

OPINTOMATKA JA RUOKATRENDIT 2010 NEW YORKISSA

Mari Mattila
Sanna Nurminen

Opinnäytetyö
Tammikuu 2011

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala





Tekijät MATTILA, Mari NURMINEN, Sanna	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 10.01.2011
	Sivumäärä 65	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi OPINTOMATKA JA RUOKATRENDIT 2010 NEW YORKISSA		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja SACHSE, Mika		
Toimeksiantaja Jyväskylän Ammattikorkeakoulu		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli järjestää opintomatka Jyväskylän Ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoille New Yorkiin. Toinen tavoite oli tutkia vuoden 2010 ruokatrendejä sekä ruokatrendien vaikutusta New Yorkilaisten ravintoloiden toimintoihin ja strategioihin.</p> <p>Opintomatka toteutettiin huhtikuussa 2010. Matkalle osallistui yhteensä 10 opiskelijaa sekä ohjaava opettaja. Opintomatka oli viikon mittainen ja se kuului matkalle lähtijöiden opintoihin. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla New Yorkin ravintoloiden ammattilaisia ja havainnoimalla paikan päällä.</p> <p>Ruokatrendit 2010 ovat haastatteluiden ja havainnoinnin perusteella eettinen ja ekologinen ruoka, terveellinen ja perinteinen ruoka sekä autenttisuus ja etniset keittiöt New Yorkissa. Haastattelutuloksista selviää, että on tärkeää pitää perustellusti kiinni ravintolan omasta liikeideasta, sekä pysyä ajan hermoilla, vaikka trendit muuttuvatkin jatkuvasti.</p> <p>Tutkimusta voidaan käyttää esimerkkinä vuoden 2010 ruokatrendeistä ja ohjeena samanlaista matkaa varten. Myös itse opintomatkan osuutta voidaan pitää esimerkkinä kokemattomalle matkanjärjestäjälle.</p>		
Avainsanat (asiasanat) ruokatrendit, 2010, opintomatka, matkanjärjestäminen, trendit, haastattelututkimus, New York, ekologisuus, autenttisuus, etniset keittiöt, terveellisyys, strategia		
Muut tiedot		



Author(s) MATTILA, Mari NURMINEN, Sanna	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 10.01.2011
	Pages 65	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title STUDY TOUR AND FOOD TRENDS IN NEW YORK IN 2010		
Degree Programme Degree Programme in Service Management		
Tutor(s) SACHSE, Mika		
Assigned by JAMK University of Applied Sciences		
Abstract <p>The aim of the thesis was to arrange a Study Tour to New York in 2010 and, simultaneously, to examine food trends of the year 2010. In addition, the influence of food trends on the operations and strategies of the restaurants were also studied.</p> <p>The Study Tour was arranged in April 2010. 10 students and a tutoring teacher participated in the seven-day trip. The trip was also part of the studies of the participating students. The study was conducted by interviewing restaurant professionals in New York and by observing on the spot.</p> <p>According to the results of the interviews and observations, the food trends 2010 are ethic and ecological, traditional and authentic food as well as ethnic kitchens in New York. The results of the interviews indicated that it is essential to stick to a restaurant's own business idea and to stay updated, although the trends are constantly changing.</p> <p>The study can be utilized as an example of the food trends of 2010 and as a guideline for a same kind of a trip. Furthermore, the Study Tour part of the thesis can be utilized as an example for an inexperienced travel organizer.</p>		
Keywords Food Trends, 2010, Study tour, Arranging a trip, trends, interview study, New York, ecological, authenticity, ethnic kitchens, healthiness, strategy		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	2
2 MATKAN SUUNNITTELU.....	4
2.1. Matka – ideasta käytäntöön	4
2.2. Matkan järjestäminen ja toteutus	5
3 NEW YORK MATKAKOHTEENA.....	7
4 RUOKATRENDIT 2010 MATKAN TEEMANA.....	10
4.1. Trendi käsitteenä	10
4.2. Yleiset nykytrendit palvelualalla	11
4.3. Ruokatrendit vuonna 2010.....	12
5 MATKAOHJELMA.....	13
5.1. Vierailukohteet	13
5.2. Matkaohjelma	15
5.3. Riskianalyysi	23
5.4. Budjetti.....	26
5.5. Matkaohjelman ja matkan onnistuneisuus	29
6 HAASTATTELUT JA HAVAINNOINTI	32
6.1. Ruokatrendit 2010, menetelmänä haastattelut ja havainnointi.....	32
6.2. Tutkimuksen tulokset – ruokatrendit 2010	33
6.3. Muita trendejä	40
7 HAASTATTELUTULOKSET.....	41
7.1. Trendien seuraaminen ravintola-alalla	41
7.2. Trendien vaikutus ravintolatoimintoihin	42
7.3. Tulosten tarkastelu ja arviointi	45
8 POHDINTA.....	50
LÄHTEET.....	55
LIITTEET	57
Liite 1. Kysymyksiä matkalle lähtijöille	57
Liite 2. Muistilista matkalle lähtijöille	58
Liite 3. Kysely New York Study tour -matkan jälkeen.....	60
Liite 4. Ruokatrendit New Yorkissa 2010, Internet-lähteet	61
Liite 5. Kysymyslista ravintoloiden henkilökunnalle.....	64
TAULUKKO 1. Trendit 2010	13
TAULUKKO 2. SWOT-analyysi.....	24
TAULUKKO 3. Budjetti.....	28
TAULUKKO 4. Ruokatrendien jakaminen ryhmiin	34

1 JOHDANTO

New York kaikessa suuruudessaan ja kimalluksessaan on kiehtonut ihmisten mieliä aina. Sen kimalluksen toi aikoinaan lähemmäksi Sinkkuelämää-sarja, joka kuvasi neljän sinkkunaisen elämää New Yorkissa (alkuperäinen nimi oli Sex and the City). Näitä haavekuvia saimme katsella vain tv:n välityksellä. Itsekin pidimme sitä jotenkin saavuttamattomana kaukaisena haaveena ennen kuin saimme tiedon siitä, että matka New Yorkiin tulisi olemaan meidän opinnäytetyömme.

Idea lähteä toteuttamaan Study Touria New Yorkiin keväällä 2010 tuli Mika Sachselta syyskuussa 2009, joka itse oli kovin kiinnostunut näkemään rapakon takana olevaa kulttuuria ja ruokakulttuuria. Lähdimme pienen pohdinnan jälkeen innolla toteuttamaan ideaa, koska myös oma matkakuume nosti päätään voimakkaasti. Kun koulutusyksikkömme päälliköltä, Hilikka Partaselta, oli saatu hyväksyntä aiheelle ja työlle oli nimetty ohjaavaksi opettajaksi aihetta alun perin ehdottanut Mika Sachse, saatiin työ käyntiin. Syy lähteä toteuttamaan matkaa oli melko selkeä alusta asti: kummallakin oli palava halu nähdä, kokea, maistaa ja haistaa New York. TV-sarjat ovat luoneet jonkinlaista kuvaa Amerikasta. Esimerkiksi amerikkalaiselle ruokakulttuurille olimme saaneet joskin ennakkoluuloisen, mutta lopulta hyvinkin paikkaansa pitävän kuvan juuri maan tv-sarjoista, joissa ruokakulttuuri näkyy selkeästi. Toinen syy lähteä toteuttamaan matkaa oli se, että kummallakin on intohimo ruokaan. Ruoan suhteen kaikki uusi on aina tervetullutta vaihtelua ja keino ammentaa uusia tuulia niin ammatillisesti kuin henkilökohtaisessa elämässä. Näistä syntyi lopulta sopiva resepti meidän opinnäytetyöllemme.

Sopivan reseptin pääraaka-aineiksi tarkentuivat lopulta ruokatrendit. Koska toinen meistä sattuu olemaan melkoinen Sinkkuelämää -fani, tuli lopullinen idea lähteä tekemään työtä trendien pohjalta. Sarjahan oli aikoinaan melkoinen uranuurtaja ja keskittyi naisten sinkkuelämän seuraamisen ohella myös aikansa trendeihin. Sarjassa sivuttiin joskus jopa ruokatrendejä, esimerkiksi raakaravintoa. Ruokatrendit liittyvät olennaisena osana New Yorkiin, koska sitä pidetään trendien kehtona ja syntypaikkana. Kaupunkina New York on

niin iso, että siellä trendien syntyminen on enemmän syy kuin seuraus. Ruoka taas on meidän koulutuksemme syy ja seuraus. Olemme molemmat ruoka- ja ravintolapalveluiden restonomiopiskelijoita ja olemme erikoistuneet ruokatuotannon johtamiseen. Kaikki nämä yhdessä sekä ripaus intoa, uskallusta ja sinnikkyyttä takasivat onnistuneen cocktailin.

Työ sisältää kaksi eri tarkoitusta, itse matkan ja sen suunnittelun, sekä tutkimuksen ruokatrendeistä. Matkan osiosta löytyy kaikki matkaan tarvittu suunnittelusta toteutukseen ja matkan onnistuneisuuden analysointiin. Matkasuunnitelma tehtiin pääosin trendien pohjalta. Vuoden 2010 ruokatrendejä tutkittiin kahdessa osassa: ennen matkaa sekä matkan jälkeen. Tutkimusmenetelminä olivat haastattelut New Yorkissa sekä havainnointi matkan aikana. Haastateltavina olivat New Yorkin ravintoloiden ammattilaiset. Haastatteluissa selvitettiin vuoden 2010 ruokatrendejä, ja ruokatrendien vaikutusta ravintolan strategioihin ja toimintoihin. Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää ammatillisesti, esimerkiksi selvittäessä trendien muuttumista. Koska trendien muuttuminen vaikuttaa ravintoloihin, pitää ravintoloiden pitää toimintansa nykyaikaisena. Vuoden 2010 ruokatrendeistä voidaan ennustaa ruokatrendien kehityssuunta vertaamalla tuloksia esimerkiksi vuoden 2011 ruokatrendeihin tai aikaisempien vuosien ruokatrendeihin.

Trendit ovat ajankohtaisia, joten trenditutkimukset ovat aina sen hetken ajankohtaisimpia tutkimuksia. Se mikä on tämän hetken trendinä Yhdysvalloissa ja New Yorkissa, on meillä trendinä hetken päästä. Yhä nopeammin trendien rantautumista Suomeen edesauttaa muun muassa Internetin käyttö.

Yleismaailmallista hyötyä työltämme ei saa tietty yhtiö tai toimeksiantaja, koska opintomatka toteutettiin käytännössä opiskelijoita varten. Matkan suunnittelu ja toteutus tuki opinnäytetyön tekijöiden oppimista ja ammatillista kehitystä. Myös muut matkalle lähtijät saivat matkasta opintosuorituksen. Tavoitteena oli myös, että he saivat hyötyä matkasta ammatillisesta näkökulmasta, esimerkiksi kielikyvyn muodossa tai uusia ammatillisia näkökulmia uudesta ympäristöstä poimien.

2 MATKAN SUUNNITTELU

2.1. Matka – ideasta käytäntöön

Matka ideasta tehdä Study Tour New Yorkiin itse matkan toteutukseen, oli haastava. Edessä tiedettiin olevan suuren työn, koska jo pelkästään matkan ohjelman tekeminen olisi uutta. Kumpikaan ei ole matkailun opiskelija joten matkojen organisointi tai lentojen suunnittelu ja aikatauluttaminen ei kuulu opinto-ohjelmaan pakollisena. Tuttuutta hommaan toi kuitenkin se, että tarkoituksena olisi tehdä matkasta ravintola-alan matka enemmän kuin matkailun puolelle suuntautuva matka.

Matkailu- ja ravintola-ala kulkevat kuitenkin käsi kädessä, vaikka niissä kummassakin on paljon eroja. Yhteistä niille molemmille on kuitenkin se, että molemmissa suunnitellaan ja toteutetaan asioita asiakkaiden ehdoilla ja asiakasta miellyttääkseen. Ilman asiakasta ei kumpaakaan olisi olemassa. Vaikka nämä kaksi alaa eroavatkin toisistaan, yksi asia on varmaa. Matkailu ei ole mitään ilman ravintola-alan kohteita ja ruokakulttuurin elämyksiä ja ravintolat kuuluvat matkustamiseen lähes poikkeuksetta. Tähän löytyy kaksi ääripäätä. Toiset ajattelevat ruokakulttuurin olevan olennainen osa matkailua ja sen jopa kuvastavan maan tapoja ja perinteitä. Toiset taas ajattelevat, että jossain sitä on matkustaessa syötävä, jolloin ravintolat ovat se välttämätön paha ja vain tapa pysyä hengissä. Matkasta tulisi siis saada hyvä näistä molemmista näkökulmista - niin matkanjärjestämisen kuin ruokakulttuurisen näkökulman kautta.

Matkan järjestäjänä toimiminen sekä kohde olivat uutta molemmille opinnäyte-työn tekijöille. Tietoa paikallisista käytänteistä oli ennakkoon vähän. Niihin lähdettiin hakemaan tietoa internetistä ja matkaoppaista, jotka käsittelivät kohdetta. Lisäksi lomamatkan järjestäminen ja opintomatkan järjestäminen eroavat toisistaan jo jonkin verran, koska tämän matkan tarkoituksena olisi oppia jotain uutta, eikä niinkään vain lomailla. Matkan kohteiden valintaan vaikuttaisi myös se, että tarkoituksena olisi tutkia vuoden 2010 ruokatrendejä, miten ne vaikuttavat ravintolan toimintoihin ja strategioihin, ruokalistan

suunnitteluun ja niin edelleen. Näistä lähtökuopista aloitettiin matkan, sen ohjelman ja muiden käytännön asioiden järjestely. Tavoitteena oli saada aikaiseksi Study Tour, josta olisi kaikille osapuolille hyötyä samalla toteuttaen matkaajien toiveita.

2.2. Matkan järjestäminen ja toteutus

Kun lähdetään suunnittelemaan matkaa, on siinä otettava huomioon monta asiaa. Millaiselle matkalle ollaan lähtemässä, onko kyseessä valmismatka vai ei? Ollaanko lähdössä yksin vai ryhmänä? Jos lähdetään ryhmänä, kuinka monta henkilöä ryhmässä on ja millaisia erityistarpeita (esimerkiksi ruoka-allergiat ja sairaudet) heillä on, kun matkustetaan ryhmänä? Kuinka suuresta taloudellisesta investoinnista on kyse? Onko kyseessä työmatka, opiskeluun liittyvä matka vai puhtaasti lomamatka? (Kattelus & Häyrinen 2003, 13.)

Kun matkalle lähdetään yksin, ei ole matkakumppanin luomaa turvaa esimerkiksi sen varalta jos eksyy tai jos ei osaa kieltä. Ryhmässä matkustaminen asettaa taas muita haasteita: tulevatko kaikki ryhmän jäsenet hyvin toimeen keskenään? Onko ryhmädynamiikka kohdallaan?

Tällä matkalla tarkoituksena oli tutustua New Yorkin ruokakulttuuriin ja tutustua ruokatrendeihin keväällä 2010. Kyseessä on siis opiskeluun liittyvä ryhmämatka ja tässä tapauksessa lähtijöitä oli 11. Ryhmämatkalla erityistarpeita voi olla enemmän ja niistä on hyvä olla tietoisia ennen matkaa, jotta niihin voidaan varautua eikä esimerkiksi sairauskohtauksen ilmetessä tule ongelmia epätietoisuuden vuoksi. Tätä varten kaikille matkalle lähtijöille tehtiin kysely, jonka tarkoituksena oli selvittää asioita matkaan ja matkustamiseen liittyen yleensä, jotta saataisiin kokonaiskuvaa matkalle lähtijöiden aiemmista matkakokemuksista ja erityistarpeista. Ihannetilanne olisi, jos kaikki olisivat matkustaneet aiemmin ja kellään ei olisi mitään sairauksia tai ruoka-aineallergioita. Tällöin ei tarvitsisi huolehtia kenenkään lentopelosta tai sairaskohtauksen mahdollisuudesta. Kyselyllä kartoitettiin myös matkalle lähtijöiden toiveita matkan suhteen, vaikka suurimmaksi osaksi ohjelmaan

eivät vaikuttaneet matkajien toiveet. (ks. LIITE 1. Kysymyksiä matkalle lähtijöille)

Vastausten perusteella oltiin ihannetilanteessa. Kaikki matkalle lähtijät olivat lentäneet aiemmin, kellään ei ollut lentämiseen liittyen mitään ongelmia eikä pelkoja ja kellään ei ollut mitään sellaisia sairauksia, joista olisi hyvä olla tietoinen (esimerkiksi diabetes tai epilepsia). Joitain ohjelmaan liittyvistä toiveista otettiin huomioon esimerkiksi suunniteltaessa viihdepuolta matkalle. Matkajilla ei oikeastaan ollut sen suurempia toivomuksia ohjelman suhteen, kunhan se olisi hyvä ja sitä ei olisi liikaa eikä liian vähän.

Matkalle lähdettäessä ryhmänä on otettava huomioon myös sellaiset asiat, että jokaisella matkustajalla on oltava tiedossa mitä matkalle kannattaa ottaa mukaan (Kattelus & Häyrinen 2003, 13). Tällä tarkoitetaan sellaisia asioita, kuten matkavakuutuksen teko tai tärkeiden papereiden mukaan otto (passikopio, matkavakuutus, passi jne.). Matkajille tehtiin ohjelista asioista, jotka on hyvä ottaa huomioon matkalle lähdettäessä ja lentoa ajatellen. Listassa on ohjeet siihen, kuinka koneeseen pakataan tavarat oikein, mitä lennolle saa ja ei saa ottaa mukaan ja lista tavaroista ja asioista, jotka on pakollista olla mukana. (ks. LIITE 2. Muistilista matkalle lähtijöille.) Listan avulla varmistetaan siitä, että kaikilla on tiedossa ainakin pakolliset huomioonotettavat asiat ja ketään ei voida siksi olla päästämättä Yhdysvaltoihin, että asioista olisi ollut epätietoisuutta matkan järjestäjien takia.

Yhdysvaltoihin mentäessä ovat turvatarkastukset ja tavaroiden pakkausohjeet paljon tiukemmat kuin muiden maiden lennoilla. Yhdysvaltoihin matkustamisen turvaohjeet tiukentuivat vuoden 2001 terroristi-iskun jälkeen, jossa tuhoutuivat molemmat WTC:n kaksoistorneista. Yhdysvaltoihin lennettäessä ei esimerkiksi kerrota määränpäättä ja lentoreittiä ei näytetä enää tuntia ennen laskeutumista, jotta matkustajat eivät tiedä missä kohtaa ollaan (eikä mahdollinen terroristi koneessa voi suunnitella iskuaan oikein). Jouluna 2009 Hollantiin tehdyn terroristi-iskuyrityksen jälkeen turvatarkastuksia ja lentojen turvaohjeita tiukennettiin taas.

Meidän lentomme oli erikoinen ja poikkesi aiemmista lentokokemuksista siinä mielessä, että Islannissa oli juuri purkautunut tulivuori ja sen aiheuttama tuhkapilvi leijaili Euroopan päällä. Tämä aiheutti melkoisen kaaoksen lentoliikenteeseen pariksi viikoksi myös Suomessa. Lentomme oli viimeinen lento, joka Suomesta lennettiin kyseisenä päivänä. Olimme onnekkaita, kun pääsimme matkaan purkauksesta huolimatta. Lentoaikaan ja reittiin purkaus vaikutti kuitenkin pidentävästi.

Lennot ja majoitus varattiin matkatoimiston kautta. Lennot olivat Finnairin suorat lennot ja majoitus oli hostellissa. Matkalla mukana ollut ohjaava opettaja asui viikon hotellissa. Näiden asioiden järjestämiseen saatiin apua matkatoimistosta. Näinkin suurelle ryhmälle se oli kaikkein helpoin vaihtoehto, koska maksaminen saatiin hoidettua yhdellä laskulla sen sijaan, että kaikki olisivat varanneet lennot esimerkiksi netin kautta ja maksaneet ne yksitellen. Samalla suurin vastuu maksuista ja niiden aikatauluista pysyi matkan järjestäjillä.

3 NEW YORK MATKAKOHTEENA

"New York, concrete jungle where dreams are made of

There's nothing you can't do

Now you're in New York

These streets will make you feel brand new

Big lights will inspire you

Let's here it for New York, New York, New York"

Alicia Keys

New York on jo television välittämän kuvan mukaan kiehtova matkakohde. Siinä oli yksi syy valita matkan kohteeksi New York. New Yorkia ei turhaan kutsuta isoksi omenaksi. Tässä sykkivässä suurkaupungissa asuu miljoonia ihmisiä sen viidellä alueella, jotka ovat Manhattan, Bronx, Queens, Brooklyn ja Staten Island. New Yorkissa asuu 8,25 miljoonaa ihmistä eli tämän yhden kaupungin väkiluku on 3,25 miljoonaa ihmistä enemmän kuin koko Suomen väkiluku (Bishop 2010, 6). Aiemmin New York tunnettiin nimellä New Amsterdam. Nimi tuli hollantilaisilta ja siitä muistona ovat myös kaupunginosien nimet Bronx ja Brooklyn. Brittivallan aikana New Amsterdam sai nimekseen nykyisin tunnetun New Yorkin. (Lehtipuu 2010, 16-18.) New Yorkin osavaltion alueelle sijoittuu myös New Jersey, joka on New York Cityyn verrattuna maaseutua, mutta hyvin kaunista sellaista. Sen lisäksi, että New Jerseyyn alueella on kaunista ja rauhallisempaa kuin New York Cityssä, löytyy sieltä monta viinitilaa. Viineistä kiinnostuneelle alue on siis käymisen arvoinen.

New York on monikansallinen kaupunki ja erilaiset ruokakulttuurit ovat nivoutuneet sinne. Erilaisten kulttuurien näkeminen yhdessä paikassa kiehtoi. Englannin siirtomaakauden jälkeen New Yorkiin muutti paljon siirtolaisia muista maista ja se näkyy edelleen kaupungin katukuvassa ja väestössä. New Yorkissa puhutaan 170 eri kieltä. (Lehtipuu 2010, 22.) Metrossa istuessa voi kuulla usein espanjaa, koska latinoja on New Yorkissa paljon. Myös muiden eri kansallisuuksien edustajia näkee jo pelkästään katukuvassa ihmismassoissa. "Kansojen sulatusuuni" on termi, joka kuvastaa hyvin New Yorkia. Siirtolaiset ovat pitäneet omista kulttuuriperinnoistään kiinni siitä huolimatta, että ovat nyt amerikkalaisia. Yksi kaupungin pormestareista, John V. Lindsay, on joskus sanonut, että "paitsi kansojen sulatusuuni, New York on myös pata, hieno tarjoilualusta ja hiiligrilli" (Bishop 2010, 6).

New York on monimuotoinen matkakohde, koska tästä kaupungista löytyy jokaiselle jotakin. Lukuisat museot, arkkitehtuuri, urheilu ja nähtävyydet vapauden patsaasta WTC:n raunioihin tekevät tästä kaupungista kiinnostavan kohteen kenelle tahansa. Kohteita, joissa kannattaa käydä, ovat esimerkiksi Empire State Building (maksullinen), Central Park, Rockefeller Center ja Staten Island Ferry. Staten Island Ferryllä pääsee näkemään sen kuuluisan vapaudenpatsaankin.

New York on kiireinen kaupunki, joka on täynnä toimintaa ja se ei nuku koskaan. Tästä kertoo jo pelkästään se, että näin suuressa kaupungissa ihmisten elämänrytmit ovat kovin erilaisia. Kun jotkut menevät töihin aamulla kello kahdeksaan, alkaa toisilla vapaa työstä. Tämä vaatii paljon jo kauppojen aukioloajoilta ja muilta palveluilta. New Yorkissa suurin osa kaupoista on läpi yön auki tai ainakin hyvin myöhään. Tällaista ei näe Suomessa yhdessäkään kaupungissa. Elokuvateatterit tarjoavat yönäytöksiä ja varsinkin Time Squarella olevat kaupat ovat auki muita myöhempään. Tietysti myös lukuisat ravintolat, pubit ja baarit ovat avoinna myöhään yöhön ja tarjoavat näin viihdykettä paikalliselle väestölle ja toki myös turisteille. Ravintolat ovat useimmiten auki iltakymmeneen, mutta monet baarit ja kahvilat ovat auki ainakin aamuneljään tai ympäri vuorokauden (Lehtipuu 2010, 51). Palvelualalla olisi siis kovin erilaista olla töissä jo pelkästään aukioloaikojen vuoksi.

Sen lisäksi, että New York tarjoaa paljon nähtävyyksiä (esimerkiksi Brooklyn Bridge, Empire State Building ja Central Park), tarjoaa se myös paljon ruoasta kiinnostuneille. New York on erilaisten ruokakulttuurien sulatusuuni ja tästä kaupungista voit saada mitä tahansa kiinalaisesta venäläiseen ruokaan. Monista dinereista voi saada aamiaista kellon ympäri ja tämä sopii loistavasti moni rytmiseen New Yorkiin. Sunnuntaisin nämä dinerit ovat pullollaan väkeä, koska sunnuntai on brunssipäivä. Aamiaisen pystyy helposti muuttamaan tällaisissa paikoissa lounaaksi tai päivälliseksi ottamalla esimerkiksi perinteisen sandwichin kylkiäisiksi annoksen ranskalaisia tai perunasalaattia.

Myös New York Cityn erilaiset kaupunginosat tarjoavat paljon ruoasta ja matkailusta muuten kiinnostuneelle. China Townista saa tuoreita meren eläviä kojuista. Greenwich Villagessa on kaunista ja sen katujen kaava ei toteuta samaa korttelikaavaa, kuin muualla Manhattanilla ja New York Cityssä. Tämä johtuu siitä, ettei sen katujen kaavaa ole enää saanut muuttaa samanlaiseksi kuin muiden korttelien katujen kaava on. Alue on tavallaan museoviraston suojelualuetta ja se tekeekin alueesta mielenkiintoisen. Se on todella vanhaa englantilaisten siirtomaa-ajan hienostoaluetta ja monet vanhat puutalot kuvastavat hyvin sen ajan henkeä. Vastaavanlaisia ei myöskään näe muualla New York Cityssä.

Ravintoloita New Yorkista löytyy joka lähtöön ja niiden listaamiseen menisi tolkuttomasti aikaa. Niitä löytyy New Yorkista noin 25 000 ja niiden vaihtuvuus on nopeaa (Lehtipuu 2010, 90). Sama pätee yökerhoihin. Yökerhojen elinikä ei Suomessa ole kovin pitkä ja sitä se ei ole New Yorkissaakaan. Yökerhoilla on tapana vaihtua tiheään tahtiin, koska niiden liikeideoita ei yksinkertaisesti ole tehty kestäväksi kovin kauaa. Monet ketjut kuten Burger King ja McDonalds eivät ole niin näkyvässä osassa New Yorkin katukuvassa kuin luulla voisi, mutta esimerkiksi kahvilaketju Starbucks näyttelee pääosaa kahviloiden joukossa. Se kattaa noin kolmanneksen koko New Yorkin kahviloista (Lehtipuu 2010, 93). Starbucksista saa suuria kuppeja hyvää kahvia ja teetä ja pienempää syötävää, kuten sämpylöitä, smoothieita ja periamerikkalaisia bageleita. Hinnat ovat normaalin kahvilan hintatasoa, mutta kahvia tilatessa on hyvä muistaa, että pieni kuppi kahvia vastaa Suomen mittakaavassa isoa kuppia kahvia. Kuten sanottu, Amerikassa kaikki on isompaa.

4 RUOKATRENDIT 2010 MATKAN TEEMANA

4.1. Trendi käsitteenä

Käsitteenä trendi kuvaa jonkin ilmiön suuntausta tai pitkällä aikavälillä yleistä kehityssuuntaa (TVA, 2007). Trendi-käsite viittaa myös muodinmukaisuuteen tai villitykseen (suomisanakirja, 2010). Tässä opinnäytetyössä käsitellään ruokatrendejä. Ruokatrendit ilmenevät muun muassa ravintoloissa ja elintarvikekaupoissa, ja meidän työssämme syvennyttään enemmän ruokatrendeihin ravintoloissa. Havainnointia tapahtui matkan aikana kuitenkin myös elintarvikekaupoissa. Ruokatrendeihin kuuluu tiettyjä ilmiöitä siitä, mitä ihmiset syövät, miten he syövät ja millaisia eettisiä ruuan valintaan liittyviä asioita ihmiset tekevät. Ruokatrendit -käsitettä rajataan siten, että kaikki mitä löytyy senhetkistä aikakauslehdistä, ei ole trendi, vaan jonkin ilmiön on oltava toistuvasti esillä eri lähteissä.

4.2. Yleiset nykytrendit palvelualalla

Länsimaissa on havaittavissa muutamia palvelualan nykytrendejä, jotka vaikuttavat ravintoloihin ja ruokatrendien kehitykseen. Koska ruokatrendit kuuluvat keskeisesti palvelualalle, niin ravintoloissa kuin elintarvikemyymälöissäkin, auttaa palvelualan nykytrendien selvittäminen ruokatrendien tulkitsemisessa ja analysoimisessa. Teos *Hospitality 2010* (Cetron, De Micco & Davies 2006, 139–156) listaa tällaisia nykytrendejä. Palvelualan nykytrendeistä vapaa-ajan vähentyminen vaikuttaa oleellisesti ravintoloissa käymiseen. Ravintoloissa halutaan nopeaa palvelua, ja tärkeää on arjesta ja työpaineista irtautuminen, rauhoittava ympäristö ja elämyksellisyys. Ravintoloissa syöminen on yhä halutumpaa itse kokkaamisen sijaan. Ravitsemuksellisen puolen seuraaminen ravintolaruussa on lisääntymässä. Erään amerikkalaisen tutkimuksen mukaan (Cetron ym. 2006, 145), yhä useampi seuraa syömiään ja vaatii ravintolaruualta terveellisyyttä. Vähähiilihydraattiset annokset ovat yhä suosituimpia ja jälkiruokien myynti on laskussa. Huomio on kiinnittynyt myös annoskoko: isot annokset ovat ”out” ja kohtuullisen kokoiset ovat ”in.”

Palvelualan nykytrendeissä on huomattavaa, miten nykyinen sukupolvi, noin 20-vuotiaat käyttäytyvät kuluttajina: he ovat koulutettuja ja sivistyneitä, taloudellisesti konservatiiveja, materialisteja ja individualisteja. Asiakkaat ovat myös yhä laatutietoisempia, joka johtuu muun muassa Internetin käytön yleistymisestä. Tuotteiden ravitsemuksellinen sisältö kiinnostaa hyvin paljon, ja parhainta laatua haetaan edullisimmalla hinnalla. Koska ravintoloiden käyttökokemuksia löytyy Internetistä hurjan paljon, pystyy asiakas erottamaan jyvät akanoista helposti. Isoja ketjuravintoloita aletaan karsastaa, mukavaa ja lämmintä ilmapiiriä arvostetaan enemmän. Laadukkaat ravintolat ovat suosittuja. Markkinarako löytyisi luksusravintoloiden ja arkisten ravintoloiden välistä, jossa tärkeintä on mukavuus, henkilökohtainen palvelu, ja se, että pääsee niin sanotusti piilopaikkaan. (Cetron ym. 2006, 139–156.)

4.3. Ruokatrendit vuonna 2010

Trendien luonteeseen kuuluu dynaamisuus: ne kestävät hetken, jonka jälkeen tulee taas uusia trendejä. Sen vuoksi vuoden 2010 ruokatrendejä ei lähdetty etsimään kirjastosta, vaan Internetistä. Yhdysvalloissa julkaistuja asiantuntijoiden laatimia ”Top 10 Food Trends 2010” -listoja löytyi helposti esimerkiksi ruoka-aiheisten aikakauslehtien Internet-sivustoilta. (Mukana oli myös top 5- ja top 20-listoja.) Listat olivat ammattilaisten laatimia. Esimerkiksi Bon Appétit -aikakauslehti oli jo ennestään tuttu ravintola-alan lehti, jota pystyi pitämään luotettavana. Sen avulla pystyi peilaamaan tuloksia muihin lähteisiin. Lukuisien eri ravintola-alan ammattilaisten top 10-listoista koottiin yhteen sellaiset ilmiöt, jotka olivat merkittävimpiä ja toistuvasti esillä.

Oletuksena ja kriteerinä ovat, että listojen laatijat ovat olleet ammattilaisia. Listaukset ruokatrendeistä valittiin seitsemästä eri Internet - lähteestä, ja niistä poimittiin useimmin toistuvat trendit, joita opiskelijat lähtisivät havainnoimaan trendien syntypaikkaan, New Yorkiin. (Ks.Trendiluettelot liite 4.)

Taulukko 1. Trendit 2010

1. "retro ruoka", nostalgia, isoäidin perinneruoka ja kotiruoka
2. "comfort food"; lohturuoka
3. gluteeniton ruoka
4. lampaanliha
5. ekologisuus ja ekonomisuus, hiilijalanjäljen pienentäminen
6. paikallinen ruoka, pientuottajien ruoka sekä luomu
7. terveellisyys
8. säilöntä, hauduttaminen/hitaasti kypsentäminen, ravintoaineiden ja alkuperäisten makujen säilyttäminen
9. etnisten maiden ruoat, kuten intialainen, afrikkalainen, itävaltalainen, latinalais-amerikkalainen keittiö
10. kasvisruoka
11. savustettu ruoka, savustettu kala
12. aamiainen ulkona "all-day breakfast"
13. burgerin "tuunaaminen"

Taulukko kuvaa yhteenvetoa keskeisimmistä ruokatrendeistä Internet -lähteiden perusteella.

5 MATKAOHJELMA

5.1. Vierailukohteet

Sen lisäksi, että opinnäytetyön tutkimusaiheena ovat ruokatrendit 2010 New Yorkissa, oli opinnäytetyötä varten tehtävä myös matkasuunnitelma, joka olisi hyvä kokonaisuus niin viihtymisen kuin oppimisenkin kannalta. Kaikki vierailukohteet eivät siksi ole niin sanotusti "vuoden 2010 trendipaikkoja." Vierailukoh-

teiksi valittiin seuraavanlaisia paikkoja: Ravintola Gordon Ramsay London Nyc-hotellissa, Union Square Greenmarket, New Fulton Fishmarket, eteläafrikkalainen ravintola Madiba, Kokkauskurssi - Cooking Local And Seasonal, Greenwich Village -tasting tour (maistelukierros kyseisessä kaupunginosassa), Four JG's Vineyards (viinitila New Jersey:ssa) ja Barbeque - ravintola Hill Country sekä aamiaisravintola EJ's Luncheonette.

Gordon Ramsayn ravintola London Nyc hotellissa valittiin vierailukohteeksi sen ajankohtaisuuden vuoksi. Gordon Ramsay on julkisuuden henkilö, ja matkasuunnitelmaan tuli valita sellaista ohjelmaa, joka kiinnostaa lähtijöitä, jotain sellaista, mitä ei pääse kokemaan Suomessa ja jonka voi kokea vain New Yorkissa. Ruoka Gordon Ramsayn ravintolassa olisi kokeilemisen arvoista siksikin, että se on huippuammattilaisten tekemää ja sen suunnittelussa on varmasti käytetty aikaa ruokatrendien parissa. Lisäksi trendien top 10-listoilla mainittiin julkkiskokit. (Ks. Liite 4.)

Union Square Greenmarket oli sopiva valinta vierailukohteeksi, koska siellä on juuri sitä, mistä paljon puhutaan. Siellä myydään pien- ja lähituottajien raaka-aineita ja luomutuotteita. Siellä olisi opiskelijoita varten myös lyhyt opastettu kierros. Kokkauskurssi olisi myös samaan aiheeseen liittyvä, se tukisi varmasti Union Square Greenmarketilla vierailua ja toisin päin. Madiba valittiin tutkimuksen kannalta siksi, että siellä tarjotaan vuoden 2010 trendiruokaa: afrikkalaista. Madibassa haastateltiin toista ravintolan omistajista, ja sieltä saatiin arvokasta haastattelumateriaalia opinnäytetyötä varten.

Greenwich Village -maistelukierros oli yksi valinnoista päiväohjelmaan siksi, että se olisi tutustumista kaupungin kulttuuriin ja samalla päästäisiin maistelemaan Greenwich Villagen parhaimpien ruokapaikkojen nimikkoannoksia. Opastetun kierroksen vierailukohteita muutetaan aina ajan mukaan, jotta mukaan valikoituisi trendikkäimpiä paikkoja. Siksi tämä valinta antaisi hyvää havainnointimateriaalia trendikkäimmistä ruokapaikoista ja -ruuista. Kierroksessa kiteytyisi paikallisen ruokakulttuurin ydin.

New Jerseyyn viinitila valittiin kohteeksi, jotta päiväohjelmaan saataisiin myös juomakulttuuria. Lähituotanto on iso trendi Yhdysvalloissa, ja nimenomaan

New Yorkissa asukkaat pitävät omista viineistään. Muualla maailmassa New Yorkin viinejä ei juoda yhtä yleisesti. Lisäksi poistuminen New Yorkin kaupungista olisi mukavaa vaihtelua suurkaupungin vilinään. Hill Country puolestaan on autenttinen Texasilainen grilliruokaa tarjoava ravintola. Grilliruoka ei ollut opinnäytetyön trendilistoilla, mutta tutustuminen perinteisiin toisi uutta näkökulmaa trendejä kartoittaessa. Niin New Jersey viinitilalla kuin Hill Countrysa haastateltaisiin ammattilaisia tutkimustyötä varten.

Lisäksi matkaohjelmaan kuului käydä New Fulton Fishmarketissa, baseballmatsissa ja aamiaisravintola EJ's Luncheonetessa. New Fulton-kalamarketti on valtava kauppaliike, joka myy tuoreita mereneläviä aamuyön tunteina. Koska New York sijaitsee valtameren rannalla, ovat merenelävät olennainen osa ruokakulttuuria. Baseball-matsi Chelsea Piers – areenalla olisi niin ruokakulttuurin kuin viihteenkin puolesta uusi tutustumisen arvoinen kohde. Siellä periamerikkalainen kulttuuri urheilun, viihteen ja pikaruokan parissa olisi omimmillaan. EJ's Luncheonette puolestaan kuuluu vuoden 2010 trendilistaan ”aamiainen ulkona.”

5.2. Matkaohjelma

Torstai 15.4.2010

Lennon oli määrä lähteä Yhdysvaltojen New Yorkiin klo 14.10. Lentokentälle saavuttaessa huomattiin, että suurin osa kotimaan lennoista on peruttu ja myös Euroopan lentoja perutaan koko ajan. Islannin tulivuoren purkauksen vuoksi suurin osa Euroopan lennoista peruttiin ja lähestulkoon kaikki lentokentät olivat kiinni torstai-iltaan mennessä. Lento New Yorkiin oli lähes viimeinen, joka lähti Helsinki-Vantaalta ennen kentän sulkeutumista. Pääasia kuitenkin, että päästiin lähtemään sovittuna päivänä, koska muuten matka olisi siirtynyt pitkälle tulevaisuuteen tulivuorenpurkauksen sotkettua lentoliikennettä melkoisesti seuraavien viikkojen aikana.

JFK:n lentokentältä siirryttiin hostellille ja hotellille ensin lentokenttäjunalla ensimmäiselle metropysäkille ja siitä metrolla kohti *Uptownia* ja *Upper West Sidea*, jossa hostelli sijaitsi. Matkalla hankittiin myös seitsemän päivän metroliput, jotta kulkeminen olisi helppoa heti ensimmäisestä päivästä lähtien. Metrolla kulkeminen osoittautui alkuun hieman ennakoitua hankalammaksi, koska jokainen metro ei pysähdy kaikilla pysäkeillä. Hostellille pääseminen tapahtui muutaman kommervengin kautta. Esimerkiksi ennakoon varatut huoneet vaihtuivat toiseen hostelliin ja toisentyyppisiksi huoneiksi.

Huoneisiin asetuttua, lähdettiin syömään lähellä sijaitsevaan meksikolaiseen ravintolaan. Kaikkien matkaväsämyksen vuoksi iltaan ei laitettu muuta ohjelmaa. Ravintola oli aika täynnä ja suurempaa ryhmää alettiin lopussa jo hieman hätistellä pois. Lisämyyntiä tehtiin koko ruokailun ajan ja palvelun taso ei ihan kohdannut odotuksia.

Perjantai 16.4.2010

Aamiainen nautittiin yhdessä *Metro Diner* –nimisessä paikassa. Kyseessä oli perinteinen amerikkalainen diner, josta sai aamupalaa, lounasta jne. koko päivän ajan. Aamiaislistalla oli perinteistä *bagelia* creme cheese:llä tai voilla, vohveleita erilaisilla täytteillä (niin suolaisilla kuin makeilla), munakokkelia ja makkaraa ja muroja. Lisäksi sai tilata tuoremehua, kahvia, teetä tai *smoothien*. Paikka oli auki yöllä yhteen asti, joten jos sattuisi illalla kotiin mentäessä nälkä yllättämään, tietäisi mihin suunnata. Annosten odotusajan kerrottiin olevan lähes tunti, mutta iso ryhmä asiakkaana sai nähtävästi aikaan sen, että annokset tulivat pöytään vartissa.

Metro Dinerista siirryttiin kohti *Union Square Greenmarketia*, joka oli päivän ensimmäinen vierailukohde. Metrotunnelin korjaustöiden vuoksi aikatalutus meni pieleen. New Yorkin metrotunneleita ja pysäkkejä uusitaan kovasti vuoden 2010 ja 2011 aikana ja se johtaa välillä reittimuutoksiin ja siihen, että jotkut linjat tai pysäkit ovat tiettyinä aikoina poissa käytöstä kokonaan. Nyt linja, jolla olisi helppoiten päässyt Union Squarelle, oli poissa käytöstä. Linjan vaihdoksen jälkeen saavuttiin lopulta Union Squarelle yli puoli tuntia sovitusta

ajasta. Amerikkalaisten ystävällisyys astui kuitenkin kuvaan tässä vaiheessa, eikä myöhästyminen tuntunut haittaavan heitä yhtään. Lyhyen kierroksen anti Greenmarketissa oli, opastettu kierros, muutaman myyjän haastattelu ja maistiaiset kojuista. Oppaana toimi amerikkalainen keski-ikäinen mies, joka työskentelee Greenmarketissa. Kierroksen päätteeksi hän lahjoitti pussin perinteisiä New Yorkilaisia *pretzeleitä* mukaan viemisiksi.

Kierroksen aikana kuultiin, että New Yorkissa sijaitseva Union Squaren Greenmarket on ollut ensimmäinen laatuaan Yhdysvalloissa ja toiminut samalla paikalla yli 30 vuoden ajan. Kyseessä on nimensä mukaisesti Greenmarket, koska kaikki alueelle tulevat myyjät ovat paikallisia tuottajia ja he myyvät omia tuotteitaan. Paikallisuuden käsite Yhdysvalloissa tosin poikkeaa hieman suomalaisesta paikallisuuden käsitteestä. Esimerkiksi New Yorkissa riittää, että 80 prosenttia tuotteen raaka-aineista on lähialueelta ja lähialueeksi lasketaan kaikki 100 kilometrin säteellä olevat paikat. Toki Yhdysvallat on myös maana huomattavasti suurempi kuin Suomi, joten paikallisuuden rajat ovat paljon venyvimpiä käsitteitä siellä maan suuruuden vuoksi ja raja vedetään hieman suuremmalle alueelle kuin Suomessa. Union Square Greenmarketin tarkoituksena on saada paikallisille tuottajille ja heidän tuotteilleen näkyvyyttä, tuoda heidät kuluttajien tietoisuuteen, jotta paikallisuuteen kiinnittäisiin enemmän huomiota ja pienemmät tuottajat voisivat saada paremmin elantonsa tuotteitaan myymällä. Lauantait ovat Greenmarketissa suurimpia päiviä niin tuottajien kuin asiakkaiden määränkin osalta. Silloin kojuja on huomattavasti enemmän ja samalla tuotteidenkin määrä on suurempi. Koska vierailu Greenmarketissa ajoittui perjantaille, oli paikallisten tuottajien ja tuotteiden valikoima hieman suppeampi, vaikka kojuja oli tuolloinkin paljon. Union Squarelta poistuttiin monta vihreää ajatusta ja muutaman kotiin viemisen verran rikkaampina.

Illalla vuorossa oli päivän toinen vierailukohde: eteläafrikkalainen ravintola Madiba Brooklynissa. Ravintola oli aika pieni, mutta viihtyisä. Seinillä oli paljon kuvia Eteläafrikkalaiseen kulttuuriin liittyen, esimerkiksi maalaus Nelson Mandelasta. Ovesta sisään tultaessa ensimmäisenä oli vastassa baaritiski, tuoleja ja pöytiä pöytä ohjaamisen odottelua varten. Samasta tilasta näki myös ravintolan puoliksi avonaiseen keittiöön. Ravintola ei ollut kovin suuri,

mutta paikan tunnelma oli rento ja mukaansatempaava. Tarjoilijat olivat paikan tyyliin sopivia, rentoja ja ystävällisiä. Musiikki oli letkeää. Ruokalistalla oli *comfort foodia* eteläafrikkalaisittain ja annokset oli koottu siten, että kaiken ruoan alla oli banaanipuun lehti. Madiba vaikutti kaikin puolin sopivalta vierailukohteelta jo nettisivujen perusteella ja paikan päällä aivan yhtä hyvältä. Ainut huono puoli oli jälleen kerran se, että koska ryhmä ei ollut pienimmästä päästä, tuli taas sellainen olo loppuvaiheessa vierailua, että olisi jo aika lähteä. Heillä oli ilmeisesti samalle illalle useampi varaus ja perjantai-illat ovat Jenny Heneganin sanojen mukaan kovin kiireisiä iltoja, mikä on täysin järkeenkäypää.

Lauantai 17.4.2010.

Aamulla suunnattiin ryhmänä WTC:n raunioille. Ground Zeroksi kutsutaan yleensä tällaisia suurtuhon kohteita, jollaiseksi myös WTC:n rauniot lasketaan. Kunnolla ei raunioita tai oikeammin maassa olevaa suurta reikää nähnyt, koska sen suojana ovat rakennustyömaan suojaseinät ja paljon rakennustelineitä. Tuhoutuneiden kaksoistornien tilalle rakennetaan uusia torneja ja niitä ollaan rakentamassa enemmän kuin kaksi.

Illaksi olivat pöydät varattuina Gordon Ramsayn ravintolassa London NYC hotellissa. Paikan pukukoodi oli *smart but casual*. Miehillä oli siis suositeltavaa puvuntakki, mutta ei pakollista. Gordon Ramsayn ravintolaan saavuttiin paikan tyyliin sopien limusiinilla. Kyseessä oli kuitenkin "once in a lifetime experience". Ravintolassa oli kaksi menu-vaihtoehtoa, kolmen tai viiden ruokalajin. Kaikki ottivat kolmen ruokalajin menun, koska jo siihen sisältyi *amuse bouche* eli ruokahalunherättäjä, pieni alkukeitto ja ennen jälkiruokaa makupaletin puhdistava pieni annos. Annokset olivat viimeisen päälle mietittyjä ja maultaan hyviä. Palvelu oli myös hyvää. Paikan taso täytti odotukset. Gordon Ramsaylla tarjottiin klassista ruokaa trendikkäillä vivahteilla. Paikasta näki sen, miten laatu kohtaa hyvän palvelun parhaimmalla vaatimustasolla.

Sunnuntai 18.4.

Sunnuntain ohjelmassa oli EJ's Luncheonette. Sunnuntai on yleisesti brunssi-päivä New Yorkissa, kertoi paikallinen mies. Paikallinen mies kertoi myös, että kyseinen paikka olisi siitä suosituimmasta päästä ja luultavasti täynnä. EJ's Luncheonette oli oikein amerikkalainen diner, jossa palvelu oli ystävällistä ja nopeaa. Ruoka oli myös amerikkalaista ruokaa perinteisimmillään: hampurilaisia, *sandwicheja*, tuhtia aamiaista makkaralla ja pekonilla ja kaikki nämä höystettynä ranskalaisilla jos niin haluaa. Ruokien hintataso oli melko sama kuin Suomessa on keskihintaisissa ravintoloissa. Päivän teemana oli amerikkalaisuus ja paikka vastasi tähän teemaan hyvin. Seuraava kohde oli *Staten Island Ferry*. Lautta kulkee esimerkiksi vapauden patsaan ohi matkallaan Staten Islandille. Lautta on ilmainen ja se sopii hyvin näkökohteeksi, koska siitä näkee New Yorkin panoraamana takaisin tullessa.

Illalla suuntana oli Laugh Lounge, joka on paikallinen komediaklubi. Liput oli varattu netin kautta ja saatu puoleen hintaan, koska ryhmä oli iso ja ulkomalaiset olivat nähtävästi hyvää yleisöä. Esiintyjiä oli kolme ja yleisöä yhteensä 16. Paikan sen iltaiset esiintyjät olivat tietoisia siitä, että yleisössä oli ihmisiä Suomesta. He ottivat ryhmän mukaan esitykseen kysellen Suomesta ja heittäen vitsiä aiheesta. Show oli hyvä ja siellä sai nauraa katketakseen. Oli kiva nähdä Stand Up:ia livenä muuallakin kuin Suomessa ja tällainen viihde oli mukavaa vaihtelua ravintolakohteille ja nähtävyyksille.

Maanantai 19.4.

Maanantaina suunnattiin *French Culinary Institute:n* vierailulle. Tarkoituksena oli kiertää paikka oppaan kera ja kuulla samalla koulun toiminnasta. French Culinary Institute sijaitsee Sohon alueella, joka on hieman parempana pidettyä aluetta. Koulu on yksityinen ja sinne voi päästä joko iltaopiskelijana työn ohessa tai kokopäiväisenä opiskelijana. Koulussa aloitetaan kokin ja tarjoilijan koulutus ihan alusta perusasioista ja edetään pikkuhiljaa vaikeampitasosiin asioihin niin ruoanlaitossa kuin tarjoilussakin. Koulutus ei ole ilmainen vaan hintaa sille tulee 40 000 dollaria. Koulutukselle voi oppaan mukaan hakea

stipendiä kaupungilta. Lisäksi sieltä valmistuu puolesta vuodessa, jos on koulussa kokopäiväisesti ja yhdeksässä kuukaudessa taas, jos on koulussa iltaisin työn ohella. Koululla on myös oma ravintola *Lécole*, joka sijaitsee rakennuksen alakerrassa katutasossa. Tämä on alallaan arvostettu koulu Yhdysvalloissa. Paikka voisi olla hyvä myös omalle urakehitykselle, jos haluaa satsata siihen rahallisesti ja haluaisi muuttaa New Yorkiin esimerkiksi vuodeksi ja käydä koulun. Kierros koulussa käsitti kaikki kolme opiskelun tasoa kolmessa kerroksessa. Kierroksen antia olivat näkymät ruoan valmistuksesta ikkunoiden takaa. Viimeisessä eli alimmassa kerroksessa sijaitsi ravintola Lécolen keittiö, jossa opiskelijat olivat töissä. Koulussa nähtiin se, kuinka muualla voidaan panostaa ravintola-alan tutkintoon hieman eri tavalla kuin Suomessa.

Illaksi oli luvassa kokkauskurssi *Institute of Culinary Education-oppilaitoksessa*. Kurssi oli matkalle lähtijöille vapaaehtoinen sen hintavuuden vuoksi. Niillä, jotka eivät aikoneet osallistua kurssille, oli ohjelmana kuvamateriaalin tuottaminen Study Touria koskevaa työtään varten. Institute of Culinary Educationiin saavuttua saatiin kuulla että kokkauskurssi oli peruttu. Kurssi olisi sopinut ohjelmaan ja trenditeemaan loistavasti, koska kurssilla oltaisi valmistettu ruokaa lähellä tuotetuista raaka-aineista ja kauden tuotteista. Koska vastaavaa kurssia ei samalle illalle löytynyt ja ohjelma oli muuten loppuviikoksi täynnä, sovittiin rahojen palautuksesta ja lähdettiin syömään kunnon burgerit. Sattumalta löytyi ravintola, joka oli rankattu New York Timesissa kaupungin parhaaksi vanhaksi ravintolaksi. Hintataso oli sopiva ja ruoka oli hyvää.

Tiistai 20.4.

Aamusta suuntasimme kohti *Greenwich Villagea* kohteenamme Tasting Tour. Olimme löytäneet Internetistä erilaisia ruokaan ja kaupunkiin liittyviä kiertoajeluja tai kävelykierroksia. Tämä oli vaikuttanut kaikista kiinnostavimmalta ja luotettavimmalta. Päästiin tutustumaan kauniiseen ja muusta kaupungista eroavaan Greenwich Villageen ja maistelemaan erilaisia perinteisiä ja vähemmän perinteisiä amerikkalaisia ruokia. Kierrokseen kuului esimerkiksi juustokauppa *Murrays Cheese Shop* ja *Home restaurant*, joka oli nimensä

mukaisesti perustettu jonkun kotiin alun perin. Lisäksi päästiin maistamaan alueen parhaita pizzaslice:a, aitoja oikeita uunituoreita suklaahippu keksejä, kiinalaista vegaaniruokaa, mozzarella-riisipalloja, ja jäätelöä. Kierros oli hintansa arvoinen ja opas varmasti yksi parhaista. Hän osasi vetää kierroksen niin, ettei kukaan tylsistynyt ja otti kaikki osallistujat huomioon. Hän tiesi meidän olevan Suomesta ja näki vaivaa opetellessaan kaikkien nimiä. Se ei kuitenkaan ihan onnistunut, joten kierroksen tuloksena olivat uudet lempiniimet. Kierros oli kattava ja samalla kun nähtiin ravintoloita ja baareja, saatiin kuulla alueen historiasta. Kierrokseen kuului vierailu aidossa vanhassa jazzluolassakin. Suomessa maisteluihin kuuluu yleensä pienet maistiaiset kaikkea, mutta New Yorkissa mentiin tässäkin maan tavalla: kaikki oli suurempaa. Maistiaispalat olivat runsaan kokoisia eikä jälkeensä tarvittu enää lounasta. Tässäkin päästiin näkemään sekä maan tavalla toteutettavaa viihdettä ruokakierroksen muodossa, että myös hieman eri tavalla toteutettua turistiviihdykettä. Suomessa ei taideta tällä tavalla yhdistellä ruokaa ja turismia. Tasting tour oli tapa loistava tutustua New Yorkin yhteen kaupunginosaan ja samalla saada uutta näkökulmaa ruokaan.

Seuraavaksi suuntana oli New Jerseyn Aberdeen. Alue oli kaunista maalaismaisemaa verrattuna New Yorkin asfalttiviidakkoon. Viinitila Four JG´s Vineyardissa vastaanottamassa oli paikan omistaja iloisesti. Hän oli mukava nainen ja ennen viinin maistelua saatiin kierros viinitilalla. Hän näytti viiniköynnöksiä, kertoi lajikkeista, joita he kasvattavat ja näytti viinisammiot. Tila oli aika pieni ja eikä se tuota isoihin tiloihin nähden kovinkaan paljon viiniä vuodessa. Ennen kurssin alkua saatiin maistiaiset tilan omasta viinistä.

Viinin maistelu-kurssille osallistui myös paikallisia. Maisteltavina oli Kalifornialaisia viinejä esimerkiksi Napa Valleyn alueelta. Maisteluun kuului samalla oppitunti viinien maistelu-tekniikasta ja siihen liittyvistä asioista, kuten viinin laadun arvioinnista. Osalle tämä oli jo tuttua koulun viinin maistelu kursseilta. Illan päätteeksi matka jatkui junalla takaisin New Yorkiin. Viinitilan omistaja toivotti tervetulleeksi uudelleen. Viinitila vierailun anti oli oikeastaan enimmäkseen itse viineistä, joita siellä maisteltiin. Myös itse viinitilan näkeminen oli hieno kokemus. Vierailu toi vaihtelua koko viikon jatkuvaan ruokaan keskitty-

miseen. Juomahan on osa jokaista ruokailua, joten tämä kohde täydensi muiden kohteiden antia.

Keskiviikko 21.4.

Tarkoituksena oli mennä New Jerseystä paluun jälkeen Bronxiin New Fulton Fish Markettiin vierailulle, mutta paikallisilta kuultiin, että Bronx ei ole turvallista aluetta öisin. Kalamarketti vierailu jätettiin siis väliin turvallisuussyistä. Viimeinen aamu ja päivä olivat vapaata aikaa, jolloin kukin sai tehdä haluamiansa asioita viimeisen päivän kunniaksi. Illalla oli varattuna bbq-maistelu Hill Countryssa. Paikka oli tunnelmaltaan kuin suoraan Texasista, mistä ravintola-konsepti on peräisin. Ravintolassa sisustus oli massiivipuisia pöytiä, paikka oli suuri, bändi soitti uudempaa kantrimusiikkia ja siellä tuoksui savulle. Savun haju tuli ravintolan omasta savustamosta, jossa esimerkiksi porsaas savustettiin itse. Haju ei kuitenkaan ollut häiritsevää vaan sopi tunnelmaan loistavasti. Savustuksessa käytettäviä halkoja oli käytetty myös sisustuselementteinä ravintolan seinillä.

Maistelu oli jälleen kerran maan tapaan suuri ja täyttävä. Saimme paikan parhaista annoksista ruhtinaalliset maistiaiset niin alku-, pää- kuin jälkiruoistakin. Yhdellä matkalaisista oli syntymäpäivä, joten hänelle järjestettiin oma jälkiruoka-annos kynttilän kera. Viimeinen ilta sujui kuitenkin hyvin ja kaikki suunnistivat tyytyväisinä nukkumaan illan päätteeksi Time Squaren kautta. Paikan antia oli ehdottomasti autenttinen tunnelma ja paikan omaleimaisuus. Lisäksi paikka ei ehkä ollut siitä trendikkäimmästä päästä, mutta se oli kuitenkin omaperäinen, mielenkiintoinen ja kertoi tarinaa maan kulttuurista.

Torstai 22.4.

Viimeisenä iltana hostellille paluun jälkeen alkoi jännitys siitä päästäkö kotiin suunnitellussa aikataulussa. Sunnuntaina komediaklubilla illan isäntänä toiminut koomikko oli vitsailut siitä, että olisimme jumissa New Yorkissa ikuisesti Islannin tulivuorenpurkauksen takia. Vielä viimeisenä iltanakaan ei

ollut varmuutta siitä päästäänkö lentämään ja koska päästään, jos päästään. Jännittyneinä käytiin nukkumaan. Valmiina oli jo varasuunnitelma sen varalta, ettei päästäisikään Suomeen sovituksessa aikataulussa. Yöllä saatiin kuitenkin vahvistus matkatoimistosta siitä, että lento lennetään Suomeen sovituksessa aikataulussa. Viimeiseksi suunnattiin yhdessä Metro Dineriin aamiaiselle, josta oli viikon aikana muodostunut jo kantapaikka.

Lentokentällä saatiin huomata, että lennon aikataulua oli kuitenkin muutettu. Sen sijaan, että se olisi lennetty aikataulussa, sen lähtöä oli siirretty aamuneljään. Syynä tähän oli se, että kone jonka olisi pitänyt olla New Yorkissa, olikin Suomessa odottamassa miehistön siirtämistä koneen olinpaikkaan. Seuraavat 14 tuntia vietettiin siis lentokentällä odotellen koneen saapumista ja lennon lähtöä. Kentällä oli aika paljon sellaisia suomalaisia, joilla ei ollut vahvistettua lippua lennolle, odottamassa pääsyä edes johonkin koneeseen. Check inin jälkeen päästiin odotelemaan lennon saapumista terminaalin toiselle puolelle. Aika kului nukkuen, syöden ja viettäen aikaa yhdessä. Koneeseen päästyä nukahtivat kaikki alta aikayksikön.

5.3. Riskianalyysi

Matkalla, jossa on mukana enemmän kuin yksi henkilö, on aina enemmän vaarana, että jokin voi mennä pieleen. Siksi on hyvä kirjata mahdolliset riskit ja analysoida matkan jälkeen, miten niiden kanssa kävi. Tässä kappaleessa käsitellään matkan mahdolliset riskit ja niiden toteutuminen. Matkasta tehtiin SWOT-analyysi, jossa luetellaan matkan vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

TAULUKKO 2. SWOT-analyysi

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kaikkien kiinnostus ruokaan ja kulttuuriin - Kaikki matkustaneet aiemmin - Matkaa varten tehty taustatyö - Porukan korkea motivaatio ja hyvä yhteishenki 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kokemattomuus matkan järjestäjinä
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oppia uutta, saada uutta ammatillista näkökulmaa - Oppia uutta ammatillisen osaamisen tueksi - Uusien asioiden tuominen käytäntöön Suomessa 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suurkaupungin vaarat - Matkaohjelmassa jonkin pieleen meno - Ryhmähenki huono - Mahdolliset onnettomuudet - Matkanvetäjinä epäonnistuminen

Matkan vahvuutena olivat ehdottomasti kaikkien matkaajien kiinnostus kulttuuriin ja ruokaan ja kaikki olivat matkustaneet aiemmin. Jokaisella matkalle lähtijöistä jompikumpi ruoasta tai kulttuurista oli lähellä sydäntä ja kellekään lento ei ollut ensimmäinen. Matkan vahvuus oli myös ennen matkaa tehty taustatyö. Taustatyöllä tarkoitetaan tässä matkaohjelman työstämistä viimeiseen asti ja sen hiomista sekä kaikkien ennakkovalmistelujen huolellista tekoa ja matkan suunnittelua. Vahvuudeksi lasketaan myös se, että kaikilla matkalle lähtijöillä oli selkeästi motivaatiota tehdä reissusta itselleen ja

muillekin hyvä. Ryhmän henki oli korkealla jo ennen matkalle lähtöä ja se vain vahvistui matkan aikana.

Heikkoutena voidaan pitää sitä, ettei kumpikaan ollut toiminut matkan järjestäjänä ennen tätä matkaa. Syynä tähän oli tietenkin se, ettei kumpikaan opiskelut matkailun restonomiksi vaan ruoka- ja ravintolapalvelujen restonomiksi. Kokemus kaikista matkan järjestämiseen liittyvistä seikoista puuttui siis kokonaan ennen matkaa.

Matkan mahdollisuudet olivat oppia uutta ruokakulttuuria ja kulttuuria muutenkin, saada uutta ammatillista näkökulmaa paikoista joihin tehtiin vierailuja ja paikoista, joissa käytiin muuten vain vapaalla ajalla ja saada ammatillista kehitystä tukevia kokemuksia. Myös se, että opittaisiin uutta koko matkan ajan ja jo ennen matkaa esimerkiksi juuri matkan järjestämisestä, lasketaan mahdollisuudeksi. Yleisesti uuden oppiminen ja kokeminen olivat matkan mahdollisuuksia. Myös se, että saataisiin tuotua jotain uutta opittua mukana matkalta Suomeen, oli ehdottomasti matkan vahvuus.

Matkan uhkiin kuului se, että suurkaupungissa riski tulla ryöstetyksi on suurempi kuin pienessä kaupungissa. Vaarallisiksi luokitellut kaupunginosat tulisi kiertää kaukaa ja liikkua siten, ettei kukaan ole yksin pimeinä aikoina. Uhkana oli myös se, että jokin menisi pieleen matkaohjelman kanssa. Vaikka aikataulut olivatkin huolellisesti suunniteltu jokaiselle päivälle, saattaisivat sellaiset itsestä riippumattomat asiat, kuten metropysäkkien remontit tai vierailujen peruuntumiset yllättävistä syistä, vaikuttaa ohjelmaan. Uhkana voidaan pitää myös sitä, että jollekin sattuisi jotain tai ryhmähenki olisi huono. Jälkimmäinen ei kuitenkaan tullut juuri kysymykseenkään, koska ryhmähenki oli hyvä siitä lähtien, kun lopulliset matkalle lähtijät olivat selvillä. Uhaksi voidaan laskea myös se, ettei osattaisi matkanjärjestäjänä pitää kaikkia lankoja käsissä reissun ajan ja homma leviäisi käsiin.

Kuinka SWOT sitten toteutui? Vahvuudet olivat kaikki paikallaan. Kaikki olivat motivoituneita reissuun ja tekemään siitä hienon matkan jokaiselle. Yhteishenki oli korkealla ja matka oli jo pelkästään sen takia hyvä. Sitä tuki auttoi se, että kaikki eivät olleet vieraita toisilleen. Matkaa varten tehty taustatyö osoit-

tautui tärkeäksi osaksi matkaa paikan päällä, onneksi asioista oli huolellisesti otettu selvää. Myös kaikkien kiinnostus ruokaan ja kulttuuriin näkyi koko matkan ajan. Vahvuudeksi osoittautui myös kaikkien hyvä englannin kielen taito. Se ei suinkaan ole itsestään selvyys, että kaikki osaisivat englantia. Onneksi matkaseurueessa kaikkien kielitaito oli kiitettävää. Se helpotti asioiden hoitoa paikan päällä ja huolta siitä, ettei kaikki pärjäisi.

Heikkoutena pidetty kokemattomuus matkan järjestäjinä ei näkynyt onneksi kovinkaan paljoa. Toki kaikki olisi varmasti sujunut kokeneemmalta henkilöltä paremmin, mutta kokemattomuuteen nähden reissun järjestäminen sujui hienosti. Välttyttiin suuremmilta erehdyksiltä ja virheiltä matkan aikana. Tietynlainen jämäkkyys päätösten teon suhteen olisi paikka paikoin voinut olla paikallaan. Tähän toki kokemus tuo oman varmuutensa.

Jokainen oppi matkan aikana varmasti uutta. Oli se sitten uusia sanoja englannin kielestä tai uutta ruokakulttuurista. Hyvä niin, koska kyse oli kuitenkin opintomatkastasta. Ainakin omaa ammatillista kehitystä matka tuki, koska vierailukohteet antoivat paljon uutta näkökulmaa ammatilliseen kehitykseen. Osa paikoista vahvisti jo omaa osaamista ja näkemystä ravintola-alasta. Suurin oppi tuli kuitenkin matkan järjestämisestä, koska sitä ei ollut tehty aiemmin. Se, että osasimme organisoida matkan kokonaisuudessaan aika onnistuneesti, oli saavutus

Uhista ei onneksi toteutunut kuin kaksi. Nimittäin metron korjaustyöt vaikuttivat aikatauluun parina päivänä. Onneksi näistä ei koitunut suurempia menetyksiä. Myös kokkauskurssin peruuntuminen ICE:ssa harmitti, mutta minkäs sille mahtoi, että opettaja oli sairastunut. Pari kertaa jämäkkyyttä matkan järjestäjänä olisi tarvittu enemmän, mutta hyvään matkaan kuuluu myös matkalaisten mielipiteiden huomioon ottaminen ja päätöksen tekoon mukaan ottaminen.

5.4. Budjetti

Kun lähdettiin suunnittelemaan matkalle budjettia, huomattiin, että matkalla tulisi olemaan paljon sellaisia kuluja, joita ei voitaisi laskea kaikille yhteisiksi.

Esimerkiksi hostellissa ei ollut mahdollisuutta aamiaiseen, joten kaikkien täytyi hankkia aamiaisensa itse ja vaikka aamiainen olisi syöty yhdessä, maksoi jokainen kuitenkin aina eri summan erilaisten annosten takia. Tästä syystä ei pystytty laskemaan budjettiin summaa kaikille menoille ja toisaalta eihän sellainen olisi isolla porukalla mahdollistakaan. Matkan budjetti muotoutui siis lähinnä pakollisten ja kaikille yhteisten menojen ympärille. Näihin kaikille yhteisiin menoihin lukeutui lennot, majoitus, metrocard seitsemäksi päiväksi, Greenwich Villagen tasting tour, junaliput New Jerseyyn, viinin maistelu New Jerseyssä, limusiinikyty Gordon Ramsayn ravintolaan ja bbq-tasting Hill Countryssa.

TAULUKKO 3. Budjetti

Study Tour 2010 New York
Budjetti, 11.4.2010

	Opiskelija	Opettaja
Majoitus, €	205,8	890
Lento, €	578,97	578,97
Kokkauskurssi, € (6 hlö)	82,4	82,4
MetroCard 7 päivää \$	26	26
Viinikurssi, \$	30	30
Tasting tour, \$, Greenwich Village	46	46
BBQ-tasting, \$, Hill Country	30	30
Junaliput New Jerseyyn \$	23,2	23,2
Limusiinikyty \$	16	16
yht. €	867,17	1551,37

Oheisessa taulukossa on laskettuna siis nämä kaikille yhteisten menojen summat. Taulukossa kaikki kustannukset ovat euroina. Dollarit on muunnettu euroiksi, jotta kustannuksista saisi paremman kokonaiskuvan, kun ne ovat kaikki samassa yksikössä. Dollarin kurssi euroon nähden oli 24. syyskuuta 2010 1,3412 (eli yhdellä eurolla sai silloin 1,3412 Amerikan dollaria) ja sen mukaan matkan kustannukset on muunnettu euroiksi. Dollarin kurssi vaihtelee lähes päivittäin, joten täysin tarkkaa kuvaa ei kustannuksista voida saada.

Alun perin matkalle laskettu budjetti oli 950 euroa, johon kuului lähinnä majoitus, lennot, koulun kansainvälisyystuki 200 euroa ja noin 50 euroa käyttörahaa per päivä. Tämä budjetti oli todella optimistinen ja ensimmäinen versio koko budjetista. Sitä ei olisi pitänyt esitellä lähtijäehdokkailla ollenkaan, koska moni luotti siihen, että matka olisi todella niin halpa ja, että kyseinen summa kattaisi kaiken. Lennot saatiin edullisesti verrattuna siihen, mitä ne olisivat voineet maksaa. Osasyynä halpoihin lentoihin oli se, ettei matkustettu sesonkiaikana, jolloin lentojen hinta on luonnollisesti korkeampi. Majoitukseenkaan ei mennyt paljoo rahaa. Suureksi menoeräksi osoittautui ulkona syöminen. Ravintoloiden ja kahviloiden hintataso oli suunnilleen samaa luokkaa kuin Suomessa ja jatkuva ulkona syöminen tuli kalliiksi. Onneksi matkaohjelmaan kuului paljon yhteistä syömistä, kuten tasting tour ja bbq-tasting, jotka oli joko jo maksettu ennakoon tai hinta oli tiedossa ennen matkaa. Juuri tämä ulkona syöminen osoittautui budjetin teon kannalta hankalaksi, koska paikallinen hintataso ei ollut tiedossa ja ei voitu arvioida sitä, kuinka paljon ja kuinka usein ulkona tultaisiin syömään. Joka tapauksessa yhdelle päivälle arvioitu 50 euron käyttöraha osoittautui heti alkujaan liian pieneksi määräksi. Lopullista ruokaan kulunutta rahamäärää ei osata arvioida ruoan tarpeen yksilöllisyyden vuoksi.

Lennot maksoivat 578,97 euroa ja majoitus oli hostellissa 208 euroa per yöpyjä. Ohjaavan opettajan majoitus oli hotellissa ja se maksoi 890 euroa seitsemältä yöltä. Hotelli ei ollut kuin kahden tähden hotelli ilman aamiaismahdollisuutta, joten majoittuminen hotellissa New Yorkissa on kallista. periaatteessa alkuperäinen ylioptimistinen budjetti piti paikkansa lentoihin ja majoitukseen asti, koska niiden jälkeen 950 eurosta jäljelle jäi 163,03 euroa. Tämä olisi kuitenkin riittänyt vain kolmelle päivälle käyttörähaksi, jos oltaisi nojattu alkuperäiseen budjettiin. Lopullisilla lähtijöillä oli kuitenkin tiedossa se, että budjetti oli raakile ja venyvä käsite. Heille riitti tiedoksi pakollisten ja yhteisten menojen summa ja kukin osasi varata rahaa reissuun sitten oman tunnon mukaan. Maksaminen hoidettiin siten, että toinen matkanjohtajista hoiti maksupuolen matkatoimiston kanssa.

5.5. Matkaohjelman ja matkan onnistuneisuus

Matkaohjelman koontiin vaikutti kiinnostuksen kohteet, yleinen tiedonhalu amerikkalaisesta kulttuurista ja tietysti opinnäytetyön tutkimuksen aihe eli ruokatrendit vuonna 2010. Kiinnostuksen kohteet pääsivät hyvin esiin ohjelmassa, koska yleinen kiinnostus ruokaan ja paikalliseen ruokakulttuuriin täytettiin erilaisten ruokaan liittyvien vierailukohteiden muodossa. Lisäksi jokaista matkan osanottajaa kiinnosti yleisesti New York ja sen tarjoamat nähtävyydet ja muut kohteet. Näihin asioihin matkaohjelmassa oli kiinnitetty huomiota, koska jokaiselle päivälle oli laitettu aikaa vapaalle kulkemiselle kohteessa ja sunnuntai oli omistettu kokonaan nähtävyyksille. Amerikkalaista ja paikallista kulttuuria pystyimme tutkimaan ja havainnoimaan koko ajan liikuttaessa kohteessa. Paikallinen tapakulttuuri tuli hyvin esille ravintoloissa ja kaupoissa. Yleinen kohteliaisuus kuuluu asiaan ja asiakaspalvelu tunnutaan osaavan paremmin kuin Suomessa. Ainoastaan ruokakauppojen kassat tekivät tässä poikkeuksen.

Ruokatrendien suhteen oltaisi voitu valita vierailukohteiksi vielä enemmän sellaisia paikkoja, joissa trendit ovat selkeämmin esillä. Esimerkiksi sellaiset paikat, jotka elävät ajan hermolla koko ajan, olisivat olleet vielä olennaisempia vierailukohteita trendien tutkimisen kannalta, mutta matkakohteiden valintaan vaikutti myös se, minne pääsi vierailulle. Kaikki paikat eivät vastanneet kyselyihin jne. Kuitenkin oppimisen kannalta oli hienoa käydä sellaisissa paikoissa, jotka ovat olleet pystyssä samalla liikeidealla monia vuosia ja ovat menestyviä yrityksiä alallaan. Niiden näkeminen ja kokeminen oli jopa antoisampaa kuin pelkkien trendien mukana kulkevien paikkojen tutkailu. Suuri oppi oli siitä, että trendejä seurataan vaikka ne eivät olekaan se liikeidean kantavin voima. Niistä poimitaan ne tärkeimmät ja omaat liikeideaan sopivat ja pysytään siten omistautuneina omille arvoille ja imagolle. Kuitenkin, jos olisimme halunneet keskittyä vielä enemmän itse tämän hetkisiin ruokatrendeihin, olisi kohteiksi pitänyt valita niitä juuri sillä hetkellä huipulla olevia paikkoja. Tällaisten paikkojen vaihtuvuus vaan on kovin suurta ja New Yorkin kokoisessa paikassa olisi voinut hyvinkin käydä niin, että vierailun kohteeksi valittu paikka, joka olisi sillä hetkellä ollut kovin in, olisi saattanut olla suljettu siinä vaiheessa, kun vierailun aika olisi ollut. Jos kaupunkiin mahtuu 25 000

ravintolaa, niin suuri vaihtuvuus ei ole ihme. Myös sellaisten paikkojen löytäminen kymmenien tuhansien ravintoloiden joukosta olisi saattanut olla aika hankalaa, jos ei tietäisi yhtään mistä etsiä.

Yleisesti matka sujui melko lailla ongelmitta. Pienet vastoinkäymiset, kuten hostellin vaihtuminen toiseen tai metron kulkemiseen liittyvät aikataulun muuttumiset, eivät vaikuttaneet matkan onnistumiseen millään tavalla häiritsevästi. Alkumatkasta metrosta ja sillä kulkemisesta selvän ottaminen vei oman aikansa, mutta se ei haitannut aikatauluja ensimmäisen parin päivän jälkeen. Metrolla kulkemisesta tuli aika suuri osa matkaa, koska sillä pääsi helpoiten liikkumaan Manhattanilla.

Matkan jälkeen matkalla olijat vastasivat palautelomakkeeseen, jotta matkan kokemukset olisivat vielä tuoreessa muistissa. Lomakkeessa kysyttiin matkan sujumisesta, ennakko-odotusten täyttymisestä ja matkanjohtamistaidoista (ks. LIITE 3). Palaute oli pää osin hyvää, mutta osa matkaajista oli sitä mieltä, että jämäkkyyttä matkanjohtamisessa puuttui joskus. Pääosin matka oli kuitenkin kaikkien mielestä onnistunut, lähtijät kokivat oppineensa myös uutta, vaikka matka itsessään oli tuntunut lomalta enemmän. Yleisesti matka siis onnistui ja oli odotusten mukainen. Pienien kömmähdysten ja esteiden vaikutus matkaan kokonaisuutena ei näkynyt. Odotukset olivat palautteiden mukaan täyttyneet suurimmaksi osin. Asioita, jotka olivat jääneet harmittamaan, olivat baseball-ottelun poisjäänti ohjelmasta ja se, että loppumatkasta osalla alkoi jo olla suurempi huoli kotiin pääsystä. Huoli lentoliikenteestä painoikin loppumatkasta, koska varmuutta siitä, lennetäänkö lento aikataulussa vai ei, ei saatu kovinkaan ajoissa. Tähän ei itse voitu vaikuttaa muuten, kuin soittelemalla lentoyhtiöön ja olemalla yhteydessä matkatoimistoon, josta vastaus lopulta saatiinkin. Lentojen varmistuminen oli aika hidasta puuhaa, vaikka niitä ilmeisesti pyrittiin päivittämään niin nopeasti kuin vain pystyivät. Tilanne oli todella epäselvä lentoliikenteen osalta koko Euroopassa.

Matkanjohtajina toki tietty jämäkkyyks on tarpeen. Aina ei voi mennä siten, että toivoo kaiken menevän vain hyvin. Joskus on oltava todella tarkat suunnitelmat ja osattava ennakoida mahdolliset vastoinkäymiset niiden välttämiseksi. Tässä olisi ollut hieman parantamisen varaa paikka paikoin.

Vierailukohteiden valintaan vaikutti aika paljon se, minne päästiin käymään. Osa paikoista ei vastannut sähköposteihin ollenkaan ja joihinkin soitettiin, jotta saatiin ihmisiä kiinni. Internetin kautta löytyi monia paikkoja, mutta niistä valitseminen olikin aika haastavaa, koska nettisivujen perusteella ei voi päätellä paikasta kaikkea. Ohjelma muotoutui kuitenkin aika hyväksi lopulta monien korjausten kautta. Aina kun joku juttu saatiin varmistettua, tuli tilalle joku toinen, jonka aikataulua täytyi korjata. Siihen kului paljon aikaa.

Jokaiseen matkaan kuuluu joku vastoinikäyminen. Omaksi virheeksi lasketta-
koon se, että toinen oli katsonut paluupäivän alun perin väärin ja varannut
torstaille liput baseball-otteluun. Tosiasiassahan silloin oltiin jo matkalla
takaisin Suomeen. Liput oli jo ostettu, mutta onneksi lipputoimistoon soitto
ratkaisi asian hyvin. Saatiin täysi rahanpalautus lippujen osalta, koska ulko-
maalaisina ei ollut mahdollisuutta tulla paikalle toiste katsomaan samaa
ottelua ja vain lisämaksu jäi maksettavaksi. Tämä harmitti kovasti, koska
kaikki olivat odottaneet peliin pääsyä. Onneksi pelin tilalle saatiin stand up-
komiikkaa sunnuntaille. Tekeväälle sattuu. Myös ravintoloissa maksaminen
osoittautui melko hankalaksi välillä. Jo ensimmäisessä ravintolassa törmättiin
Yhdysvalloissa vallalla olevaan tippi- ja verokäytäntöön. Yhdysvalloissa
tarjoilijoiden palkat ovat Suomeen verrattuna melko pieniä ja tarjoilijoille
kuuluu jättää tippiä. Yleensä tipin suuruus on jotain 15 ja 20 prosentin välillä ja
joissain paikoissa tippi on valmiiksi laskettuna laskun alalaidassa eri prosentti-
en mukaan. (Tipit Yhdysvalloissa, 2010.) Myös vero lasketaan annoksen
hintaan vasta laskutuksen yhteydessä. Suomalaisena tämä käytäntö tuntuu
hieman hassulta, koska täällähän verot ovat kaikessa valmiina hinnassa
mukana, oli sitten kyseessä ravintola tai kenkäkauppa. Lisäksi ravintoloissa
yleinen käytäntö on yhteislasku pöydälle. Tämä johti joka kerta melkoiseen
maksamishässäkään kaikkien kaivaessa rahoja omaan annokseen ja
juomiin. Aina oli korjaamista verojen ja tipin takia ja lopulta maksut olivat
hieman sekaisin.

Matka onnistui kuitenkin hyvin ja suurimmat odotukset täyttyivät. Parempaa
matkaryhmää ei oikeastaan olisi voinut toivoa, koska kaikki tulivat hyvin
toimeen keskenään ja yhdessä oli hauskaa. Lisäksi mukana ollut ohjaava

opettaja sanoi tunteneensa olonsa ryhmän jäseneksi eikä ulkopuoliseksi. Reissusta jäi kaikille hyvä mieli ja se oli matkan onnistumisen merkki.

6 HAASTATTELUT JA HAVAINNOINTI

6.1. Ruokatrendit 2010, menetelmänä haastattelut ja havainnointi

Tässä opinnäytetyössä syvennytään New Yorkin ruokatrendeihin vuonna 2010. Tavoitteena on selvittää joukko ruokatrendejä, jotka ovat keskeisimpiä vuonna 2010, sekä avata niitä pohtien syitä ja seurauksia. Ruokatrendejä on tutkittu ennen matkaa (luku 4) ja matkan jälkeen. Lisäksi työssä tutkitaan haastatteluiden avulla ravintola-alan ammattilaisten näkökulmaa ruokatrendeihin sekä trendien vaikutusta strategiseen suunnitteluun. Havainnoimalla New Yorkin matkan aikana saatiin lisää näkökulmia vuoden 2010 ruokatrendeistä. Tarkoitus oli kokea ja nähdä omin silmin, millaista ruokakulttuuri New Yorkissa on, jolloin pystyttäisiin raportoimaan pienet nyanssit ja oivallukset.

Haastatteluja oli vain kolme, jonka vuoksi haastatteluaineiston laajuus on pienimuotoinen eikä tästä tutkimuksesta selviä yhtä eksaktia tietoa tai sellaisia objektiivisia totuuksia kuin mitä esimerkiksi laajamittaisen survey-tutkimuksen kautta voisi saada. Tutkimuksen luonne muistuttaa enemmänkin pientä joukkoa tapaustutkimuksia. Matkan jälkeen päätettiin lähettää vielä kaksi lisähaastattelua. Haastattelut lähetettiin kokkauskurssin pitäjälle ICE:iin (the Institute of Culinary Education) sekä Gordon Ramsayn keittiömestarille. Näistä haastatteluista toivottiin lisää hyödyllistä materiaalia, mutta kummastakaan ei tullut vastauksia.

Haastateltavat olivat ravintola-alan ammattilaisia. Madibassa haastateltiin ravintolan toista omistajaa, Jenny Henegania, Yhdessä Jenny Henegan miehensä Mark Heneganin kanssa omistavat eteläafrikkalaistyyllisen ravintolan, joka on perustettu 11 vuotta sitten. Ravintola on suosittu ja menestyvä. Hill Countryssa, perinteisessä ja maineikkaassa Texasilaisessa Barbeque -

ravintolassa haastateltiin keittiömestaria, Fernando Marulandaa. Marulanda on työskennellyt New Yorkissa pitkään, hän on vaikuttanut eri ravintoloissa keittiömestarina ja hänellä on isot verkostot ravintolamaailmassa. Four JG's on pieni viinitila New Jerseyssä, joka järjestää lähinnä paikallisille asukkaille viinikursseja ja myy pienimuotoisesti omia viinejään. Viinitilalla haastateltiin viinikurssien luennoitsijaa, tasokkaan ravintola Nicholaksen sommelieeriä Graig Donofrioa.

Haastattelukysymykset lähetettiin sähköpostitse ennakkoon haastateltaville. (Ks. liite 5.) Kahdelta haastateltavista saatiin pitää ennakkoon mietityt vastaukset paperiversiona. Haastatteluissa käytettiin apuna nauhuria. Kysymyslistaan kuului 8 kysymystä, joissa etenimme yleisistä kysymyksistä yksityiskohdaisempiin. Tarkoitus oli saada läpileikkaus trendien vaikutuksesta ravintoloiden toimintaan New Yorkissa.

6.2. Tutkimuksen tulokset – ruokatrendit 2010

Matkan aikana ruokailtiin monessa ravintolassa ja tarkasteltiin katukuvaa, kulttuuria, ruokalistoja ja annoksia, ja havainnoitiin josko senhetkinen ruokatarjonta ja -kulttuuri vastaisivat opinnäytetyön alussa oletettuja trendisuuntauksia. (Ks. Taulukko 1.) Samalla tarkasteltiin ympäristöä myös uusia trendejä silmäillen, sellaisia jotka toisivat opinnäytetyön tietopohjaan uusia näkökulmia. Ruokatrendeistä eritellään mitä lähteissä sanotaan (seitsemän eri top trends 2010 -listaa, liite 4.) missä trendiin on törmätty matkalla ja mitä siitä on havaittu tai kerrottu haastatteluissa.

TAULUKKO 4. Ruokatrendien jakaminen ryhmiin

Ekologi- suus	Terveellisyys ja ruuan- valmistusmenetelmät	Elintarvik- keet	Etninen ruoka	Nyky aika
Hiilijalanjäl- jen pienentäminen	Isoäidin kotiruoka; retro ruoka, nostalgia	Burgerit: ”upscale and grass-fed”	Erilaiset etniset keittiöt	Aamiai- nen ulkona
Lähiruoka, pientuottajat	Vanhat ruuanlaitto- menetelmät: säilöntä, pitkään hauduttaminen	Lampaanliha	Afrikkalai- nen, itävaltalai- nen	Lohturuo- ka; ”comfort food”
Luomuruoka	Kasvisruoka	Gluteeniton ruoka	intialainen	
Sesonki- luontoinen syöminen		Savustettu ruoka, savukala		

Vuoden 2010 ruokatrendit voidaan jakaa viiteen osa-alueeseen: ekologiseen ruokaan, terveelliseen ruokaan, elintarvikkeisiin, etnisiin keittiöihin sekä nykyajan ja nyky-yhteiskunnan ruokatrendeihin.

Ekologisuus

Ekologinen ruoka trendinä sisältää muun muassa hiilijalanjäljen pienentämisen, lähituottajien ruuan sekä luomuruuan. Ekologisuus eri näkökulmista näytti olevan kuuma puheenaihe New Yorkissa. Esimerkiksi kangaskasseja suositeltiin muovipussien sijaan, ja kertakäyttöiset kahvikupit oli tehty kierrätettävästä materiaalista. Haastatteluissa ekologisuus tuli esille esimerkiksi Madibassa (Henegan), jossa meille kerrottiin, että ravintolaan pyritään hankkimaan

mahdollisimman paljon itse tuotettuja tai lähellä tuotettuja raaka-aineita. Myös Hill Countryn keittiömestari (Marulanda) oli sitä mieltä, että ekologisesti syöminen on ajankohtaista, ja esimerkiksi hän esitti sesonkiluontoisen syömisestä. Myös lehtiartikkelit ja Internet-lähteet viittaavat yhä ekologisempaan ja ekonomisempaan kuluttajakäyttäytymiseen. ”Top food trends” -listauksissa kolmessa seitsemästä oli mainittu kestävä kehitys tai ekologisuus.

New Yorkin matkalla käytiin Union Square Greenmarketilla, jossa myytävät tuotteet olivat paikallisia, pientuotettua tai luomua. Tori on auki ympäri vuoden, ja siellä myydään kaikkea kasviksista leivonnaisiin ja koristekasveista lemmikkien ruokaan, aina tietenkin sesonkien mukaan. Paikallisuus Yhdysvalloissa on kuitenkin eri asia kuin Suomessa, koska maa on suuri ja osavaltiot ovat suuria. Osavaltion sisällä tuotettu on tällöin lähiruokaa. Kaikissa kolmessa haastattelussa todettiin, että paikallisuus on ”in.” Donofrio (Four JG’s) haastattelussa kertoi, että monet ravintolat haluavat ruokalistoiltaan ilmoittaa, mistä raaka-aineet ovat peräisin, koska kuluttajat ovat valistuneita. On eri asia, onko porsaanliha viljapossua vai tehotuotettua ”stressilihaa” (Hill Country).

Myös Madibassa hyödynnetään pientuotantoa. ”Puhtaus on puoli ruokaa”; ja siksi Madiban keittiössä käytetään luomutuotteita niin paljon kuin mahdollista. Yksi heidän tarjoilijoistaan on urbaani puutarhuri. Hän kasvattaa basilikaa, syötäviä kukkia ja pippureita, josta kokit tekevät *Peri-Peri* -pippuriöljyä. Myös muut ravintolat ovat tehneet kattopuutarhoja. Knowltonin (2010, 29) mukaan Isoissa kaupungeissa on jopa 280 neliömetrin kokoisia ”kattofarmeja”, puutarhoja, joissa kasvatetaan kaikenlaista pippureista yrtteihin, tomaatteihin ja papuihin. Greenwich Village -maistelukierroksella kävimme Home Restaurant -ravintolassa, jossa hankinnat perustuvat vastuullisuuteen ja kestävästä kehityksen periaatteisiin, siksi he käyttävät vain lähituottajien raaka-aineita.

Terveellisyys

Ruuan terveellisyttä korostettiin kaikissa kolmessa haastattelussa. Kaikkien haastateltavien mielestä ihmiset ovat alkaneet tarkkailemaan enemmän, mitä he syövät. Henegan (Madiba) oli sitä mieltä, että ihmiset ovat alkaneet kiinnostua enemmän laadusta, kuin määrästä: ”Syöminen ei ole vain kimppu

ruokaa.” Ihmiset haluavat, että ruoka on laadukasta ja terveellistä. Cetron ym. (2006, 143–144) mukaan amerikkalaisista 2/3 on ylipainoisia. Siksi yhä useammat alkavat seurata syömisään kotona, mutta myös ravintoloissa syödessään. Tämä trendi on maailmanlaajuinen. Kahdessa seitsemästä ”top food trends” -listassa mainitaan ruuan terveellisyys.

Ruuasta saadaan helposti terveellisempää lisäämällä ruokavalioon kasviksia. Cetron ym. (2006, 144–145) mukaan 71 % amerikkalaisista kertoi yrittävänsä sisällyttää ruokavalioon enemmän hedelmiä ja kasviksia ja vähemmän lihaa ja leipomotuotteita. Tämän lisäksi vähähiilihydraattinen ravintolaruoka on kasvattamassa suosiotaan. Syödään esimerkiksi enemmän salaatteja ja välimerellistä ruokaa, jotka sisältävät luonnostaan enemmän kasviksia. Vuonna 2009, 3 % Yhdysvallan kansalaisista oli vegetaristeja ja 1 % vegaaneja. (Harris, 2009.) Greenwich Village -maistelukierroksella kasvisruokia käytiin maistelemassa ihanassa paikassa nimeltä Soy & Sake Village, Vegetarian cafe.

Samalla kun ruvetaan kiinnittämään enemmän huomiota ruuan terveellisyyteen, ruvetaan arvostamaan myös vanhoja ruuanlaittomenetelmiä. Halutaan ikään kuin palata vanhoihin hyviin aikoihin ja aletaan arvostaa vanhoja menetelmiä ja ruokia. Nykyaikana lama, pikaruokateollisuus sekä tuotannon keskittyminen muutaman suuren ruokayhtiön omistukseen on pistänyt ravintoloiden henkilökunnan miettimään ruuanlaiton periaatteita. Tällaisia vahoja ja perinteisiä menetelmiä ovat esimerkiksi säilöntä, hidas kypsentäminen ja hauduttaminen, sekä ruuan alkuperäisten makujen ja ravintoaineiden säilyttäminen. ”Top food trends” -listoissa niin säilöntä kuin pitkään hauduttaminenkin mainittiin kahdessa listassa seitsemästä. Haastatteluissa Marulanda (Hill Country) oli sitä mieltä, että tällaiset vanhat ruuanlaittomenetelmät, jotka ovat olleet yleisempiä noin 40–50 vuotta sitten, ovat tulleet taas suosituiksi. Union Square Greenmarketilla jututettiin Beth’s Farm Kitchenin omistajia. Heillä oli kaikkennäköistä säilöttyä, ja he kertoivat, että näin paikallisia kasviksia on saatavilla ympäri vuoden, kun ne säilötään.

Top food trends -lähteissä vanhat ruuanlaittomenetelmät liitetään usein isoäiteihin ja kotiruokaan. Ruoka on ”retroa” ja nostalgista. Isoäidit, nostalgia

tai kotiruoka mainitaankin neljässä lähteessä seitsemästä. Greenwich Village -maistelukierroksella tarjottiin erilaisia perinteisiä nostalgia-herkkuja, kuten *chocolate chip cookieseja* – suklaakeksejä sekä *”macaroni and cheese”* -amerikanherkkua, jota oli *”tuunattu”* niin, että siihen oli käytetty hieman arvokkaampia raaka-aineita. Luultavasti tällainen perinteisten hyvin ruokien *”tuunaaminen”* eli parantaminen hieman laadukkaammilla raaka-aineilla tai valmistusmenetelmien kautta parantamisella, on suosittua ravintoloissa. Adrew Knowlton heittää jopa, että lihapullat olisivat vuoden ruoka (Hottest Food Trends for 2010, 2009).

Trendikkäät elintarvikkeet

Trendikkäitä elintarvikkeita tutkimuksessa löytyi monia, mutta niistä tärkeimmiksi valittiin gluteeniton ruoka, lampaanliha, savustettu ruoka (savukala) sekä burgerit. Haastattelussa Donofrio (Four JG's) oli huomannut gluteenittoman ruuan nousseen uudeksi trendiksi. Hän oli yllätynyt gluteenittoman ruokavali-
on yleistymisestä, ja kertoi, että lähes joka ilta, ravintolassa, jossa hän työskentelee (Restaurant Nicholas) käy joku asiakas, jolla on keliakia, tai muuten gluteeniton ruokavalio. Haastattelutilanteessa pohdittiin, että onko keliakia todella lisääntynyt niin paljon vai ovatko ihmiset ruvenneet valitsemaan gluteenittoman ruuan sen terveellisyyden vuoksi ja siksi, että ihmiset ovat syöneet niin epäterveellisesti pitkän aikaa. Ihmiset, jotka sairastavat keliakiaa joutuvat noudattamaan gluteenitonta ruokavaliota. Sairauteen ei ole parannuskeinoa, vain gluteenitonta ruokavaliota noudattamalla voi vähentää oireitten ilmaantumista. Yhdysvalloissa keliakiaa sairastaa yhdestä kahteen henkilöä sadasta (celiac.org., 2010). Samalla kun keliakia on yleistynyt, ravintolat pyrkivät vastaamaan asiakkaiden tarpeeseen nauttia gluteenitonta ruokaa (gluteenfreenetwork, 2009). Vain gluteenitonta ruokaa tarjoavia ravintoloita on jo olemassa, esimerkiksi Greenwich Village -maistelukierroksella kuljettiin sellaisen ravintolan ohitse, joka tarjoaa vain gluteenitonta ruokaa.

Kolmessa lähteessä seitsemästä lammas oli lueteltu top food trendiksi. Ajankohtaisia ruuanlaittoreseptejä lampaasta löytyi muun muassa Bon Appétit -aikakauslehdistä (Bon Appetit 2010, 3). Kun ruuan terveellisyys on yksi

keskeisimmistä ruokatrendeistä, ehkä lampaanlihassa houkuttaa juuri sen terveellisyys; lampaanlihaa keuhataan sen runsaan proteiinipitoisuuden, korkean vitamiini- ja sinkkipitoisuuden ja matalan kolesterolipitoisuutensa vuoksi. Lihasta on kehitelty mureempaa ja paremman makuista kuin mitä se on ollut 20 vuotta sitten - kasvattamalla lampaita ulkoilmassa ilman aitauksia ja ilman kasvuhormoneja, sekä käyttämällä erilaisia raakakypsytysmenetelmiä. (Meat matters, Lean for Lamb, 2010.) Lammasta oli matkan aikana muun muassa Gordon Ramsayn ruokalistalla.

Marulandan (Hill Country) luetellessa tämän vuoden trendejä, savustettu ruoka ja savukala löytyivät niistä. Savustettua ruokaa oli tarjolla nimenomaan Hill Countryssa. He savustivat itse lihansa ja puut savustukseen he tilaavat Texasista asti, koska tällainen tammi (post oak) on juuri oikeanlaista puuta savustukseen: savunaromi on makeaa kuten omena tai vaahtera. ”Top food trends” -listoissa savustettu ruoka tai savukala mainittiin kahdessa lähteessä seitsemästä.

Burgerit ovat perinteinen Amerikkalainen ruoka. Marulanda (Hill Country) kertoi, että nykyinen trendi on hänen mukaansa isot hampurilaiset. Osa lähteistä viittaa ns. ”tuunattuihin” burgereihin, eli pyritään tekemään tavallista hampurilaisesta erilainen, esimerkiksi vaihtamalla raaka-aineiden laatua käyttämällä tavallisen pellolla kasvaneen karjan lihaa (*grass-fed*) ja lähituotettuja raaka-aineita. Toinen villitys on tehdä gourmet -burgereita korkeatasoisissa ravintoloissa, joissa panostetaan korkealaatuisiin raaka-aineisiin (*upscale*.) Tämä ilmiö on näkynyt myös Suomessa. Hampurilaisen välissä voi olla esimerkiksi savusiikaa ja tilli-sitruuna-kastiketta ruisleivän välissä (Sohwi, 2010). ”Top food trends” -lähteissä burgereista oltiin puolesta ja vastaan. Joidenkin mielestä burgerit trendinä on häviämässä, mutta ehkä se riippuu juuri siitä, millainen burgeri on. Ainakin siitä keskustellaan paljon.

Etninen ruoka

Erilaiset etniset keittiöt ovat ominaista New Yorkille. Siellä eri maiden keittiöitä löytyy varmasti maailman joka kolkasta. Neljässä top 10 -listassa seitsemästä

mainittiin jokin etninen keittiö, tosin etniset alueet vaihtelivat. Vaihtoehtoina olivat intialainen, afrikkalainen, itävaltalainen ja latinalaisamerikkalainen. Esimerkkinä etnisestä ruokailusta New Yorkissa oli, kun käytiin Brooklynnissa syömässä eteläafrikkalaisessa ravintolassa. Paikan toinen omistaja kertoi, että he ovat avanneet ravintolan ovet 11 vuotta sitten, jolloin trendi eteläafrikkalaisesta ruuasta syntyi. Haastateltavan (Henegan) sanoista pystyi tulkitsemaan, että he ovat olleet hyvin menestyvä ravintola alusta asti. He ovat pysyneet autenttisenä, joka on osa salaisuutta. Opintomatalla New Yorkissa tavattiin myös erään mukana olleen kollegan New Yorkissa asuva ystävä, jonka tuttava oli töissä itävaltalaisessa ravintolassa New Yorkissa. Jos Islannin tulivuorenpurkauksen vuoksi ryhmä olisi joutunut viipymään New Yorkissa kauemminkin, siellä oltaisi ehkä käyty ruokailemassa.

Nyky aika

Kaikki mitä New Yorkissa tapahtuu, esimerkiksi yhteiskunnallisesti, vaikuttaa trendien syntyyn. Kiireinen arki on vaikuttanut syömiseen. Siksi tällaisiksi trendeiksi valittiin aamiainen ulkona sekä lohturuoka. Aamiaista tarjoavia ravintoloita on New Yorkissa paljon, jonka huomasi matkasuunnitelmaa tehdessä. Joissakin niistä aamiaista pystyy nauttimaan jopa ympäri vuorokauden. Tästä tulee termi *"All-day Breakfast."* Kaupungissa, joka ei koskaan nuku, on ihmisillä aamiainen varmasti mitä erilaisimpina vuorokaudenaikoina. Yksi tavallisimmista ja perinteisimmistä brunssiravintoloista oli EJ's Luncheonette, jossa käyminen kuului matkaohjelmaan. Ennen brunssia saimme tietää, että kyseisessä paikassa saattaa olla ruuhkaa sunnuntaisin, ja aivan jonoksi asti. Tämä kertoo jo jotain sunnuntaibrunssin luonteesta New Yorkissa. Sunnuntaibrunssilla käyminen on suosittua, mutta myös arkipäivänä aamiainen syödään monesti ulkona. Erään tutkimuksen mukaan Yhdysvalloissa nopea aamiainen *"grab and go"*-tyyliin on yleistymässä työelämän vaatimusten kasvaessa. 23 prosenttia aamupaloista syödään muualla kuin kotona. (Cetron ym, 2006, 149.)

Lohturuoka tuo arkeen piristystä ja pieniä nautintoja yhä kiireisemmässä arjen rytmissä. Lohturuoka-termiä ei käytetä suomessa yhtä yleisesti kuin Ameri-

kassa, mutta lohturuualla on amerikkalaisittain muitakin merkityksiä, esimerkiksi sillä tarkoitetaan hyvää, yksinkertaisesti valmistettavaa ruokaa, johon liitetään kotoisuus ja tyytyväisyys (the free dictionary, 2009). Madibassa Jenny Henegan kertoi meille, että heidän ruokansa on nimenomaan ”comfort foodia”, ikään kuin kotiruokaa eteläafrikkalaiseen tapaan, jossa perhekeskeisyys on tärkeää. Verrattaessa länsimaisen individualismiin, tällainen kotiruokaravintola tarjoaa pakopaikkaa arjen kiireistä kotoisessa ympäristössä. (Vrt. 4.2. Yleiset nykytrendit palvelualalla.) Comfort food mainittiin top food trends -listojen mukaan viidessä lähteessä seitsemästä.

6.3. Muita trendejä

Haastatteluista selvisi myös uusia trendejä - sellaisia, jotka eivät olleet tuttuja ennen matkaa. Trendien yleisyydestä ei voi olla täysin varma, mutta haastattelut olivat vakuuttavia ravintola-alan ammattilaisia, jotka kertoivat kaikki seuraavansa ravintola-alan medioita (lehtiä, verkkosivuja yms.) aktiivisesti.

Marulanda (Hill Country) luetteli tämän vuoden trendeiksi hiilihappopitoisten juomien suosion laskemisen, eksoottiset hedelmät ja -juomat sekä induktioliedet. Ravintoloihin hankitaan yhä enemmän induktioliesiä, joka johtunee siitä, että ammattikeittiöistä halutaan yhä tehokkaampia. Oli mielenkiintoista kuulla, että hiilihappopitoisten juomien suosio olisi vähenemässä, sillä se on Amerikkalainen keksintö, amerikkalaiset ovat erilaisten limonadien suurkuluttajia, ja Coca Cola on maailman arvokkain brändi (Maailman brändikärki ennallaan, 2009). Suosion väheneminen johtunee suuryhtiöiden ruokapolitiikasta. (Ks. luku 7.3.3. Trendinä eettisyys ja ekologisuus – syitä ja seurauksia.)

Yksi trendeistä, johon emme ennen matkaa perehtyneet, mutta joka ilmeni haastatteluissa useasti, oli autenttisuus. New Yorkissa, jossa asuu ihmisiä eri puolilta maailmaa, on paljon eri kansalaisuuksia. Ihmiset haluavat ikään kuin ”karata” isossa kaupungissa paikkaan, jossa he tuntevat olonsa kotoisaksi. On esimerkiksi Chinatown ja Little Italy, pieniä kaupunginosia, joissa katukuva on kuin alkuperäisestä maasta. Etnisiä ravintoloita on lähes kaikista mahdollisista kansalaisuuksista. Esimerkiksi Hill Countryssa halutaan pitää tunnelma

sellaisena, kuin se on alkuperäisessä Hill Countryssa Texasissa, Austinissa. Yhtä lailla Madibassa pyritään luomaan sellainen tunnelma, joka Etelä-Afrikassa olisi. New Yorkissa ollaan ylpeitä siitä, että siellä on niin paljon kaikkea. ”That’s the beauty of New York”, sanoi Marulanda haastattelussa. Marulandan mielestä uusi trendi, on että luodaan jokin autenttinen ympäristö ravintolan seinien sisälle, tarjotaan tietynlaista autenttista ruokaa, palvellaan ja kohdellaan asiakkaita tietyllä tavalla ja soitetaan tiettyä musiikkia. Koko konsepti rakentuu siis jonkin tietyn idean tai tietyn maan tai alueen ympärille. Tällaisia ympäristöjä löytyy paljon nimenomaan New Yorkista.

Haastattelussa New Jerseyyn viinitilalla Donofrio kertoi, että tämän vuoden trendi olisi kohtuuhinnoitellut ruokalihat, johtuen lamasta. Seitsemän ruokalajin sijaan pystyisi valitsemaan kohtuuhintaisen kolmen ruokalajin menun. Kyseessä on taantumien aiheuttama kysynnän muutos, jolloin joudutaan laskemaan hintoja. Ihmiset haluavat maksaa kohtuullisemman hinnan ravintolaruuasta. Yleinen ajatussuunta ja trendi näyttäisivät olevan sellaisia, että mieluummin käydään vähän useammin ravintoloissa syömässä kohtuuhintaan, kuin harvoin ja kallisti.

7 HAASTATTELUTULOKSET

7.1. Trendien seuraaminen ravintola-alalla

Ensimmäinen haastattelukysymys oli, kuinka haastateltava määrittelee sanan trendi, mihin saatiin erilaisia vastauksia: Mikä tahansa, joka on uutta, ja jota ei ole ennen tehty, on trendi (Henegan). Sana trendi viittaa lyhytaikaiseen toimintamalliin asiakkaan makumieltymyksissä, ruokalistan esittämisessä, eri elementtien muotoilussa: esimerkiksi asiakas voi päättää, että syö terveellisemmin, keittiömestari käyttää tiettyjä raaka-aineita ja arkkitehti korostaa tiettyjä tyylejä ravintoloiden sisustuksessa (Donofrio). Trendi on inkliinaatio, senhetkinen tyyli, yhteiskunnallinen virtaus johonkin suuntaan. Se voi olla ikään kuin jymyjuttu, sensaatio, joka kestää hetken ja taas häviää, se vaikut-

taa asioihin ja vie niitä tiettyyn suuntaan (Marulanda). Kaikkien vastauksessa kiteytyi sama asia eri sanoin kuvailtuna, mutta ehkä täsmällisimmin sen kuvaili Marulanda.

Seuraavaksi kysyttiin, mihin lähteisiin tämän hetken trenditietous perustuu. Samaan aihepiiriin kuului myös kysymys, miten haastateltava seuraa trendejä ruoka- ja ravintola-alalla ja millä intensiteetillä, johon saimme loppujen lopuksi vastauksia jo ensimmäisen kysymyksen kohdalla. Kaikki vastasivat, että he lukevat alan lehtiä, esimerkkejä niistä olivat *Food and Wine Magazine*, *Wine Spectator* ja *Market Watch*. He lukevat myös nettiartikkeleita ja seuraavat uutisia. Henegan kertoi, että on tärkeää seurata muita ravintoloita ja sitä mitä muualla maailmassa tapahtuu, ottaa selvää mitä ihmiset haluavat, mitä he syövät ja mikä on ihmisten terveyden tila. Marulanda korosti yhteydenpitoa kollegoihin ravintolamaailmassa: vaikka alalla työskentelee paljon ihmisiä ja ravintoloita on hurjan paljon New Yorkissa, kollegoiden tunteminen ”pienentää piirejä.” Jos kaikki ovat yhteydessä toisiinsa, ei voi hävitä kilpailussa. Hän kertoi, että alalla täytyy olla hyvin valveutunut ja pitää ikään kuin eturivin paikkaa, jotta osaa ennustaa mitä seuraavaksi tapahtuu. Alalla täytyy siis koko ajan olla silmät auki, seurata ihmisten valintoja ja pitää yhteyttä muihin ravintoloihin.

Trendien seuraamisessa intensiteetti ei suoranaisesti painotu sellaisiin uusiin hittitrendeihin, jotka tulevat ja menevät. Tärkeämpää on seurata uusia keksintöjä, sellaisia, jotka parantavat ruuan laatua, palvelua tai työtapoja (Marulanda). Myös Henegan (Madiba) oli sitä mieltä, että heidän liikeideansa on niin ainutlaatuinen, uniikki, että uusia trendejä ei tarvitse seurata, mutta niitä täytyy pitää silmällä. On myös seurattava, millaisissa ravintoloissa käy eniten asiakkaita ja minkälaiset paikat ovat suosittuja. Nämä vastaukset kertovat siitä, että ammattilaisten tehtävänä on tunnistaa trendit ja hyödyntää niitä omassa ammatissaan parhaalla itse näkemällään tavalla, jotta he pysyisivät mukana kehityksessä.

7.2. Trendien vaikutus ravintolatoimintoihin

Seuraavaksi siirryttiin yleisestä trendikeskustelusta ravintolan johtamisen haasteisiin. Kysymykseen - mitä haasteita trendit tuovat työhön ja strategiseen suunnitteluun - Marulanda (Hill Country) oli sitä mieltä, että haasteet liittyvät konseptin luomiseen ja oikeiden päätösten tekemiseen. Haastavuus konseptin luomisessa syntyy siitä, että toisaalta tulee koko ajan seurata trendejä, mutta silti pitäisi valita omaan konseptiin vain sellaisia, jotka oikeasti sopivat siihen. Kaikki haastateltavat olivat tästä samaa mieltä. Marulanda jatkaa, että vaikka hullaantuisi uuteen trendiin, tulee silti pysyä rehellisenä ja tehdä valintoja harkiten, jotta konsepti pysyisi alkuperäisenä. Strategisiin päätöksiin haasteita tuovat ruokalista- ja muu hinnoittelu ja tuotteiden valinta. Liiketoiminnan tulee olla kannattavaa ja tuotteiden tulee houkutella asiakkaita. Esimerkiksi Marulanda otti *Hill Country Chicken:in*, jota yrityksessä kehitellään tällä hetkellä. (Tämän työn valmistuessa *Hill Country Chicken* on jo New Yorkilaisten maisteltavana.) On tehtävä valintoja millä keinoin halutaan erottua muista, on selvitettävä, mitkä ovat asiakkaiden tarpeet ja samalla huolehdittava, että tuote sopii liikeideaan. Uuden tuotteen kehittäminen vaatii paljon kokeiluja ja hinnoittelun suunnittelua, jotta se myy.

Myös Madibassa (Henegan) korostettiin strategisen suunnittelun haasteeksi ruokalistahinnoittelua. Hintoja suunniteltaessa on laskettava, millaisilla hinnoilla liiketoiminta on kannattavaa, mutta toisaalta on huomioitava, mitä asiakas on valmis tuotteesta maksamaan. Henegan sanoi myös, että annoskoon päättäminen on haasteellista, koska jotkin ihmiset arvostavat enemmän isoa annosta kuin ruuan laatua. Amerikan kulttuuriin kuuluu, että kaikki on suurta, mutta he ovat huomanneet, että ihmiset ovat alkaneet tarkkailla ruokavalioitaan yhä enemmän ja katsomaan mitä syövät sekä arvostamaan laatua. "The day of huge portions and just getting a lot of food is over" (Henegan). Henegan mainitsi haasteeksi myös oikeanlaisten työntekijöiden ottamisen töihin ravintolaan. Heidän pitäisi sopia ympäristöön ja olla luomassa tunnelmaa, musiikin ja valaistuksen lisäksi. Heidän tulee olla hauskoja ja muodikkaita mutta silti ammattilaisia. Tällaisen strategian takana on ajatus siitä, että selvitetään millaisessa ilmapiirissä asiakkaat mahdollisesti tahtoisivat (ravintolan oman konseptin puitteissa) viettää aikaa. Sen mukaan palkataan sopivat työntekijät, jotta he tukisivat liikeidea ja veisivät toimintaa oikeaan suuntaan.

Donofrion (Four JG's Vineyards) näkökulma strategiakysymykseen oli, että uusien trendien luominen ja kehittäminen on hyvä tapa houkutella asiakkaita, sillä monet asiakkaat etsivät ns. "uusia tuulia" (*new twist on current trends*), mutta ravintolan pitää tässä tapauksessa nimenomaan olla aikaansa edellä, jotta tämä onnistuu. Donofrion mukaan trendien seuraaminen orjallisesti kadottaa luovuuden. Liian myöhään reagoimisesta ei ole mitään hyötyä, sillä trendit tulevat ja menevät niin nopeasti. Valistuneet asiakkaat (asiakkaat, jotka syövät paljon ravintoloissa ja ovat hyvin laatu-tietoisia) eivät halua nimellisesti trendiruokaa eli sitä ei tule kutsua trendiruuuksi.

Seuraavaksi kysyttiin, kuinka paljon trendien parissa täytyy työskennellä, jotta liiketoiminta pysyisi menestyvänä, ja vaikuttaako työskentely trendien parissa asiakasmäärään. Samaan aihepiiriin kuului kysymys, tuntuuko haastateltavasta, että liiketoiminta on riippuvainen trendien seuraamisesta. Näihin kysymyksiin saatiin jo suuntaa aiemmissa kysymyskohdissa. Haastattelijat vastasivat yksimielisesti, että jos ravintola perustuu trendien seuraamiseen, ollaan jo jälkijunassa. Jos ravintolan lähtökohdat perustuvat johonkin hyvään ideaan, sitä ei kannata muuttaa. Vain parhaat ideat (trendit) kannattaa ottaa itselleen, jos näkee, että ne parantavat liiketoimintaa. Enemmän tulee olla se, joka luo trendejä, kuin se, joka seuraa niitä. Jotkut ravintoloitsijat osaavat kehittää tällaisia uusia trendejä ravintolatarjontaan, mutta siinä on paljon riskejä, koska uusia trendejä tulee ja menee. Nimellisesti trendikkäät paikat on luotu jollekin tietylle asiakasryhmälle, mutta haastateltavista Marulanda ja Henegan olivat sitä mieltä, että he työskentelevät sellaisessa ravintolassa, johon kaikki tahtovat ja voivat tulla.

Viimeiset kysymykset koskivat keittiötoimintoja. Haastateltavilta kysyttiin, kuinka syvälle liiketoimintaan trendit ovat vaikuttaneet; kuinka paljon trendit vaikuttavat ruokalistasuunnitteluun yms. Donofrio (Four JG's) vastasi, että heidän ravintolassaan (Restaurant Nicholas) pyritään käyttämään uusimpia raaka-aineita ja tekniikoita, ennen kuin ne ovat edes trendejä. He pyrkivät rakentamaan pitkäaikaisia strategioita, jonka puitteissa sovelletaan joitakin harkiten valittuja uusia trendejä. Näiden pitkäaikaisten strategioiden pohjalta ruokalistat rakentuvat. Lisäksi he koettavat pysyä tietyllä vaativuustasolla. He

pyrkivät yhdistelemään klassisia raaka-aineita, ja ajankohtaisten trendien perusteella he ottavat mukaan hieman jotain uutta.

Marulandan (Hill Country) Näkökulma oli, että asiakkaiden makuasteit ovat sen verran kehittyneitä, että he maistavat, milloin tuote on laadukas. Siksi he pyrkivät hankkimaan parhaita raaka-aineita ja osan tuotteista he tilaavat niiltä tuottajilta valmiina, jotka sen parhaiten valmistavat. Tämä kommentin takana oli mitä ilmeisimmin ajatus siitä, että oman ravintolan keittiöhenkilökunta ei saavuta korkeinta laatua joka ikisessä valmistettavassa ruuassa, ja että työskentelyvälineet ja -tekniikatkin ovat rajalliset. Siksi he hyödyntävät alan parhaita ammattilaisia ja yrityksiä (ulkoistetaan). Madibassa puolestaan ostetaan mieluummin viljapossua ja luomu-kanaa, kuin tehotuotettua lihaa. He kasvattavat omat kasvikset, jos se on vain mahdollista omassa kattopuutarhassaan.

7.3. Tulosten tarkastelu ja arviointi

Haastatteluiden onnistuneisuus

Ennen matkaa tehty lista vuoden 2010 trendeistä vastasi hyvin ammattilaisten omin sanoin analysoimia vastauksia. Yli puolet listan trendeistä esiintyi haastatteluissa. Jälkiviisaana voidaan ajatella, että lisää tietoa olisi saatu esittelemällä lista trendeistä haastateltaville ja kysyä heidän näkökulmaansa listan trendeihin. Se olisi varmasti poikanut lisää mielenkiintoista keskustelua. Toinen kysymys, joka tuli mieleen vasta matkan jälkeen, olisi ollut, että mikä on trendien kehityssuunta, ja mitä he ennustavat ravintola-alan tulevaisuuden trendeiksi. Kysymyspaperi (liite 5) olisi siis voinut olla vähän toisenlainen ja loppupuolen kysymyksiä olisi voinut tiivistää muutamaksi ytimekkääksi kysymykseksi. Silti haastatteluista saatiin mielenkiintoista ja arvokasta materiaalia tutkimukseen.

Haastattelutilanteet olivat kielitaidollisesti haastavia. Jotkin haastattelun kielellisesti vaikeista tai epäselvistä kohdista selvenivät lopullisesti vasta

nauhoitettujen haastatteluiden litterointivaiheessa. Siksi jälkepäin ajatellen, kirjallisen suunnitelman tekeminen vielä perusteellisemmin haastatteluissa etenemisestä, olisi ehkä helpottanut jännittäviä tilanteita. Suunnitelmassa olisi ollut kaikki mahdollinen asioiden esittämisestä englanniksi, haastattelun tavoitteista, ja lisäkysymyksistä. Pelkkä kysymyspaperi ei tuottanut parasta mahdollista tulosta. Jos matka tehtäisiin uudestaan, haastateltaisiin tutkimusta varten vielä useampaa keittiömestaria ja ravintolapäällikköä, jolloin haastattelumateriaaliin saataisiin vielä uusia näkökulmia.

Haastattelut olivat keskenään hyvin erilaisia. Madibassa haastattelu toteutui ravintolasalissa, pienessä odottelutilassa. Haastattelu jäi hieman kesken, koska haastateltavalle, joka oli paikan omistaja, tuli kova kiire. Pari viimeistä kysymystä jäi kysymättä, mutta mielestämme saimme hyviä vastauksia jo aikaisemmista kysymyksistä. Haastattelu Four JG's Vineyard:lla pidettiin kyseisen talon rappusilla, jossa viinikurssi pidettiin. Vastaukset saatiin valmiiksi paperille kirjoitettuna, joten siinä tilanteessa päätettiin käydä vastaukset läpi, ja esittää lisäkysymyksiä haastateltavalle, jos siihen koettiin tarvetta. Haastateltava ei ollut yhtä monisanainen kuin kaksi muuta haastateltavaa. Haastattelusta olisi saatu ehkä antoisampi, jos olisimme unohtaneet valmiin vastauspaperin kokonaan, ja käyneet kysymykset läpi kohta kohdalta. Viimeinen haastattelu (Hill Country) onnistui parhaiten. Olimme harjaantuneet edellisistä haastatteluista ja oppineet virheistä. Haastattelu toteutettiin ravintolan odotustilassa / baarissa. Alakerrassa soi live-musiikki, joka kantautui odotustilaan ja jouduimme puhumaan musiikin yli. Tunnelma oli rento, koska olimme juuri illastaneet vatsamme täyteen.

Haastatteluista saatiin kaiken kaikkiaan hyvin monipuolisia ja toisaalta haastattelijoiden kesken erilaisia vastauksia. Jokaisella haastateltavalla oli erilaiset näkökulmat ruokatrendeihin ja erilainen tapa ilmaista niitä. Ehkä kaikista rehellisimmin ja avoimimmin asiasta kertoi Marulanda. Hänen kanssaan haastattelu kesti pisimpään. Heneganin haastattelussa vastaukset olivat hyvin ympäröityjä, ja tuli tunne, ettei hän halua paljastaa kaikkea. Haastattelussa Donofrion kanssa puolestaan vastaukset tuntuivat peilautuvan oman työpaikan käytäntöjen kautta, jolloin alan aktiivinen seuraaminen ei ilmennyt yhtä hyvin kuin kahdessa muussa haastattelussa. Huomasimme kulttuurierok-

si, miten Amerikkalaisten tapa puhua eroaa suomalaisesta, he puhuvat nopeasti, he ovat hyvin itsevarmoja ja heillä on paljon mielipiteitä, joista he puhuvat avoimesti.

Ruokakulttuurin muutoksia

Yhteenvetona haastattelutuloksille voitaisiin sanoa, että ravintola-alalla työskentelevät ammattilaiset, päälliköt ja esimiehet New Yorkissa, seuraavat aktiivisesti alalla tapahtuvia muutoksia. Ala on suuri, ja erilaisia ravintoloita on pilvin pimein, joten muutos on jatkuvaa ja menestyäkseen ravintola-alan ammattilaisilta vaaditaan terävyyttä ajan hermoilla pysymisessä. Haastatteluiden perusteella ravintoloiden liiketoiminta ei ole riippuvainen trendien seuraamisesta, mutta on oltava valveutunut seuraamaan ravintolamaailman kehityssuuntaa ja muotivirtauksia. On myös pyrittävä pysymään nykyaikaisena, esimerkiksi ottamalla käyttöön parempia tapoja toimia. Trendikkyys ei ole yhtä tärkeää, kuin ajan hermoilla pysyminen. Hyvään liikeideaan perustuva toiminta, omintakeisuus ja muista erottuminen takaavat varmemmin menestyksen. Haastattelutuloksista huomattiin myös, että vuoden 2010 keskeisimmät trendit ovat ekologisuus, luomu- ja lähituottaminen, sekä terveellisesti syöminen.

Ruokakulttuurin yleinen suunta New Yorkissa näyttäisi olevan entistä terveellisempi ja eettisempi ruuan kuluttaminen, ja toisaalta asiakkaiden kasvava laatutietous asettaa tiettyjä vaatimuksia ravintoloille. Laman aiheuttama harkitsevan kuluttamisen yleistyminen vaikuttaa niin, että asiakkaat haluavat panostaa hinta-laatu-suhteeseen. Vapaa ajan väheneminen puolestaan lisää ulkona syömisen arvostamista. Kiireisen työelämän vastapainoksi halutaan mieluummin käyttää aika laadukkaasti ulkona syömiseen kuin ruuan laittamisen ja jälkien siivoamiseen itse. (Cetron ym. 2006, 155.) Alkuperäisyys, eri maiden tai alueiden keittiöt, ja niiden pohjalta luodut autenttiset ravintolat ovat suosittuja. Halutaan kokea eri makuja, eri tunnelmia, kotoisuutta missä tahansa. New York on parhain esimerkki alueesta, jossa voi tavata minkä tahansa kulttuurin edustajia. Siksi erilaiset etniset ravintolat ovat suosittuja. Ihmisiä on New Yorkin kokoisessa kaupungissa niin paljon, että jokaiselle etniselle ravintolalle riittää varmasti asiakkaita.

Ruokakulttuurin muutoksiin vaikuttaa väistämättä sen ajan muutokset, yhteiskunnalliset asiat, taloudellinen tilanne, elämäntavat ja arvot. Ruokakulttuuri ja ruokatrendit muuttuvat muun kulttuurikehityksen mukana. Huomisen päivän ruokatrendejä voi ennustaa yhtä lailla seuraamalla yhteiskunnallisia asioita, kuin ottamalla selvää, mistä asioista ihmiset kiinnostuvat ja mikä on heille tärkeää. Kun nyt ollaan kiinnostuneita tietyistä asioista, kymmenen vuoden päästä suunta voi olla aivan toinen. Tulevaisuuden ravintola-alan trendeistä voidaan tehdä erilaisia skenaarioita. Yksi suunta voisi olla yhä eettisempi ja harkitsevampi kuluttaminen. Toisaalta vaurastuminen voi tuoda yhä enemmän niin sanottua kerskakuluttamista. Kansa voi myös jakaantua selkeästi näihin kahteen ääripäähän. New Yorkissa, jossa tuloerot ovat suuret, tämä voisi olla mahdollista.

Se miten New Yorkin ruokakulttuuri eroaa muusta maailmasta, esimerkiksi Suomesta, on sen monimuotoisuus. Uusia ruokatrendejä syntyy ja kuolee jatkuvasti, kun Suomessa samat asiat tapahtuvat paljon hitaammin, koska ravintolamaailma on vielä suhteellisen uusi ja pieni. Trendit kantautuvat New Yorkista myös Suomeen esimerkiksi suomalaisten ravintola-alan ammattilaisten aktiivisuudesta käyttää Internetiä tietolähteenä tai matkustamalla eri maihin. Erilaistumiseen ei ole kuitenkaan samanlaisia mahdollisuuksia kuin New Yorkissa ja isommissa kaupungeissa. Parhaiten erilaistuminen onnistuu Suomen suurimmissa kaupungeissa, jossa kysyntää erilaisille differoiduille palveluille on eniten.

Trendinä eettisyys ja ekologisuus – syitä ja seurauksia

Haastatteluissa nykyajan ruokatrendeistä erottuu selkeästi eettisesti ja ekologisesti tuotettu ruoka, lähiruoka ja luomuruoka. Ravintoloitsijat ovat ryhtyneet tarjoamaan ruokaa yhä eettisemmin tuotetummista raaka-aineista. Tällainen trendi johtuu kysynnän muutoksesta. Puhtaan ja eettisen ruuan tuotantoa arvostetaan sen luonnonmukaisuuden vuoksi. Ihmiset ovat heränneet todellisuuteen, jossa muutamat suuret monikansalliset yhtiöt hallitsevat maanlaajuisesti raaka-aineiden tuotantoa, ja tällöin päätösvalta ruuan tuotan-

nosta on vain muutamien ihmisten hallussa. Tämän taustalla on ajatus tuottaa ruokaa tehokkaasti, nopeasti ja halvalla. (Kenner, 2009.)

Syitä valita eettisempi kuluttaminen löytyy, kun tarkastellaan esimerkiksi pikaruuan syntyä ja verrataan sitä vastaavaan luomu-tuotteeseen. Pikaruoka-teollisuus on rakennettu niin, että ruuanvalmistusketju pellolta pöytään on mahdollisimman halpaa tehotuotantoa. Karjaa kasvatetaan valtavalla volyymilä ahtaissa tiloissa ja karjalle syötetään maissia, joka saa ne lihomaan nopeasti – ja tekee elämän tukalaksi. Suurin osa Yhdysvaltain maanviljelijöistä ja karjan kasvattajista on suuryhtiöiden määräysvallan alla. Teurastamoihin ja lihanpakkausteollisuuteen otetaan työvoimaa mahdollisimman halvalla. Työtehtävät ovat mahdollisimman yksinkertaisia, ja perustuvat sarjatyöhön, jotta työntekijöille voidaan maksaa minimipalkkaa. Yhtiöt palkkaavat laittomia maahanmuuttajia Meksikosta, mutta maahanmuuttoviranomaiset eivät syytä yhtiöitä, vaan tuomitsevat laittomat työntekijät rikoksesta. Lisäksi valtion politiikka tukee tällaista toimintaa. (Kenner, 2009.)

Eettisen ruuan valintaan vaikuttaa myös sen turvallisuus. Yhdysvalloissa kolibakteeri -tartunnat ovat yleistyneet ja markkinoilta vedetään valtavia määriä saastunutta lihaa. (Kenner, 2009.) Tuotanto on niin suurta, että yksi hampurilainen voi sisältää sadan eri naudan lihaa. Kolibakteerin lisääntyminen selitetään sillä, että karjalle syötetään maissia, joka edesauttaa kolibakteerin muuttumista vaarallisemmaksi. Kun yhdessä lehmässä on kolibakteeri, se tarttuu helposti myös muihin lemiin, sillä isoissa karjatehtaissa lehmät ovat ahtaissa tiloissa ja ne tallovat lannassa. Kun ne tuodaan teurastamoon, jossa tärkeintä on kustannustehokkuus, riskit kolibakteerin leviämisestä vain kasvavat. (Kenner, 2009.) Ei ole ihme, että ihmiset ovat alkaneet arvostaa eettisesti tuotettua ruokaa. Mielikuva ruuan tuottamisesta maatilalla ja lähellä luontoa muuttuukin, kun he kiinnostuvat ruuan alkuperästä, ja alkavat etsiä tietoa siitä. He näkevät, että ruoka tulee isoista tehtaista, joissa niin eläimet kuin ihmiset ovat huonoissa oloissa.

Luomuruoka on kasvattanut osuuttaan Yhdysvaltain ruokamarkkinoilla noin 20 % vuosittain. (Kenner, 2009.) Myös ravintolat haluavat vastata asiakkaiden tarpeisiin. Viljapossua ja vapaan kanan lihaa löytyy jo monien ravintoloiden

ruokalistoilta. Ravintolat hankkivat luomukasviksia tai jopa pitävät omaa kattopuutarhaansa. Jokaisessa kaupunginosassa on oma eettinen ja ekologinen vihhermarketti. Ravintolan omalla katolla kasvatetut kasvikset ovat mitä parhaita lähiruokaa. Ehkä Yhdysvaltain ruuan tuotanto on kokemassa muutosten aikaa, ja lähitulevaisuus näyttää, mitä tuloksia muutokset saavat aikaan.

Samalla tavalla, kun lihan tehotuotantoa ruvetaan katsomaan kieroon, myös maissin tuotannon eettisyyttä kyseenalaistetaan. Palataksemme takaisin haastatteluihin, Marulanda oli sitä mieltä, että hiilihappopitoisten juomien suosio olisi vähenemässä. Syy voisi selittyä tarkastelemalla juomien ainesosaluetteloa. Ne sisältävät maissia monessa muodossa. Maissista tehdään geenimuuntelun avulla kymmeniä erilaisia muunnelmia ja lisäaineita. Suurin osa jalostetusta ruuasta sisältää maissia jossain muodossa. Maissia tuotetaan Yhdysvalloissa valtavia määriä: noin 30 % maan pinta-alasta on maissipeltoa. Yhdysvallat tuottaa maissia alle kustannushintojen, ja maissinviljelijät ovat monikansallisten yhtiöiden määräysvallan alla. (Kenner, 2009.) Todennäköisesti jokin näistä syistä tai useampi niistä vaikuttavat kuluttajien valintaan vähentää hiilihappopitoisten juomien kuluttamista. Joko geenimuuntelu tai monikansallisten yhtiöiden toimintaperiaatteet ovat niitä painavimpia syitä.

8 POHDINTA

Opinnäytetyön ja matkan suunnittelu alkoi ennen joulua 2009, kun aloimme informoida oppilaitoksemme opiskelijoita mahdollisesta opintomatkastasta. Matkasuunnitelman tarkempi järjestely alkoi uuden vuoden 2010 jälkeen, kun matkalle lähtijätkin alkoivat olla tiedossa. Opinnäytetyöksi opintomatkan järjestäminen ulkomaille vaatii matkanjärjestäjältä runsaasti aikaa matkan suunnitteluun, ja koko projekti tulee aikatauluttaa huolella. Meidän projektin etenemisen haasteena olivat juuri nämä asiat, sekä työssä käyminen opintojen ohella.

Matkasuunnitelman teko vei ison osan koko opinnäytetyön tekemisestä. Haasteena oli matkaohjelman aikataulujen sovittaminen järkeväksi kokonaisuudeksi, joka tarkoitti monesti sitä, että jos jollekin päivälle saatiin sovittua jokin tietty tapaaminen, jokin toinen suunnitelma jouduttiin perumaan. Lisäksi tuli huolehtia siitä, että trenditutkimus vuoden 2010 ruokatrendeistä kulkisi käsi kädessä matkasuunnitelman kanssa. Matkalla tuli myös saada kokea sellaisia asioita, joita juuri New York pystyisi tarjoamaan. Matkaan haluttiin sisällyttää sellaisia vierailuja, joita yksinään turistilomalla New Yorkissa ei ehkä tulisi tehtyä (esimerkiksi viinitilavierailu). Koska New Yorkia pidetään trendien syntypaikkana ja kulttuurien sulatusuunina, oli se matkakohteena oikea valinta trendien tutkimiseen.

Tutkimus vuoden 2010 ruokatrendeistä toteutettiin etsimällä ennen matkaa erilaisista aikakauslehti- sekä Internet -lähteistä materiaalia ruokatrendeistä. Näistä ruokatrendeistä koottiin yhteenveto, jonka pohjalta tutkimusta lähdettiin toteuttamaan New Yorkiin menetelmänä haastattelut ja havainnointi. Haastatteluiden tekeminen ravintoloissa olivat tutkimusmenetelmänä kiinnostava tapa tutustua ruokakulttuuriin sekä ammatillisesti hyviä oppimisen paikkoja. Haastattelukysymykset liittyivät ruokatrendien seuraamiseen ravintoloissa ja niiden vaikutuksiin ravintolan toiminnoissa. Ammatillaiset, joita haastateltiin, olivat jonkin tietyn tyylin edustajia (Etelä-Afrikka, Texas Barbeque, Fine Dine), jolloin sillä hetkellä trendikkäimmän ravintolan edustaminen ei ollut heille tärkeintä. Vertailun vuoksi oltaisi tutkimusta varten voitu haastatella myös sellaisen ravintolan henkilökuntaa, joka on nimenomaan sen hetken trendikkäimpiä paikkoja.

Vuoden 2010 trendinä voidaan pitää ekologista syömistä ja ruuan terveellisyyden korostamista. Lama on aiheuttanut muutoksen kuluttajakäyttäytymisessä, jolloin huomio on kiinnittynyt niin hintaan kuin laatuun. Ruuanlaitto- menetelmissä arvostetaan perinteitä ja vanhoja kypsennysmenetelmiä, jotka säilyttävät raaka-aineiden maut ja ravintoaineet. Isoäidin perinneruuat houkuttelevat tänä päivänä, sillä ruoka on alkuperäistä ja aitoa. Tällainen kuluttajien valistuneisuus parantaa esimerkiksi luomutuotteiden markkinoita sekä parantaa pientuottajien asemaa. Kun yhä useammat valitsevat eettisemmin ja ekologisemmin tuotetun ruoan, kasvaa sen myötä tarjontakin. Isot yhtiöt

kenties joutuvat miettimään toimintaperiaatteitaan uudelleen. Luomutuotteet ovat terveellistä ja turvallista ravintoa, joten lisääntynyt luomutuotteiden kuluttaminen edistää myös kansanterveyttä. Isoäidin perinneruokien valmistaminen itse tuoreista raaka-aineista taas vähentää lisäaineiden saantia. Ihmiset haluavat tietää, mitä ruokaan on laitettu. Siksi syödään yhä harkitummin.

New Yorkissa eri kulttuurien keittiöt eivät varmasti koskaan menetä suosiotaan. Haastatteluiden perusteella autenttisuus ravintoloissa on sellainen idea ravintolalle, joka toimii. Lähes jokainen ravintola haluaa erottua selkeästi muista. Liikeidean tulee tällöin perustua kokonaan johonkin tiettyyn alkuperäiseen, joko maahan tai alueeseen. Ravintola-alalla ei voi kuitenkaan jämähtää paikoilleen, muuten tippuu kyydistä. Siksi tällaista autenttista toimintaa tulee kehittää jatkuvasti. Ravintolan liiketoiminnassa nykyajan seuraaminen sekä tulevaisuuden ennustaminen kuuluu oleellisesti toiminnan kehittämiseen.

Idea autenttisesta ravintolasta voisi toimia myös vientituotteena Suomesta. Tällainen Suomi - gourmet voisi vallan hyvin olla vientituote, (ellei se jo ole) esimerkiksi New Yorkiin tai mihin tahansa muuhun suurkaupunkiin. Lioittelu olisi tällöin maan tavan mukaan sallittua. Samalla kun ruokatrendit muuttuvat jatkuvasti, valmistettaisiin Suomi-ravintolassa omat suomalaiset perinteet huomioon ottaen nykyaikaista ruokaa suomalaisessa miljöössä ja tunnelmassa. Suomalaisessa ruuassa on ulkomaalaista asiakasta ajatellen hyviä raaka-aineita: lihaerikoisuuksia, kuten poroa, jopa karhua, erilaisia järvikaloja, juureksia, ainutlaatuisia marjoja ja ruuanlaittoteχνikoita, kuten savustus ja eksoottisia makuja, esimerkiksi terva ja kuusenkerkkä. Ruisleipää on jo viety New Yorkiin suomalaisten perustaman leipomon kautta.

Tutkimuksesta saatuja haastattelutuloksia voidaan analysoida myös strategisen suunnittelun näkökulmasta. Sitä mukaa kun ruokamieltymykset ja -trendit muuttuvat, vaihtuvat myös ravintoloiden ruokalistat, ja toisin päin. Jonkin ravintolan idea uudenlaisesta ruokalistasta voi synnyttää uuden trendin. Se kuinka muuttuvat trendivirtaukset vaikuttavat ravintolatoimintoihin, tulisi ottaa huomioon pitkän- ja lyhyen aikavälin strategioita suunniteltaessa. Ei ole yhdentekevää, muuttuvatko ruokalistat trendien mukaan satunnaisesti, vai

muuttuvatko ne vain uusia ideoita poimien. Muutosten pohjana on oltava ravintolan oma strategia. Tärkeää on, että hyvää ja toimivaa liikeideaa ei kannata lähteä muuttamaan uusien trendivirtauksien perässä, mutta parempia tapoja toimia, ja uusia ideoita, jotka tukevat ja parantavat yrityksen toimintaa, kannattaa ottaa käyttöön. Pääasiassa on ajan hermoilla pysyminen.

Pitkän aikavälin strategiset tavoitteet asettamalla, saadaan ravintolan liiketoiminnalle selkeä suunta. Tavoitteita asettaessa tulisi huomioida, mitkä asiat ovat liiketoiminnan perusta. Tällaisia asioita ei tule muuttaa sitä mukaa, kun trendit muuttuvat. Monissa lyhyen aikavälin strategiapäätöksissä on enemmän liikkumavaraa, esimerkiksi ruokalista sallii ja vaatiikin ajoittaisia muutoksia. Parasta olisi, että trendejä seurataan aktiivisesti, jotta uudet trendikkäät vivahteet ehtisi poimia toimintaansa ennen muita. Tällainen proaktiivinen toiminta olisi trendejä seuraavan ravintolan yksi menestystekijöistä

Tämä opinnäytetyö on hyödyksi esimerkiksi, jos joku opiskelija tekee seuraavina vuosina tutkimuksen ruokatrendeistä tai matkanjärjestämisestä. Esimerkiksi jatkotutkimuksesta voisi olla esimerkiksi ruokatrendit vuonna 2011, jolloin pystyttäisiin vertaamaan tuloksia toisiinsa ja ennustamaan trendien kehityssuunta. New York on suurimpia kaupunkeja maailmassa, joten trendien syntyminen tällaisessa ympäristössä on mitä todennäköisintä. New York on myös sellainen kaupunki, jonka tapahtumia seurataan ympäri maailmaa, esimerkiksi erilaisten tv-ohjelmien kautta. Siksi ravintola-alan ammattilaiset ja huippukokit saattavat Suomessakin ottaa oppia ”ison omenan” ravintola-alan trendeistä. Internet on ehkä nopein tapa tutustua trendien syntypaikan tapahtumiin. Myös matkustamalla voi saada uusia ideoita oman ravintolan toimintaan, jolloin pääsee näkemään ja kokemaan, maistamaan ja haistamaan uudet tuulet, jotka hiljalleen saapuvat myös koti-Suomeen.

Matkan järjestämisen näkökulmasta tästä opinnäytetyöstä hyötyvät eniten ne opiskelijat, jotka eivät ole ennen matkaa järjestäneet. Oma kokemattomuus matkan järjestäjänä näkyi siten, että asiaan liittyvistä seikoista otettiin paljon selvää ja käytettiin ammattilaisten apua, jotta matkasta tulisi matkan järjestämisenkin näkökulmasta onnistunut. Matkatoimistosta saatiin todella kullannarvoista tietoa. Myös kohdemaasta otettiin selvää matkustamiseen ja maahan

pääsyyn liittyvissä asioissa, koska Yhdysvalloissa säädökset olivat paljon tiukemmat kuin esimerkiksi Espanjassa tai Ranskassa. Yleensä kokemattomuus näkyy joko huonona tai hyvänä asiana. Tässä työssä kokemattomuus matkanjärjestäjänä tarkoitti entistä perusteellisempaa paneutumista asiaan. Siitä on varmasti apua seuraavalle, joka ei ole kokenut matkanjärjestäjä. Matkanjärjestäminen ei ollut kuitenkaan opinnäytetyön tarkoitus, vaan trendien tutkiminen. Kyseessä on kuitenkin ravintola-alan restonomien opinnäytetyö, ei matkailun.

LÄHTEET

- Knowlton, A. 2010. The hot 10, Roof to table eating, Starters / restaurants. Bon Appétit 2010 4, 29.
- Bishop R. 2010. New York City. Thomas Cook Publishing. UNIpress Suomi.
- Celiac affects 1 out of 133, 2010. Celiac Disease Foundation, Raising awareness since 1990. Viitattu 19.10.2010. <http://www.celiac.org/>
- Cetron, M., De Micco, F. & Davies, O. 2006. Hospitality 2010, The Future on Hospitality and Travel. New Jersey: Pearson Education.
- Edmundson Z. & McCracken J.T. 2010. Fast, easy fresh. Condé Nast Publications. Bon Appétit 2010 3, 21.
- Gluten Free Meals a Top Ten Menu Trend for 2010, Articles and News. Glutenfreenetwork. 2009. Viitattu 20.10.2010. <http://glutenfreenetwork.com/articles-and-news/gluten-free-meals-a-top-ten-menu-trend-for-2010/>
- Harris, J. How Many Vegetarians Are There? 2009. Vegetarian Resource Group. Viitattu 18.5.2010. http://vegetariancuisine.suite101.com/article.cfm/how_many_people_are_vegetarian
- Hottest Food Trends for 2010. 2009. Bon Appétit Magazine's Andrew Knowlton Predicts Comfort Foods Will Be Among Them. New York. 29.12.2009. Viitattu 18.2.2010. <http://www.cbsnews.com/stories/2009/12/30/earlyshow/living/recipes/main6037249.shtml>
- Kattelus, M. & Häyrinen, O. 2003. Matkasuunnittelun opas 2003. Oy UNIpress Ab.
- Kenner, R., Pearlstein, E. & Roberts, K. 2009. Food Inc. Elokuva. Yhdysvallat. Magnolia Pictures. Foodincmovie.com. Viitattu 31.8. http://www.foodincmovie.com/img/downloads/Press_Materials.pdf
- Lehtipuu, M. 2010. New York, Suomalainen matkaopas. Finnish Guidebooks Oy: Keuruu.
- Maailman brändikärki ennallaan. 2009. M&M, Markkinointi & Mainonta. Talentum Oyj. Viitattu 20.5.2010. <http://www.marmai.fi/uutiset/article329956.ece?s=u&wtm=marmai-21092009>
- Meat matters, Lean for Lamb. 2010. Bon Appétit 2010 3. 40.
- Sohwi -ravintolan ruokalista. 2010. Viitattu 25.10.2010. <http://www.sohwi.fi/ruokajuoma.php?f=10&t=13>

Suomisanakirja.fi. 2010. Viitattu 9.12.2010. [Http://suomisanakirja.fi/trendi](http://suomisanakirja.fi/trendi)

The Free Dictionary by Farlex. 2009. Comfort food. Houghton Mifflin Company. Ilmainen sanakirja. Viitattu 18.5.2010.

[Http://www.thefreedictionary.com/comfort+food](http://www.thefreedictionary.com/comfort+food)

Tipit Yhdysvalloissa. 2008. Mondo.fi. Viitattu 23.9.2010.

[Http://www.mondo.fi/country_destination/153/view_tips/4401](http://www.mondo.fi/country_destination/153/view_tips/4401)

TVA Tulevaisuudentutkimuksen keskeisiä käsitteitä ja menetelmiä. 2007. LIKU opintojaksot 2007–2008, Tampereen teknillinen yliopisto. LIKU 7100, Miten tutkimme tulevaisuutta. Pdf- tiedosto, 13. Viitattu 17.5.2010.

[Http://www.tut.fi/liku/opetus/kurssit/LIKU-7100/Menetelmat.pdf](http://www.tut.fi/liku/opetus/kurssit/LIKU-7100/Menetelmat.pdf)

LIITTEET

Liite 1. Kysymyksiä matkalle lähtijöille

Kysymyksiä matkalle lähtijöille:

Oletko lentänyt aiemmin?

Oletko ennen matkustanut Yhdysvaltoihin?

Oletko ennen käynyt New Yorkissa?

Mitä odostat matkalta?

Onko sinulla toiveita matkaa varten?

Onko sinulla sellaisia sairauksia, joista meidän olisi hyvä tietää, esim. diabetes? Tämä kysymys siksi, että saadaan oikeanlaista apua nopeasti.

Liite 2. Muistilista matkalle lähtijöille

Ennen matkaa:

- ✓ Muista tehdä matkavakuutus (voi tehdä esim. matkatoimistossa)
- ✓ Muista varata matkaan käteistä rahaa
- ✓ Passikopio
- ✓ Esta-hakemus

Matkalle mukaan

- ✓ Passi.. ja hammasharja ☺
- ✓ Tärkeät paperit, matkavakuutus, esta-hakemus lentoliput ja passikopio ja ajokortti
- ✓ Käsimatkatavarana saa olla yksi laukku, joka saa painaa enintään 8 kg (mitat 55*40*20 cm)
- ✓ Tiukentuneiden turvatarkastusten takia käsimatkatavaroita ei tulisi olla kovin paljoa
- ✓ Ei teräviä esineitä käsimatkatavaroihin
- ✓ Pakkaa tärkeät paperit käsimatkatavaroihin, samoin lääkkeet
- ✓ Elektroniset laitteet käsimatkatavaroihin
- ✓ Käsimatkatavaroihin pakattavat nesteet tulee mahtua 1 litran minigrip-pussiin (esimerkiksi ripsiväri lasketaan nesteeksi)
- ✓ Aerosolit eli hiuslakka (enimmillään 200 ml pullo) tulee pakata ruumaan meneviin matkatavaroihin
- ✓ USA:n mennessä tai sieltä tullessa EI SAA kuljettaa tupakansytyttäimiä ollenkaan (tämä siltä varalta, että joku tupakoi), ellet omista USA:sta saatavaa Zip-pö-sytytintä ja kuljeta sitä sen omassa rasiassa
- ✓ Muista nimetä laukkusi hyvin, osoitelappu laukun sisä- ja ulkopuolelle selkeällä käsialalla
- ✓ Irrota matkalaukusta vanhojen lentojen tarrat, jos ne ovat vielä laukussa kiinni

Tärkeitä numeroita

- ✓ USA:ssa suunta on +1 puheluille
- ✓ Yleinen hätänumero USA:ssa 911
- ✓ Suomen suurlähetystön numero +1-202-298 5800
- ✓ New York City Subway +1 718-330 1234
- ✓ Hostel Fresh +1 212-866-1420
- ✓ Lentokenttä (JFK) +1 718-244-4444
- ✓ Taksien numeroita
 - Manhattan taxi +1(718) 633-1613
 - NYC Taxi - Yellow Cab +1(845) 877-7222
- ✓ Taksi Aberdeenissa Patsy's Car Service +1 732-566-2375

- ✓ Olympic Limousine Service Inc +1 800-822-9797

Meidän koko ryhmän puhelinnumerot

- ✓ SENSUROITU

Paikan päällä

- ✓ New Yorkin metrosta ostettavat 7 päivän MetroCardit voi ostaa metroasemilta joko kojusta tai automaatista
- ✓ Metro- ja bussikartat saatavilla esimerkiksi hosteililta
- ✓ Myös jotkut elintarvikekaupat ja uutiskoju myyvät kortteja (eivät välttämättä kaikkia korttityyppejä kuitenkaan)
- ✓ Rajattomalla kortilla ei voi maksaa kuin yhden matkan kerrallaan 18 minuutin sisään samalla asemalla, se sulkee kortin jos käyttää esim. kahdesti samalla asemalla tuon ajan sisään
 - kodittomat saattavat yrittää pumppia sinulta matkan, älä anna ilmaista matkaa!
- ✓ Koska olemme perillä 9 päivää, ostetaan viimeiset päivät kertalippuja tai Pay-Per-Ride kortti, jolle voi ladata matkoja useamman 15 % alennuksella ja samalla kortilla voi maksaa 4 matkustajaa kerrallaan

Liite 3. Kysely New York Study tour -matkan jälkeen

Mitkä ovat tunnelmat matkan jälkeen?

Mikä oli hyvää matkassa?

Mitä olisit toivonut, että olisi tehty toisin?

Mikä jäi harmittamaan?

Miten koit matkan aikataulun? (mm. päiväohjelman, vapaa-ajan suhteessa yhteiseen ohjelmaan)

Saitko matkalta eväitä ammatilliseen kehittymiseesi?

Vapaa sana!

Liite 4. Ruokatrendit New Yorkissa 2010, Internet-lähteet

(ks. taulukko 1)

Lähde: Hungry beast, 10 Food trends for 2010, 2010, Daily Beast, Blogs & Stories. Viitattu 18.2.2010 <http://www.thedailybeast.com/blogs-and-stories/2010-01-21/10-food-trends-for-2010/>

1. luomusuklaa
2. kookos (coconut water)
3. gluteeniton ruoka (esim. pasta)
4. eksoottiset sitrushedelmät
5. "nostalgic comfort food"
6. "anything pickled"
7. savustettu kala
8. pekonista tehdyt makeiset (sweets)
9. tuunattu popcorn
10. tuliset naposteltavat

Lähde: Denay's top 10 Food Trends for 2010. Viitattu 18.2.2010, <http://cookingwithdenay.com/>

1. säästäminen, taloudellisuus (frugal is fresh)
2. eläminen kestävää kehitystä edistäen (sustainable living)
3. intialainen (Indian is the new Chinese)
4. "comfort food in cafes/neighbourhood diners" (chicken vs. noodle bars are out)
5. Curry!
6. hauduttaminen, raaka-aineiden omien makujen korostaminen, terveellisyys
7. torit (farmers markets)
8. tuoreus, edullisuus, paikallisuus
9. kotona tehty ruoka, ei lisäaineita, gluteenittomuus
10. "there is no snobby Food Boss"

Lähde: Food trends 2010, 2010, guardian.co.uk., life & style, word of mouth blog, viitattu 18.2.2010, <http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/wordofmouth/2010/jan/11/food-trends-predictions-2010>

- "Less comfort food, more relaxed feel to things"
- pekoni
- ruokavalio/ ruoka-aineet, joka lisää vastustuskykyä
- lammas (burgers will be out and lamb in)
- ekologinen kuluttaminen, online-ostokset (shop green)
- ekologisuus, kierrättäminen, valistuneempi kuluttaminen, terveellisyys

- ylimääräisten hiilihydraattien karttaminen
- ruokaileminen/illastaminen ystävien luona
- afrikka (Africa will be a new eating Mecca)
- hitaasti kypsyttyminen, ravintoaineiden säilyttäminen
- viinipohjaiset drinkit, kookos (coconut water)
- musta valkosipuli (black garlic) enemmän antioksidantteja ilman haisevaa hengitystä

Lähde: Hottest Food Trends for 2010; 2009, Bon Appetit Magazine's Andrew Knowlton Predicts Comfort Foods Will Be Among Them

- vuoden ruoka: lihapullat (comforting cooking)
- Itävaltalainen keittiö vrt. saksalainen keittiö, olut, pretzel
- sriracha – tulinen mauste (vietnamista?)
- kasvisruoka (modern vegetarian)
- isoäiti on taas in – Brown Betty, bread pudding, coconut cake

Lähde: Perlik, A., 2010, R&I's top 20 Menu Trends for 2010 – US menu trends, caterersearch.com, The complete information source for hospitality, Food & Drink articles, 18.2.2010, viitattu 18.2.2010

<http://www.caterersearch.com/Articles/2010/02/18/332318/Ramp139s-20-Menu-Trends-for-2010-US-Food-Trends.htm>

1. lohdutusruoka, kotoisuus (comfort, homey)
2. Aasialainen ja Latinalaisen Amerikan keittiö
3. lounasruokailu
4. olut
5. tuunattu burgeri
6. "drugstore counter desserts"
7. kananmunat eri ruuissa
8. julkkiskokit (big name chefs)
9. kasvisruoka
10. friteeraus, uppopaistaminen
11. "fast casual fine dining"
12. ateriat, joilla on pieni hiilijalanjälki
13. aamiainen ulkona
14. paikalliset juomatuotteet (liquor goes local)
15. "coal fires up pizza"
16. savustus
17. gluteenittomuus
18. tee
19. lammas
20. purkittaminen (pickling)

Lähde: Steel, T., 2009, Epicurious predicts Top 10 Food Trends for 2010, Epicurious, celebrating food for 15 years, The Epi-log, food news and views all

over, 30.11.2009. viitattu 18.2.2010

<http://www.epicurious.com/articlesguides/blogs/editor/2009/11/epicurious-predicts-top-ten-food-trends-for-2010.html>

1. frittikana (burgerit)
2. whoopie pie, chocolate sandwich filled with marshmallow cream, carrot whoopie (mini cupcakes)
3. lammas (pork)
4. vastustuskykyä parantava ruokavalio (omega3)
5. lihanleikkaaja (mixologist)
6. kotikalja (mad-science cocktails)
7. Vancouver (Barcelona)
8. nyyttärit (viralliset koti-illalliset)
9. Sam Kass (28v) tekee ruokaa Valkoisessa talossa, kouluruokaprojektissa

Lähde: Best of the year, 2010, Bon Appétit, vol.55, nro.1.

1. Lihapullat, esim. lammas + minttu, chilimaustettu
2. Itävaltalainen keittiö – raikkaita makuja, sydämellisiä raaka-aineita
3. Sriracha – hot sauce
4. Modern vegetarian
5. All American comforts – Grandma, old-fashioned desserts
6. Getaway of the year: The foodie spa vacation

Liite 5. Kysymyslista ravintoloiden henkilökunnalle



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

We are studying in Jyväskylä University of Applied Sciences in Degree Programme in Hospitality Management. We are specializing in Services Management. We are doing our Bachelor's Thesis by the theme Food Trends 2010 in New York. We have chosen New York because of the fact that New York is considered as the place where the trends are born.

We are looking for information about Food Trends this year from professional's point of view. Answer by your own opinion and by your knowledge.

Questions about Food Trends 2010

Name and title:

How would you define the word trend?

What are the Food Trends this year? From which sources do you get your information about the latest trends?

How do you follow the trends in food industry and on what intensity?

What challenges do the trends bring to the work? What kind of challenges do the trends bring into strategic planning?

How much do you have to work with trends and in following them to keep business successful? Does the amount of work with trends reflect in the number of costumers?

Do you feel that business is dependent on following the trends?

How deeply are the trends affecting in your actions in restaurant? For example in the kitchen, in using of ingredients, purchases, in costumers service, in the level of educating the staff? If the trends don't affect, why not and if they do, why so?

How big an affect do the trends have on your menu? Are you planning your menu based on trends or on what do you base your menu if not on trends?

Thank you for your time and answers! We appreciate it!

Mari Mattila & Sanna Nurminen
Jyväskylä University of Applied Sciences
Finland