvat muun muassa luomu- ja terveyskaupat. Erityisesti vauraammilla alueilla luomuruoan suosio on kasvanut. Myös japanilainen teejauhe matcha on noussut suosioon sekä terveellinen merilevä. (Myyhänen 2016.) Vuoden 2017 lopussa Whole Foods -ruokakauppaketju on ennustanut vuodelle 2018 nousevia trendejä. Esimerkiksi sienien käyttö lisääntyy niiden terveysvaikutusten takia ja niitä lisätään esimerkiksi kahviin ja suklaaseen. Toinen nouseva

trendi on kurkumajauhe. Tässäkin ennustuksessa esiin nousi vegaaniruokavalion suosion jatkuminen, ja lihan tilalle kehitellään jatkuvasti uusia kasviperäisiä tuotteita, jotka ominaisuuksiltaan muistuttavat lihaa. (Heikkilä 2017.)

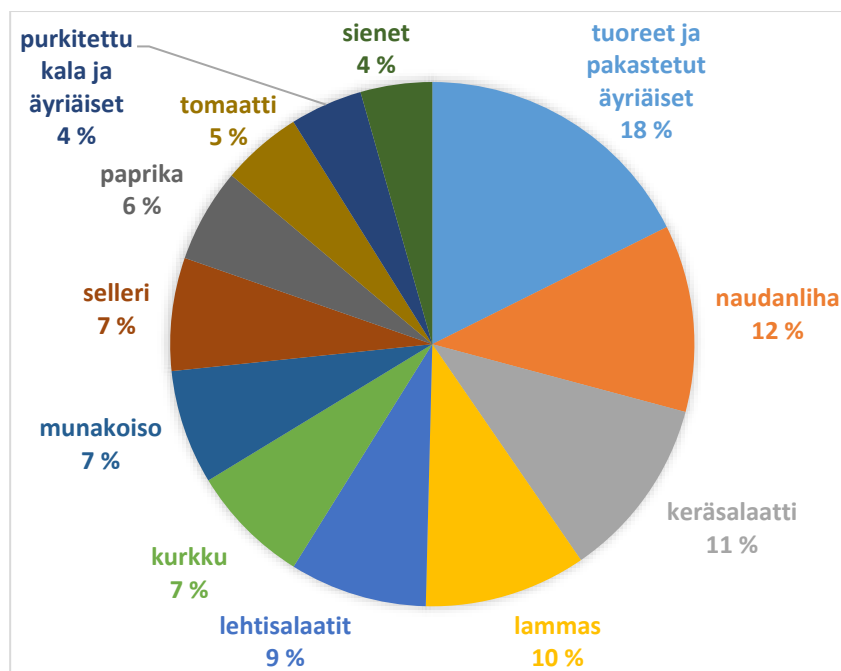
Amerikka on usein trendien edelläkävijämaa, mistä trendit kantautuvat muualle maailmaan. Myös Amerikassa kiinnitetään huomiota ruoan terveellisyyteen sekä ruoan alkuperään. Luomu- sekä lähiruoka ovat suosittuja ja kuluttajia kiinnostaa esimerkiksi eläinten elinolosuhteet, ja raaka-aineiden tulee olla laadukkaita. New Yorkissa sijaitsee luomutori ja Los Angelesissa Farmer's Markets-ruokatori, johon kerääntyy viikonloppuisin lähituottajia sekä luomuviljelijöitä. (Sara La Fountain 2018.) Amerikassa suuri trendi on myös hybridivihannekset eli eri kasvien risteytykset (Mitä ihmeen hybridivihanneksia 2015).

Kansainvälisen yritysliitto National Restaurant Associationin tekemän tutkimuksen mukaan vuoden 2018 kuumimpia ruokatrendejä ravintoloissa ovat esimerkiksi kestävä kehityksen mukainen meriruoka, terveelliset lastenateriat, eksoottiset hedelmät, kotitekoiset sekä etniset mausteet, street food, aito etninen keittiö sekä Afrikan maut. Lisäksi luomutuotteet ovat suosiossa. (What's hot n.d.) Vuoden 2018 maailmanlaajuisiksi raaka-ainetrendeiksi voidaan kutsua esimerkiksi chian siemeniä, herneproteiinia, kikherneitä, merilevää, kauraa ja ohraa, kurkumaa ja inkivääriä sekä sieniproteiinia. Aasialaiset raaka-aineet ovat myös nouseva trendi. (2018 Food Trends n.d.)

Punaisen lihan käytön vähentyminen on ollut merkittävää viime vuosina. Punaisen lihan tuotanto aiheuttaa haittaa ympäristölle ja edistää ilmastonmuutosta. Monet ovat tämän takia lopettaneet punaisen lihan syönnin kokonaan tai vähentäneet sitä osana vastuullista kuluttamista. Punaisen lihan käytön vähentäminen tutkitusti edistää myös terveyttä.

Carnegie Mellon-yliopiston vuonna 2015 suorittama tutkimus osoittaa kuitenkin yllättäviä tuloksia kasvispainotteisen ruokavalion vaikutuksesta ilmastonmuutokseen. Tutkimuksen perusteella kasvispainotteinen ruokavalio kuluttaa energiaa jopa 38 %

enemmän kuin perinteinen amerikkalainen ruokavalio. Kasvipainotteisessa ruokavaliossa myös kasviuonekaasuja syntyy 6 % enemmän ja vettä kuluu 10 % enemmän kuin perinteisessä amerikkalaisessa ruokavaliossa. Esimerkiksi vihreän salaatin tuotanto aiheuttaa päästöjä suunnilleen saman verran kuin naudanlihan tuotanto ja noin kolme kertaa enemmän kuin sianlihan tuotanto. Tutkijat ovat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että myös naudanlihan tuotanto aiheuttaa merkittäviä ympäristöpäästöjä. Tutkimuksen mukaan suurimmat ruokahävikit aiheutuvat vihanneksista ja hedelmistä. Yhdysvalloissa kasvien ja hedelmien ruokahävikin määrä on noin 40 % ja lihasta aiheutuvan ruokahävikin määrä 33 %. Kasvisruokavalio saattaa olla maapallon kannalta myös haitallisempaa kuin paljon sokeria sisältävä ruokavalio. Tästä on myös aikaisempia samankaltaisia tutkimustuloksia vuodelta 2013. (Whoriskey 2015.) Alla olevassa kuviossa vertaillaan tuotekohtaisia kasviuonekaasupäästöjä. Kuvio on rakennettu Mellon University-yliopiston tutkimukseen sisältyvän kaavion pohjalta.



Kuvio 2. Kasviuonekaasupäästöt (Whoriskey 2015, Carnegie Mellon University research)

Ruoan tekstuurilla on myös vaikutusta ruoan makuun ja trendeihin. Ruokatuotteen muodolla on suuri merkitys sekä miten ja millä sitä syödään. Esimerkiksi erään brittiläisen tutkimuksen mukaan hopeanvärisillä aterimilla syöty ruoka maistuu pahalle, kulta sopii kaikkeen, sinkkiset ja kupariset aterimet soveltuvat parhaiten makeiden ruokien syöntiin. Myös astioiden värillä on väliä, esimerkiksi valkoinen lusikka saa ruoan maistumaan kermaiselta ja sininen lusikka suolaiselta. Ennusteena on, että myös ruokailuvälineissä nähdään tulevaisuudessa tekstuuria, kuten nyppyläisiä lusikoita. Ruokafuturisti Morgaine Gayen ennusteen mukaan ruokamaailmassa rosoisuus sekä synkät värit tulevat olemaan seuraava trendi, koska ihmiset ovat kiinnostuneita aitoudesta, epätäydellisyydestä sekä luonnosta. Gayen mukaan maailman katastrofit myös heijastuvat ruokatrendeihin. (Rantanen 2017.)

5 Kuluttajakäyttäytyminen

Kuluttajien käyttäytyminen on muuttunut viime vuosina dramaattisesti, ja yritysten on oltava yhä tietoisempia kuluttajien toiveista ja tarpeista. Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat monet eri tekijät, kuten sosiaaliset ja kulttuuriset erot. (Hansen, Kanuk & Schiffman 2013, 2, 294.) Kuluttajakäyttäytyminen tutkii, kuinka yksilö hankkii, käyttää ja hävittää tuotteen tai palvelun, ja mitkä tekijät vaikuttavat kuluttajan päätöksiin. Tyytyväinen kuluttaja voi vaikuttaa myös toisten kuluttajien päätöksiin suosittelemalla hyvää tuotetta tai palvelua. (Hayden 2009, 13.)

Kuluttajakäyttäytymistä voidaan kuvata sanoilla dynaamisuus, interaktiivisuus ja vaihdanta. Dynaamisuus tarkoittaa tässä yhteydessä kuluttajien tuntemusten ja tekojen jatkuvaa muutosta, johon vaikuttaa suurelta osin jatkuvasti kehittyvä teknologinen ympäristö. Interaktiivisuudella tarkoitetaan jatkuvaa vuorovaikutusta toisten ihmisten kanssa sekä markkinoijan ymmärrystä tuotteiden merkityksestä kuluttajalle. Vaihdanta viittaa kuluttajien käytäntöön luopua jostakin saadakseen tilalle jotain uutta. (Laine 2013.)

5.1 Opiskelijoiden ja nuorten kuluttajakäyttäytyminen

Nykyajan nuoret ovat niin sanotusti syntyneet kuluttajiksi, koska kuluttaminen ja sen vaikutukset ovat nykyään arkipäiväisiä asioita. Lauri Harju kirjoittaa Pro gradu-tutkielmassaan 15-vuotiaiden nuorten kulutuksesta, ja tutkimuksellaan selvittää nuorten käsityksiä kuluttamisesta ja sen vaikutuksista. Tutkimuksesta selviää, että nuoret ajattelevat kuluttamisen olevan maailmaa muokkaava voima. Lisäksi sen ajateltiin olevan luontoa ja ihmistä vahingoittavaa toimintaa. Monet nuorista ajattelivat kuluttamisen olevan suuri voima, johon yksilönä on mahdotonta vaikuttaa, mutta monet myös ymmärsivät kuluttamisen vaikutuksen ympäristöön ja mahdollisuuden vaikuttaa siihen. Osa koki kuluttamisen myös hyvinvointia edistävänä tekijänä. Yhteenvedon tutkimuksessaan Harju toteaa nuorten ymmärtävän kuluttamisen vaikutukset ympäristöön ja he osaavat kertoa, miten omalla toiminnalla voidaan vaikuttaa ympäristöön. Osalla nuorista on kuitenkin vaikeuksia ymmärtää kulutus realistisesti. Nuorilta kaivattaisiin enemmän kestävämpään kulutukseen sitoutunutta toimintaa. (Harju 2015, 68-74.) Tämän ajan nuoret 15-vuotiaat tuntevat melko paljon kulutuksen vaikutuksia ja nuoreksi aikuiseksi kasvaessaan voivat oppimansa perusteella toimia kestävämpään kulutukseen mukaisesti.

Nuoret aikuiset kuluttajina ovat yhä laatutietoisempia, ja parasta laatua pyritään löytämään halvalla hinnalla. Nuoret aikuiset ovat myös kiinnostuneita terveellisyydestä ja tuotteiden ravintosisällöstä. (Mattila & Nurminen 2018, 11.) Nykyaikana nuorten kulutukseen vaikuttavat elämäntyyli ja yhteisöllisyys. Vuosien aikana esimerkiksi elintarvikkeiden kulutuksessa on tapahtunut pienentyminen, kun puolestaan esimerkiksi vapaa-ajan kulutus on kasvanut. Nuorten merkivaatteiden ostos on selvästi vähentynyt, mikä johtuu todennäköisesti korkeista asumismenoista sekä vapaa-ajan kulutuksesta. (Vuorenpää 2011, 30.) Opiskelijoiden kulutustarpeet ja halut ovat usein suuremmat kuin heidän tulonsa. Nuorten keskuudessa kuluttamisella usein myös ilmaistaan, millainen kuluttaja on ja haluaa olla. (Puikkonen & Pöntinen 2014, 18-19.)

5.2 Ostokäyttäytyminen

Kuluttajan ostokäyttäytymisellä tarkoitetaan prosessia, jonka kuluttajat läpikäyvät täyttääkseen tarpeitaan ja halujaan. Prosessi sisältää palvelun tai tuotteen oston, käytön ja hävittämisen sekä tapahtumat ennen ostoa ja oston jälkeen. (Palmroos 2015, 8.) Kuluttajan ostopäätösprosessin olennaiset vaiheet ovat tarpeen tunnistaminen, informaation hankinta, vaihtoehtojen arviointi, päätös ja hankinnan jälkeinen arviointi (Laine 2013). Nykyään yksi tärkeimmistä kuluttajan tiedonhankinnan lähteistä on internet, kuten Google, Facebook ja Twitter. Internet on myös tärkeä markkinointikanava yrityksille. (Palmroos 2015, 15.)

Kuluttajan ostopäätösprosessiin vaikuttavat demografiset, psykologiset, sosiaaliset sekä ulkoiset tekijät. Demografiset tekijät ovat näistä merkittävimpiä tutkittaessa ostopäätösprosessia. Demografiset tekijät ovat yksilöiden ominaisuuksia, joita on helppo mitata ja analysoida. Niihin voidaan luokitella esimerkiksi ikä, sukupuoli, koulutus, uskonto sekä tulot. Psykologiset tekijät kuvastavat yksilön ominaisuuksia, kuten motiiveja, innovatiivisuutta, oppimista, arvoja, asennetta ja persoonaa. Sosiaaliset tekijät ovat niin kutsuttuja elämäntyylitekijöitä, jotka jaotellaan viiteen ryhmään: viiteryhvät, kulttuuri, perhe, sosiaaliluokka sekä sosiaaliset yhteisöt. Yhteiskunta, markkinointi ja taloudellinen tilanne ovat ulkoisia tekijöitä. (Airaksinen 2016, 12-15.) Kuluttajan ostopäätösprosessin olennaiset vaiheet ovat tarpeen tunnistaminen, tiedon hankinta, vaihtoehtojen vertailu, päätös ja osto sekä oston jälkeinen käyttäytyminen (Palmroos 2015, 12).

5.3 Opiskelijoiden ostokäyttäytyminen

Marica Airaksisen opinnäytetyöhön (Nuorten aikuisten eläinperäisten elintarvikkeiden eettinen kuluttajakäyttäytyminen) pohjautuvan tutkimuksen mukaan Laurean ammattikorkeakoulun opiskelijoiden elintarvikkeiden ostopäätöksiin vaikuttavat tuotteen kotimaisuus, laatu sekä terveellisyys. Myös tuotteen hinnalla on vaikutusta opiskelijoiden ostopäätöksiin. Tämä aiheuttaa ristiriitaa tuotteen laadun ja kotimai-

suuden tärkeyden kanssa, koska tällaiset tuotteet ovat usein kalliimpia. Tähän vaikuttaa opiskelijoiden varallisuus, joka usein on heikompi kuin työssä käyvillä. Tutkimukseen osallistui 554 opiskelijaa, jotka olivat iältään 18 - 33-vuotiaita. (Airaksinen 2016, 39-40.) Netta Alakestin tutkimus tukee Airaksisen tutkimuksen tuloksia. Opin- näytetyöhön pohjautuvassa tutkimuksessa selvitettiin Laurea ammattikorkeakoulun opiskelijoiden mielipidettä ekologisesta ruoasta ja sen vaikutuksesta ostopäätöksiin. Tutkimustulosten perusteella ostopäätöksiin vaikuttavista tekijöistä esille nousi tuotteen kotimaisuus, hinta ja ravintosisältö. Luomu- ja reilun kaupan merkit eivät olleet erityisen tärkeässä asemassa. (Alakesti 2012, 41.) Myös Saloniemen suorittama opin- näytetyöhön pohjautuva tutkimus tukee osittain Airaksisen ja Ala-Kestin tutkimuksen tuloksia. Tutkimuksessa tutkittiin Tampereen yliopiston opiskelijoiden ostokäyttäytymistä ja ruoan alkuperän merkitystä ostopäätöksiin. Tutkimuksessa selvisi, että ruoan kotimaisuus ja ruoan alkuperä ovat tärkeitä. Toisin kuin Airaksisen ammattikorkeakoulun opiskelijoihin kohdistetussa tutkimuksessa, tässä yliopiston opiskelijoihin kohdistetussa tutkimuksessa selvisi, että lähiruoka ei ole yhtä suuressa arvossa kuin ammattikorkeakoulun opiskelijoilla. Lähiruoka vaikuttaa ostopäätöksiin kaupassa jonkin verran, mutta opiskelijaravintolassa asioidessa ei ole suurta merkitystä, onko ruoka lähellä tuotettua. Luomuruokaa ja reilun kaupan tuotteita ei yleisesti pidetty tärkeinä. Hinta oli tärkeä vaikuttaja ostopäätöksiin sekä kaupassa, että opiskelijaravintolassa. (Saloniemi 2012, 22-26.)

Tutkimuksia vertaillen voi tehdä päätelmän, että ammattikorkeakoulun opiskelijoiden ja yliopiston opiskelijoiden ostokäyttäytymisessä on eroja, mutta jonkin verran myös yhtäläisyyksiä. Hinnan merkitys on yleisesti tärkeää opiskelijoille. Tutkimusten valmistumisvuodet poikkeavat toisistaan, joten sillä voidaan selittää joitakin eroja tutkimustuloksissa. Ammattikorkeakoulun opiskelijoihin kohdistetuissa tutkimuksissa oli selkeästi myös yhtäläisyyksiä, vaikka tutkimusten ajankohdilla on eroa. Luotettavampia, ja tarkkoja tuloksia saataisiin tutkimalla useampaa tutkimusta molemmista

opiskelijaryhmistä. Lisäksi tutkimusten aiheet poikkeavat toisistaan, mutta jotkin samat asiat ilmenevät jokaisesta tutkimuksesta. Tutkimusten ikäryhmät myös vaihtelevat hieman, mutta suurta eroa niiden välillä ei ole.

5.4 Opiskelijoiden ruokailutottumukset

Suomessa ravitsemuskasvatus alkaa jo lapsena, ja kouluruokailu on osa opetussuunnitelmaa. Koulussa opetellaan kokoamaan monipuolinen ja riittävä ateriakokonaisuus, joka tukee kasvua ja kehitystä. (Lintukangas, Manninen, Mikkola-Montonen, Palojoiki, Partanen & Partanen 2007, 12, 22.) Suomessa maksuton kouluruokailu on ollut lakisääteistä vuodesta 1948. Ateriasuunnittelu toteutetaan kouluruokasuositusten sekä ikäkausikohtaisten suositusten mukaisesti. (Heinonen 2018, 10.) Nuorten ravitsemukseen vaikuttavat kodin ja koulun lisäksi ystävät ja harrastukset sekä usein myös julkisuuden henkilöiden noudattamat ruokavaliot ja kauneusihanteet. Nuorilla saattaa toisinaan olla oma ruokakulttuuri, jonka mukaan he toimivat. Nuorten syömishäiriöt ovat myös lisääntyneet osittain trendien mukaisten kauneusihanteiden vuoksi. Tämän vuoksi erityisesti nuoret tytöt voivat syödä liian vähän, koska kokevat olevansa ylipainoisia. (Möttönen 2003, 57.) Opiskelijat ovat lapsuudenkodissaan ja koulussa oppineet ruokailutapoja, jotka muokkautuvat opiskeluvuosien ja nuoruuden aikana vakiintuneiksi ruokailutavoiksi (Opiskelijat 2017). Opiskelijoiden ruokailutottumuksiin liittyy usein myös sosiaalinen kanssakäyminen muiden opiskelijoiden kanssa, ja tapaamisissa usein syödään yhdessä. Opiskelijan on tärkeää tarkastella omia ruokailutottumuksiaan, työrytmiä sekä riittävän liikunnan ja levon määrää. Opiskelijoilla on mahdollista ruokailla opiskelijaravintoloissa, jotka tukevat monipuolisen ja riittävän aterian saantia päivittäin. Opiskelijoille annetaan Kelan myöntämä opiskelijaetus ruokailuun ateriatukena. Lisäksi terveelliset välipalat ylläpitävät opiskelijan jaksamista. (Opiskelijat 2017.)

Ylioppilaiden terveydenhoitosäätiön tutkimuksessa vuonna 2013 on kartoitettu opiskelijoiden terveyttä ja elintapoja. Tutkimuksen mukaan suurimmalla osalla opiskelijoista ruokailutottumukset ovat kunnossa, mutta osalla opiskelijoista ruokailutottumuksissa on piirteitä, jotka voivat edistää terveyteen liittyviä ongelmia. Noin puolet

kyselyyn vastanneista opiskelijoista syövät lounaan ja päivällisen, ja noin 20 % jättää toisen aterioista pois ainakin kolmena päivänä viikon aikana. Kyselyyn vastanneista 52 % syö pääateriansa opiskelija- tai työpaikkaravintolassa. Ruoan terveellisyyttä piti tärkeänä yli 60 %. Eniten terveellisyydestä kiinnostuneita olivat yliopistossa opiskelevat naiset ja vähiten kiinnostuneita ammattikorkeakoulussa opiskelevat miehet. Terveystietoisuus on kuitenkin ollut jatkuvassa nousussa vuodesta 2000 alkaen. (Korkeakouluopiskelijoiden ruokailusuositus 2016, 12-14.) Uudemmassa vuonna 2016 tehdystä korkeakouluopiskelijoiden terveystutkimuksesta selviää, että opiskelijat ajattelevat ruoan terveellisyyttä paljon. Tutkimuksessa tarkasteltiin alle 35-vuotiaita korkeakouluopiskelijoita, ja kyselyyn vastanneista vain 3,5 % ei ajatellut ruoan terveellisyyttä ollenkaan tai hyvin harvoin. Naiset olivat edelleen kiinnostuneempia ruoan terveellisyydestä kuin miehet, vaikka molempien kiinnostuneisuus oli kasvanut. (Kunttu, Pesonen & Saari 2016, 52.)

Opiskelijoilla esiintyi vuonna 2013 tehdyn tutkimuksen mukaan myös painon ja syömisen hallintaan liittyviä ongelmia, erityisesti liikapainoisuuden yleistyminen on jatkunut vuodesta 2000 alkaen. Naisista 23 % on liikapainoisia, ja naiset yleisesti arvioivat olevansa liikapainoisempia kuin todellisuudessa ovat. Miehistä jopa 41 % on liikapainoisia, ja miehet yleisesti arvioivat olevansa hoikempia kuin todellisuudessa ovat. Lihavia oli 7 % opiskelijoista, ja hyvin laihoja oli 9 % naisista sekä 2 % miehistä. Osa opiskelijoista myös koki, että heidän suhtautumisensa ruokaan ei ole normaalia. Näin ajatteli 10 % naisista sekä 3 % miehistä. Myös osa opiskelijoista oli laihduttanut jossain vaiheessa elämäänsä ja osalla se oli riistäytynyt hallitsemattomaksi. Lisäksi ahmiamista esiintyi pienellä osalla opiskelijoista viikoittain. Terveellisen ruoan syöminen päivittäin oli yleisempää naisilla kuin miehillä ja yliopistossa opiskelevilla kuin korkeakoulussa opiskelevilla. (Korkeakouluopiskelijoiden ruokailusuositus 2016, 14.)

Vuoden 2013 tutkimuksen mukaan kasvisten käytössä olisi lisäämisen varaa, erityisesti miehillä. Kasvisten monipuolinen ja runsas käyttö parantaa ruokavalion ravinto-

kuitu-, vitamiini- ja kivennäisainepitoisuutta. Lisäksi kasvikset pienentävät ruokavalion energiatiheyttä, mikä auttaa painonhallinnassa. (Korkeakouluopiskelijoiden ruokailusuositus 2016, 14-15.) Puolestaan vuonna 2016 suoritetusta tutkimuksesta ilmenee, että naisista 73 % ja miehistä 53 % kertoi syövänsä päivittäin tai lähes päivittäin kasviksia, ja hedelmiä kertoi syövänsä lähes päivittäin miehistä 27 % ja naisista 54 %. Punaista lihaa söi joka päivä tai lähes joka päivä miehistä 19 % ja naisista 11 %. Viidesosa naisista söi punaista lihaa harvemmin kuin kerran viikossa. (Kunttu, Pesonen & Saari 2016, 52-54.)

Vuonna 2009 tehdyssä opiskelijoiden terveystutkimuksessa selvitettiin opiskelijoiden erityisruokavalioita. Tutkimus on melko vanha, joten tulokset eivät täysin kuvasta nykypäivää. Tutkimuksen mukaan joka neljäs opiskelija noudatti erityisruokavaliota, joista yleisimmät olivat laktoositon ja vähälaktoosinen ruokavalio. Näitä ruokavalioita noudatti naisista 12 % ja miehistä 6 %. Nykyään trendin mukainen keliakiaruokavalio ei ollut yleinen vielä vuonna 2009, silloin sitä noudatti vain 0,7 % opiskelijoista. Myös allergiaruokavaliot (2,6 %) ja sairauksiin liittyvät ruokavaliot (0,6 %) olivat harvinaisia. Erilaisia laihdutusruokavalioita noudatti 3 % opiskelijoista. Noin joka kymmenes opiskelijoista noudatti jotakin kasvisruokavaliota. Vegaaniruokavaliota noudattavia oli tuolloin vain 0,4 %. Vegaaniruokavalion suosio on kuitenkin jo tuolloin ollut nousussa. (Korkeakouluopiskelijoiden ruokailusuositus 2016, 15-16.)

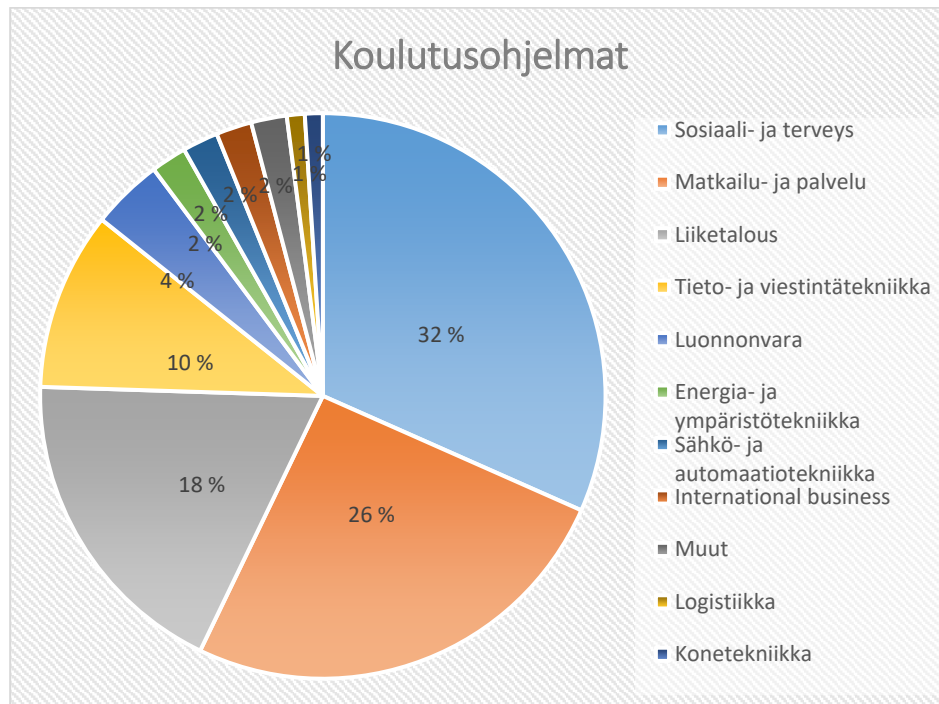
Opiskelijat toisinaan toivovat jonkin trendiruokavalion mukaisia aterioita opiskelijaravintoloihin, mutta Kela ei tue tällaisia aterioita, koska ne eivät yleensä noudata yleisiä ravintosuosituksia (Korkeakouluopiskelijoiden ruokailusuositus 2016, 41). Nykyisin opiskelijaravintoloita suositellaan valmistamaan kasvisruokaa vaihtoehtoiseksi ateriaksi, koska se vähentää ympäristökuormitusta ja on kestävä kehityksen mukaista. (Korkeakouluopiskelijoiden ruokailusuositus 2016, 36.)

Aikaisempien tutkimusten perusteella voi päätellä, että ruokatrendit vaikuttavat korkeakouluopiskelijoiden ruokailutottumuksiin. Tutkimusten mukaan erityisruokavaliot

ovat yleistyneet, erityisesti kasvisruokavaliot. Ruoan terveellisyyteen myös kiinnitetään huomiota. Opiskelijat ovat kiinnostuneita ympäristöstä ja vastuullisuudesta sekä lähiruoasta.

6 Tutkimuksen toteuttaminen ja tutkimustulokset

Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisella menetelmällä, sähköisellä kyselyllä. Kysely testattiin koehenkilöillä, jotka eivät opiskele tai työskentele ravintola-alalla. Kyselystä pyydettiin palautetta, esimerkiksi kysymysten ymmärtämisestä ja käsitteiden määrittelyn selkeydestä. Kyselystä pyydettiin palautetta myös restonomiopiskelijoilta ja opettajilta. Näiden palautteiden perusteella kysely muokattiin lopulliseen muotoon. Käsitteiden määrittely koettiin tarpeelliseksi, jotta kysymykset olisivat yksiselitteisiä. Kysely toteutettiin Webropol-ohjelmalla, ja lähetettiin vuosina 2016 - 2018 opintonsa aloittaneille eri alojen päiväopiskelijoille sähköisesti. Kysely sisälsi monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Kyselyn vastaanotti 705 opiskelijaa, joista 85 opiskelijaa vastasi. Vastausprosentti oli 12 %. Kysely oli avoinna yhdeksän päivän ajan ja se lähetettiin opiskelijoille kaksi kertaa. Kysely toteutettiin suomeksi sekä englanniksi. Opiskelijoista 98,8 % vastasi suomeksi. Kyselyyn vastanneet opiskelijat olivat iältään 19 - 45-vuotiaita, joista 19 - 29-vuotiaita oli 80 %. Kyselyyn vastanneista opiskelijoista 71 % oli naisia. Kyselyssä oli kahdeksan monivalintakysymystä, jotka liittyivät ruokailutottumuksiin sekä ostokäyttäytymiseen ruokaravintolassa. Avoimia kysymyksiä oli yksi. Lisäksi avoimella kysymyksellä selvitettiin opiskelijoiden sukupuoli, ikä ja koulutusohjelma. Kiinnostus ruokatrendejä kohtaan selvitettiin kyllä/ei vaihtoehdoilla. Analysointimenetelmänä käytettiin ristiintaulukointia ja faktorianalyysia, mitkä toteutettiin Spss-ohjelmalla. Suurimmat vastaajaryhmät olivat sosiaali- ja terveysalan (32 %), matkailu-, ravitsemis- ja talousalan sekä liiketalouden (18 %) opiskelijat. Alla on kuvio kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden koulutusohjelmien jakautumisesta.



Kuvio 3. Koulutusohjelmat

6.1 Tutkimustulokset

Opiskelijoista puolet ilmoitti olevansa kiinnostunut ajankohtaisista ruokatrendeistä. Kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat kyllä tai ei. Kyselyyn vastanneista naisopiskelijoista 62 % ilmoitti olevansa kiinnostunut ajankohtaisista ruokatrendeistä, miehillä vastaava luku oli vain 21 %. Alle 30-vuotiaista 34 opiskelijaa ilmoitti olevansa kiinnostunut ajankohtaisista ruokatrendeistä ja yli 30-vuotiaista kahdeksan opiskelijaa.

Monivalintakysymykset ja avoin kysymys

Monivalintakysymyksiä oli kahdeksan, joista jokaisessa oli neljä vastausvaihtoehtoa (usein, melko usein, harvoin, ei koskaan). Kysymykset liittyivät opiskelijoiden ruokailutottumuksiin sekä ostokäyttäytymiseen ruokaravintolassa. Ensimmäisellä kysymyksellä selvitettiin, tunnistavatko opiskelijat ajankohtaisia ruokatrendejä. Yli puolet vastaajista (54 %) ilmoitti tunnistavansa ajankohtaisia ruokatrendejä melko usein, 26 % usein, 18 % harvoin ja 2,38 % ei koskaan. Ristiintaulukoinnin avulla saatiin selville, että ikäluokista 22 - 29-vuotiaat tunnistavat ajankohtaisia ruokatrendejä parhaiten.

Alle 22-vuotiaat ilmoittivat tunnistavansa ruokatrendejä melko usein. Yli 30-vuotiaiden opiskelijoiden vastaukset olivat ristiriitaisia, ja suuria eroja oli havaittavissa yksilöiden välillä. Myös naisten ja miesten välillä oli havaittavissa eroavaisuuksia. Naiset tunnistavat ajankohtaisia ruokatrendejä hieman useammin kuin miehet. Toisella kysymyksellä selvitettiin, vaikuttavatko ruokatrendit opiskelijoiden ruoanvalmistusmenetelmiin. Opiskelijoista 71 % vastasi ruokatrendien vaikuttavan ruoanvalmistusmenetelmiin harvoin, 18 % ei koskaan, 11 % melko usein ja 1 % usein. Ruoanvalmistusmenetelmät muuttuvat trendien mukaan tuloksien perusteella eniten noin 25-vuotiailla ja vähiten yli 30-vuotiailla. Yksilöiden välillä oli selkeitä eroja. Naisten ja miesten vastausten välillä oli myös eroa, naiset vastasivat ruoanvalmistusmenetelmiensä muuttuvan trendien mukaan useammin kuin miehillä.

Kolmannella kysymyksellä selvitettiin, käyttävätkö opiskelijat trendien mukaisia raaka-aineita ruoanvalmistuksessa. Vastajista 63 % ilmoitti käyttävänsä ruoanvalmistuksessa trendien mukaisia raaka-aineita harvoin, 26 % melko usein, 6 % usein ja 5 % ei koskaan. Naiset käyttävät ruokatrendien mukaisia raaka-aineita ruoanvalmistuksessa useammin kuin miehet. Eri ikäryhmien väliset vastaukset ovat ristiriitaisia, eikä voida havaita tiettyä ikäryhmää, joka käyttäisi yleisesti eniten trendien mukaisia raaka-aineita, jos verrataan vastauksia myös vähiten käyttäviin. Esimerkiksi 22 - 23-vuotiaat käyttävät tulosten perusteella eniten, mutta myös vähiten trendien mukaisia raaka-aineita. Yksilöiden välillä on selkeitä eroja.

Seuraavalla kysymyksellä selvitettiin, muuttuvatko opiskelijoiden ruokavaliot trendien mukaan. Kysymykseen suurin osa opiskelijoista vastasi harvoin (69 %), 21 % ei koskaan, 10 % melko usein ja 0 % usein. Ruokavaliot muuttuvat ruokatrendien mukaan naisilla hieman useammin kuin miehillä. Kumpaakaan sukupuolta olevista opiskelijoista kukaan ei vastannut kysymykseen, että ruokavalio muuttuisi usein trendien mukaan. Ruokatrendien vaikutuksella ruokavalioon on tutkimuksen mukaan eniten merkitystä 19 - 23-vuotiailla opiskelijoilla. Vähiten trendit vaikuttavat ruokavalioon 30 - 40-vuotiailla ja puolestaan yli 40-vuotiailla melko paljon.

Loput monivalintakysymyksistä liittyivät ostokäyttäytymiseen ruokaravintolassa. Näistä kysymyksistä ensimmäisellä selvitettiin, vaikuttavatko ruokatrendit opiskelijoiden tilausten valintapäätöksiin ruokaravintolassa. Opiskelijoista 57 % ilmoitti, että ruokatrendit vaikuttavat heidän tilauksensa valintapäätökseen ruokaravintolassa harvoin. 20 % vastasi ruokatrendien vaikuttavan valintapäätökseen melko usein, 19 % ei koskaan ja 4 % usein. Ruokatrendit vaikuttavat opiskelijoiden ruokatilausten päätöksiin eniten 19 - 20-vuotiailla. Yli 30-vuotiailla ne vaikuttavat hyvin vähän. Naiset ovat ilmoittaneet miehiä useammin ruokatrendien vaikuttavan ruokatilausten valintapäätöksiin ravintolassa. Toisella kysymyksellä selvitettiin, vaikuttavatko trendit opiskelijoiden käyttämän rahan määrään ruokaravintolassa. Kysymykseen 65 % vastasi harvoin, 31 % ei koskaan, 4 % melko usein ja 0 % usein. Ruokatrendien vaikutus opiskelijoiden rahankäyttöön ruokaravintolassa näkyy tulosten mukaan eniten 22 - 23-vuotiailla. Naisilla ruokatrendit vaikuttavat rahankäytön määrään ravintolassa miehiä enemmän. Seuraavalla kysymyksellä selvitettiin, vaikuttavatko ruokatrendit kuinka usein opiskelijat ruokailevat ravintolassa. Opiskelijoista 54 % vastasi harvoin, 39 % ei koskaan, 7 % melko usein ja 0 % usein. Eniten se vaikuttaa alle 30-vuotiailla ja miehillä hieman enemmän kuin naisilla. Viimeisellä kysymyksellä selvitettiin, vaikuttavatko trendit millaisessa ravintolassa opiskelijat ruokailevat. Opiskelijoista 51 % vastasi ruokatrendien vaikuttavan harvoin siihen, minkä tyyliässä ravintolassa he ruokailevat. Opiskelijoista 26 % vastasi ei koskaan, 17 % melko usein ja 4 % usein. Ikäryhmissä on yksilöiden välillä havaittavissa selkeitä eroja. Eniten ruokatrendit vaikuttavat ravintolan valitsemiseen sen tyylin perusteella ikäluokissa 19,22 ja 23 ja vähiten yli 35-vuotiailla. Tulosten perusteella ruokatrendit vaikuttavat naisten valintapäätökseen enemmän kuin miesten.

Avoimella kysymyksellä selvitettiin opiskelijoiden mielestä kiinnostavia ruokatrendejä. Kysymyksen vastaukset ovat liitteenä raportin lopussa. Suuri osa vastauksista liittyi kasvis- ja vegaaniruokaan, kuten kauratuotteisiin ja kasviproteiiniin sekä ruoan terveellisyteen. Kasvisruoan lisäksi mainittiin myös liha- ja kanaruoat. Hyönteisruoka sekä siitä saatava hyönteisproteiini kiinnostivat muutamaa opiskelijaa. Ekologisuus

nousi vahvasti esille sekä eettisyys ja kotimaisuus. Kotimaisen- ja lähiruoan lisäksi myös etniset ruoat kiinnostivat joitakin opiskelijoita.

Tulosten perusteella ruoan terveysvaikutukset kiinnostavat enemmän naisia kuin miehiä. Kasvisruokavaliot kiinnostavat miehiä sekä naisia, mutta lihansyönti kiinnostaa enemmän miehiä. Hyönteisruoka kiinnostaa miehiä ja naisia.

Faktorianalyysi

Faktorianalyysi toteutettiin Spss-ohjelmalla monivalintakysymyksistä. Ohjelman perusteella faktoreita saatiin kaksi. Faktorit eivät juuri korreloi keskenään. Faktorit on nimetty niiden keskeisen asiasisällön mukaan, faktori yksi on saanut nimen ostokäyttäytyminen ravintolassa ja faktori kaksi on saanut nimen omat valinnat.

Ensimmäisessä faktorissa muuttujat kuvaavat ostokäyttäytymistä ravintolassa. Suurimmat lataukset tulivat seuraaviin kysymyksiin: vaikuttavatko ruokatrendit tilauksesi valintapäätökseen ruokaravintolassa (0,753), vaikuttavatko ruokatrendit minkä tyyli-ässä ravintolassa ruokailet (0,705) sekä vaikuttavatko ruokatrendit käyttämäsi rahan määrään ruokaravintolassa (0,605). Toisessa faktorissa muuttujat kuvaavat opiskelijoiden omia valintoja. Suurimmat lataukset tulivat seuraaviin kysymyksiin: muuttuvatko ruoanvalmistusmenetelmäsi ruokatrendien mukaan (0,968) sekä muuttuuko ruokavaliosi ruokatrendien mukaan (0,494). Taulukko faktorianalyysin muuttujien latauksista on liitteenä raportin lopussa.

6.2 Luotettavuuden varmistaminen

Pienen vastausprosentin takia tutkimustulokset eivät ole täysin luotettavia. Kyselyn ollessa pitempään avoinna, olisi vastauksia luultavasti kertynyt enemmän. Suurempi vastaajamäärä olisi mahdollistanut eri ryhmien välisen luotettavan vertailun. Olisi voitu valita saman suuruinen joukko jokaiseen ryhmään, joita vertaillaan, kuten eri tutkintoa suorittavien opiskelijoiden välisen korrelaation selvittämiseen. Tässä tutkimuksessa yksilöiden välinen vertailu osoittaa luotettavimmat tutkimustulokset. Tutkimuksen suurin tavoite oli kuitenkin saada kokonaiskuva eli selvittää opiskelijoiden

ruokailutottumuksia ja ostokäyttäytymistä yleisesti ja ruokatrendien vaikutusta niihin.

Aiemmin raportissa on mainittu validiteetin olevan hyvä, jos tutkimuksen populaatio ja kysymykset ovat oikeita. Kysymykset on testattu ennen varsinaista kyselyä ja muokattu siitä saadun palautteen sekä opettajien ja restonomiopiskelijoiden palautteen mukaan. Käsitteet oli selkeästi määritelty ja kysymykset olivat yksiselitteisiä. Tältä osin validiteetti toteutuu. Populaatioksi valittiin eri alojen opiskelijoita, jotta saataisiin tietoa yleisesti Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijoiden ruokailutottumusten ja ostokäyttäytymisen reagoimisesta ruokatrendeihin. Reliabiliteetin voidaan todeta olevan hyvä, kun kysely on dokumentoitu ja se on täysin toteuttavissa samoissa olosuhteissa uudelleen. Reliabiliteetti voitaisiin varmistaa lähettämällä kysely uudelleen siihen vastanneille ja vertailemalla vastaustuloksia aiempiin tuloksiin.

7 Johtopäätökset

Tutkimustulokset eivät olleet täysin odotetun kaltaiset. Oli odotettavissa, että ruokatrendit vaikuttaisivat enemmän opiskelijoiden ruokailutottumuksiin. Aiempiin tutkimuksiin verrattuna ruokatrendit vaikuttavat lopulta melko vähän opiskelijoiden ruokailutottumuksiin. Ruokatrendien kiinnostavuus jakoi myös mielipiteitä, mutta suurin osa opiskelijoista tunnistaa ajankohtaisia trendejä, vaikka ei olisi niistä erityisen kiinnostunut. Alle 30-vuotiaat opiskelijat ovat tutkimuksen perusteella hieman kiinnostuneempia ajankohtaisista ruokatrendeistä kuin yli 30-vuotiaat. Naisia kiinnostavat ajankohtaiset ruokatrendit enemmän kuin miehiä, ja ruokatrendeillä on myös enemmän vaikutusta naisten kuin miesten ruokailutottumuksiin. Miehillä ruokatrendit vaikuttavat ravintolassa ruokailemisen määrään naisia enemmän. Opiskelijoita kiinnostavat ajankohtaiset ruokatrendit olivat oletetun kaltaisia, kuten vegaaniruokavalio, hyönteiset, ekologisuus, kauratuotteet sekä terveellisyys. Nämä ovat nousseet esille myös aiemmissä tutkimuksissa. Tutkimustuloksista voidaan päätellä kasvisruokavalion suosion olevan edelleen kasvussa. Erityisesti täysin kasvikunnan tuotteista

koostuva vegaaniruokavalio ja siihen sisältyvät kasviproteiinin lähteet kiinnostavat opiskelijoita.

Ruokatrendeillä ei ole suurta merkitystä ostokäyttäytymiseen ruokaravintolassa. Opiskelijoiden rahankäyttö ei muutu huomattavasti ruokatrendien mukaan. Tältä osin tutkimustulokset sivuavat aiempia opiskelijoiden ostokäyttäytymisen tutkimustuloksia, joissa todetaan opiskelijoiden olevan kiinnostuneita laadusta, mutta myös edullisista tuotteista. Opiskelijat eivät kenties kuluta rahaa ravintolaan suuria määriä. Ruokatilausten valintapäätöksiin ravintolassa ruokatrendit kuitenkin vaikuttavat hien. Opiskelijat haluavat kenties kokeilla uusia tuotteita ja ruokalajeja.

8 Pohdinta

Tutkimustulokset eivät olleet sellaisia kuin niiden oletettiin olevan. Olettamuksena oli, että ruokatrendit vaikuttaisivat enemmän opiskelijoihin, erityisesti ruokailutottumuksiin. Ruokatrendit tunnistetaan yleisesti, ja puolet opiskelijoista ilmoitti olevansa kiinnostunut ruokatrendeistä, mikä ei näy kuitenkaan opiskelijoiden ruokailutottumuksissa merkittävästi. Ruokatrendien vaikutus opiskelijoiden ostokäyttäytymiseen ravintolassa oli odotetun mukainen eli ei merkittävä. Tutkimuksen kyselyn vastausajan olisi pitänyt olla pitempi, ja tulosten analysointiin olisi tullut varata riittävästi aikaa.

Aihe on ajankohtainen, ja ruokatrendit vaikuttavat yhä useamman opiskelijan elämään heidän omien valintojensa tai ympäröivän maailman muutosten ja valintojen perusteella. Ruokatrendit ovat jatkuvassa muutoksessa, joten tutkimusten tulokset saattavat myös erota toisistaan huomattavasti. Esimerkiksi vuoden päästä tämän kyselyn tulokset olisivat todennäköisesti erilaiset. Aiheeseen liittyviä tutkimuksia voisi myöhemmin tehdä lisää. Tutkimuksella voitaisiin selvittää tietoa syvemmin, miksi ruokatrendit vaikuttavat tai eivät vaikuta ruokailutottumuksiin tai ostokäyttäytymiseen ruokaravintolassa? Ruokatrendien tunnettuutta voitaisiin vielä lisätä käyttämällä enemmän trendien mukaisia raaka-aineita opiskelijaravintoloissa, mikäli ne tukevat opiskelijoiden ateriasuosituksia ja takaavat monipuolisen

ravinnonsaannin. Tällä tavalla myös kiinnostus ruokatrendeihin saattaisi herätä myös niillä, jotka eivät ole aiemmin olleet niistä kiinnostuneita. Ruokahävikin vähentäminen näkyy ravintoloissa, ja vastuullisuus kokonaisuudessaan on suuressa arvossa. Tältä osin trendit näkyvät opiskelijoille, ja he saattavat olla kiinnostuneita kestävästä kehityksestä tiedostamatta, että se on trendi-ilmiö.

Lähteet

- Aalto, R. 2018. Vuoden 2018 liikuntatrendit (ACSM). Viitattu 25.9.2018. <https://www.trainer4you.fi/blogi/vuoden-2018-liikuntatrendit-acsm/>
- AFO - Luonnonvara- ja ympäristöontologia. N.d. Viitattu 30.8.2018. <https://finto.fi/afo/fi/page/?uri=http%3A%2F%2Fwww.yso.fi%2Fonto%2Fyso%2Fp9513>
- Airaksinen, M. 2016. Nuorten aikuisten eläinperäisten elintarvikkeiden eettinen kuluttajakäyttäytyminen Case: Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijat. Opinnäytetyö. Laurea ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma. 12-15, 39-40. Viitattu 30.8.2018. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/113663/Airaksinen_Marica_Theseus2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alakesti, N. 2012. Laurean opiskelijoiden elintarvikevalintoihin vaikuttavat tekijät. Opinnäytetyö. Laurea ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma. 41. Viitattu 30.8.2018. <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/46220/Laurean%20opiskelijoiden%20elintarvikevalintoihin%20vaikuttavat%20tekijat.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aloita tästä: Trendit ja signaalit. 2018. Viitattu 25.8.2018. <https://www.sitra.fi/caset/aloita-tasta-trendit-signaalit/>
- BusinessDictionary. N.d. Viitattu 25.9.2018. <http://www.businessdictionary.com/definition/trend.html>
- Dufva, M. 2018. Heikot signaalit. Viitattu 28.8.2018. <https://www.sitra.fi/caset/heikot-signaalit/>
- Ekman, M. 2018. Kaura on nyt pop – siihen siirtyvät sekä trendikkäät kuluttajat että viljelijät. Viitattu 28.8.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-10152767>
- Ekström, K. 2010. Consumer Behaviour a Nordic Perspective. 335. Unkari: Studentlitteratur
- Eronen, K., Kiviluoma, A., Kivinen, S. Käyhty, M. & Ollila, P. N.d. Lähiruoka pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä. 36-37. Helsingin yliopisto.
- Faktorianalyysi.2004. Viitattu 29.10.2018. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/faktori/faktori.html>
- Fleksaus on in! 2017. Viitattu 29.8.2018. <https://www.valio.fi/ammattilaiset/foodservice/fleksaus-on-in/>
- Hakala-Deiro', J. & Pitkänen, A. 2017. Suomalainen ruoka ja ruokamatkailu englanninkielisen median näkökulmasta. Opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma. 3-5. Viitattu 28.8.2018. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/129490/Hakala-Deiro_Jenni%20ja%20Pitkanen_Anu.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hansen, H., Kanuk, L. & Schiffman, L. 2013. Consumer behaviour: a European outlook, 2, 294. Viitattu 30.5.2018.

<https://www.dawsonera.com/readonline/9780273724254>

Harju, L. 2015. Tästä aiheesta on helppo puhua, mutta vaikeampaa toteuttaa omassa elämässä. Peruskoulun päättävien käsityksiä kuluttamisen vaikutuksista ympäröivään maailmaan. Pro gradu-tutkielma. 68-74 Tampereen yliopisto, kasvatustieteen yksikkö. Viitattu 29.8.2018.

<http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/97558/GRADU-1435332300.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hayden, N. 2009. Consumer behaviour. 13. AVA Book: Singapore.

Heinikangas, J. 2013. Ruokatrendit 2014. Viitattu 25.8.2018.

<http://www.raivogalleria.net/?s=ruokatrendit>

Heikkilä, A. 2017. Vuoden 2018 ruokatrendit paljastettiin – näin ruokavalio muuttuu. Viitattu 11.9.2018. <https://www.stara.fi/2017/12/31/vuoden-2018-ruokatrendit-paljastettiin-nain-ruokavalio-muuttuu/>

Heinonen, S. 2018. SYÖMÄÄN! Motiivi. 7, 10.

Hiltunen, E. N.d. Heikot signaalit. Viitattu 25.9.2018.

http://www.futurasociety.fi/seminaarit/heikot_signaalit.htm

Hiltunen, E. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Graduryhmä. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 22.10.2018.

http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf

Hyönteiset ruokaketjussa. N.d. Turun yliopisto. Viitattu 28.8.2018.

<http://www.utu.fi/fi/yksikot/fff/palvelut/kehitysprojektit/hyonteiset/Sivut/home.aspx>

JUHO - Julkishallinnon ontologia. N.d. Viitattu 30.8.2018.

<https://finto.fi/juho/fi/page/?uri=http%3A%2F%2Fwww.yso.fi%2Ffonto%2Fyso%2Fp8573>

Kallunki, E. 2017. Voiko trendiruuilla rikastua? Näin tienattiin nyhtökauralla, härkäpavuilla ja pohjanmaalaisilla viinoilla. Viitattu 28.8.2018.

<https://yle.fi/uutiset/3-9911428>

Kananen, J. 2011. KVANTTI. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. 87,114. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas.74. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2008. KVANTTI: Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. 79. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kasvisruokavaliot. N.d. Viitattu 29.8.2018.

<https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokaketju-ruuan-matka-pelloilta-poytaan/ravitsemus-ja-ruuan-valinta/kasvisruokavaliot>

KORKEAKOULUOPISEKELIJOIDEN RUOKAILUSUOSITUS Terveyttä ruoasta. 2016. 12-16,36 Viitattu 30.8.2018.

https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/159824/Korkeakouluopiskelijoiden_ruokailusuositus_2016_korjattu.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Kunttu, K., Pesonen, T. & Saari, J. 2016. KORKEAKOULUOPISEKELIJOIDEN TERVEYSTUTKIMUS 2016. YLIOPILAIDEN TERVEYDENHOITOSÄÄTIÖN TUTKIMUKSIA 48. 52-54. Viitattu 10.9.2018. http://www.yths.fi/filebank/4155-terveystutkimus_KOTT_1016_yths_final_uusi_web.pdf

Laine, A. 2013. 5.1 Erilaiset ostajat: kuluttajakäyttäytymisen ja B2B-käyttäytymisen erot. Viitattu 30.8.2018. <http://www.lily.fi/blogit/chasing-my-future/51-erilaiset-ostajat-kuluttajakayttaytymisen-ja-b2b-kayttaytymisen-erot>

Leiwo, H. 2018. Pelkkä terveellisyys ei enää riitä ruokavalinnoissa – sokerittomuus, suolattomuus ja luonnollisuus ovat nyt nousevia trendejä. Viitattu 28.8.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-10257768>

Lintukangas, S., Manninen, M., Mikkola-Montonen, A., Palojoki, P., Partanen, M. & Partanen, R. 2007. Kouluruokailun käsikirja. 12,22. Opetushallitus.

Makkonen, N. 2014. Maailman trendikkäimmät keittiöt listattiin – pohjoismailla pyyhkii hyvin! Viitattu 28.8.2018.

<https://www.mtv.fi/lifestyle/makuja/artikkeli/maailman-trendikkaimmat-keittiot-listattiin-pohjoismailla-pyyhkii-hyvin/3292700#gs.fnQB3x0>

Mannermaa, T. 2015. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen lounaskahvila Salad cafe AITO. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu, matkailu,- ravitsemus- ja talousala. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/88446/Mannermaa_Tiina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Markkinoinnin 10 tärkeintä trendiä vuonna 2018. N.d. Viitattu 25.9.2018.

<https://www.vapamedia.fi/artikkeli/markkinoinnin-10-tarkeinta-trendia-vuonna-2018/>

Mattila, M. & Nurminen, S. 2011. OPINTOMATKA JA RUOKATRENDIT 2010 NEW YORKISSA. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, matkailu,- ravitsemis, ja talousala. 11. Viitattu 24.8.2018.

<http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/25196/Nurminen%20Sanna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Megatrendit 2017. N.d. Viitattu 28.8.2018.

<https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/#mista-on-kyse>

Mikkonen, E. 2017. Majavahampurilainen on Moskovan uusin trendiruoka – Venäjällä tutustutaan nyt omiin ruokaperinteisiin. Viitattu 28.8.2018.
<https://yle.fi/uutiset/3-9389602>

Mitä ihmeen hybridivihanneksia? Huippukokki listasi kuumimmat ruokatrendit. 2015. Viitattu 11.9.2018. <https://www.mtv.fi/lifestyle/makuja/artikkeli/hybridivihannekset-tulevat-huippukokki-listasi-kuumimmat-ruokatrendit/5316122#gs.90GDWk8>

Mitä kasviproteiinit ovat? N.d. Viitattu 24.10.2018.
<http://www.kasviproteiini.fi/kasviproteiinit.html>

Mitä on kestävä kehitys. 2013. viitattu 29.8.2018. http://www.ym.fi/fi-fi/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys

Moksu, M. 2017. Pohjoismainen ruokakulttuuri on muutakin kuin lihapullia – "Syö sitä, mitä kasvaa puutarhassasi". Viitattu 28.8.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-9661948>

Myöhänen, P. 2016. Onko Britannian katuruoka nyt maailman parasta? Lue, mitä Lontoo syö. Viitattu 11.9.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-9160333>

Möttönen, R. 2003. Kouluruoka osana lasten ja nuorten ravitsemusta. Keskiajan kesteistä kestävään matkailuun. Artikkelikokoelma Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkaili,- ravitsemis- ja talousalan vuoden 2002 opinnäytetöistä. 57. Jyväskylän yliopistopaino.

Mäkelä, T. N.d. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Viitattu 29.8.2018.
<https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>

Nironen, S. 2014. Ruokatrendit innostavat nuoria säilömään. Viitattu 28.8.2018.
<https://yle.fi/uutiset/3-7421301>

Nämä kuluttajat vaikuttavat suomalaisten ruokatrendeihin. N.d. Viitattu 24.9.2018.
<https://www.kantar.fi/uutiset/nama-kuluttajat-vaikuttavat-suomalaisten-ruokatrendeihin>

OPISKELIJAT. 2017. Viitattu 30.8.2018. <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/terveytta-edistava-ruokavalio/ravitsemussuosituks/nuoret-aikuiset/>

Otos ja otantamenetelmät. 2003. Viitattu 25.7.2018.
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/otos/otantamenetelmat.html>

Palmroos, J. 2015. TURUN YLIOPISTON AVOIMEN YLIOPISTON KAUPPATIETEELLISTEN OPINTOJEN OPISKELIJOIDEN OSTOKÄYTTÄYTYMINEN – Ostos jälkeinen käyttäytyminen. Opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu, myynnin koulutusohjelma. 8,12,15. Viitattu 30.8.2018.
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/86514/Palmroos_Jemina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pohjoismainen keittiö valloittamaan maailmaa. 2008. Viitattu 28.8.2018.
<https://www.norden.org/fi/ajankohtaista/uutiset/pohjoismainen-keittioe-valloittamaan-maailmaa>

- Puikkonen, I. & Pöntinen, A. 2014. Jyväskylän ammattikorkeakouluopiskelijoiden suhtautuminen asuntosäästämiseen. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala. 18-19. Viitattu 20.8.2018. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/80913/Puikkonen_lina_Pontinen_Annika.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rantanen, T. 2017. Syömään! Näin ruokatrendi syntyy. Viitattu 11.9.2018. <https://www.city.fi/ilmiot/syomaan+nain+ruokatrendi+syntyy/10961>
- RESTO 2018: Ruokatrendit haltuun. 2018. Viitattu 3.7.2018. <https://www.laurea.fi/tiedotteet/Sivut/RESTO2018-Ruokatrendit-haltuun.aspx>
- Ristiintaulukointi. 2004. Viitattu 25.9.2018. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/ristiintaulukointi/ristiintaulukointi.html>
- Rosvall, M. 2015. Katuruoka on vanha keksintö - Yle etsii trendin parasta taitajaa. Viitattu 28.8.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-8132335>
- Rubin, A. N.d. Trendianalyysi tulevaisuudentutkijan menetelmänä. Viitattu 28.8.2018. <https://tulevaisuus.fi/menetelmat/toimintaympariston-muutosten-tarkastelu/trendianalyysi-tulevaisuudentutkimuksen-menetelmana/>
- Ruoka 2018: Mikä on tämän vuoden kuumin ruokatrendi?. 2018. Viitattu 28.8.2018. <https://www.talouselama.fi/uutiset/ruoka-2018-mika-on-taman-vuoden-kuumin-ruokatrendi/ade0808b-2108-35a1-96be-0208991eda6b>
- Ruokailmiöt 2018. N.d. Viitattu 24.9.2018. <https://www.k-ruoka.fi/contentassets/556b38ef390645c9b47c46f07e5b59e1/ruokailmiot-2018.pdf>
- Ruokatrendit Suomessa 2017. N.d. Viitattu 29.8.2018. <https://www.fazer.fi/tuotteet-ja-asiakaspalvelu/suomi100/ruokatrendit-suomessa-2017/>
- Saloniemi, A. 2012. OPISKELIJAT ELINTARVIKKEIDEN KULUTTAJINA KOTONA JA OPISKELIJARAVINTOLOISSA. Opinnäytetyö. Tampereen ammattikorkeakoulu, hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma. 22-26. Viitattu 30.8.2018. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/48879/Saloniemi_Anna.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sara La Fountain: Amerikan ruokamaailma on murroksessa. 2018. Viitattu 11.9.2018. <https://www.coca-cola.fi/packages/sara-la-fountain-amerikan-ruokamaailma-on-murroksessa>
- SUOMALAINEN RUOKA KIINNOSTAA MAAILMALLA. 2017. Haaga-Helia. Viitattu 28.8.2018. <https://www.haaga-helia.fi/fi/uutiset/suomalainen-ruoka-kiinnostaa-maailmalla#.W4VeJGzbcS>
- Suomen keittiömestarit ry. N.d. Viitattu 28.8.2018. <http://www.chefs.fi/nkfn-saannot/>

- Tarvaalassa kasvatetaan sotilaskärpäsiä. 2018. Viitattu 29.10.2018.
<https://www.jamk.fi/fi/Uutiset/Ajankohtaista-JAMKissa/tarvaalassa-kasvatetaan-sotilaskarpasia/>
- Tehdään hyvää. N.d. Viitattu 23.10.2018.
https://muru.fi/?gclid=EAlalQobChMI5s3sklac3gIVRoGyCh10YAjIEAAYAiAAEglDovD_BwE
- Toivonen, T. & Tuominen, S. 2017. Tässä nousijat ja laskijat: Avokado valloittanut suomalaiset, perusmaito ei maistu – syömme yhä terveellisemmin. Viitattu 28.8.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-9827871>
- TULEVAISUUDEN ELINTARVIKKEET – kuluttajatuotteiden osaaminen ja verkostot. N.d. Pielisen Karjalan Kehittämiskeskus Oy PIKES. Viitattu 25.9.2018.
http://www.pikes.fi/documents/89847/4595395/Tulevaisuuden+elintarvikkeet+tieto paketti+_verkkoon_2016.pdf/a3faa7e0-9193-4e40-9acf-329a9d73dd48
- Valio Mifu uudista tutut ruokasi. N.d. Viitattu 23.10.2018.
<https://www.valio.fi/tuotteet/valio-mifu/>
- Vegaaniruokavalio. 2018. Viitattu 25.8.2018.
<https://www.valio.fi/reseptit/teemat/vegaaniruokavalio/>
- Virtanen, S. 2018. Hyönteistaloutta Tarvaalassa. Viitattu 29.10.2018.
<https://blogit.jamk.fi/tarvaalantarinoita/2018/09/12/hyonteistaloutta-tarvaalassa/>
- Vuorenpää, T. 2011. Opiskelijoiden ruokavalintojen sosiaalinen merkitys. Opinnäytetyö. Laurea ammattikorkeakoulu, palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. 30. Viitattu 30.8.2018.
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/37702/Opiskelija_Tiina.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- What's after what's next? The upside of disruption Megatrends shaping 2018 and beyond. N.d. Viitattu 25.9.2018. <https://www.megatrends2018.com/>
- What's hot 2018 culinary forecast. N.d. Viitattu 24.9.2018.
https://www.restaurant.org/Restaurant/media/Restaurant/SiteImages/News%20and%20Research/Whats%20Hot/Whats_Hot_Culinary_Forecast_2018.pdf
- Whoriskey, P. 2015. Is a vegetarian diet really better for the environment? Science takes aim at the conventional wisdom. Viitattu 22.10.2018.
https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2015/12/18/being-a-vegetarian-might-make-you-feel-environmentally-superior-why-that-may-be-wrong/?utm_term=.0ddcd40bd457
- Ylen aamu-tv. 2017. Ruokakulttuuri ja ruokatrendit pirstoutuvat. Viitattu 3.7.2018.
<https://areena.yle.fi/1-4000814>
- 2018 Food Trends. N.d. Viitattu 11.9.2018.
<https://www.globalfoodforums.com/food-news-bites/2018-food-trends/>

Liitteet

Liite 1. Kysely

Ruokatrendien vaikutus opiskelijoiden ruokailutottumuksiin

Miten ruokatrendit vaikuttavat ruokailutottumuksiin?

Tässä tutkimuksessa ruokatrendeillä tarkoitetaan ajankohtaisia suosiossa olevia ruokaan ja ruokailuun liittyviä ilmiöitä. Esimerkkejä tämänhetkisistä ruokatrendeistä ovat vegaaniruokavalio, hyönteisruoka sekä erilaiset terveystuotteet.

2. Tunnistatko ajankohtaisia ruokatrendejä?

- Usein
- Melko usein
- Harvoin
- En koskaan

3. Oletko kiinnostunut ajankohtaisista ruokatrendeistä?

- Kyllä
- En

4. Mitkä ruokatrendit kiinnostavat sinua?

5. Muuttuvatko ruoanvalmistusmenetelmäsi ruokatrendien mukaan?

Ruoanvalmistusmenetelmillä tarkoitetaan tapaa valmistaa ruokaa (keittäminen, paistaminen, höyrytys..)

- Usein
- Melko usein

- Harvoin
- Ei koskaan

6. Käytätkö ruoanvalmistuksessa ruokatrendien mukaisia raaka-aineita?

- Usein
- Melko usein
- Harvoin
- En koskaan

7. Muuttuuko ruokavaliosi trendien mukaan?

- Usein
- Melko usein
- Harvoin
- Ei koskaan

Miten ruokatrendit vaikuttavat ostokäyttäytymiseen ravintolassa?

Tässä tutkimuksessa ostokäyttäytymisellä tarkoitetaan rahankäyttöä, ostopäätöksiä sekä muita ravintolassa asioimiseen liittyviä ilmiöitä.

8. Vaikuttavatko ruokatrendit tilauksesi valintapäätökseen ruokaravintolassa?

- Usein
- Melko usein
- Harvoin
- Ei koskaan

9. Vaikuttavatko ruokatrendit käyttämäsi rahan määrään ruokaravintolassa?

- Usein
- Melko usein
- Harvoin
- Ei koskaan

10. Vaikuttavatko ruokatrendit kuinka usein ruokailet ravintolassa?

- Usein
- Melko usein
- Harvoin
- Ei koskaan

11. Vaikuttavatko ruokatrendit minkä tyyllisessä ravintolassa ruokailet? (kiinalainenravintola, kasvisravintola..)

- Usein
- Melko usein
- Harvoin
- Ei koskaan

12. Sukupuoli

- Mies
- Nainen

13. Ikä (esimerkiksi 20)

14. Koulutusohjelma

How do the food trends affect your eating habits?

In this study food trends signify current and popular phenomena related to food and eating. Examples of present food trends are vegan, insect food and as well as various health products.

15. Do you identify current food trends?

- Often
- Quite often
- Seldom
- Never

16. Are you interested in current food trends?

- Yes
- No

17. Which food trends interest you?

18. Does your diet change following the food trends?

- Often
- Quite often
- Seldom
- Never

19. Do you change your cooking methods following to the food trends? (Cooking methods means boiling, frying/roasting, steaming..)

- Often
- Quite often
- Seldom
- Never

20. Do you use trendy raw materials when preparing food?

- Often
- Quite often
- Seldom
- Never

How do the food trends affect your purchasing behavior in restaurant?

In this study purchasing behavior means spending money, buying decisions and other phenomena when you are customer in restaurant?

21. Do the food trends affect your order decisions in a food restaurant?

- Often
- Quite often
- Seldom
- Never

22. Do the food trends affect the amount of money you spend on food in restaurant?

- Often
- Quite often
- Seldom
- Never

23. Do the food trends affect how often you visit a food restaurant?

- Often
- Quite often
- Seldom
- Never

24. Do the food trends affect what type of restaurant you dining? (Chinese restaurant vegetable restaurant..)

- Often

- Quite often
- Seldom
- Never

25. Gender

- Male
- Female

26. Age (example 20)

27. Study program

Liite 2. Opiskelijoita kiinnostavia ruokatrendejä

Vastaukset
Lähes tulkoon kaikki, sillä minua kiinnostaa trendien vaikutus terveyteen.
Eettinen ja ekologinen ruoka
Kaikki yllämainitut
Vegaani-/kasvisruokavalio
Terveyteen, virkeyteen, hyvinvointiin, kevyeyteen, monipuolisuuteen ja tutkittuun ruokatrendiin kiinnitän eniten huomiota.
Terveelliset sekä kasvisruokavalio trendit
fuusio-ruuat ja terveystuotteet
Ekologisuus ylipäätään.
Intermittent fasting eli pätkäpaasto
Hyönteisruoka, ruokahävikin vähentäminen
Esim. hyönteiset, pienpanimo-oluet, kauratuotteet
Liha ja kanaruoat
Kasvisruuat
Kasvisruoka, satokausiajattelu, hävikkiruoka
Vegaanius, tuorepuurot, lähi- ja luomuruoka.
Nyhtökaura ja muut lihan korvikkeet kiinnostavat jossain määrin. Hyviä ovat.
Kasvisruoka, lähiruoka, aasialainen keittiö
Kasvisruokavaihtoehdot
Terveellinen-, kasvis ja hyönteisruoka.
Ei oikeastaan mikään.
Kasvisruoka, vegaaniset tuotteet
Kasvisruokavalio
-
Tämän hetken trendeistä ei mikään
Vegaaniruokavalio, hyönteiset, gluteeniton ja maidoton dieetti, lihankorvikkeet
Ruoka ilman punaista lihaa tehdäkseni oman osuuteni ilmastonmuutoksen ehkäisystä. Muuten en ole perehtynyt aikaisempiin ruokatrendeihin.
Satokausituotteet ja lähellä tuotettujen tuotteiden suosiminen
Vegaaniruoka

Kausittaiset ja kasvisruoka/vege trendit
Olen noudattanut kasvisruokavalioa yli 10 vuotta. Olen kiinnostunut nykyisin terveystuotteista aiempaa enemmän.
- Hyönteisruoka, uudet kasvisproteiinivaihtoehdot, kasvisruoka ja maidottomat tuotteet ylipäänsä.
Terveellisyyteen ja tutkimuksiin liittyvät.
Tällä hetkellä lähiruoka sekä ruuan ekologisuus
Terveysruoka, kasvisruoka
vegaani
Kasvissyönti, veganismi, lähiruoka
Uudet proteiinin lähteet, kasvisruoka
Kasvisruoka, slow food ja hyönteisproteiinin käyttö
Terveellisyys ekologisuus lihattomuus kotimaisuus
Olen aika huono seuraamaan trendejä. Syön lähinnä mitä haluan.
Kasvisruoka
Ei
Ei erityisemmin, joskus ihan mielenkiintoisia kyllä, en tosin oo niin hyvin perille
Ulkomaalaiset
Ruoka-ainesten terveysvaikutukset.
Kotimaisuus ja lähiruoka.
Kasvisruoka sekä erilaiset terveystuotteet
Ei varmaan mikään nykyisistä trendeistä.
Vegaanisen ruuan uueet reseptit (chiavanukas), kausikasvisten ja -hedelmien käyttö, kahvin ja oluen laatuun panostaminen (pienpaahdimot ja -panimot)
Ei ainakaan mikään yllämainituista. Proteiinivälipalat kiinnostavat, sekä luomu.Lihankorvikkeet, kuten nyhtökaura, kiinnostavat myös.
Olen kasvissyöjä, ja suosin tällä hetkellä vegaanista ruokaa
Ekologisuus -> vegaaniruokavalio
Ei nyt sinänsä vegaaniruokavalio, mutta kasvisruoan suosiminen arjessa

Lähes tulkoon kaikki, sillä minua kiinnostaa trendien vaikutus terveyteen.
Eettinen ja ekologinen ruoka
Kaikki yllämainitut
Vegaani-/kasvisruokavalio
Terveyteen, virkeyteen, hyvinvointiin, kevyeyteen, monipuolisuuteen ja tutkittuun ruokatreendiin kiinnitän eniten huomiota.

Terveelliset sekä kasvisruokavalio trendit
fuusio-ruuat ja terveystuotteet
Ekologisuus ylipäättään.
Intermittent fasting eli pätkäpaasto
Hyönteisruoka, ruokahävikin vähentäminen
Esim. hyönteiset, pienpanimo-oluet, kauratuotteet
Liha ja kanaruoat
Kasvisruuat
Kasvisruoka, satokausiajattelu, hävikkiruoka
Vegaanius, tuorepuurot, lähi- ja luomuruoka.
Nyhtökaura ja muut lihan korvikkeet kiinnostavat jossain määrin. Hyviä ovat.
Kasvisruoka, lähiruoka, aasialainen keittiö
Kasvisruokavaihtoehdot
Terveellinen-, kasvis ja hyönteisruoka.
Ei oikeastaan mikään.
Kasvisruoka, vegaaniset tuotteet
Kasvisruokavalio
-
Tämän hetken trendeistä ei mikään
Vegaaniruokavalio, hyönteiset, gluteeniton ja maidoton dieetti, lihankorvikkeet
Ruoka ilman punaista lihaa tehdäkseeni oman osuuteni ilmastonmuutoksen ehkäisystä. Muuten en ole perehtynyt aikaisempiin ruokatrendeihin.
Satokausituotteet ja lähellä tuotettujen tuotteiden suosiminen
Vegaaniruoka
Kausittaiset ja kasvisruoka/vege trendit
Olen noudattanut kasvisruokavalioa yli 10 vuotta. Olen kiinnostunut nykyisin terveystuotteista aiempaa enemmän.
- Hyönteisruoka, uudet kasvisproteiinivaihtoehdot, kasvisruoka ja maidottomat tuotteet ylipäänsä.
Terveellisyyteen ja tutkimuksiin liittyvät.
Tällä hetkellä lähiruoka sekä ruuan ekologisuus
Terveysruoka, kasvisruoka
vegaani
Kasvissyönti, veganismi, lähiruoka
Uudet proteiinin lähteet, kasvisruoka

Kasvisruoka, slow food ja hyönteisproteiinin käyttö
Terveellisyys ekologisuus lihattomuus kotimaisuus
Olen aika huono seuraamaan trendejä. Syön lähinnä mitä haluan.
Kasvisruoka
Ei
Ei erityisemmin, joskus ihan mielenkiintoisia kyllä, en tosin oo niin hyvin perille
Ulkomaalaiset
Ruoka-ainesten terveystvaikutukset.
Kotimaisuus ja lähiruoka.
Kasvisruoka sekä erilaiset terveystuotteet
Ei varmaan mikään nykyisistä trendeistä.
Vegaanisen ruuan uueet reseptit (chiavanukas), kausikasvisten ja -hedelmien käyttö, kahvin ja oluen laatuun panostaminen (pienpaahdimot ja -panimot)
Ei ainakaan mikään yllämainituista. Proteiinivälipalat kiinnostavat, sekä luomu.Lihankorvikkeet, kuten nyhtökaura, kiinnostavat myös.
Olen kasvissyöjä, ja suosin tällä hetkellä vegaanista ruokaa
Ekologisuus -> vegaaniruokavalio
Ei nyt sinänsä vegaaniruokavalio, mutta kasvisruoan suosiminen arjessa

Liite 3. Faktorianalyysi

Kysymykset	Ostokäyttäytyminen ravintolassa (faktori 1)	Omat valinnat (faktori 2)
Tunnistatko ajankohtaisia ruokatrendejä?	,312	,392
Muuttuvatko ruoanvalmistusmenetelmäsi ruokatrendien mukaan?	,143	,968
Käytätkö ruoanvalmistuksessa trendien mukaisia raaka-aineita?	,520	,434
Muuttuuko ruokavaliosi trendien mukaan?	,418	,494
Vaikuttavatko ruokatrendit tilauksesi valintapäätökseen ruokaravintolassa?	,753	,229
Vaikuttavatko ruokatrendit käyttämäsi rahan määrään ruokaravintolassa?	,605	,338
Vaikuttavatko ruokatrendit kuinka usein ruokailet ravintolassa?	,412	,269
Vaikuttavatko ruokatrendit minkä tyyliässä ravintolassa ruokailet?	,705	,129