

# **Miten ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin henkilöstöravintolassa?**

Sari Viinikainen

Opinnäytetyö

Marraskuu 2020

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), Matkailu- ja palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Viinikainen, Sari	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Marraskuu 2020
	Sivumäärä 87	Julkaisun kieli Suomi
		Verkkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi <b>Miten ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin henkilöstöravintolassa?</b>		
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja palveluliiketoiminnan tutkinto ohjelma		
Työn ohjaaja(t) Tarja Viitanen		
Toimeksiantaja(t) Jyväskylän kaupunki, Kylän Kattaus -liikelaitos		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten terveellinen ja ympäristöystävällinen ruokailu onnistuu henkilöstöravintolassa. Tutkimuskysymykset olivat: haluavatko henkilöstöravintolan asiakkaat ruokailla terveellisesti ja ympäristöystävällisesti ja onko heillä edellytyksiä siihen. Tavoitteena oli myös selvittää, mitkä olivat vastuullisten ruokavalintojen suurimmat esteet, ja löytää keinoja, joilla valintoja voitaisiin helpottaa. Tutkimuksessa selvitettiin myös asiakkaiden arviota toimeksiantajan tarjoaman ruoan terveellisyydestä ja ympäristöystävällisyydestä. Koska kysely ajoittui koronapandemian aikaan, kysyttiin samalla, onko pandemia vaikuttanut heidän suhtautumiseensa ruokaan.</p> <p>Tutkimusmetodina käytettiin strukturoitua kvantitatiivista tutkimuskyselyä henkilöstöravintolan asiakkaille. Vastauksia kyselyyn saatiin 62, joka jäi tavoiteltua alhaisemmaksi, mikä johtui oletettavasti poikkeusoloista. Tarkemman käsityksen saamiseksi jatkettiin tutkimusta kvalitatiivisilla puolistrukturoidulla teemahaastattelulla neljälle terveyden ja hyvinvoinnin, ravitsemuksen, työhyvinvoinnin ja johtamisen sekä ravintolatoiminnan asiantuntijalle. Tutkimuksen teoriaosuudessa selvitettiin suomalaisten ruoankulutustottumuksia ja niiden muutostarvetta sekä henkilöstöravintolan palvelujärjestelmän kehittämistä mm. nudging-menetelmän avulla.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena kävi ilmi, että ruoan terveellisyys ja ympäristöystävällisyys oli enemmistölle vastaajista tärkeää. Terveellisen ruoan valitseminen koettiin helpommaksi kuin ympäristöystävällisen ruoan, etenkin Sydänmerkin ansiosta. Mieliteot, kiire ja tiedon puute vaikeuttivat kuitenkin valintoja. Tietoa kaivattiin etenkin ruokien alkuperästä ja ravintosisälöistä. Merkkien, värikoodien ja tuotesijoittelun arveltiin myös helpottavan vastuullisia valintoja. Johtopäätöksenä tutkimuksesta tärkeimmiksi kehittämiskohteiksi muodostuivat tarvittavan informaation esittäminen sekä palveluympäristön muotoilu tukemaan asiakasohjausta. Näiden pohjalta tehtiin käytännönläheisiä kehittämisehdotuksia henkilöstöravintolalle.</p>		
Avainsanat ( <a href="#">asiasanat</a> ) Henkilöstöravintola, ruokavalinnat, terveellinen ruoka, ympäristöystävällisyys, tuuppaus		
Muut tiedot		

Author(s) Viinikainen, Sari	Type of publication Bachelor's thesis	Date November 2020 Language of publication: Finnish
	Number of pages 87	Permission for web publication: x
Title of publication <b>How to direct customers to responsible choices in a staff restaurant?</b>		
Degree programme Degree programme in Hospitality Management		
Supervisor Viitanen, Tarja		
Assigned by Kylän Kattaus public utility company in Jyväskylä		
Abstract  <p>The purpose of the thesis was to find out how healthy and environmentally friendly eating is possible in a staff restaurant. The research questions were whether customers want to eat healthy and environmentally friendly food and if they are able to do so. The goal was also to identify the biggest obstacles and find ways to make the choices easier. The study also wanted to find out about the healthiness and environmental friendliness of the food provided. Since the survey was timed during the Covid 19 pandemic, the goal was also to find out whether the pandemic has influenced customers' attitude towards food.</p> <p>The research method used was a structured quantitative research survey of staff restaurant customers. The number of responses to the questionnaire was 62, which was lower than targeted, presumably due to the exceptional circumstances. To gain a more detailed understanding, the study was continued with qualitative semi-structured thematic interviews of four experts in health and well-being, nutrition, well-being at work and management, and restaurant operations. The theoretical part of the study examined the food consumption habits of Finns and their need for change, as well as the development of the staff restaurant's service system, e.g. using the nudging method.</p> <p>The study showed that the healthiness and environmental friendliness of food were important to most respondents. Choosing healthy food was found to be easier than choosing eco-friendly food, especially thanks to the Heart Label. However, cravings, rush and lack of information made the choices difficult. Information was especially needed on the origin and nutritional content of foods. Signs, color codes and product placement were also thought to facilitate responsible choices. In conclusion, the most important areas for development in the study were the presentation of the necessary information and the design of the service environment to support customer guidance. Based on these, practical development proposals were made for the staff restaurant.</p>		
Keywords/tags ( <a href="#">subjects</a> ) staff restaurant, dietary habits, healthy food, eco-friendliness, nudging		
Miscellaneous		

## Sisältö

<b>1 Johdanto</b> .....	<b>3</b>
<b>2 Tutkimusasetelma</b> .....	<b>5</b>
2.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset .....	5
2.2 Tutkimusote .....	6
2.3 Aineiston keruu- ja analysointimenetelmät.....	9
2.4 Luotettavuusvarmistus.....	15
2.5 Toimeksiantajan esittely .....	16
<b>3 Vastuulliset ruokavalinnat henkilöstöravintolassa</b> .....	<b>19</b>
3.1 Suomalaisten ruokailutottumukset ja ruokavalinnat.....	25
3.2 Nudging eli tuuppaamalla parempiin valintoihin.....	31
3.3 Palvelujärjestelmän kehittäminen asiakaslähtöisesti .....	40
<b>4 Tutkimuksen toteutus ja tulokset</b> .....	<b>50</b>
4.1 Asiakaskyselyn tulokset ja analysointi .....	52
4.2 Asiantuntijahaastattelut ja analysointi .....	61
<b>5 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset</b> .....	<b>65</b>
<b>6 Pohdinta</b> .....	<b>69</b>
<b>Lähteet</b> .....	<b>74</b>
<b>Liitteet</b> .....	<b>82</b>
Liite 1. Asiakastutkimuskyselyn saate .....	82
Liite 2. Asiakastutkimuskyselylomake .....	83
Liite 3. Haastattelukysymykset.....	86

## Kuviot

Kuvio 1. Tutkimussuunnitelman Mind Map .....	6
Kuvio 2. Kasvisruoan tarjoilupiste .....	17
Kuvio 3. Salaattibuffet kilohinnoitteluperiaatteella.....	17
Kuvio 4. Esimerkki ruoka-annoksesta.....	18
Kuvio 5: Naudanlihalla on suurin hiilijalanjälki – mutta saman ruoan vaikutus voi vaihdella merkittävästi .....	24
Kuvio 6. Kasvien, hedelmien ja marjojen syönti .....	27

Kuvio 7. Energiaravintoaineiden laatu ja määrä .....	27
Kuvio 8. Sydänmerkkiaterian asiakasopasteita .....	29
Kuvio 9. Arvioitu kalorimäärän väheneminen päivittäin .....	39
Kuvio 10. Asiakkaan palvelupolku henkilöstöravintolassa.....	42
Kuvio 11. Ravintosisältö- ja aineosatietojen ilmoittaminen e-ruokalistassa .....	44
Kuvio 12. Ympäristöystävällisyyden ja terveellisuuden tärkeys ikäryhmittäin .....	53
Kuvio 13. Ympäristöystävällisyyden ja terveellisuuden tärkeys ammattiryhmittäin ...	54
Kuvio 14. Yhteenveto: Mikä estää sinua ruokailemasta terveellisesti ja ympäristöystävällisesti? .....	55
Kuvio 15. Yhteenveto: Mikä auttaisi sinua parempiin valintoihin? .....	56
Kuvio 16. Vastauksen ikäryhmittäin: Mikä auttaisi sinua parempiin valintoihin? .....	57
Kuvio 17. Vastaukset ammattiryhmittäin: Mikä auttaisi sinua parempiin valintoihin? .....	58

## **Taulukot**

Taulukko 1. Tunnetuimmat elintarvikepakkauksista löytyvät merkit .....	45
--	----

## 1 Johdanto

Maailman ruokajärjestelmän kestävyys on koetuksella. Nykyisillä tuotanto- ja kulutustavoilla ruokaa ei riitä alati kasvavalle väestömäärälle. Toisaalta ruokaa heitetään hukkaan valtavasti ja toisaalta väestö kärsii aliravitsemuksen ja virheellisen ravitsemuksen aiheuttamista sairauksista. Ilmastonmuutos etenee ja aiheuttaa ongelmia ruokaturvalle. Tässä joukko globaaleja ruokaan liittyviä päivänpolttavia teemoja, joita olemme käsitelleet kestävän gastronomian opinnoissa.

Tilanteen korjaamiseksi tarvitaan kaikkien ruokajärjestelmän toimijoiden panostuksia sekä globaalilla että paikallisella tasolla. Jyväskylän kaupunki on määritellyt strategiansa kärjiksi mm. osallistuvat ja hyvinvoivat asukkaat sekä resurssien viisaan käytön. Tavoitteena on lisätä asukkaiden hyvinvointia sekä tehdä kestäviä, eettisiä ja innovatiivisia hankintoja ja edistää resurssiviisasta liiketoimintaa. (Kaupunkistrategia 2017). Myös Jyväskylän kaupungin ruokapalvelun liikelaitos Kylän Kattaus, joka toimii tutkimuksen toimeksiantajana, on strategisissa linjauksissaan asettanut yhdeksi painopisteeksi resurssiviisaan ja eettisen toiminnan sekä menestyksen reseptiksi olla arvostettu ja kilpailukykyinen terveyden ja hyvinvoinnin edistäjä (Strategiset linjaukset, Kehittämistoimenpiteet vuonna 2019–2020, 2018, 2).

Ruoantuotanto ja -kulutus on yksi merkittävä ympäristöön ja ihmisen hyvinvointiin vaikuttava seikka. Tietoa ruoan, ravitsemuksen ja ympäristön vaikutuksista on saatavana enemmän kuin koskaan, silti väestö voi huonosti. Epäterveellistä, epäeettistä ja halpaa ruokaa tarjotaan kuluttajille kauniisti kuorrutettuna vedoten aisteihin ja tunteisiin. Kiusausten vastustaminen voi olla vaikeaa, sillä ruokaa on tarjolla kaikkialla. Miten tavalliset työssäkäyvät ihmiset voisivat muuttaa ruokailuaan terveellisemmäksi ja ympäristöystävällisemmäksi? Onko ihmisillä riittävästi tietoa vastuullisten valintojen tueksi? Pystyvätkö he toimimaan arjessa hyvien tavoitteidensa mukaisesti vai kulkevatko autopilotilla tuttua polkua? Tästä syntyi opinnäytetyöni aihe, miten voimme ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin henkilöstöravintolassa?

Miten ongelma ratkaistaan? Mitä tulee huomioida, jotta asiakkaiden valintoja voitaisiin ohjata oikeaan suuntaan? Ihminen tekee päivittäin arviolta yli 200 ruokaan liittyvää päätöstä, joista vain murto-osa on omia rationaalisia valintoja. Koska päätöksiä on paljon ja ne ovat arvoltaan suhteellisen pieniä, ei niihin käytetä runsaasti aikaa tai vaivaa. Valinnoilla on kuitenkin merkitystä pitemmällä tähtäimellä sekä oman että ympäristön hyvinvoinnin kannalta. Opintoissani tutustuin asiakaslähtöisiin palvelujärjestelmien kehittämiskeinoihin. Kuulin myös nudging-menetelmästä, jonka tavoitteena on tuupata ihmisiä heille itselleen ja ympäristölle parempiin valintoihin. Tietoa terveellisestä ja ympäristöystävällisestä ruoasta on saatavilla runsaasti, mutta miten viedä tieto käytännön toiminnaksi? Mitkä olisivat siihen tehokkaimmat ja vaikuttavimmat keinot?

Lähestyin tutkimusaihetta työni ja asiakkuuden kautta tutun ympäristön, sairaalan henkilöstöravintolan näkökulmasta. Sairaala on ympäristö, jossa paitsi parannetaan sairauksia, myös tuotetaan tietoa ja tutkimusta sairauksien ehkäisemiseksi ja hyvinvoinnin edistämiseksi. Ihmisten hyvinvoinnin kulmakivet ovat ravitsemus, liikunta, uni ja palautuminen sekä sosiaaliset suhteet. Myös ympäristön merkitys nousee näiden rinnalle, kun erilaiset ympäristöongelmat kuten ilmansaastuminen, luonnonkatastrofit ja maapallon olosuhteiden muuttuminen tulevat heikentämään ruokaturvaa ja ruoan ravitsemuksellista laatua sekä riittävyttä.

Tutkimus liittyy ravitsemuksen, ruoka- ja ravitsemusliiketoiminnan sekä kestävän kehityksen teemoihin. Siinä keskitytään asiakasnäkökulmaan ja tutkitaan, pitävätkö asiakkaat ruoan vastuullisuutta tärkeänä ja miten heidän vastuullisia valintojaan voitaisiin tukea henkilöstöravintolassa. Tutkimuksessa ei oteta varsinaisesti kantaa henkilöstöravintolan valikoimaan, vaan keskitytään asiakkaiden ohjaamiseen. Terveelliseen ja ympäristöystävälliseen ruokaan viitataan yleisellä tasolla eikä niitä eritellä tarkemmin. Tutkimuksen tavoitteena on lisätä hyvinvointia pitkällä tähtäimellä sekä yksilö- että yhteisötasolla. Jos asiakkaita pystytään ohjaamaan vastuullisempiin valintoihin henkilöstöravintolassa, voi vaikutus laajentua myös heidän vapaa-aikansa valintoihin ja läheistensä hyödyksi.

## 2 Tutkimusasetelma

Tutkimusasetelmaan sisältyvät tutkimusongelman ja -kysymysten määrittely, tutkimusotteen valinta, aineiston keruumenetelmät ja analysointi, luotettavuusvarmistus sekä toimeksiantajan esittely.

### 2.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Hyvä tutkimusongelma on yksiselitteinen ja selkeä. Teoria antaa tutkittavalle ilmiölle perspektiiviä ja tiivistää sitä sisältäen keskeisen tiedon aiheen tutkimuksista ja kirjoitetusta aineistosta. Se antaa kerätylle aineistolle ja analyysille näkökulmia, tulkintoja ja lisäkysymyksiä. Tutkijan havainnot ja löydökset aineistosta ”keskustelevat” teoreettisen aineiston kanssa. Tutkijan tulee tunnistaa omat asenteensa ja uskomuksensa, etteivät ne vaikuta liikaa tutkimukseen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

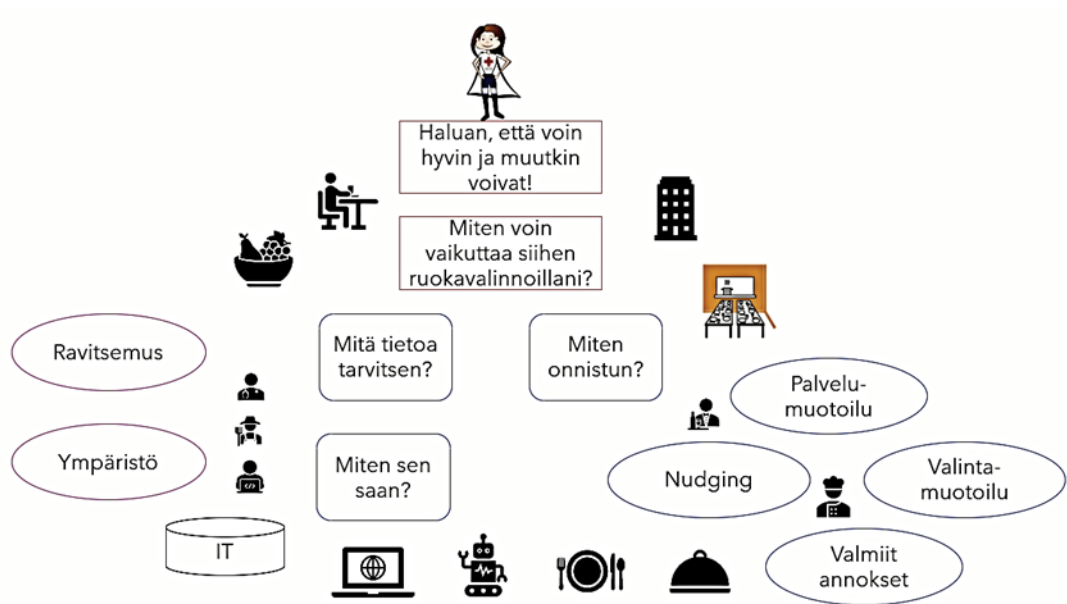
Tutkimusongelmaksi määriteltiin, miten terveellinen ja ympäristöystävällinen ruokailu onnistuu henkilöstöravintolassa. Tutkimuskysymyksiksi muotoutuivat: haluatko henkilöstöravintolan asiakkaat ruokailla terveellisesti ja ympäristöystävällisesti ja onko heillä edellytyksiä siihen. Tutkimuksen tavoitteena oli herätellä henkilöstöravintoloiden asiakkaita ja toimijoita miettimään ruokaan liittyviä valintoja ja niiden merkitystä. Tavoitteena oli löytää keinoja, miten asiakkaita voidaan ohjata parempiin valintoihin. Keinojen pohjalta oli tarkoituksena laatia käytännön ehdotuksia henkilöstöravintolaa varten.

Teoreettisen viitekehyksen tietolähteiden valinnassa noudatetaan lähdekritiikkiä siten, että kirjoittajan tunnettuus ja arvostettavuus tulee huomioida. Lähteinä pyritään käyttämään mahdollisimman tuoreita lähteitä. Tutkimukseen tulee hakea puolueetonta ja objektiivista tietoa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 113–114.) Lähdekritiikin periaatteita noudatettiin tässä tutkimuksessa. Tutkimuksen pohjaksi tarvittiin



tietoa kuluttajakäyttäytymisestä, asiakaslähtöisistä palvelujärjestelmän kehittämismenetelmistä, asiakkaiden ohjausmenetelmistä ja niiden tehokkuudesta. Lähteinä käytettiin tunnettuja ja arvostettuja julkisia ja tieteellisiä yhteisöjä sekä tieteellisiä tutkimuksia. Alan tutkimustieto muuttuu nopeasti, joten tutkimuksessa käytettiin mahdollisimman uusia lähteitä ja tutkimuksia.

Tutkimuksen suunnitteluvaiheessa laadittiin tutkimussuunnitelmasta Mind Map -kuva (kuvio 1), johon koottiin tutkimuksessa selvitettäviä asioita ja niihin liittyviä oletuksia. Oletuksena oli, että ainakin osa asiakkaista on kiinnostuneita omasta ja ympäristön hyvinvoinnista. Oletuksena oli myös, että he tarvitsevat tietoa ruokavalintojensa tueksi ja tieto tulee olla saatavilla helposti ja ymmärrettävässä muodossa. Lisäksi oletettiin, että pelkkä tieto ei riitä vaan tarvitaan myös erilaisia ohjauskeinoja.



Kuvio 1. Tutkimussuunnitelman Mind Map

## 2.2 Tutkimusote

Tutkimusotteet jaetaan kvantitatiiviseen ja kvalitatiiviseen tutkimukseen. Kvantitatiivinen tutkimus kuvaa ja tulkitsee ilmiötä keräämällä tietoa erilaisilla mittausmenetelmillä ja tekemällä johtopäätöksiä tilastotieteen menetelmien avulla (Käsitteet, kvantitatiivinen tutkimus n.d.). Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii ymmärtämään ilmiötä syvällisemmin esimerkiksi tutkittavien kokemusten ja mielipiteiden kautta. Sitä voidaan käyttää myös yhdessä kvantitatiivisen tutkimuksen kanssa. (Käsitteet, kvalitatiivinen tutkimus n.d.)

### **Kvantitatiivinen tutkimusote**

Tutkimusongelmaa päätettiin lähestyä selvittämällä asiakkaiden käsityksiä ja kokemuksia aiheesta. Tutkimuksen perusjoukkona eli populaationa olivat ravintolan asiakkaat Keski-Suomen keskussairaalan henkilöstöravintolassa. Koska tutkittavien määrä oli suuri ja tutkimuksen aihe oli uusi, tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen tutkimus. Kvantitatiivisella tutkimuksella pyritään mittaamaan ilmiötä ja siihen vaikuttavia tekijöitä mahdollisimman luotettavasti (Koivula, Suihko & Tyrväinen 2002, 22). Kvantitatiivisella tutkimuksella selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä, kuten mikä, paljonko, missä, miksi, kuinka usein? Tutkittavaa ilmiötä kuvataan numeerisen tiedon pohjalta ja se vaatii riittävän suurta ja edustavaa otosta. Tutkimuksella kartoitetaan olemassa olevaa tilannetta, mutta ei yleensä pysyttyä selvittämään asioiden syitä. Kvantitatiivisen tutkimuksen muotoja ovat kartoitettava eli eksploratiivinen, kuvaileva eli deskriptiivinen, selittävä eli kausaalinen tutkimus ja kokeellinen tutkimus. (Heikkilä 2014).

Kvantitatiivisen tutkimuksen tutkimustyyppiä valittiin empiirinen tutkimus, sillä tarkoituksena oli havainnoida ja mitata asiakkaiden kokemusta (Koivula ym. 2002, 15). Empiirisen tutkimuksen muodoista valittiin kuvaileva eli deskriptiivinen tutkimus, jonka avulla voitiin kuvata ilmiön luonnetta ja yleisyyttä. Kuvailevaan tutkimukseen

tarvitaan riittävän suuri aineisto, jotta siitä voidaan vetää yleistettäviä johtopäätöksiä. Kyseessä oli palveluntarpeeseen liittyvä selvitys, joka oli kerättävä kyselemällä tai haastattelemalla tutkimuksen kohteilta. (Mts. 17.) Jotta vastauksia saataisiin riittävä määrä, valittiin kvantitatiivinen tutkimus strukturoidun asiakaskyselylomakkeen muodossa. Tällä pystytään saamaan helposti ja nopeasti paljon vastauksia. Jotta vastausten voitaisiin katsoa edustavan riittävää otosta, tutkimukseen tavoiteltiin 100 vastaajaa. Toteutustavaksi suunniteltiin avointa kyselyä, johon kaikkien asiakkaiden olisi mahdollista osallistua. Koska aiheesta ei löydy vastaavantyyppistä aiempaa kyselyä, oli kyselylomakkeeseen tarkoituksenmukaista ottaa mukaan myös vastauksia selittäviä ja täydentäviä avoimia tekstikenttiä. Tutkimusta suunniteltaessa valitaan muuttujat eli mittarit, havaintoyksikkö, koodaus, muuttujaluettelo, perus- ja tutkimusjoukko sekä otantamenetelmät. (Mts. 22–25.)

### **Kvalitatiivinen tutkimusote**

Jotta ilmiöstä saataisiin mahdollisimman monipuolinen kuva, oli asiakastutkimuksen lisäksi syytä kysyä myös asiantuntijoiden mielipiteitä kyselyn aiheesta, tuloksista ja heidän omista kokemuksistaan. Tämä tutkimusote valittiin, koska asiakasnäkökulman selvittämiseksi tarvittiin laajaa tutkimustietoa eri näkökulmista. Asiantuntijahaastattelussa käytettiin kvalitatiivista tutkimusta, jonka tarkoituksena on ymmärtää ja tulkita ilmiötä sekä tutustua asiantuntijoiden tapaan antaa merkityksiä asioille (Koivula ym. 2002, 31). Haastateltavien valinnassa kiinnitettiin huomiota siihen, että heillä oli monipuolinen asiantuntemus ja pitkäaikainen näkemys tutkittavaan aiheeseen. Aineisto oli tarkoitus kerätä haastatteluilla, joissa voitaisiin myös muuttaa tarvittaessa haastattelun kulkua haastateltavan mukaan. Haastatteluissa voidaan tehdä myös tarkentavia kysymyksiä. Nauhoitus on paras tapa tehdä tarkkoja havaintoja ja muistaa keskustelu yksityiskohtaisesti, joten haastattelut suunniteltiin nauhoittaa.

Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella pyritään ymmärtämään tutkimuskohdetta esimerkiksi asiakasta tai yritystä ja sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Tut-

kittavien määrä on yleensä pieni. Tämänkaltaisen tutkimus sopii ongelmien tutkimiseen, vaihtoehtojen etsimiseen ja toiminnan kehittämiseen. Tutkimus vastaa kysymyksiin: miksi, miten ja millainen? Tutkimusta voidaan tehdä haastattelemalla tai havainnoimalla. (Heikkilä 2014).

Yksi kvalitatiivisen tutkimuksen muoto on toimintatutkimus, jossa tutkitaan olemassa olevia käytäntöjä ja etsitään niihin kehittämiskeinoja. Tutkittavat voivat osallistua aktiivisesti tutkimukseen ja kehittämiseen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Toimintatutkimuksen tarkoituksena on sekä tutkia että yrittää muuttaa vallitsevia käytäntöjä etsimällä ratkaisuja ongelmiin. Vaikka muutosta ei tapahtuisikaan, saateen tutkimuksen avulla saada näkyviin asenteita, valtarakenteita ja työkuultuureja, jotka eivät muutoin ilmenisi. (Kuula n.d.). Tutkijan tulee tiedostaa omat asenteensa ja pyrkiä siihen, että ne eivät vaikuttaisi liikaa tutkimukseen. Toimintatutkimuksessa tutkija voi kuitenkin olla myös aktiivisena toimijana muutoksen tavoittelussa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Tutkimuksen tavoitteena oli saada monipuolinen käsitys ilmiöstä ja lisäksi tuoda esille käytäntöön sovellettavia kehittämis ehdotuksia. Tämän vuoksi kvantitatiivisen tutkimuksen lisäksi oli hyvä täydentää tutkimusta kvalitatiivisella asiantuntijahaastattelututkimuksella, jossa voitaisiin käyttää myös toimintatutkimuksen tapaa, miettiä ratkaisuja ongelmiin tutkijan ja tutkittavien yhteisten pohdintojen kautta.

### 2.3 Aineiston keruu- ja analysointimenetelmät

Kvantitatiiviselle tutkimukselle tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä ovat lomakekyselyt, internet-kyselyt, strukturoidut haastattelut, puhelinhaastattelut, systemaattinen havainnointi ja kokeelliset tutkimukset (Heikkilä 2014). Tutkimusaineiston keräämiseen valittiin lomakemuotoinen internet-kysely, koska se on helppo ja nopea, haastattelijoita ei tarvita eivätkä he vaikuta tuloksiin, oheismateriaalin käyttömahdollisuus on hyvä sekä voidaan kysyä myös arkaluonteisia asioita. Internet-kyselyn heik-

kouksia voivat olla liian pitkät ja hankalat lomakkeet, vastaamattomuus avoimiin kysymyksiin on mahdollista, vastauksen tarkkuus on kyseenalainen, väärinkäsitysten mahdollisuus on suuri, eikä ole mahdollisuutta tietää vastaajaa eikä tehdä lisähavaintoja. Vastausprosentti riippuu kohdejoukosta. (Mts. 2014).

Tutkimus päätettiin tehdä internet-kyselynä hyödyntäen Webropol-sovellusta, sillä se on toimeksiantajan käytössä oleva työkalu erilaisten kyselyjen tekemiseen. Webropolin tietokanta sijaitsee Jyväskylän kaupungin tietoverkossa, joten se on tehokkaasti suojattu ja tietoturvallinen tietojen säilytysympäristö. Webropolin raportointityökalu tuottaa yhteenvetoja tutkimusaineistosta nopeasti ja luotettavasti reaaliajassa. Yhteenvetojen pohjalta oli tarkoitus tehdä tulokset tutkimusaineistosta perustuen tulosten keskiarvoihin ja mediaaneihin sekä sanallisten vastausten havaintoanalyysiin.

Webropol-kyselyn rakentamisessa on tärkeää testata lomake ja myös raportointi etukäteen. Datatiedosto tallennetaan jatkokäsittelyä varten Exceliin. Otantatutkimuksessa tutkitaan vain osa perusjoukosta ja siihen päädytään, jos perusjoukko on hyvin suuri, tiedot halutaan nopeasti ja tutkiminen on muutoin liian monimutkaista.

Otoskooksi suositellaan vähintään 100, jos kohderyhmä on suppea ja tuloksia tarkastellaan kokonaistasolla. Lomakkeen laatimisen vaiheet ovat tutkittavien asioiden nimeäminen, rakenteen suunnittelu, kysymysten muotoilu, testaus ja mahdollinen korjaaminen. Hyvä lomake on selkeä, siisti ja houkutteleva. Kysymykset on numeroitu juoksevasti. Teksti ja kysymykset on hyvin aseteltu ja etenevät loogisesti, vastausohjeet selkeät ja yksinkertaiset, kysytään yhtä asiaa kerrallaan ja samaa aihetta koskevat kysymykset on ryhmitelty. Lomake ei saa olla liian pitkä, sillä muutoin vastaaja voi jättää sen kesken. Kysymykset voivat olla suljettuja eli strukturoituja, avoimia tai sekamuotoisia (strukturoitu kysymys, jota voi täydentää avoimella vastauksella). Suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehtojen määrä määritellään etukäteen. Kysymykset voidaan määrittää pakollisiksi tai vapaaehtoisiksi ja avoimiin vastauksiin jätetään riittävästi tilaa vastausta varten. (Heikkilä 2014.)

## Asiakastutkimuslomakkeen laatiminen

Asiakastutkimusta laadittaessa tutkimuksen taustamuuttujiksi valikoituivat ikäryhmä ja ammattiryhmä, sillä näillä arveltiin voivan olla vaikutusta tutkimuksen kohteena olevaan ilmiöön. Vastaajien sukupuolella ei oletettu olevan kyselyn kannalta oleellista merkitystä, joten sukupuolikysymystä ei otettu mukaan muuttujiin. Myöskään koulutustasoa ei pidetty tässä kyselyssä oleellisena muuttujana, sillä vastaajien koulutustason oletettiin olevan pääasiassa ammatti- tai korkeakoulutasoinen. Kyselyn havaintoyksikkö oli asiakas. Strukturoidussa kyselylomakkeessa vastausvaihtoehdot koodattiin numerokoodilla. Muuttujaluetteloksi ikäkysymykseen tulivat alle 30-vuotias, 30–50 vuotta ja yli 50-vuotias, sillä tätä ryhmittelyä on usein käytetty aikuisväestöä koskevissa kyselyissä. Ammattiryhmää kysyttäessä kyselytutkimuksissa on yleensä jaoteltu sairaalan työntekijät hoitohenkilöstöön, lääkäreihin ja vaihtelevasti muihin henkilöstöryhmiin. Tutkimukseen valittiin muiksi ryhmiksi toimistotyöntekijät (hallinto, asiantuntijat yms.), tutkimushenkilöstö, tekninen henkilöstö, puhtauspalveluhenkilöstö ja ruokapalveluhenkilöstö sen mukaan, että näitä ammattiryhmiä on eniten sairaalaorganisaatiossa. Näiden lisäksi annettiin myös vaihtoehto muu, jos mikä edellä mainituista ei vaikuta sopivalta.

Tutkimuksessa haluttiin selvittää, kuinka tärkeää ruoan terveellisyys ja ympäristöystävällisyys on vastaajille. Näihin kysymyksiin asetettiin ns. Likertin asteikko eli numeerinen mitta-asteikko 1–5, siten että 1 tarkoitti ”ei lainkaan tärkeää” ja 5 ”erittäin tärkeää”. Tällä asteikolla arveltiin saatavan riittävästi hajontaa. Lisäksi haluttiin selvittää, kuinka helppoa vastaajien on valita terveellistä ja ympäristöystävällistä ruokaa henkilöstöravintolassa. Näihin kysymyksiin asetettiin numeerinen mitta-asteikko 1–5, siten että 1 tarkoitti ”erittäin vaikeaa” ja 5 ”erittäin helppoa”.

Seuraavaksi haluttiin selvittää, mikä estää vastaajia ruokailemasta terveellisesti ja ympäristöystävällisesti, jotka kysyttiin erillisinä alakysymyksinä. Tähän kysymykseen annettiin valmiita vaihtoehtoja sen mukaan, mitkä yleisesti on arveltu suurimmiksi esteiksi eli kiire, nälkä, mieliteot, tiedon puute tai rahan puute. Lisäksi vastaajilla oli

mahdollisuus valita muu syy. Vastauksia voi kommentoida ja kertoa muun syyn avoimeen tekstivastauskenttään, jolloin saataisiin tarkempaa tietoa vastaajien kokemuksesta.

Seuraavaksi vastaajia pyydettiin arvioimaan, mikä auttaisi heitä parempiin ruokavalintoihin ja valitsemaan enintään viisi heidän mielestään parasta keinoa. Tässä valmiit vaihtoehdot oli koottu erilaisista ravintolaympäristöön sopivista teoreettisista vaihtoehdoista ja ne olivat: malliannokset, tuotesijoittelu, ravintosisältötiedot, merkit, suositellut, valmiit suosituksen mukaiset annokset, valmiit henkilökohtaiset annokset, värikoodit ruokalajeissa ja kilohinnoittelu sekä muu vaihtoehto. Osalle keinoista oli annettu tarkentava selitys, jotta vastaajat ymmärtäisivät paremmin, mistä on kyse. Myös tähän kysymykseen oli mahdollista antaa täsmentävä avoin tekstivastaus sekä kertoa muusta vaihtoehdosta sanallisesti.

Lisäksi haluttiin selvittää, millainen mielikuva vastaajilla on toimeksiantajan tarjoaman ruoan terveellisyydestä ja ympäristöystävällisyydestä. Näihin mittariksi valittiin numeerinen arvo 1–10, joka antaa tarkemman käsityksen mielikuvasta ja koska tätä skaalaa käytetään yleensä myös asiakasuskollisuuden mittaamiseen tarkoitettussa NPS-mittarissa (Net Promoter Score). Koska kysely sijoittui Koronapandemian aikaan, haluttiin selvittää myös, onko Koronapandemia muuttanut heidän suhtautumistaan ruokaan. Tälle annettiin numeeriseksi asteikoksi 1–5, jossa 1 ”ei ole muuttanut lainkaan” ja 5 ”on muuttanut paljon”. Vastausta voi kommentoida tarkemmin tekstikentässä. Lomakkeen loppuun lisättiin vielä avoin kysymys: mitä muuta haluaisit kertoa kyselyn aiheesta. Tutkimuslomakkeen suunnittelun jälkeen sitä testattiin toimeksiantajan kanssa muutaman koevastaajan avulla ja tehtiin joitain korjauksia kysymysten muotoiluihin ja luettavuuteen.

### **Kvantitatiivisen kyselyn tulosten analysointi**

Kvantitatiivisten tulosten analysointi tapahtuu tilastollisten menetelmien avulla.

Koska Webropol-sovellus tuottaa aineistosta reaaliaikaisesti valmiita raportteja, voi

analysointia suunnitella jo kyselyn ollessa aktiivisena. Varsinaiseen analysointiin päästään kuitenkin vasta, kun kysely on suljettu. Tällöin raportit tulostetaan eri muodoissa, jolloin niitä voidaan hyödyntää tulosten raportoinnissa toimeksiantajalle ja vastaajille. Vastaukset kannattaa tulostaa Excel-muotoon, jolloin niistä voi tehdä myös omia graafisia kuvioita tulosten analysointia ja raportointia varten. Webropolissa tuloksia voi suodattaa jonkin muuttujan osalta, esimerkiksi taustamuuttujittain, jolloin tuloksia voi analysoida eri näkökulmista. Sovellus laskee vastausyhteenvetoon valmiiksi keskiarvon (jakaa havaintoarvojen summan havaintojen lukumäärällä) ja mediaanin (suuruusjärjestykseen asetetuista havainnoista keskimmäisen) (Heikkilä 2014).

### **Kvalitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruu**

Koska ilmiötä haluttiin selvittää myös asiantuntijoiden näkökulmasta, haluttiin tutkimusta laajentaa käyttämällä kvantitatiivisen tutkimuksen lisäksi myös kvalitatiivista tutkimusaineistoa. Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää ja tulkita ilmiötä. Se on ainutkertainen eikä sitä voida toistaa samankaltaisena. Aineiston johtopäätökset tulee kuitenkin esittää, niin että toinenkin tutkija voisi päätyä samalla tutkimusaineistolla samoihin päätelmiin. (Koivula ym. 2002, 31.) Aineistoa voidaan kerätä erilaisilla haastattelumenetelmillä, kuten henkilökohtainen, ryhmähaastattelu tai syvähaastattelu sekä osallistuvalla havainnoinnilla, eläytymismenetelmällä sekä käyttämällä valmiita aineistoja ja dokumentteja (Heikkilä 2014).

Kvalitatiivinen tutkimus suunniteltiin toteuttaa fenomenologisena tutkimuksena, jossa pyritään kuvaamaan tutkittavaa ilmiötä mahdollisimman totuudenmukaisesti tutkittavien kokemusten avulla (Koivula ym. 2002, 35). Tutkimuksessa pyrittiin löytämään asiakasnäkökulman lisäksi erilaisten asiantuntijoiden näkökulmia ilmiöön sekä selittämään ilmiötä laajemmin. Tutkimustavaksi valittiin puolistrukturoitu teema-haastattelu, koska sillä pystytään saamaan syvempää tietoa ja uusia näkökulmia tutkittavaan ilmiöön. Haastattelun etuna on, että tutkija voi toimia myös havainnoijana



eli tulkita, miten haastateltava asian ilmaisee. Teemahaastattelussa esitetään kysymyksiä keskeisistä teemoista sekä niihin liittyvistä tarkennuksista. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73–75). Haastattelut on syytä nauhoittaa, jotta haastattelu voidaan tarkasti palauttaa mieleen ja analysoida. Teemahaastattelu on mahdollista toteuttaa yksilö- tai ryhmähaastatteluna (Koivula ym. 2002, 46–47). Teemahaastattelussa on mahdollista saada monipuolisesti teemaan liittyvää tietoa tutkijan johdattaessa keskustelua, mutta myös haastateltava voi tuoda haastatteluun omia ajatuksiaan siitä, mikä aiheessa on oleellista hänen näkökulmastaan. Tähän tutkimukseen valittiin yksilöhaastattelut, sillä ajallisesti oli helpompaa saada haastattelut järjestettyä jokaisen haastateltavan aikataulujen mukaisesti eikä haastattelutilanteista myöskään muodostunut haastateltaville liian aikaa vieviä.

### **Kvalitatiivisen tutkimuksen analysointi**

Kvalitatiivisen tutkimuksen analysoinnilla tarkoitetaan aineiston huolellista lukemista, tekstien järjestelyä, erittelyä, jäsentämistä ja pohtimista. Aineistoa voidaan luokitella eri aiheiden ja teemojen perusteella tarkoituksena kiteyttää haastattelujen sisältöjä ja tarkastella tutkimusongelmien kannalta keskeisiä seikkoja. Tutkijan tulee tiivistää aineistoa ja tulkita sitä teorian, empirian ja oman ajattelunsa kanssa. Mukaan voi ottaa myös määrällistä analyysiä esimerkiksi laskemalla asioiden esiintymistä aineistossa, jolloin tuntuma aiheen toistuvuudesta ei jää pelkästään arvion varaan. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven (2009) mukaan laadullisen tutkimusaineiston perusmenetelmä on sisällönanalyysi. Tutkijan tulee päättää, mikä aineistossa on kiinnostavaa. Hänen tulee litteroida aineisto eli käydä se läpi, erotella ja merkitä kiinnostavat asiat. Nämä asiat kerätään yhteen, luokitellaan, teemoitetaan ja tyypitellään, jonka jälkeen niistä kirjoitetaan yhteenveto. Aineiston luokittelu tapahtuu siten, että määritellään luokat ja lasketaan niiden esiintyminen aineistossa. Teemoittelussa selvitetään, mitä kustakin teemasta on aineistossa sanottu. Tiettyä teemaa koskevat nä-

kemykset voidaan tiivistää yleistykseksi. Aineistosta voidaan hakea joko samankaltaisuutta tai erilaisuutta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–94). Aineistolähtöinen analyysi pyrkii luomaan teoreettisen kokonaisuuden tutkimusaineistosta. Analyysin vaiheet ovat redusointi eli pelkistäminen, aineiston ryhmittely eli klusterointi ja käsitteellistäminen eli abstrahointi. Aineistolähtöinen sisällönanalysointi alkaa haastattelujen kuuntelemisella, aukikirjoittamisella, lukemisella ja perehtymisellä. Sen jälkeen sisälöstä etsitään pelkistetyt ilmaukset ja listataan ne. Näistä etsitään samankaltaisuuksia ja erilaisuuksia sekä niitä voidaan yhdistellä ja luokitella ala- ja yläluokkiin. Aineiston analysoinnissa tavoitteena on muodostaa kokoava käsite. (Mts. 95, 108–109). Haastatteluista voidaan poimia myös otteita, jotta lukijat saavat käsityksen päätelmien pohjana olevista ilmauksista (Koivula ym. 2002, 34).

## 2.4 Luotettavuusvarmistus

Tieteellisen tutkimuksen tulee pyrkiä olemaan mahdollisimman luotettavaa. Kvantitatiivisen tutkimuksen mittauksen luotettavuuden arvioinnissa keskeisiä kysymyksiä ovat reliabiliteetti ja validiteetti. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Tutkimuksen reliabeliudella tarkoitetaan tutkimuksen toistettavuutta siten, että tulokset eivät ole sattumanvaraisia. Tutkimuksen validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan sitä, että tutkimusmenetelmä ja mittarit mittaavat juuri tutkimuksen kohteena olevaa asiaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta lisää selkeä ja tarkkaan rajattu tutkimusongelma, selkeästi määritelty perusjoukko, hyvä tutkimussuunnitelma ja kyselylomake, oikea otantamenetelmä, riittävän suuri ja edustava otos sekä korkea vastausprosentti, sopiva tiedonkeruumenetelmä, tilastollisten menetelmien hallinta sekä selkeä raportointi. Tutkimuksen reliabelius varmistetaan sillä, että tutkimus antaa tarkkoja, ei-sattumanvaraisia tuloksia ja on toistettavissa samanlaisin tuloksin. Tutkimuksen validius varmistetaan etukäteen huolellisella suunnittelulla ja siten että tiedonkeruussa varmistetaan mitattavan oikeita asioita kattavilla kysymyksillä. (Heikkilä

2014.) Jotta kyseisestä tutkimuksesta saataisiin mahdollisimman luotettava, tutkimuslomake suunniteltiin ja testattiin huolellisesti sekä asetettiin tavoitteeksi saada vähintään 100 vastausta.

Kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta on vaikeampi arvioida. Kuitenkin myös tässä tutkimusmenetelmässä huolellinen etukäteissuunnittelu ja valmistelu ovat tärkeitä. Tutkimukseen haastateltavien valinta siten, että heiltä saadaan ajankohtaista ja asiantuntevaa tietoa tutkittavasta ilmiöstä on olennaista tutkimuksen onnistumisessa. Myös haastattelujen tekninen toteutus nauhoittamalla lisää tutkimuksen luotettavuutta, koska tallenteet mahdollistavat vastausten tarkastelun laajemmaltikin (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden valmistauduttiin valitsemalla haastateltaviksi parhaan asiantuntemuksen omaavia henkilöitä. Haastattelujen onnistumiseksi haastateltaville lähetettiin kysymykset etukäteen ja myös nauhoitustekniikka testattiin ennen haastatteluja.

## 2.5 Toimeksiantajan esittely

Tehtävän toimeksiantaja on Jyväskylän kaupungin ruokapalvelun liikelaitos Kylän Kattaus. Kylän Kattaus on palveluntuottajana Keski-Suomen keskussairaalan henkilöstöravintolassa, Kahvila-ravintola Caterinassa. Caterina on toiminut vuodesta 2002 alkaen ja se on pyrkinyt profiloitumaan terveyden edistämiseen mm. toimimalla sydänmerkkiravintolana. Asiakkaiden toiveesta ravintolassa on tarjolla myös kasvisruokavaihtoehto päivittäin. Ravintola on avoin kaikille asiakkaille, mutta suurin osa asiakkaista on sairaalan henkilökuntaa. Lämpimiä lounasvaihtoehtoja on kaksi tai kolme, joista toinen on kasvisruoka (kuvio 2). Arkisin tarjolla on myös keittovaihtoehto sekä kilohinnalla myytävä salaattibuffet (kuvio 3), joka sisältää kasvien lisäksi erilaisia proteiinia sisältäviä elintarvikkeita kuten juustoja, liha- ja kalajalosteita, kananmunia ja kasviproteiineja. Noin kerran viikossa on avoinna myös paistopiste, jossa kokki valmistaa yleensä yhtä ruokalajia, esimerkiksi lehtipihviannoksia.



Kuvio 2. Kasvisruoan tarjoilupiste



Kuvio 3. Salaattibuffet kilohinnoitteluperiaatteella

Vaikka ravintolan ateriavalikoima on yleisesti ottaen pääasiassa terveellistä ja ympäristövastuullista, voi asiakkaalla silti olla vaikeuksia valita ruokaansa näiden periaatteiden mukaisesti. Ravintolassa ei ole selkeää linjastoa, vaan ruoat on sijoitettu buffeteihin ja tarjoilupisteisiin. Sydänmerkkiateriaan kuuluvat aterianosat on merkitty

sydänmerkillä, mutta ne ovat muiden tarjolla olevien ruokien seassa. Kasvisruoka on tarjolla ruokalajin mukaan joko erillisessä kasvisruokabuffetissa tai keittolinjastossa.

Buffetruokailussa tyypillinen ongelma asiakkaalla on, että asiakas tulee ottaneeksi pääruokaa hieman liikaa, kuten esimerkkiruoka-annoksessa (kuvio 4). Tähän johtaa mm. kahden lautasen malli ja suuret ottimet. Myös koko rahan edestä syöminen on tyypillinen ajatus, joka johtaa monesti siihen, että kalliimmaksi miellettyä lihaa tai kalaa ottaa enemmän kuin tarvitsee. Lautasen koko sinänsä on sopiva, mutta lautasmalli ei toteudu, jos salaatteja varten on oma lautanen, jolloin pääruoalle jää liikaa tilaa. Maitolasi myös unohtuu helposti, koska tarjolla on myös makeaa kotikaljaa. Leipän päällekin tulee helposti ottaneeksi voi-kasviöljylevitettä, sillä se houkuttelee enemmän kuin vaisun näköinen kasvirasvaveite. Leipien kuitupitoisuudesta ei ole tietoa, paitsi sydänmerkkileivässä. Se taas on useimmiten ruisleipää, joka ei sovi kaikkien vatsalle. Ruoan ympäristöystävällisyydestä tiedotetaan tällä hetkellä Kylän Kattauksen nettisivuilla, mutta ravintolassa se ei tule esille.



Kuvio 4. Esimerkki ruoka-annoksesta

Kylän Kattauksen tavoitteena on toimia terveyden ja hyvinvoinnin edistäjänä tuottaen ”Elinikäistä hyvinvointia asiakkaan lautaselle”. Kehittämistoimenpiteiden pääteemoja ovat osaava, työvireinen ja kehittävä henkilöstö, laadukas asiakaskokemus, resurssiviisas toiminta sekä digitalisaatiota hyödyntävät palvelut. (Kylän Kattaus -liikelaitos 2019, 2.) Kylän Kattaus on mukana Jyväskylän kaupungin Resurssiviisautus-ohjelmassa, jossa visioksi on asetettu, että vuonna 2040 yhden maapallon rajoissa tuotettu ja kulutettu ruoka luo hyvinvointia, terveyttä ja taloudellista kasvua. Kylän Kattauksen tavoitteena on vähentää ruokahävikkiä ja lisätä lähi-, kasvis- ja luomuruoan kulutusta. (Resurssiviisautus Jyväskylä -ohjelma 2040 n.d.) Vuonna 2019 laadittiin Kylän Kattaukselle oma ruokastrategia, jossa painotetaan kestävä kehityksen mukaista toimintaa lisäämällä kasvisten ja vähentämällä eläinperäisten ruokien tarjontaa sekä hankkimaan vastuullisia ja mahdollisimman lähellä tuotettuja elintarvikkeita. Kestävyys huomioidaan ruokalistasuunnittelussa. Elintarvikehankinnoissa suositaan kotimaisia satokauden kasviksia ja palkokasveja, korvataan riisiä kotimaisella viljalla, vähennetään naudanlihan käyttöä, rasvoissa suositaan kotimaista rypsiöljyä eikä kaloissa käytetä uhanalaisia kalalajeja. Tuotekehityksessä panostetaan kasvisruokiin ja niiden osuutta lisätään ruokalistalla. (Ruokastrategia 2019, 15–17.)

Jyväskylään valmistuu uusi sairaala vuonna 2021. Sairaalan pääaulaan avataan myös uusi ravintola. Ravintolan pääasiakasryhmä on sairaalassa työskentelevä henkilöstö, mutta ravintola on avoin kaikille asiakkaille. Ravintolassa voi siis asioida myös potilaita ja heidän läheisiään sekä vieraita. Tutkimuksessa selvitetään, miten ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin henkilöstöravintolassa. Tarkoituksena on hyödyntää tutkimuksessa esille tulevia kehitysehdotuksia uudessa ravintolassa.

### **3 Vastuulliset ruokavalinnat henkilöstöravintolassa**

Vastuullisen ruokaketjun seitsemän osa-aluetta ovat ympäristö, tuoteturvallisuus, ravitsemus, työhyvinvointi, eläinten hyvinvointi, paikallinen hyvinvointi ja talous (Heik-

kurinen, Jalkanen, Järvelä, Järvinen, Katajajuuri, Koistinen & Kotro 2012, 3). Tässä tutkimuksessa käsitellään vastuullisuutta ympäristön ja ravitsemuksen osalta. Ympäristöystävälliselle ruoalle ei löydy vakiintunutta määritelmää, mutta tässä tutkimuksessa ympäristöystävällinen ruoka tarkoittaa kestäviä ruokavalintoja eli ruokaa, joka aiheuttaa mahdollisimman vähän haittaa ympäristölle ruokaketjun eri vaiheissa. Kestävälle ruokavaliolle ja terveelliselle ruokavaliolle löytyvät mm. seuraavat määritelmät:

*Kestävä ruokavalio tarkoittaa ruokavaliota, joka suojaa biologista monimuotoisuutta ja ekosysteemejä, on kulttuurisesti hyväksyttävää, helposti saatavilla olevaa, taloudellisesti oikeudenmukaista ja kohtuuhintaista, ravitsemuksellisesti riittävää, turvallista, terveellistä sekä optimoi luonnonvarat ja inhimilliset voimavarat (Definition on sustainable diets 2010).*

*Terveellinen ruokavalio on kokonaisuus, jossa ratkaisevat jokapäiväiset valinnat pitkällä aikavälillä. Elimistö tarvitsee riittävästi suojaravintoaineita ja sopivasti energiaa pysyäksään terveenä ja toimintakykyisenä. Kun energiankulutuksen ja -saannin välillä on tasapaino, paino pysyy vakiona. (Terveellinen ruokavalio n.d.).*

### **Miksi ruokajärjestelmämme pitää muuttua?**

Maapallon väestönkasvu jatkuu, vaikka jo nykyiselle määrälle ei ole riittävästi ravitsevaa ruokaa tarjolla. Näлкä ja aliravitsemus ovat merkittäviä terveysongelmia, toisaalta myös osa väestöstä syö liikaa tai kärsii lihavuudesta, jotka myös aiheuttavat merkittäviä kansansairauksia kuten 2. tyyppin diabetes. Syömme liikaa rasvaa, sokeria, suolaa ja lihaa, mikä vaikuttaa terveyteen ja ympäristöön. Ruokamme on myös liian yksipuolista, sillä 75 % ruoasta koostuu 22 kasviksesta ja 5 eläimestä. Merkittävä ongelma on myös ruokahävikki, sillä 1/3 ruoasta joutuu hukkaan. Luonnonvarat eivät riitä nykyisen kaltaiseen kulutukseen, sillä vesivarat vähenevät, maapallo saastuu, biodiversiteetti kärsii ja ilmastonmuutos muuttaa maapallon olosuhteita. Tämän vuoksi ruokajärjestelmämme tulee muuttua. Tarvitsemme terveellisempää ruokaa kasvavalle väestömäärälle sekä ruoan aiheuttamien ilmastovaikutusten vähentämistä. Tähän tar-

vitsemme kaikkien toimijoiden yhteistyötä, valtioiden, viranomaisten, tuottajien, yritysten ja kuluttajien, jotta kaikkien näkökulmat ja ideat tulevat huomioiduksi. (Why do we have to change our food system? 2016.)

Yhdistyneiden kansakuntien jäsenmaana Suomi on sitoutunut vuonna 2015 sovittuihin kestävän kehityksen tavoitteisiin ja toimintaohjelmaan. Tavoitteiden toteutumien edellyttää toimia globaalilla, kansallisella ja yksilöllisellä tasolla. Agenda 2030 tavoitteissa ruokaa koskevat mm. seuraavat kohdat:

2) Ei nälkää (poistetaan nälkä, saavutetaan ruokaturva, parannetaan ravitsemusta ja edistetään kestävästä maataloutta).

3) Terveystta ja hyvinvointia (taataan terveellinen elämä ja hyvinvointi kaiken ikäisille).

12) Vastuullista kuluttamista (varmistetaan kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys).

13) Ilmastotekoja (toimitaan kiireellisesti ilmastonmuutosta ja sen vaikutuksia vastaan). (Agenda 2030 – kestävä kehityksen tavoitteet n.d.)

Hallitustenvälisen ilmastonmuutospaneelin, IPCC:n, Climate Change and Land -raportissa tuotiin esille kasvava huoli maapallon ruoka- ja vesivarantojen riittämättömyydestä nykyiselle ja tulevalle väestölle. Ruokaturvaa heikentävät nykyinen maatalous, ruoantuotanto ja metsien väheneminen, jotka lisäävät ilmastonmuutosta. Jotta kehitys kääntyisi parempaan suuntaan tarvitsemme koordinoituja toimenpiteitä eri sektoreilla. Ruokaketjussa muutoksen kohteena tulee olla ennen kaikkea ruoan tuotantotapojen ja ruokavalintojen muuttaminen kestävämmiksi. (Climate Change and Land 2019.) Myös The EAT-Lancet –komission (2019) julkaiseman raportin mukaan ruokavalioita tulisi muuttaa yhä kasvispainotteisemmaksi ja terveellisemmäksi väestön kasvaessa ja ilmastonmuutoksen edetessä (Summary report of EAT-Lancet Commission 2019, 3–5). Suurimmat maailmanlaajuiset ravitsemukselliset haasteet ovat epäterveellisen ruokavalion aiheuttama aliravitsemus ja virheellisen ravitsemuksen aiheuttamat sairaudet. Osa ihmisistä ei saa riittävästi tärkeitä ravintoaineita, ja



osa taas syö liikaa etenkin rasvaa, sokeria ja suolaa. Nykyinen ruokajärjestelmämme ei tarjoa riittävästi terveellistä ruokaa väestön terveyden ja hyvinvoinnin saavuttamiseksi. (The Nutrition Challenge 2018.)

Ruoan tulisi olla paitsi terveellistä ja nautinnollista myös vastuullisesti tuotettua ja kulutettua. Ruoantuotannolla ja -kulutuksella on merkittäviä ympäristövaikutuksia, kuten ilmaston lämpeneminen, ympäristön rehevöityminen ja happamoituminen sekä luonnon monimuotoisuuden väheneminen. Se kuluttaa myös paljon luonnon resursseja, ravinteita, maapinta-alaa, vesivaroja ja energiaa. Elintarvikkeiden ympäristövaikutuksiin vaikuttavat etenkin maatalouden päästöt. Ympäristöystävällisiä ruokavaltioita ovat täysjyväviljat tuotteet, palkoviljat, hedelmät, marjat ja vihannekset sekä lähialueiden pikkukala. Tuotteiden jalostuksen energiankulutuksella, kuljetuksella ja pakkausmateriaaleilla on vähäinen ympäristövaikutus, toki pakkausten kierrätys ja loppusijoitus tulee huolehtia. (Ruoantuotannon ja -kulutuksen vaikutukset ympäristöön ja ilmastoon n.d.)

Tutkimuksen toimeksiantaja, Kylän Kattaus, on määritellyt strategisissa linjauksissaan vuosille 2019–2020 tavoitteeksi ruokatuotannon ympäristövastuullisuuden kehittämisen (Strategiset linjaukset, kehittämistoimenpiteet vuonna 2019–2020. 2018). Tarkempia toimintatapoja ympäristöystävällisyyden käytännön toimiksi on linjattu Kylän Kattauksen ympäristökäsikirjassa ja Keittiön ympäristöoppaassa. Kasvisruoan, sesonkituotteiden ja lähellä tuotetun ruoan osuutta lisätään ruokalistailla ja elintarvikelinnoissa. Vakituinen henkilöstö on suorittanut ruokapalvelualan ympäristöpassin, jolla testataan ammattilaisten ympäristöosaamista. (Ympäristö ja vastuullisuus, n.d.)

### **Ruoan ympäristöystävällisyys**

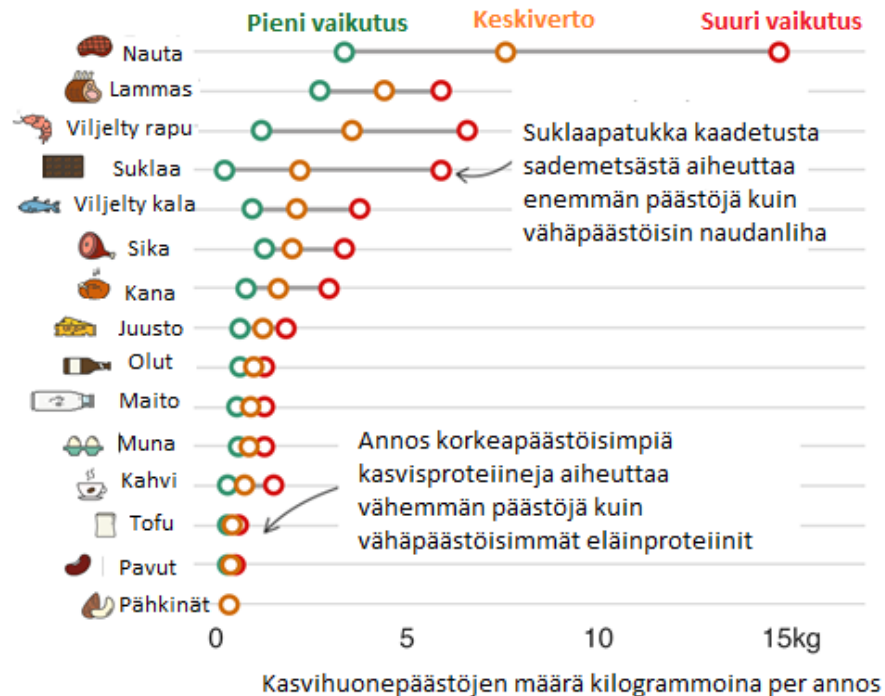
Ruoan tuotanto kuormittaa ympäristöä ja vastaa runsasta kolmannesta ympäristökuormastamme arjessa asumisen ja autoilun lisäksi. Erilaisten elintarvikkeiden tuotanto ja tuotantotavat kuormittavat kuitenkin ympäristöä eri lailla. (Ympäristöystävällinen syöminen n.d.) Ruoantuotannon vastuullisuutta tutkitaan runsaasti sekä globaalilla että kansallisella tasolla. Oleellinen seikka ympäristövaikutuksien arvioinnissa

on tuotantotavalla ja -ympäristöllä. Samalla raaka-aineella voi olla hyvinkin erilainen hiilijalanjälki riippuen siitä, missä ja miten se on tuotettu. Hiilijalanjäljellä tarkoitetaan ihmisen toiminnan aiheuttamia ilmastopäästöjä. Hiilijalanjälki voidaan määrittää yritykselle, organisaatiolle, toiminnalle tai tuotteelle ja se huomioi hiilidioksidipäästöjen lisäksi myös muut merkittävät kasvihuonekaasupäästöt, kuten metaanin ja typpioksiduulin. (Hiilijalanjälki n.d.) Elinkaariarviointi LSA ottaa huomioon kaikki tuotannon ja kulutuksen vaiheet sekä keskeisimmät niissä syntyvät päästöt ja muut vaikutuksia aiheuttavat tekijät. Elinkaariarviointi kattaa ruoan alkutuotannon, jalostusvaiheet, ruuanvalmistus- ja kulutusvaiheet, varastoinnit, pakkaukset ja kuljetukset sekä keskeisimpien jätteen ja jätevesien käsittelyn. (Saarinen 2018.) Tuontituotteiden osalta myös vesijalanjälki voi olla erityisen suuri, jos ruoka tuodaan vesiniukoilta alueilta. Lisäksi myös metsänraivaus maataloustuotannon alta voi aiheuttaa merkittäviä vaikutuksia luonnon monimuotoisuudelle ja ilmastolle. Muutoin tuontituotteiden kuljetusten osuus ympäristövaikutuksista ei ole niin merkittävä kuin yleisesti luullaan. (Katajajuuri, Pulkkinen & Hartikainen 2018.)

Joseph Poore ja Thomas Nemecek ovat tutkineet ruokien ympäristövaikutuksia vertaillen erilaisia maatiloja, teollisuutta, pakkaustyyppejä ja jälleenmyyjiä. Ympäristövaikutus voi vaihdella jopa viisikymmenkertaisesti saman tuotteen, mutta erilaisten tuotantotapojen välillä (kuvio 5). Kuitenkin selkeästi on nähtävillä, että parhaidenkin eläinperäisten tuotteiden ympäristövaikutukset ovat tyypillisesti suuremmat kuin kasviperäisten tuotteiden. Tämä antaa näyttöä ruokavalion muutoksen tärkeydestä. (Poore & Nemecek 2018.)

## Naudanlihalla on suurin hiilijalanjälki - mutta saman ruoan vaikutus voi vaihdella merkittävästi

Kasvihuonepäästöjen määrä kilogrammoina per annos



Lähde: Poore & Nemecek (2018), Science

BBC

Kuvio 5: Naudanlihalla on suurin hiilijalanjälki – mutta saman ruoan vaikutus voi vaihdella merkittävästi (Stylianou, Guibourg & Briggs 2019, muokattu).

Viimeisimmän tutkimustiedon perusteella liha- ja maitotuotteiden välttäminen on tärkein keino vähentää ruoantuotannon ympäristövaikutuksia (mts. 2019).

Suomessa luonnonvarakeskuksen eli Luken tehtävänä on hoitaa lakisääteisiä viranomaistehtäviä, tuottaa uusia ratkaisuja suomalaisen biotalouden kestävään kehittämiseen sekä toimia monitieteellisenä alan tutkimuskeskuksena (Luke n.d.) Luken tutkijoiden mukaan myös suomalaisten tulisi muuttaa ruoantuotanto- ja kulutustapojaan, sillä suomalaisten päästöt henkeä kohti ovat korkeita, mutta niitä olisi mahdollista vähentää merkittävästi. Marjatta Sihvosen (2019) mukaan Minna Kaljonen

(2019) tuo esille, että pienetkin keinot voivat olla seurannaisvaikutuksiltaan merkittäviä ja hänen mielestään julkisia ruokapalveluita tulisi hyödyntää muutoksen edelläkävijöinä. (Sihvonen 2019.)

Julkisten elintarvikehankintojen vastuullisuuden parantamiseksi valtion kestävän kehityksen yhtiö Motiva on laatinut oppaan vastuullisuuskriteereistä. Opas on tehty maa- ja metsätalousministeriön toimeksiannosta perustuen valtioneuvoston periaatepäätökseen julkisten ruokapalveluhankintojen arviointiperusteista vuonna 2016 ja se tullaan uusimaan vuonna 2020. Periaatepäätöksessä valtioneuvosto edellyttää julkisten elintarvike- ja ruokapalveluhankintojen tavoittelevan korkeaa laatua ja kokonaistaloudellista kestävyttä. Kriteerit on laadittu kattamaan eläinten hyvinvointia, elintarvikkeiden turvallisuutta ja ympäristövaikutuksia sekä sosiaalista vastuullisuutta. Terveysnäkökulman vähimmäisvaatimuksena on esitetty noudattaa kansallisia ravitsemussuosituksia. Vastuullisuuskriteereihin on määritelty perustaso ja tavoitetaso. (Elintarvikkeet n.d.) Kylän Kattauksen Ruokastrategiaan on otettu mukaan elintarvikkeiden vastuullisuuden hankintakriteerit, joita on sisällytetty elintarvikkeiden tukkukaupan hankintasopimuksen kilpailuttamiseen. Tuotevalikoimassa tulee olla saatavana vastuullisesti tuotettuja elintarvikkeita. Asiakas määrittelee omassa hankintastrategiassaan, mitä tuotteita se tukkukaupan valikoimasta käyttää.

### 3.1 Suomalaisten ruokailutottumukset ja ruokavalinnat

Suomessa ruokaan liittyviä viranomaistehtävät ja -palvelut on koottu Ruokavirastoon, jonka tehtävänä on toimia ihmisten, eläinten ja kasvien terveyden hyväksi, tukea maaseudun elinvoimaisuutta sekä kehittää ja ylläpitää tietojärjestelmiä (Mikä on Ruokavirasto? n.d.). Ruokaviraston nettisivuilta löytyvät myös Valtion Ravitsemusneuvottelukunnan antamat ravitsemus- ja ruokasuositukset sekä tietoa kestävästä ruokavalinnoista. Kansanterveyden parantamiseksi laaditut Suomalaiset ravitsemussuositukset on viimeksi päivitetty vuonna 2014. Ne on tarkoitettu ruokapalveluiden suunnitteluun, elintarvikkeiden kehitykseen, ravitsemusopetukseen, kasvatukseen

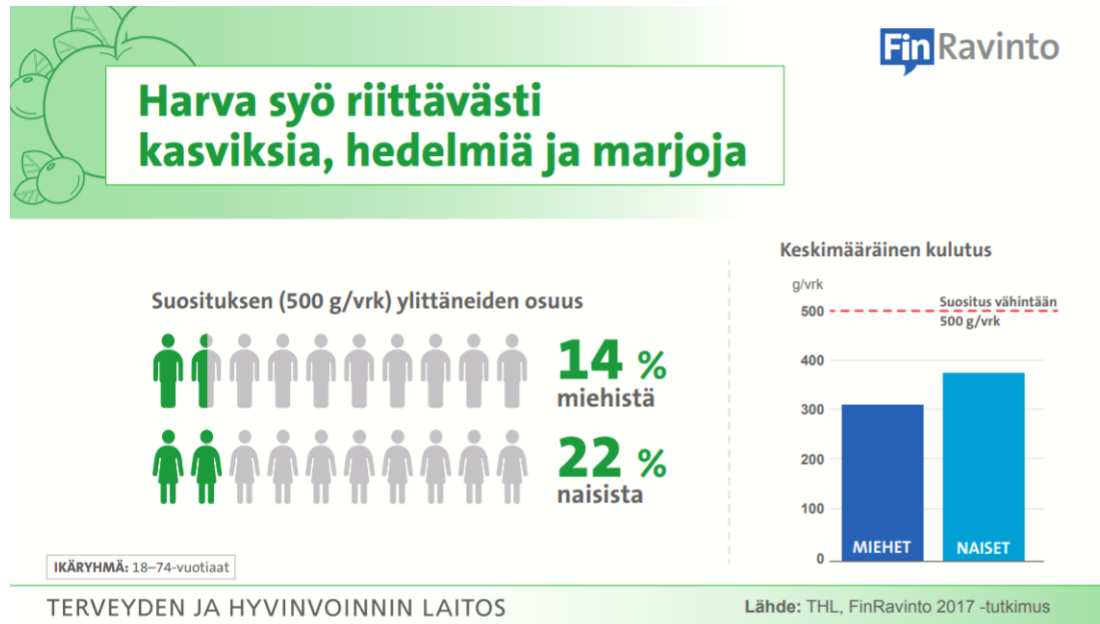
sekä vertailuun väestöryhmien ruoankäytön ja ravintoaineiden saannin osalta. Suositukset perustuvat laajaan tieteelliseen selvitystyöhän sekä pohjoismaisiin ravitsemussuosituksiin ja huomioivat erityisesti pohjoismaisen ruokakulttuurin ja -tottumukset. Suositukset ohjeistavat terveellisen ruokavalion koostamista, suositeltavia ruokavalintoja, energia- ja ravintoaineiden saantisuosituksia ja muita terveelliseen ruokavalioon liittyviä asioita sekä ottavat kantaa myös ruokavalintojen kestävyteen. Uusittu ruokakolmio ja lautasmalli tukevat terveellisiä ruokavalintoja. (Terveyttä ruoasta Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014. 2014, 5–9.)

Valtion Ravitsemusneuvottelukunta ja Kuntaliitto ovat yhdessä laatineet ”Hyvä ravitsemus on poliittinen päätös” -oppaan, jonka mukaan kunnan tehtävänä on huolehtia alueensa asukkaiden hyvästä ravitsemuksesta osana kunnan lakisäätiestä terveyden ja hyvinvoinnin edistämistä kaikissa ikäryhmissä. Kestävää kehitystä ja ilmastonmuutoksen hillintää tukevat ravitsemussuositusten mukainen kasvispainotteinen ruokavalio ja ruokahävikin vähentäminen (Hyvä ravitsemus on poliittinen päätös n.d., 1–2.)

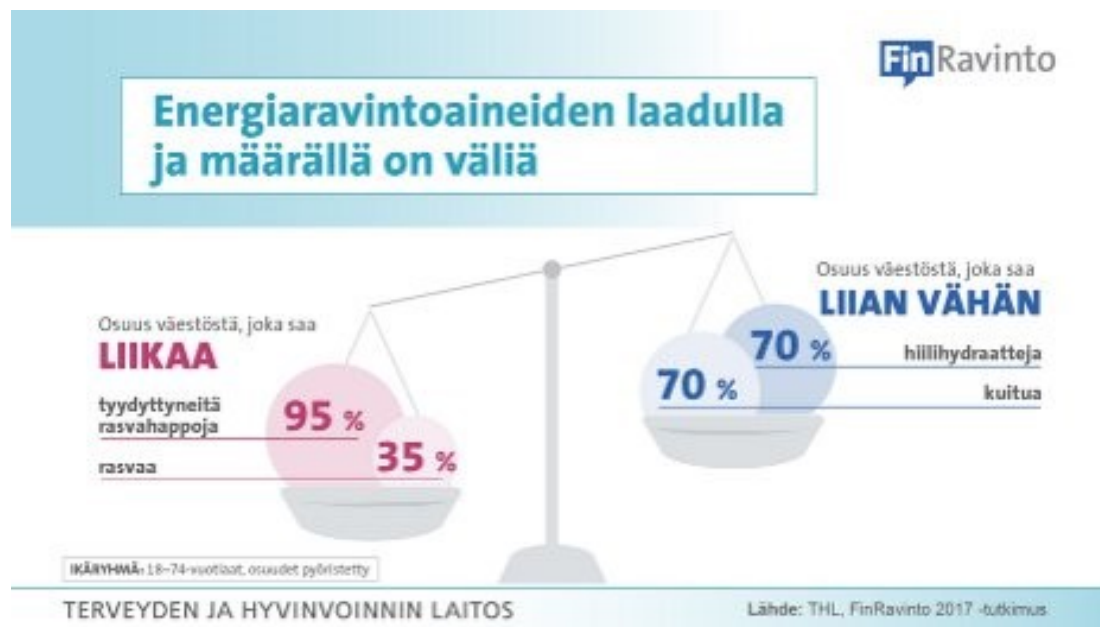
Terveyden ja hyvinvointilaitoksen mukaan suomalaisista työkäisistä noin kolmannes ruokailee päivittäin henkilöstöravintolassa. Näin ollen henkilöstöravintoloiden rooli terveyden, työkyvyn ja -tehon ylläpitäjänä on merkittävä. Henkilöstöravintoloissa tarjotun ruoan ravitsemuksellinen laatu on lähempänä ravitsemussuosituksia kuin muualla tarjotun ruoan. (Työpaikkaruokailu 2019.)

Suomalaisten terveystietojen mukaan eniten kuolemia ja vammautumisia vuonna 2017 aiheuttivat korkea verenpaine, ruokavalioriskit, korkea verensokeri, tupakointi, ylipaino, alkoholi ja korkea kolesteroli (Finland 2019). Ravitsemuksella on suuri merkitys näihin kaikkiin lukuun ottamatta tupakointia ja alkoholia. Suomalaisten ruokailutottumuksia on tutkittu vuodesta 1982 lähtien Finravinto-tutkimuksella, joka tehtiin viimeksi vuonna 2017. Suomalaisten suurin ongelma on, että kasviksia, hedelmiä ja marjoja syödään liian vähän (kuvio 6), kun taas punaista ja prosessoitua lihaa syödään liian paljon. Viidesosa aikuisista saa liian vähän joitain vitamiineja. Työssäkäyvät syövät lounaalla useimmiten eväitä. 95 % väestöstä saa liikaa tyydyttynyttä rasvaa, 35 %

liikaa rasvaa ja 70 % väestöstä saa liian vähän hiilihydraatteja ja kuitua (kuvio 7). Proteiinin saanti on määrällisesti hyvää, mutta kaksi kolmasosaa saadaan eläinperäisistä tuotteista. Rasvojen, proteiinin ja hiilihydraattien laatuun sekä oikeisiin annoskokoihin tulisi kiinnittää huomiota. (Valsta & Kaartinen 2019).



Kuvio 6. Kasvien, hedelmien ja marjojen syönti (Valsta & Kaartinen 2019).



Kuvio 7. Energiaravintoaineiden laatu ja määrä (Valsta & Kaartinen 2019).

Sitran Resurssiviisas kansalainen 2017-tutkimuksessa 90 % vastaajista ilmoitti olevansa sekasyöjiä, joten vegaanien, kasvisruokailijoiden sekä punaista lihaa välttävien osuus jää melko vähäiseksi. Vastaajista 72 % oli sitä mieltä, että on tärkeää toimia ympäristöä säästävasti, mutta kuitenkin vain 47 % ilmoitti vähentäneensä kuluttamista ympäristösyistä ja pyrkivänsä vastuullisiin valintoihin arjessa. (Hyyry 2017, 8, 34). Tämän perusteella voidaan arvioida, että vastuullisten valintojen siirtäminen arjen toiminnaksi ei ole ollut helppoa hyvistä aikomuksista huolimatta.

Monet potilasjärjestöt ovat tehneet työtä, jotta suomalaisten ruokailutottumuksia saataisiin muutettua parempaan suuntaan ja näin ennaltaehkäistäisiin tai parannettaisiin sairauksia. Näitä ovat mm. Sydänliitto, Diabetesliitto, Keliakialiitto sekä Aivo-liitto. Sydänliitto on kehittänyt Sydänmerkkijärjestelmä helpottamaan kuluttajien sydänystävällisen ruoan valintoja. Sydänmerkin tarkoituksena on taata, että aterialla on riittävä määrä oikeanlaisia ravintoaineita. Huomiota kiinnitetään mm. rasvan laatuun sekä suolan ja kuidun määrään. Oikea annoskoko jää silti ruokailijan omalle vastuulle, mutta lautasmallia on hyvä käyttää apuna. (Sydänmerkki takaa paremman työpaikkaruoan n.d.) Jotta asiakkaat tietävät mikä aterianosa, esimerkiksi juoma- ja leipävalikoimasta kuuluu sydänmerkkiateriaan, ne merkitään sydänmerkillä (kuvio 8).



Kuvio 8. Sydänmerkkiaterian asiakasopasteita

### Ruokaan liittyvät valintapäätökset

Ruokaan liittyviä valintapäätöksiä on tutkittu runsaasti erilaisista näkökulmista kuten kuluttajatutkimuksessa, markkinointitutkimuksessa sekä käyttäytymistieteissä. Valintojen taustalla vaikuttavat arvot ja asenteet, tunteet, motivaatio, mielihalut, aistikokemukset, ajattelutavat ja sosiaalinen sekä konkreettinen ympäristö. Päätöksentekomme ohjaavat mm. intuitio, ajattelun oikopolut ja ennakkokäsitykset, sosiaalisuus ja valintaympäristö (Consumer Insight n.d.)

Kestävän kuluttamisen taustalla vaikuttavia motivaatiotekijöitä on selvitetty mm. Sitran tutkimuksessa ”Fiksu kuluttaminen Suomessa, motivaatioprofiilit apuna liiketoiminnan suunnittelussa. Case study, Suomi”. Kuluttamiseen liittyvä päätöksenteko ei ole välttämättä kovin rationaalista, vaan siihen vaikuttavat motivaatio, arvot ja asenteet sekä lukuisia muita tekijöitä. Osa kuluttajista haluaa maksimoida oman nautin-



tonsa, kun taas osa miettii omien tarpeidensa lisäksi maapallon resurssien riittävyyttä. Kuluttajaprofiileja arvioitiin sen mukaan, ohjaavatko päätöksiä emootio ja nautinto, vai faktat ja rationaalisuus. Toinen jakoperuste oli, halutaanko valintojen vaikutusten ja hyötyjen kohdistuvan vain itseen ja omiin läheisiin vai nähdäänkö niillä olevan suurempi vaikutus ja tarkoitus. Selvityksessä tunnistettiin seuraavat motivaatioprofiilit: mukavuudenhaluinen nautiskelija, seuraileva suunnanetsijä, arjen selviytyjä, impulsiivinen heräteostaja, perinteinen tolkun ääni, fiilivihreä suunnannäyttävä sekä neuvokas arkivihreä. Jokaista profiilityyppiä motivoivat fiksuun kuluttamiseen erilaiset tekijät. Enemmistölle yhteinen motivaatiotekijä on helppous, mutta osalle on tärkeää vaikkapa edullisuus ja osalle ekologisuus. (Huumo, Kaitosalmi, Kavenius, Tuomisto & Tikkanen 2019, 8–10.)

Kuluttajakäyttäytymiseen voidaan vaikuttaa neljällä tavalla, joita ovat helppous, houkuttelevuus, sosiaalisuus ja oikea ajoitus. Helppouteen kuuluvat oletusten hyödyntäminen, palvelun aloittamisen selkeys ja sanoman yksinkertaistaminen. Houkuttelevuuteen kuuluvat huomion herättäminen ja palkkioiden sekä sanktioiden suunnittelu. Sosiaalisuuteen kuuluvat, että osoittaa useimpien ihmisten suosittelevan halutun käyttäytymisen, verkostojen hyödyntäminen sekä ihmisten kannustaminen sitoutumiseen. Ajoitukseen kuuluvat ihmisten vastaanottoajoituksen hyödyntäminen, välittömien hyötyjen ja kustannusten huomioiminen sekä ihmisten auttaminen tarttumaan tilaisuuksiin. (Service, Hallsworth, Halpern, Algate, Gallagher, Nguyen, Ruda, Sanders, Pelenur, Gyani, Harper, Reinhard & Kirkman n.d.)

Kuluttajan aikaorientaatiolla voi olla merkittävä vaikutus syömiskäyttäytymiseen. Epäterveellisesti ruokailevat harkitsevat enemmän ruokailun välittömiä seurauksia, kun taas terveellisesti ruokailevat suuntautuvat enemmän tulevaisuuteen. Tämän perusteella terveelliseen ruokailuun ja painonhallintaan tähtäävissä interventioissa tulisi keskittyä ruokailun välittömistä seurauksista enemmän tulevaisuuden ajattelun. (Dassen, Houben & Janssen 2015).

Maijastiina Jokitalon (2018) mukaan ihmisten käyttäytymistä ohjaavat useimmiten tiedostamattomat toimintamallit ja asenteet. Huonoille ruokavalinnoille altistavat etenkin kiire, väsymys ja huono mieli, jolloin valinnat tehdään tiedostamattomasti. Painonhallinnan kanssa kamppailevat ovat muita alttiimpia ympäristön herkullisille ja epäterveellisille ruokavihjeille. Impulsiiviset ruokavalinnat ovat usein epäterveellisiä ja nautinnollisia. (Jokitalo 2018, 195–197.)

Karoliina Nelimarkka (2019) on tutkinut, mitkä tekijät vaikuttavat ruoan valintaan henkilöstöravintolan asiakkailta. Niitä ovat mm. henkilökohtaiset mieltymykset, arvostukset ja tarpeet. Makumieltymyksiin liittyen ruokaa valittiin aiempien kokemusten ja ulkonäön perusteella. Monille tärkeää oli ruoan vähähiilihydraattisuus, vähärasvaisuus tai runsas proteiinipitoisuus. Myös ruoka-aineiden sopimattomuus omaan ruokavalioon on merkittävä valintatekijä. Osalla valintatekijänä oli ekologisuus, uusien ruokalajien kokeilu tai lisäaineiden välttely. Osa halusi syödä kevyesti ja osa täytävästi. Ruoan terveellisyys oli suurimmalle osalle tärkeää ja siihen liitettiin myös ruoka-annoksen kokonaisuus, täysipainoisuus ja kohtuullisuus. (Nelimarkka 2019.)

### 3.2 Nudging eli tuuppaamalla parempiin valintoihin

Yksi mielenkiintoinen menetelmä asiakkaiden ohjaamiseen on nudging, jota kutsutaan suomennettuna tuuppaukseksi. Tässä menetelmässä pyritään vaikuttamaan asiakkaiden käyttäytymiseen hienovaraisesti auttamalla heitä valitsemaan parempia vaihtoehtoja. Parhailla vaihtoehtojilla tarkoitetaan yleensä terveellisiä tai ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja, jotka ovat parhaita sekä yksilön, yhteisön että maapallon kannalta.

Viime aikoina on tunnustettu, että ruokavalinnat eivät ole vain terveyden vaan myös kestävyden kannalta keskeisiä. Ruoantuotannon ja -kulutuksen muuttaminen kasvispainotteisemmaksi on tärkeä askel globaalien elintarvike- ja terveyskriisin sekä ilmas-

tonmuutoksen kannalta. Vaikka ihmisten ruokailutottumusten muuttaminen voi tuntua vaikealta, käyttäytymistutkimuksen mukaan pienetkin tekijät voivat vaikuttaa ruokapäätöksiin ja tarjota halpoja ja tehokkaita interventioita kuten nudging. (Nudging healthy and sustainable food choices n.d.) Useimmiten ihmisillä ei ole aikaa, motivaatiota tai resursseja tehdä valintapäätöksiä, vaan ne ovat melko automaattisia ja noudattavat peukalosääntöjä, joita ympäristö ohjaa, eivätkä ne ole kovin loogisia tai rationaalisia. Ympäristöä voidaan järjestellä siten, että tietty vaihtoehto näyttyy muita parempana. (What is Nudging? 2019.)

Teorian uranuurtajana pidetään Daniel Kahnemania, joka on tutkinut yhdessä kollegansa Amos Twerskyn kanssa psykologian soveltamista taloustieteisiin ja saanut tästä myös Nobelin palkinnon vuonna 2002. Erityisesti päätöksentekotilanteissa, joissa ihmiset eivät pysty täysin analysoimaan tilannetta vaan perustavat päätöksensä tekijöille, joita taloustieteilijät eivät perinteisesti ole ottaneet huomioon. Näitä ovat esimerkiksi oikeudenmukaisuuden kokemus, menneiden tapahtumien vaikutus ja menetyksen vastustaminen. Tätä tieteenalaa kutsutaan nimellä käyttäytymistaloustiede. (Smith 2002.) Teorian kehittämistä jatkoivat taloustieteen nobelisti Richard Thaler ja oikeustieteen professori Cass Sunstein kirjassaan ”Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness”.

### **Nudging-menetelmän avulla terveyttä, hyvinvointia ja onnellisuutta**

Thalerin ja Sunsteinin (2008) mukaan ajattelua on kahdenlaista: automaattista ja refleктоivaa. Automaattinen ajattelu on nopeaa, tiedostamatonta ja kontrolloimatonta, kun taas refleктоiva ajattelu on hitaampaa, kontrolloidumpaa ja tiedostavaa. Arjessa luotamme pitkälti automaattiseen ajatteluun, vaikka siinä on paljon erilaisia virheitä, joita emme välttämättä tunnista. Ihmiset laativat erilaisia peukalosääntöjä monimutkaisista asioista ajattelun nopeuttamiseksi. Päätöksenteossa ankkuroidaan asioita liittymään toisiinsa, vaikka niillä ei todellisuudessa olisi mitään tekemistä keskenään. Esimerkiksi peräkkäiset toisiinsa liittymättömät kysymykset, saattavat ihmisten mielissä yhdistää asiat toisiinsa. Mitä todennäköisempi tai läheisempi jokin uhka on, sitä enemmän se vaikuttaa käyttäytymiseen. Myös mikäli jokin asia on onnistunut,

siitä muistuttaminen lisää ihmisten itseluottamusta. Käsitys siitä, kuinka hyvin jokin tapaus edustaa suurempaa joukkoa, voi olla harhaanjohtava. (Thaler & Sunstein 2008, 21–34.)

Ihmiset ovat ylioptimistisia omien kykyjensä osalta ja arvioivat yleensä olevansa keskivertoa parempia. Tämä vaikuttaa myös riskien sietokykyyn, esimerkiksi terveyteen liittyvissä asioissa. Helposti ajatellaan, että tietty riski ei tule käymään toteen juuri omalla kohdalla. Tässä tosin on runsaasti yksilöllistä vaihtelua. Mutta jos ihmisiä muistutetaan ikävistä tapauksista, heidän ajattelunsa muuttuu vähemmän optimistiseksi. Ylioptimismi pätee myös esim. arvonnoissa, joissa uskotaan voittoon, vaikka todennäköisyys on hyvin pieni. Menetyksen pelko on tärkeä käyttäytymiseen vaikuttava tekijä, sillä menetettyjen asioiden arvo on ihmisen mielessä suurempi kuin saavutettavien. Ihmisillä on myös taipumus ajatella lyhytnäköisesti ja pitäytyä nykytilanteessa. Monesti tämä johtaa kiinnostuksen puutteeseen ja ”ihan sama” -ajatteluun. Suurin osa ihmisistä valitsee oletusarvon (mikäli sellainen on asetettu), koska arveleen olevan paras vaihtoehto. Suuri vaikutus päätöksentekoon on myös sillä, miten asia muotoillaan, korostetaanko hyviä vai huonoja asioita. (Mts. 34–41.)

Ihmisillä on runsaasti kiusauksia, joita ovat mm. järjettömät valinnat ja epäjohtomukaisuus. Yleensä kiusausten vaikutuksia aliarvioidaan. Suunnitelmissa yritetään saavuttaa pitkän tähtäimen hyvinvointia, mutta joudutaan taistelemaan tunteiden ja kiusausten kanssa. Koska usein edetään ns. autopilotilla, ei aina aktiivisesti kiinnitetä huomiota olemassa olevaan tehtävään. Syöminen on usein vähiten huomiota saava tehtävä, joten monet syövät yksinkertaisesti sitä, mitä edessä on. Suuret lautaset ja suuret pakkaukset saavat syömään enemmän, siksi ne ovat merkittävä osa valintamuotoilua. Itsekurin puute ja järjettömät valinnat aiheuttavat ongelmia. Yksinkertaisena ohjeena esimerkiksi painonpudottajille ovat pienemmät lautaset, pienemmät pakkaukset himoituille tuotteille sekä se, ettei hankita kiusauksiin johtavia ruokia kotiin. (Mts. 43–47.) Suomessa asiasta käytetään sanontoja ”kauppakuri”, ”kaappikuri” ja ”kuppikuri”.

Ihmiset käyttävät apunaan erilaisia strategioita, kuten itsekurimallit ja ns. henkinen kirjanpito. Tehdään muistilistoja, laitetaan hälytyksiä, pyydetään apua ystäviltä tai lyödään vetoa. Joskus jopa yritykset järjestävät erilaisia tapoja itsekuriin, kuten pankkien pitkäaikaissästötilit. Ihmiset voivat asettaa myös omia sisäisiä kontrollisysteemejä, joilla he pyrkivät arvioimaan, säännöstelemään ja prosessoimaan asioita. Tähän perustuu esimerkiksi oman rahankulutuksen kontrollointi. (Mts. 47–56.)

Valintoihin vaikuttavat pitkälti muiden ihmisten puheet ja teot. Useimmat ihmiset oppivat toisilta, joten sosiaalinen vaikuttaminen on tehokasta sekä hyvässä että pahassa. Sosiaalista vaikuttamista ovat tiedottaminen ja ryhmäpaine. Ihmisillä on taipumus tehdä niin kuin muut, joskus jopa vastoin omaa järkeään. Ryhmän paheksuntaa ei haluta. Tämän vuoksi jopa kokonaiset kansakunnat saattavat päätyä erilaisiin ratkaisuihin samoissa asioissa. Jos asioita esitetään hyvin itsevarmana, voidaan ryhmien päätöksentekoon ja toimintaan vaikuttaa merkittävästi. Ryhmillä on myös taipumus pitäytyä vakiintuneissa malleissa. Ihmiset saattavat seurata tapaa tai mallia vain sen vuoksi, että ajattelevat muiden pitävän niistä. Muutamat vaikutusvaltaiset ihmiset saattavat antaa vahvan signaalin sopivasta käyttäytymisestä, joka voi vaikuttaa myös yhteisön käyttäytymiseen. (Mts. 57–65.)

Monesti luullaan, että ihmiset kiinnittävät toisiinsa enemmän huomiota kuin todellisuudessa tapahtuu, tätä kutsutaan ns. valokeilaefektiksi. Muut ihmiset vaikuttavat meihin joko tarkoituksella tai tahtomattaan. Esimerkiksi ruokailutottumuksiin vaikuttavat ne ihmiset, joiden kanssa ruokaillaan. Yleensä ryhmässä syödään enemmän kuin yksin. Ryhmän kulutusnormeilla ja niiden keskiarvolla on suuri merkitys. Mainostajat osaavat käyttää tätä tietoa hyväkseen ja he voivat vaikuttaa kertomalla, mitä muut ihmiset tekevät. Ystävien ja naapureiden valinnat voivat myös vaikuttaa. Sosiaalisella vaikuttamisella voidaan muuttaa merkittävästi jopa globaaleja markkinoita. (Mts. 65–71.)

Näitä ajatusmalleja kannattaa hyödyntää esimerkiksi siten, että kun tekeminen on oikeasuuntaista, tästä kannattaa kertoa. Kiinnittämällä ihmisten huomiota asiaan, voidaan saada toivottua muutosta aikaiseksi. Positiivinen kieltävä normi voi olla tehokkaampi kuin negatiivinen informatiivinen vastaava. Myös painottamalla tilastollista todennäköisyyttä voidaan herättää ihmisten huomiota asioihin ja muuttaa käyttäytymistä toivottuun suuntaan. Jos halutaan parantaa ihmisten käyttäytymistä, ei pidä antaa heidän tietää, että he ovat jo keskivertoa parempia (tästä voi syntyä ns. bumerangiefekti). Sen sijaan pienillä sanattomilla merkeillä, kuten hymiöt, voidaan vaikuttaa positiivisesti, korjata virheellistä ja lisätä hyväksyttävää toimintaa. Ihmisten toimintaan voidaan vaikuttaa myös mittaamalla tai kyselemällä heidän aikomuksiaan ja suunnitelmiaan asian suhteen. Ruokailussa tällaista etukäteen virittäytymistä tapahtuu myös esimerkiksi ruoan tuoksujen avulla. (Mts. 71–78.)

Valintamuotoilu eli valinta-arkkitehtuuri on valintatilanteiden sekä fyysisten ja sosiaalisten ympäristöjen muokkaamista käyttäytymistaloustieteen perusteella. Valintamuotoilun toteuttamisessa tulee huomioida seuraavat inhimilliset tekijät: muotoilun tulee tukea haluttua toimintaa, oletusarvoksi tulee asettaa haluttu toiminta, virhemahdollisuudet tulee ennakoida ja karsia, asiakkaille tulee antaa palautetta ja varoittaa virheistä sekä auttaa heitä kartoittamaan vaihtoehtoja ymmärrettävästi eli strukturoida (mts. 89–109.) Koska ruokailuun liittyvät päätökset tulevat eteemme usein, nopeasti ja tuotteiden rahallinen arvo on melko pieni, päätöksentekoon ei käytetä paljoa aikaa. Yleensä valitaan sama kuin ennenkin, se minkä muutkin valitsevat tai se mikä on helpoiten saatavilla.

### **Tuuppausta suomalaisittain**

Suomessa tuuppausta on tuotu esille mm. valtion Kokeileva Suomi -hankkeessa. Markus Kanervan (2018) mukaan käyttäytymistaloustieteen ihmiskäsitys poikkeaa taloustieteellisestä käsityksestä siinä, että ymmärretään mieltymysten ja käyttäytymisen olevan vaikutuksille alttiita, ristiriitaisiakin ja vaihdella etenkin puutteellisen itsehal-

linnan vuoksi. Päätöksiin vaikuttavat myös muut ihmiset ja pyrkimyksenä on vähentää katumuksen tunnetta. Ihmisten kyky käsitellä tietoa on epätäydellistä. (Kanerva 2018).

Esimerkki tuuppauksen käytöstä Suomessa on StopDia-hanke, jossa pyritään vähentämään diabetekseen sairastuneiden määrää Suomessa. Työympäristössä tehtävillä valinnoilla on suuri merkitys työntekijöiden terveydelle, koska huomattava osa valinnoista tehdään työaikana. StopDia -työkalupakissa kerrotaan tuuppauksen olevan hellävarainen tapa ohjata asiakkaita ja saavuttaa pitkän aikavälin hyötyjä terveellisten ruokavalintojen avulla. Muutoksiin tähdätään ympäristön valinta-arkkitehtuurin avulla muuttamalla tarjontaa terveellisemmäksi ja tekemällä terveellisistä vaihtoehdoista houkuttelevia. (StopDia työkalupakki 2019.) Ympäristön huomioiminen on tärkeä osa terveysinterventioita, sillä muutoin ihmisten on vaikeaa toimia suositusten mukaisesti pitkällä aikajänteellä. Tyypillisesti ihminen valitsee vaihtoehdon, jonka on aiemminkin valinnut tai joka on helppo ja houkutteleva sekä muiden ihmisten suosima. (Tuuppaamaan, työnantaja! n.d.)

Elintarviketeollisuusliiton mukaan asiakkaiden kasvien ja hedelmien syöntiä voidaan lisätä asettamalla ne houkuttelevasti tarjolle linjaston alkupäähän. Myös kasvien ja hedelmien pilkkominen helposti syötäväksi lisää niiden menekkiä. Aterioiden annoskokoihin voidaan vaikuttaa pienemmillä lautasilla sekä valmiiksi mietityillä ateriakokonaisuuksilla ja oletusvaihtoehdoilla. (Tuuppaus saa syömään huomaamatta terveellisesti, 2019.)

Fazer Food Services testasi menetelmän vaikutusta joissain Pohjoismaisissa ravintoloissa vuonna 2016 muuttamalla tuotteiden esille laittamista ja merkintää. Vaihtamalla suositeltavien tuotteiden paikkaa ensimmäiseksi tarjolle, muutos niiden menekissä oli merkittävä. Muuttamalla jälkiruokien annoskokoa pienemmäksi, asiakkaat pitivät niitä houkuttelevampina ja arvokkaampina. Terveellisten välipalojen kuten he-

delmien menekki kasvoi, kun niitä pilkottiin sopivankokoisiksi annoksiksi. Näiden toimenpiteiden avulla saavutettiin ns. win-win-tilanne, jossa voittivat asiakkaat, maapallo ja yritys. (Fazer Food Services – Nudging? 2016.)

### **Tutkimuksia aiheesta Suomessa**

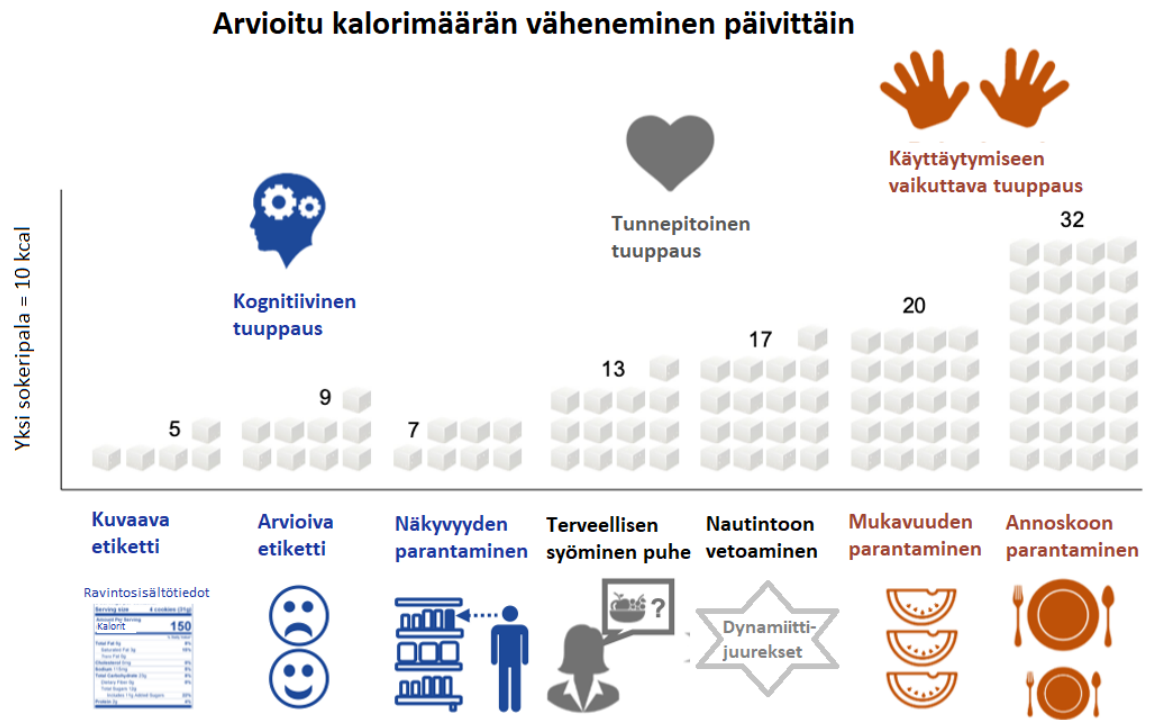
Suomessa nudging-menetelmää on sivuttu muutamissa tutkimuksissa. Sanna Repo (2019) on käsitellyt opinnäytetyössään menetelmän käyttöä ravintolan päätöksenteon ympäristössä edistämään ympäristöystävällisempää lounasruokailua. Hänen mukaansa tuuppauksen avulla voidaan jonkin verran vaikuttaa ihmisten valintoihin, mutta ilmastonmuutoksen hillitsemiseen se on yksittäisenä toimenpiteenä riittämätön. (Repo 2019). Leila Grön-Parkkila (2018) on käsitellyt aihetta opinnäytetyössään, jossa tutkittiin kasvisruokailua lounasravintoloissa ja ruokailuun vaikuttaminen nudge-mallin avulla. Opinnäytetyössä tutkittiin mahdollisuutta lautasmallin mukaiseen kasvisruokailuun Seppälän kaupunginosan ravintoloissa. Grön-Parkkila selvitti, kuinka hyvin lounasravintolat ohjaavat asiakkaitaan terveelliseen ja suositusten mukaiseen ruokailuun. Tutkimus osoitti, että kasvisruokien valikoimassa ja toteutuksessa sekä asiakkaiden ohjaamisessa kohti parempia ruokavalintoja on vielä paljon kehitettävää. (Grön-Parkkila 2018). Emilia Sundman (2019) on käsitellyt tutkimuksessaan nudging-menetelmiä ravintolan ruokahävikin vähentämisessä ja todennut, että niillä voidaan vähentää ruokahävikkiä merkittävästi (Sundman 2019).

Muotoilun näkökulmaan paneudutaan Laura Kinnusen (2020) opinnäytetyössä, joka käsittelee erilaisten palveluympäristöjen mm. ravintolatilan suunnittelua, asiakkaiden palvelupolkuja ja Nudging-menetelmien mahdollisuuksia niissä. Kinnunen toteaa, että on hyödyllistä yhdistää eri alojen osaamista palvelumuotoilun avulla, jotta pystytään hahmottamaan kokonaisuus. Onnistuneessa palvelukokemuksessa ja -ympäristössä yhdistyvät toiminnot, palvelut ja tilaratkaisut. (Kinnunen 2020.)



### **Tutkimuksia aiheesta ulkomailta**

Ulkomaisia tutkimuksia koskien nudging-menetelmän käyttöä ruokaan liittyvissä valinnoissa on useita. Pierre Chandon (2019) on tutkinut laajalti markkinoinnin näkökulmasta, kuinka ihmisten käyttäytymistä voidaan muuttaa kohti terveellisempiä ruokavaltintoja. Hänen mukaansa nudging tarkoittaa kaikkia valinta-arkkitehtuurin osia, joilla voidaan muuttaa ihmisten käyttäytymistä ennustettavalla tavalla kieltämättä vaihtoehtoja tai muuttamatta merkittävästi taloudellisia kannustimia. Tutkimuksissa on tarkasteltu ihmisten käyttäytymistä, sillä usein ihmiset kertovat käyttäytyvänsä eri tavalla kuin todellisuudessa tapahtuu. Chandon on tutkinut mm. arvioidun kalorimäärän päivittäistä vähenemistä eri keinojen avulla (kuvio 9). Keinot jaettiin kolmeen kategoriaan: kognitiivisiin, tunnepitoisiin ja käyttäytymiseen vaikuttaviin. Kognitiivisia keinoja ovat kuvailevat tai vertailevat ravintosisältötiedot ja näkyvyyden parantaminen. Tunnepitoisia keinoja ovat henkilökunnan suosittelut tai tiedustelut terveellisistä ruoista ja ruokien houkuttelevuus. Käyttäytymiseen vaikuttavia keinoja ovat mukavuuden lisääminen ja annoskokoihin vaikuttaminen. Chandonin mukaan parhaat tulokset saavutetaan vaikuttamalla käyttäytymiseen. Toiseksi tehokkaimmat keinot ovat tunnepitoisia ja kolmanneksi tehokkaimmat kognitiivisia. Paras vaikuttavuus saavutetaan annoskokojen pienentämisellä.



Kuvio 9. Arvioitu kalorimäärän väheneminen päivittäin (Chandon 2019, muokattu).

Chandon ja Brian Wansink (2012) ovat tutkimuksessaan tuoneet esille runsaasti erilaisia tapoja, joiden avulla ruoanjalostajat ja jälleenmyyjät voivat löytää keinoja terveellisten ruokien markkinoimiseksi kuluttajille. Tällä pienten askelten lähestymistavalla pystytään heidän mukaansa vähentämään niiden ihmisten (90 % väestöstä) ylipainoa, joilla ylipaino tulee syömällä 60–100 kaloria liikaa päivässä. (Chandon & Wansink 2012.) Hyvinkin pienet, mutta kumuloituvat muutokset ruoan saannissa voivat vuositasolla olla riittäviä vähentämään lihavuutta. Salaattibaarissa tehdyssä tutkimuksessa, jossa elintarvikkeita siirrettiin hieman vaikeammin saavutettaviksi (n. 10 tuumaa) ja tarjoiluvälineitä vaihdettiin huomaamatta pienemmiksi, todettiin näiden toimenpiteiden pienentäneen annoskokoja 8–16 %. (Rozin, Scott, Dingley, Urbanek, Jiang & Kaltenbach 2011.)

Konferensseissa ruokailevilla asiakkailla tutkittiin, kuinka muuttamalla lounaan oletusarvoksi kasvisruoka, saatiin suurin osa asiakkaista valitsemaan kasvisruokavaihtoehto. Tutkimus osoitti, että oletusarvon muuttaminen on tehokas, yleinen, helposti skaalautuva ja hyväksyttävä keino terveellisten ja kestävien ruokavalintojen edistämiseksi. (Hansen, Schilling & Malthesen 2019.) Työmaakahviloissa tutkittiin nudgingiin ja sosiaaliseen markkinointiin perustuvia menetelmiä ja todettiin niiden kannustavan työntekijöitä terveellisempiin ruokaostoksiin sekä todettiin vaikutusten pysyvän myös pidemmällä aikavälillä (Velema, Vyth, Hoekstra & Steenhuis 2018).

### 3.3 Palvelujärjestelmän kehittäminen asiakaslähtöisesti

Lauri Reuter (2020) haastaa pohtimaan, mikä on ihmisen vastuu pitää oma ruokavalionsa kunnossa. Jokaisen ihmisen terveys on riippuvainen toisista. Tällä hetkellä yhteiskunta maksaa ihmisten vapauden tehdä huonoja valintoja, joten mikä on yhteisön hyvä verrattuna yksilön oikeuksiin? Yhteiskunta ei voi pakottaa, mutta se voi kannustaa parempiin valintoihin. Yhteisön on määriteltävä, millainen yhteisö haluaa olla. Sillä on mahdollisuus ja velvollisuus käyttää erilaisia työkaluja, että kaikki voisi olla paremmin. On mietittävä inhimillisyyttä ja kestävyyttä, mitkä asiat ovat kaikkein tärkeimpiä. On osattava haaveilla ja kuviteltava tilanne, missä kaikki on onnistunut. Kun päämäärä on selvillä, valitaan oikea portaikko, joka johtaa siihen. (Reuter 2020.)

Perttu Pölösen (2020) mukaan on määriteltävä, mikä on se iso juttu ja mitä on tehtävä sitä ennen. Tehokkuutta on vaikeaa lisätä, vaan on tehtävä paremmin. Kaikkea ei voida mitata numeroilla, kuten esimerkiksi luottamusta. (Pölönen 2020.)

Palvelujärjestelmien kehittämiseen on tarjolla lukuisia menetelmiä, joissa tällä hetkellä suuntauksena on osallistaa asiakkaat palvelujen suunnitteluun alusta lähtien, kuten Design Thinking ja Service Design eli palvelumuotoilumenetelmissä tehdään. Brownin (n.d.) mukaan Design Thinking on ihmiskeskeinen lähestymistapa innovointiin, jossa muotoilijan työkalut liitetään ihmisten tarpeisiin, teknologian mahdollisuuksiin ja liiketoiminnan onnistumiseen. Menetelmän vaiheet ovat havainnointi,

määrittely, ideointi, prototyypin tekeminen ja testaus (Brown n.d.). Asiakkaiden osallistaminen palvelun suunnitteluun on tärkeää, koska tällöin asiakkaat voivat sitoutua asiakkuuteen paremmin. Lisäksi he ovat tyytyväisempiä, koska kokevat palvelun omakseen ja suosittelevat sitä silloin muillekin.

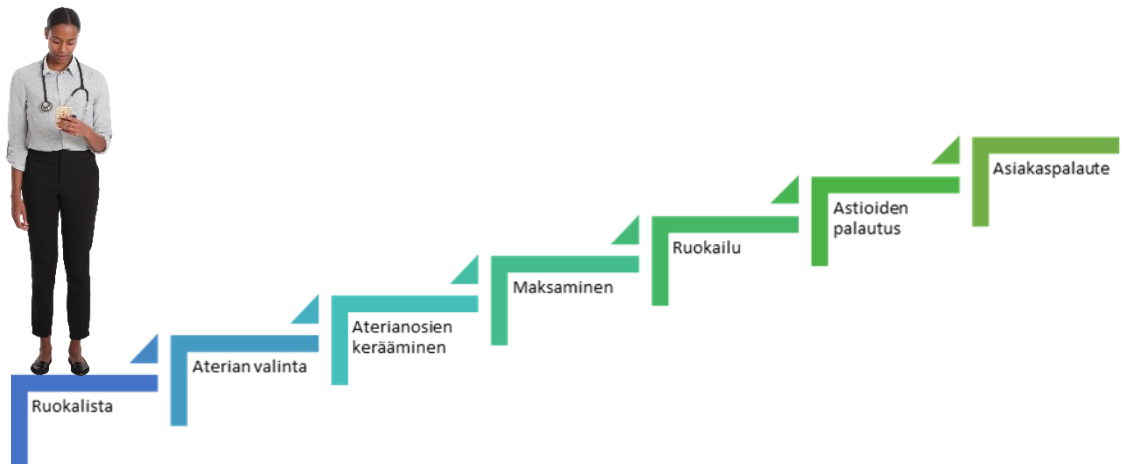
Asiakaslähtöisissä menetelmissä lähtökohtana on selvittää asiakkaan tarve ja ongelma, johon haetaan ratkaisua keräämällä ideoita mahdollisimman laajasti ja jalostamalla niitä eteenpäin sekä karsimalla ja valitsemalla parhaat toteuttamiskelpoiset ideat, joista pyritään muodostamaan mahdollisimman nopeasti prototyyppi. Prototyypin testausvaiheessa tulevat esille kehittämiskohteet, joiden pohjalta palvelua parannetaan ja muutetaan. Asiakkaat ovat mukana testausvaiheessa ja kiinteästi koko kehittämisprosessissa. Näin saadaan aikaiseksi asiakkaille sopivampia palveluita ja parempaa asiakastytyväisyyttä sekä -uskollisuutta.

Tutkimuksen toimeksiantajalla on hyviä esimerkkejä siitä, miten koululaisia saatiin innostettua syömään enemmän kasvisruokaa. Kun kasvisruoka laitettiin tarjolle linjastoon ensimmäisenä ja se oli vapaasti otettavissa, ruoan menekki lisääntyi. Koululaisia myös osallistettiin ruokavalikoiman suunnitteluun makuraadissa, joka testasi uusia ruokalajeja ja valitsi mieleisimmät vaihtoehdot ruokalistalle. (Ruokastrategia 2019, 16.)

### **Palvelumuotoilun avulla parempaa asiakasymmärrystä**

Suosittu palveluliiketoiminnan kehittämismenetelmä on palvelumuotoilu. Juha Tuulaniemen (2011) mukaan palvelumuotoilu on systemaattinen tapa lähestyä palveluiden kehittämistä ja innovointia yhtä aikaa sekä analyyttisesti että intuitiivisesti (Tuulaniemi 2011, 10). Palvelumuotoilun prosessi koostuu määrittelystä, tutkimuksesta, suunnittelusta, palvelutuotannosta ja arvioinnista. Tutkimuksessa tavoitteena on löytää ymmärrystä asiakkaiden käyttäytymisestä, motiiveista, odotuksista, tarpeista ja tavoitteista sekä palveluntuottajan toimintaympäristöstä, kehittämiskohteista ja resursseista. Näitä voidaan selvittää kyselytutkimusten, haastatteluiden, keskusteluiden tai erilaisten toiminnallisten menetelmien avulla. Asiakasymmärryksen karttussa voidaan suunnitella palvelut vastaamaan loppukäyttäjien todellisia tarpeita ja

saadaan aikaan asiakkaille arvoa tuottavaa palvelua. Palvelupolun vaiheissa eli palvelutuokioissa asiakas kohtaa palveluntuottajan kontaktipisteissä, joita ovat ihmiset, ympäristöt (myös virtuaaliset), esineet ja toimintatavat. Palvelupolku ja kontaktipisteet pyritään suunnittelemaan mahdollisimman sujuviksi. (Mts. 78–82.) Asiakkaan palvelupolku eli palvelun kokonaisuus henkilöstöravintolassa on kuvattu kuviossa 10.



Kuvio 10. Asiakkaan palvelupolku henkilöstöravintolassa

Palvelumuotoilussa voidaan käyttää höydyksi myös käyttäytymistaloustieteiden menetelmiä. Kanadalainen strateginen suunnitteluyritys Bridgeable on listannut parhaiten palvelumuotoiluun sopiviksi käyttäytymistaloustieteen menetelmiksi ankkuroinnin, oletusarvot, kitkakustannukset, strutsiefektin ja sosiaalisen vakuuttamisen. Ankkuroinnilla tarkoitetaan sitä, että ensimmäiset faktat, jotka ihminen kuulee muodostavat heidän käsityksensä asiasta. Oletusarvolla tarkoitetaan, että ihminen poimii helpoimman vaihtoehdon välttääkseen monimutkaista päätöksentekoa. Oletusarvona tulee siis olla se, mitä ihmisten halutaan tekevän. Kitkakustannuksilla tarkoitetaan, että ihmisiä saattavat estää toimimasta näennäisen pienet esteet. Strutsiefekti tarkoittaa, että ihmiset eivät halua tietää tekemistään virheistä. Sosiaalinen vaikuttaminen tarkoittaa, että ihmiset haluavat olla kuten muut ja toimivat usein niin kuin olettavat muiden toimivan. Käyttäytymisen muutoksen tutkimisen voi yhdistää palvelumuotoiluun siten, että ideoinnin ja prototyypin tekemisen välillä tunnistetaan paras

hetki interventioon ja kehitetään uusia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat asiakkaiden käyttäytymiseen. Prototyypin kehittämisen jälkeen idea testataan ja määritellään, mikä toimii käyttäytymisen muutoksessa, jonka jälkeen hyväksytään tai hylätään menetelmät. (Designing Behaviour Change n.d.)

### **Asiakasinformaatio henkilöstöravintolassa**

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen ”Vastuullisuus ruokaketjussa” -julkaisu opastaa viestimään vastuullisuudesta kuluttajille ostopäätösten tueksi. Tiedon tulee olla helposti saatavilla ja ymmärrettävää. Ruokaketju tulee tehdä kuluttajille läpinäkyväksi sekä viestiä, mikä siinä on vastuullisuuden kannalta oleellista ja miten näitä seikkoja yrityksessä hallitaan. Viestinnän tulee olla käytännönläheistä ja arjessa hyödyllistä. (Heikkurinen, Jalkanen, Järvelä, Järvinen, Katajajuuri, Koistinen, Kotro, Mäkelä, Pesonen, Riipi, Ulvila & Forsman-Hugg 2012, 22–23.)

Tärkein ja vanhin tiedotus- ja markkinointitapa ravintoloilla on ruokalista. Suomessa lainsäädäntö edellyttää, että tarjoilupaikassa annetaan asiakkaille pakkaamattomista elintarvikkeista seuraavat tiedot: elintarvikkeen nimi, allergioita ja intoleransseja aiheuttavat aineet ja tuotteet, elintarvikkeen alkuperämaa tai lähtöpaikka tarvittaessa ja elintarvikkeen ainesosana käytetyn lihan alkuperämaa. Vapaaehtoisesti saa antaa tietoa myös elintarvikkeen ainesosista, valmistus- ja lisäaineista sekä elintarvikkeen ravintoarvosta. Ohjetta sovelletaan riippumatta siitä, nautitaanko ateriat tarjoilupaikassa vai otetaanko ne mukaan. (Elintarviketieto-opas Ruokaviraston ohje 17068/2 2019, 173–174.)

Toimeksiantajan henkilöstöravintoloissa ovat tuoteselosteet tällä hetkellä asiakkaiden nähtävänä kansiossa. Selosteita voi olla hankalaa etsiä, joten monesti asiakkaat eivät viitsi tietoa etsiä tai kysyä. Tavoitteena onkin, että tuoteselosteet löytyisivät suoraan sähköisestä ruokalistasta kyseisen päivän kohdalta. Monet asiakkaat kaipaavat myös ravintosisältötietoja, jotta voivat vertailla eri ruokalajeja esimerkiksi energian tai proteiinin saannin näkökulmasta.

Ruokapalveluiden tuotannonohjausjärjestelmien kehittämisessä on huomioitu mahdollisuus tuoteselosteiden ja ravintosisältötietojen julkaisemiseen ruokalistojen yhteydessä. Myös Kylän Kattauksen asiakkaille julkaistaviin e-ruokalistoihin tullaan jatkossa lisäämään informatiivisena tietona tuoteselosteet ja ravintosisältötiedot (kuvio 11). Näistä asiakkaat voivat helposti ja nopeasti tarkistaa haluamansa tiedot, ja ne myös päivittyvät sitä mukaa, kun resepteihin tehdään muutoksia. Tietoihin voidaan lisätä myös merkintä sesongin mukaisista raaka-aineista.

## Lounas 2



Lihakeitto L, M, G, MU , Rapea kurkku-persikkasalaatti L, M, G, MU

### Lihakeitto

#### Ravintoarvot (100 g/100 ml)

Energia, kcal	56,374 kcal
Energia, kJ	236,709 kJ
Rasva	1,096 g
josta tyydyttynyttä	0,562 g
Hiilihydraatit	6,096 g
josta sokereita	1,179 g
Proteiini	4,904 g
Suola	0,221 g

#### Ainesosat

vesi, peruna, juureskuutiot (SELLERI), nauta, purjo, sipuli, suola, lihaliemijauhe, persilja, maustepippuri, kastikkeen ruskistaja, laakerinlehti

### Rapea kurkku-persikkasalaatti

#### Ravintoarvot (100 g/100 ml)

Energia, kcal	17,82 kcal
Energia, kJ	72,994 kJ
Rasva	0,105 g
josta tyydyttynyttä	0,005 g
Hiilihydraatit	3,344 g
josta sokereita	3,008 g
Proteiini	0,846 g
Suola	0,002 g

#### Ainesosat

jäävuorisalaatti, kurkku, persikkakuutio, persilja

Kuvio 11. Ravintosisältö- ja ainesosatiетоjen ilmoittaminen e-ruokalistassa (Kemppainen 2020).

## Merkkien käyttö

Elintarvikepakkauksissa käytetään erilaisia merkkejä helpottamaan vertailua ja kuluttajien valintoja. Ne antavat lisätietoa tuotteiden ominaisuuksista. Hyvää Suomesta -merkki on suomalaisen ruoan alkuperämerkki, Avainlippumerkki kertoo, että tuote on valmistettu Suomessa ja Sirkkalehtimerkki on alkuperä- ja laatumerkki, joka kertoo ruokaperunan sekä erilaisten puutarhatuotteiden suomalaisuudesta. Luomu-

merkkejä on useita, joista yleisimpiä Suomessa ovat EU:n luomumerkki, Aurinko-merkki ja Leppäkerttumerkki. Sydänmerkki kertoo tuotteen ravitsemuksellisesta laadusta. Reilun kaupan merkki tarkoittaa, että tuotteen tai raaka-aineen valmistuksessa on noudatettu kansainvälisiä Reilun kaupan kriteerejä. Rainforest Alliancen -merkki pyrkii olemaan tae siitä, että tuote on valmistettu ympäristöystävällisesti ja kestävän kehityksen mukaisesti, työntekijöille oikeudenmukaisissa oloissa. Joutsenmerkki eli Pohjoismainen ympäristömerkki erottelee ympäristön kannalta parhaat tuotteet ja palvelut. Laatuvastuu-merkin voi saada lihatuote, joka on tuotettu eläinten terveydestä ja tuoteturvallisuudesta huolehtivalla sertifioidulla, kansalliseen laatujärjestelmään kuuluvalla tilalla. Taulukossa 1 ovat tunnetuimmat Suomessa esiintyvät elintarvikepakkausmerkit.

Taulukko 1. Tunnetuimmat elintarvikepakkauksista löytyvät merkit (Ruoan pakkausmerkinnät n.d.)

Hyvää Suomesta -merkki 	Hyvää Suomesta -merkki 	Avainlippumerkki 
EU:n luomumerkki 	Aurinko-merkki 	Leppäkerttumerkki 
Sydänmerkki 	Reilun kaupan merkki 	Joutsenmerkki 
Sirkkalehtimerkki 	Rainforest Alliance-merkki 	Laatuvastuumerkki 



### **Värikoodien ja liikennevalojen käyttö**

Pertti Mustajoki (2020) on kehittänyt liikennevalomallin, jossa ruoat on jaettu kalori- määränsä mukaisesti viiteen värikategoriaan: tummanvihreä, vaaleanvihreä, keltainen, vaaleanpunainen ja tummanpunainen. Näistä tummanvihreisiin kuuluvat alle 100 kilokaloria sadassa grammassa olevat ruoat, esimerkiksi porkkanat, kurkut, tomaatit ja omenat, joita voi nauttia huoletta. Tummanpunaisiin kuuluvat yli 400 kilokaloria sadassa grammassa sisältävät ruoat kuten, makeiset, keksit, suklaa ja perunalastut, joita tulee käyttää harvoin ja harkiten. Painonhallinnan kannalta kaloripitoisten ruokien vähentäminen ruokavaliosta on oleellisen tärkeää. (Laihdutusprofessori Pertti Mustajoki: Vähennä kaloreita ilman dieettiä 2020.)

Toinen esimerkki värikoodien käytöstä ovat WWF:n kala- ja lihaoppaissa käytetyt vastuullisuutta kuvaavat liikennevalot. Näissä vihreä on määritelty parhaaksi valinnaksi, keltainen harkittavaksi ja punainen vältettäväksi. Samalla kala- tai lihalajilla voi olla useita värejä riippuen esimerkiksi kalastus- tai kasvatustavasta ja paikasta. (WWF:n kalaopas n.d.; WWF:n lihaopas n.d.)

Suuressa sairaalakahvilassa tehdyssä tutkimuksessa liikennevalomerkeillä ja valinta- arkkitehtuurilla voitiin osoittaa olleen merkittävä vaikutus asiakkaiden syömiskäyttäytymiseen myös pidemmällä aikavälillä. Tutkimuksessa kahvilan tuotteet oli värikoodattu siten, että vihreät olivat terveellisiä, keltaiset olivat vähemmän terveellisiä ja punaiset olivat epäterveellisiä tuotteita. (Thorndike, Piis, Sonnenberg & Levy 2014). Tämän perusteella erilaiset merkit ja värikoodit voisivat olla käyttökelpoinen tapa helpottaa asiakkaiden valintoja.

### **Palveluympäristö kuntoon valintamuotoilulla**

Ravintolan palveluympäristön suunnittelussa tärkeän osan muodostavat lämpö-, valo-, ilmastointi- ja sähkösuunnittelu. Nämä määrittävät pitkälti sen, miten ruoan tarjoilupisteet sijoittuvat. Tuotteiden sijoittamiselle asettavat rajoitteensa mm. lämpimien ja kylmien tarjoilualtaiden paikat ja se, miten eri toiminnoille on suunniteltu

paikat ravintolassa. Asiakkaiden palvelupolut suunnitellaan yleensä logistisesti toimiviksi siten, että asiakkaat saapuvat yhdestä ovesta, kulkeminen tapahtuu enimmäkseen yhteen suuntaan ja asiakkaat poistuvat tilasta kassapisteen kautta. Palveluntuottaja voi kuitenkin jonkin verran vaikuttaa siihen, missä järjestyksessä ruoat ovat tarjolla, mikäli paikka sopii ruoan tarjoilulämpötilalle. Palveluntuottaja vastaa ravintolan valikoiman suunnittelusta. Yhdessä palvelun tilaajan kanssa on sovittava yleisestä linjasta ja siitä minkä tyyppistä ruokaa asiakkaille tarjotaan. Ravitsemussuositukset antavat hyvän pohjan perusvalikoimalle, mutta niiden lisäksi tarjolla voi olla myös muunlaista asiakkaiden toivomaa ruokaa, kuten esimerkiksi salaattilounas tai paistopiste.

Tuuppauksen periaatteiden mukaisesti ravintolan valintamuotoilun kannalta oleellinen seikka on astioiden valinta. Tarjoilu- ja ruoka-astioiden sekä ottimien koko, muoto ja väri vaikuttavat asiakkaan ruokailukokemukseen. Aistien merkitys korostuu ruoan valinnassa, joten myös tarjoilu paikan valaistus ja värimaailma vaikuttavat ruoan visuaaliseen houkuttelevuuteen. Ruokien ollessa kyseessä myös hajuaistilla on suuri merkitys ruoan valintaan, sillä tutut ja miellyttävät hajut houkuttelevat ruokailemaan. ”Ei ainoastaan leivästä: ruoka, kokemus ja moniaistisuus” -tutkimuksessa todettiin moniaistisen ruokailukokemuksen koostuvan parhaimmillaan kodikkaasta ravintolatilasta, energisoivista värikontrasteista, luontoon viittaavasta väriskaalasta, onnistuneesta kalustesijoittelusta ja äänimaisemasta sekä luonnonvalosta ja vehreydestä. Lounasruokailun osalta värien vaihtelevuus ja monipuolisuus yhdistetään terveellisyteen. Arjen ruokailun estetiikkaa koetaan, kun ruoka on kauniisti ja siististi tarjolla sekä ruokailu toimii ja sujuu hyvin. (Hynynen, Hopia, Uimonen, Pitkäkoski, Aaltojärvi, Paakki & Kontukoski 2018, 51–52, 67.)

Palveluntuottaja tuottaa tietoa asiakkaan valintojen tueksi ja huolehtii siitä, että informointi on oikeassa paikassa oikeaan aikaan saatavilla. Ruokalista on yksi näkyvin informaatio ravintolatoiminnassa. Jopa ruokalajien sijainti ruokalistalla voi ohjata asiakkaiden valintoja, joten suositeltavin ruokalaji olisi hyvä mainita listalla sille kuuluvalla paikalla eli ensimmäisenä. Myös ruokalajien nimeämisellä on vaikutusta siihen,

millaisia odotuksia ja mielikuvia ne asiakkaiden mielessä herättävät (Jokitalo 2018, 200).

Mikäli ravintolassa myydään valmiiksi pakattuja annoksia, on annosten koolla merkitystä. Annoskoko antaa viitteen normaalista syötävästä määrästä. Näin ollen vastuullisessa ravintolassa myytävät annoskoot olisi hyvä olla suositusten mukaisia ja etenkin makeiden tuotteiden ollessa kyseessä mahdollisimman pieniä. Tästä oli mielenkiintoinen esimerkki Fazerilla, jossa asiakkaat mielsivät makean herkun jopa arvokkaammaksi, kun sen annoskoko muutettiin pienemmäksi (Fazer Food Services – Nudging? 2016).

Painonhallinnan osalta kiinnostavaa on Brian Wansinkin (2010) maininta siitä, että ihmiset luulevat tahdonvoiman olevan avain onnistumiseen. Tärkeämpää olisi kuitenkin järjestää ympäristömme sellaiseksi, että emme tarvitse tahdonvoimaa. Jos esimerkiksi ympäröimme itsemme suklaalla, on vain ajan kysymys, milloin se on syöty. Mutta jos suklaa on kaukana, emme viitsi nähdä vaivaa hakeaksemme sitä. Jos haluamme tehdä pieniä muutoksia meidän tulee siis kiinnittää huomiota ympäristöömme. Koska syömme n. 92 % siitä, mitä meille on tarjolla, siksi myös isommilta lautasilta syödään huomattavasti enemmän kuin pienemmiltä. Mikäli tämä tapahtuu kerran päivässä vaikkapa vuoden ajan, on sillä jo suuri merkitys painon kannalta. (Wansink 2010.)

### **Digitalisaation mahdollisuudet asiakaskokemuksessa**

Palvelut digitalisoituvat nopeaa vauhtia ja digitalisaatio tuo omat mahdollisuutensa palvelukokemuksen parantamiseen. Markkinointi ja myyntityö tehdään jo pitkälti verkossa etukäteen ennen kuin asiakas on edes astunut palvelutilaan. Palveluiden esittely tapahtuu pitkälti sähköisenä ja monesti myös palveluiden tilaaminen ja maksaminen on siirtynyt verkkoon. Palveluiden nouto tapahtuu asiakkaan toimesta tai palvelu tuodaan asiakkaan luokse. Näistä toimenpiteistä osa voidaan ulkoistaa varsinaiselta palveluntuottajalta, kuten maksujärjestelmien ylläpito tai palveluiden toimitus.

Asiakaspalvelussakin automaatio ja robotisaatio valtaavat sijaa ja itsepalvelukassat ovat jo tätä päivää. Robottien tuleminen asiakaspalveluun nähdään jo etenkin verkkokaupoissa botteina ja varmasti pian myös fyysisissä kaupoissa ja ravintoloissa. Robottien avulla voidaan saavuttaa parempaa tehokkuutta myös ravintola-alalla ja robotteja onkin käytetty esimerkiksi ruoan tai juoman valmistukseen erilaisina automaatteina tai kokkien avustajina (Gottsegen 2019).

Asiakastiedon ja ostokäyttäytymisen kerääminen tapahtuu jo pitkälti tekoälyn avulla yhdistämällä tietoja erilaisista tietokannoista eli ”Big Datan” avulla. Tämä onkin syrjäyttämässä perinteiset asiakastytyväisyyskyselyt, sillä erilaisten tietolähteiden avulla pystytään piirtämään tarkempi kuva ihmisen mielenkiinnon kohteista ja ostokäyttäytymisestä. Google tietää jo pelottavan tarkkaan, missä olemme liikkuneet ja lähettää arvostelupyynnön välittömästi puhelimeen, kun asiointi on tapahtunut. Kuitenkaan digitalisaatio ei pysty korvaamaan sitä, missä ihminen on parhaimmillaan: empatiakyvyssä ja asiakkaan ymmärtämisessä, näitä tarvitaan asiakaslähtöisten palveluiden suunnittelussa myös tulevaisuudessa.

Tulevaisuuden asiakaskokemuksiin ravintoloissa voivat vaikuttaa uusien teknologioiden osalta mm. ruoan 3D-tulostus, tekoälyn käyttö tiedonkeräämisessä, ennakoinnissa ja suunnittelussa, lisätty todellisuus virtuaalisen aterian muodossa, autonomiset ajoneuvot kuljetuksissa, ruoan tilaaminen verkossa, joukkoistaminen uusien tuotteiden etsinnässä sekä markkinoinnissa, robotiikka ruoanvalmistuksessa, tarjoilussa ja puhtaanapidossa, esineiden internet laitteiden huollossa sekä synteettinen biologia laboratoriossa tuotettujen elintarvikkeiden osalta (The restaurant of the future, creating the next generation customer experience 2016). Valtionvarainministeriössä on laadittu julkaisu digitalisaation ja robotisaation mahdollisuuksista tulevaisuudessa. Julkaisussa todetaan, että asiakasnäkökulma tulee ottaa vahvasti mukaan jo palveluiden ideointi- ja suunnitteluvaiheeseen. Sähköisten palveluiden kehittämisessä on tärkeää huomioida asiakaskokemuksen kitkattomuus ja katkeamattomuus myös organisaatorajojen välillä. Asiakaskokemusta tulee mitata ja kehittää jatkuvasti. (Rousku, Linturi, Andersson, Stenfors, Lähteenmäki, Kärki & Limnell 2017, 87–88.)

Maria Vuontisvaaran (2019) mukaan digitalisaatio mahdollistaa asiakasarvon tuoton ennennäkemättömässä mittakaavassa. Robotiikan käyttöönotto ei vaadi muutoksia olemassa oleviin tietojärjestelmiin, vaan robotin voi kouluttaa tekemään samana toistuvia työtehtäviä ja käsittelemään suuria tietomassoja nopeasti ja virheettömästi. Robotit voivat käyttää työssään myös tekoälyä. Robottien käyttöönoton on todettu parantavan työtyytyväisyyttä ja motivaatiota, tuottavuutta ja kustannustehokkuutta, asiakasarvoa ja -tyytyväisyyttä sekä laatua, toimintavarmuutta ja riskienhallintaa. Robotiikka ja tekoäly mahdollistavat myös paremman ennakkoinnin esim. kassavirtojen osalta huomioiden ihmisten maksukäyttäytymishistorian ja ne voivat nopeuttaa henkilöstöprosesseja. Robottiautomaatio vapauttaa henkilöresursseja rutiinitöistä mielekkäämpään, tuottavaan työhön. (Vuontisvaara 2019.) Ravintolatoiminnassa digitalisaatio voi tuoda mukanaan parempaa asiakaspalvelua ja sujuvampia palveluprosesseja.

## **4 Tutkimuksen toteutus ja tulokset**

Kvantitatiivinen tutkimuskysely toteutettiin toimeksiantajan ylläpitämän Keski-Suomen keskussairaalan henkilöstöravintolan asiakkaille, eli tutkimuksen perusjoukko oli ravintolan asiakkaat. Otoksen kooksi määriteltiin sata, koska silloin yksi havaintoyksikkö vastaa yhtä prosenttia vastaajista. Tutkimuskyselyä varten laadittiin saate (liite 1), jossa kerrottiin tutkijan ja tutkimuksen taustaa, käsitteitä sekä miksi tutkimus tehdään ja miten tuloksia hyödynnetään. Tutkimuksen avulla oli tarkoitus myös herätellä asiakkaita pohtimaan aihetta ja sen merkityksellisyyttä sekä osallistaa heitä uuden henkilöstöravintolan toiminnan suunnitteluun. Tutkimuskyselyn vastausaika oli 19.5. – 10.6.2020. Koska tutkimus toteutettiin pandemian aikana, ei tutkittavia voitu valita otantamenetelmällä vaan tutkimuskyselyyn vastaaminen perustui vapaaehtoisuuteen. Vastaajia etsittiin tiedottamalla kyselystä Keski-Suomen sairaanhoitopiirin intranet-kanavalla sekä QR-koodilla varustetuilla tiedotteilla henkilöstöravintolassa. Jotta vastaajia saataisiin riittävästi, lisättiin tutkimuskyselyn loppuun erillinen kysely,

jossa vastaajat saivat ilmoittaa osallistuvansa arvontaan. Arpajaispalkinnoiksi saatiin kolme kappaletta henkilöstöravintolan lahjakortteja.

Koska vastausmäärää oli vaikea ennakoida, tutkimuskyselyn aukioloaikaa ei rajattu etukäteen. Tutkimuskyselystä kertovaa tiedotetta nostettiin Intranetin etusivulle useamman kerran kyselyn aukioloaikana huomion lisäämiseksi. Ravintolassa olevien tiedotteiden määrää lisättiin myös tutkimuksen aikana. Vastaajien määrää seurattiin kyselyn aukioloaikana säännöllisesti Webropol-sovelluksessa. Kun kysely oli ollut avoinna 10.6.2020 saakka, huomattiin, että vastauksia ei enää tullut juurikaan lisää. Tällöin päätettiin sulkea kysely, jotta vastauksia päästään käsittelemään.

Asiakastutkimuskyselyn vastaukset kirjautuivat sähköisesti suoraan Webropoliin. Sovellus tuottaa automaattisesti perusraportin vastauksista, jossa ilmoitetaan vastauskappalemäärät kunkin mittarin osalta sekä keskiarvo ja mediaaniluvut. Kyselyn tulokset koottiin Webropolista saatavien valmiiden raporttien avulla. Tuloksista tiedotettiin myös asiakkaita Intranetissä julkaistulla tiedotteella. Erillisellä kyselylomakkeella olleet tiedot arvontaan osallistuneista tulostettiin paperille, ja niistä arvottiin kolme voittajaa, joille ilmoitettiin voitoista sähköpostitse.

Kvalitatiivisen tutkimuksen haastateltavien valinnassa kiinnitettiin huomiota siihen, kenellä olisi koulutuksen ja työkokemuksen perusteella paras asiantuntemus ilmiöön erilaisista näkökulmista. Tutkimusnäkökulmiksi valittiin ravintolatoiminta, ravitsemus, terveys- ja hyvinvointi sekä työhyvinvointi ja johtaminen. Tutkija ja toimeksiantaja valitsivat haastateltavat yhdessä siten, että he edustivat joko palvelua tuottavaa tai palveluita käyttävää organisaatiota ja olivat tunnettuja ja pitkäaikaisia alansa asiantuntijoita. Asiantuntijat esiintyivät haastatteluissa oman alansa edustajina siten, että heidän nimiään ei mainita opinnäytetyössä. Kaikilta haastateltavilta kysyttiin teemaan liittyen osittain samat kysymykset, mutta osa kysymyksistä liittyi haastateltavan työtehtäviin. Haastateltavia lähestyttiin sähköisellä viestillä tai henkilökohtaisesti. Kaikki tavoitetut haastateltavat suostuivat haastatteluun ja ilmaisivat tutkimuk-

sen aiheen olevan tärkeä ja kiinnostava. Haastattelukysymykset muodostettiin osittain asiakastutkimuksen pohjalta ja ne lähetettiin haastateltaville etukäteen (liite 3). Haastateltaville lähetettiin myös yhteenveto asiakastutkimuskyselyn tuloksista.

Asiantuntijahaastattelut toteutettiin aikavälillä 17.8. – 9.9.2020 ja ne järjestettiin sähköisesti Teams-sovelluksella, joka mahdollisti haastattelujen nauhoituksen. Yksi haastattelu järjestettiin henkilökohtaisena tapaamisena, mutta nauhoitettiin silti Teams-kokouksena. Haastattelujen kesto oli 25–45 minuuttia. Tutkija kuunteli nauhoitukset läpi ja kirjoitti ne tekstimuotoon analysointia varten siten, että kirjoittamatta jätettiin asiaan kuulumattomat ylimääräiset täytesanat.

#### 4.1 Asiakaskyselyn tulokset ja analysointi

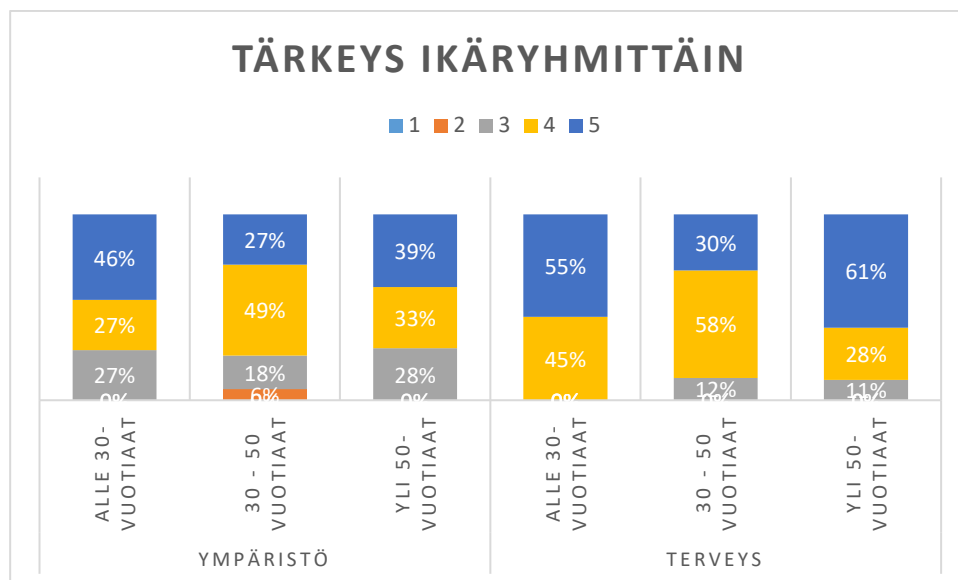
Asiakaskyselyn tuloksista tehtiin Webropolissa erilaisia suodatuksia, joiden perusteella vastauksia voitiin vertailla esimerkiksi taustamuuttujien osalta. Vertailua tehtiin siitä, kuinka tärkeää terveellisyys ja ympäristöystävällisyys on eri ikä- ja ammattiryhmille (kuviot 13–14). Kyselytutkimuksen perusteella pyrittiin löytämään ennen kaikkea keinoja, miten asiakkaita voitaisiin parhaiten auttaa tekemään vastuullisia valintoja. Siksi tämän vastauksen osalta tehtiin myös tarkempi tarkastelu suodattamalla vastaukset sekä ikä- että ammattiryhmittäin (kuviot 17–18). Ikäryhmittäinen jaottelu vaikutti toimivalta, sillä kaikkiin ryhmiin saatiin kattavasti vastauksia. Ammattiryhmien osalta osaan vaihtoehtoista tuli niin vähän vastauksia, että ne yhdistettiin ja näin saatiin kolme ryhmää, joiden osalta vastauksia oli järkevämpi analysoida. Tekstivastaukset luetteloidut Webropolissa allekkain ja niiden osalta analysointi tehtiin yhdistämällä samaan aiheeseen liittyvät vastaukset. Teeman kannalta oleelliset ja uusia näkökulmia tuovat vastaukset myös eroteltiin muusta aineistosta ja kirjattiin raporttiin.

### Terveellisyys ja ympäristöystävällisyys arvoina ja valintoina

Vastaajien tuli arvioida asteikolla 1–5, kuinka tärkeää heille oli ruoan terveellisyys ja ympäristöystävällisyys. Asteikossa 1 tarkoitti ei lainkaan tärkeää ja 5 erittäin tärkeää. Vastaajien mielestä ruoan terveellisyys oli enimmäkseen tärkeää (46,77 %) tai erittäin tärkeää (43,55 %). Vastausten keskiarvo oli 4,34 ja mediaani 4. Terveellisen ruoan valinta oli vastaajille enimmäkseen helppoa, vain muutama koki valinnan vaikeaksi. Vastausten keskiarvo oli 3,94 ja mediaani 4.

Ruoan ympäristöystävällisyyttä pidettiin vastaajien keskuudessa myös tärkeänä, ei kuitenkaan aivan yhtä tärkeänä kuin terveellisyyttä. Keskiarvo oli 4,05 ja mediaani 4. Ympäristöystävällisen ruoan valintaa pidettiin vaikeampana kuin terveellisen ruoan valintaa. Kahden vastaajan mielestä se oli jopa erittäin vaikeaa ja vain neljän vastaajan mielestä erittäin helppoa. Keskiarvo oli 3,16 ja mediaani 3.

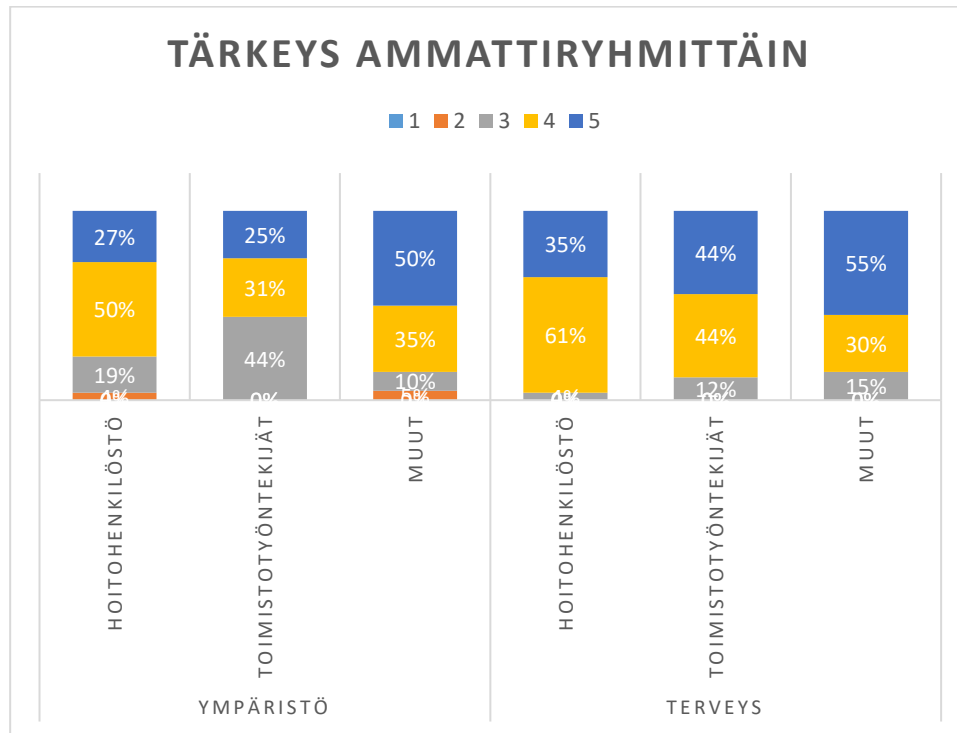
Vertailtaessa vastauksia ikäryhmittäin, voidaan todeta, että alle 30-vuotiaille ympäristöystävällisyys on tärkeämpää, kun taas yli 50-vuotiaille terveellisyys on tärkeämpää (kuvio 12).



Kuvio 12. Ympäristöystävällisyyden ja terveellisuuden tärkeys ikäryhmittäin (n=62)



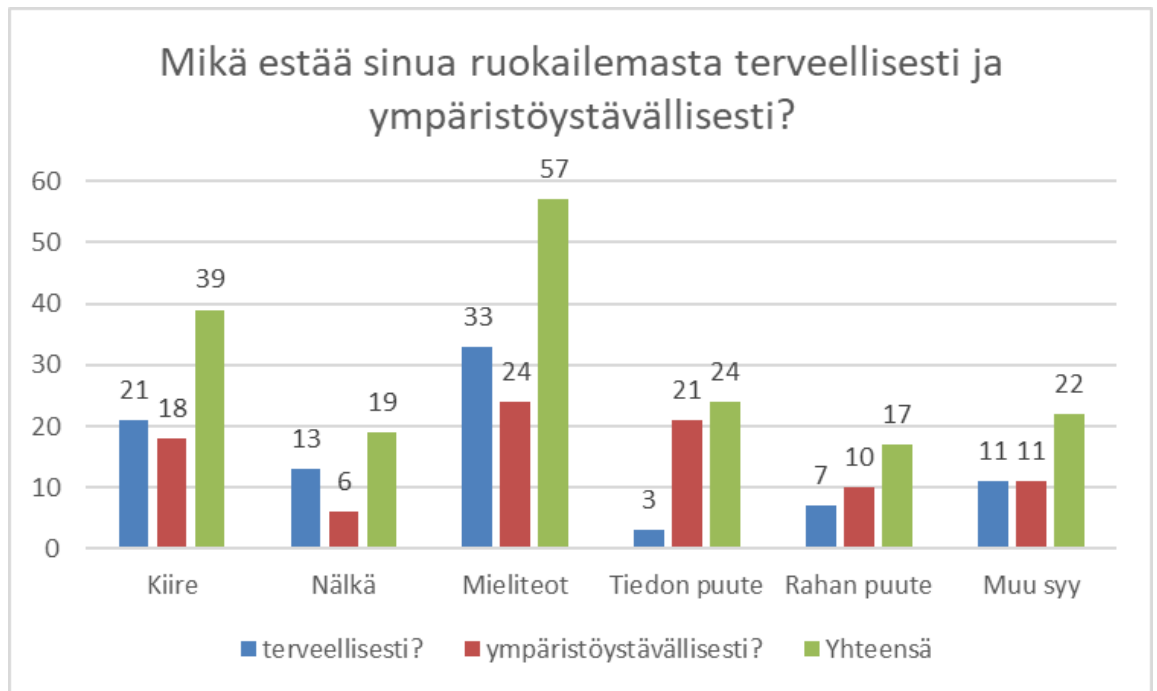
Vertailtaessa vastauksia ammattiryhmittäin, voidaan todeta, että ryhmälle muut (yhdistettynä muut ammattiryhmät kuin hoitohenkilöstö ja toimistotyöntekijät) sekä ympäristöystävällisyys että terveellisyys ovat tärkeämpiä (kuvio 13).



Kuvio 13. Ympäristöystävällisyyden ja terveellisuuden tärkeys ammattiryhmittäin (n=62)

### Valintojen esteet

Terveellisen ruokailun esteiksi koettiin useimmiten mieliteot, toiseksi useimmin kiire ja kolmanneksi useimmin nälkä. Ympäristöystävällisen ruokailun esteistä eniten valintoja saivat mieliteot, seuraavaksi tiedon puute ja kolmanneksi eniten kiire. Vastaajat tunnistivat mielitekojen olevan suurin syy sille, miksi he eivät pysty valitsemaan terveellisiä ja ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja. Ympäristöystävällisyyden osalta myös tiedon puute vaikutti valinnan vaikeuteen. Yhteenveto on esitetty kuviossa 14.



Kuvio 14. Yhteenveto: Mikä estää sinua ruokailemasta terveellisesti ja ympäristöystävällisesti? (n=57)

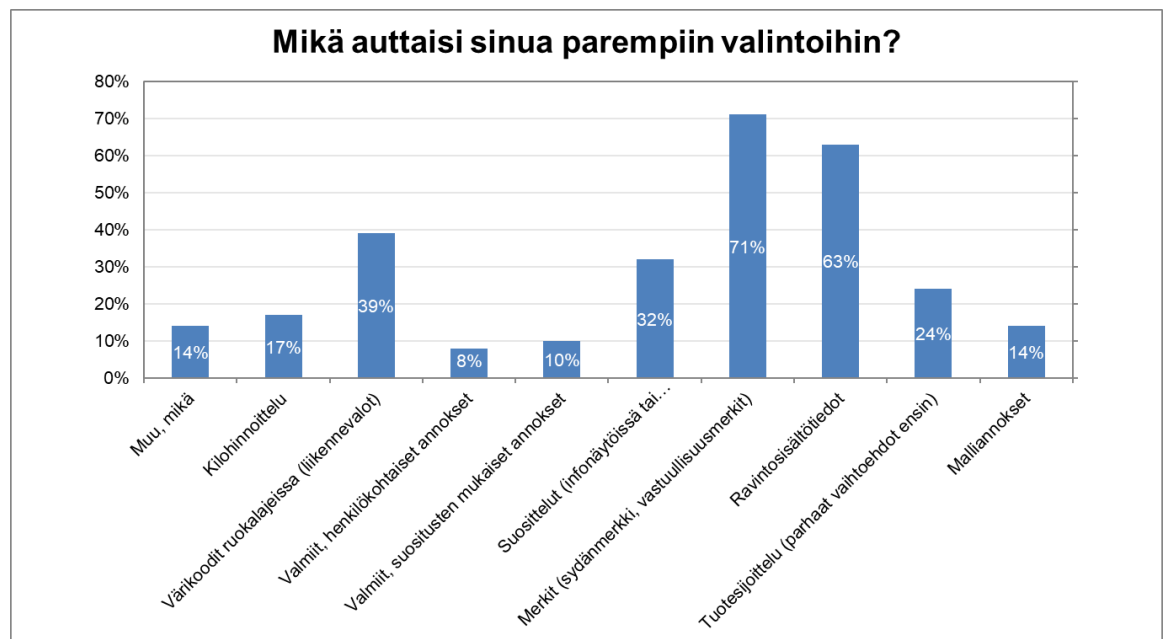
Sanallisissa kommentteissa nousee esille mm. tiedotuksen lisääminen ympäristöystävällisestä ruoasta. Sydänmerkki on monille luotettava ja tuttu merkki, jonka avulla on helppo löytää terveellinen vaihtoehto. Ympäristöystävällisempi kasvisruoka saattaa jäädä valitsematta myös sen vuoksi, että ruokaa ei pidetä tarpeeksi houkuttelevana ulkonäkönsä tai makunsa vuoksi. Kasvisruoka saattaa myös olla vähemmän terveellinen, jos se sisältää kovaa rasvaa tai runsaasti suolaa. Myös ruokalajeihin ja ruokalistaan osa kaipasi muutosta. Ruoan alkuperästä kaivattiin tietoa, sillä lähellä tuotettua ruokaa pidettiin ympäristöystävällisempänä kuin maapallon toiselta puolelta tuotua ruokaa. Monilla ruoan valintaan vaikuttavat myös ruoka-aineallergiat tai muut rajoitteet. Ateriavaihtoehtojen hiilihydraatti- ja proteiini määrät mietityttivät joitain vastaajia.

*Henkilöstöruokaloissa on harvoin esillä tietoa tarjolla olevan ruuan terveellisyydestä tai ympäristöystävällisyydestä. Monesti henkilöstöruoka-*

*loiden ruoka on myös todella niukasti maustettua, jolloin helpot terveelliset ja ympäristöystävälliset valinnat eli kasvisruoka jää valjun makuiseksi ja siksi ottamatta/syömättä. (Vastaaaja 11.)*

### Mikä auttaisi parempiin valintoihin?

Vastaaajat arvioivat, että heidän hyviä ruokavalintojaan auttaisivat eniten merkit, kuten sydänmerkki. Myös ravintosisältötietojen avulla vastaaajat arvioivat voivansa vertailla ruokien paremmuutta. Seuraavaksi eniten kannatusta saivat värikoodit ruokalajeissa, kuten liikennevalot. Myös suositteletut esimerkiksi infonäytöissä tai asiakaspalvelussa oli vastaajien mielestä toimiva tapa kertoa hyvistä ruokavalinnoista. Tuotesijoittelunkin arveltiin voivan vaikuttaa valintoihin. Hieman vähemmän kannatusta saivat kilohinnoittelu, valmiit annokset tai muu vaihtoehto. Yhteenvedo vastauksista on esitetty kuviossa 15.



Kuvio 15. Yhteenvedo: Mikä auttaisi sinua parempiin valintoihin? (n=59)

Muina vaihtoehtona vastaaajat toivat esille mm. seuraavia:

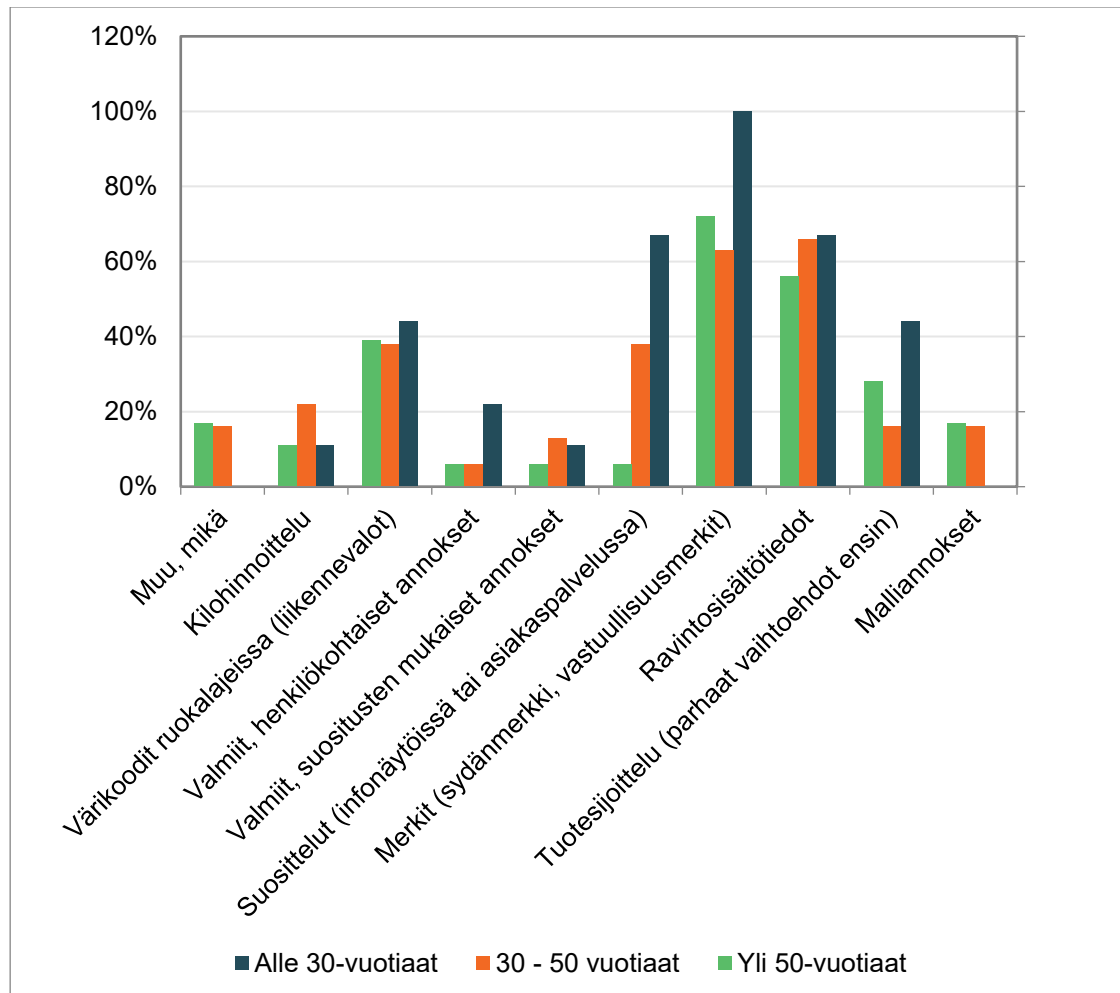
*Ruokalassa olisi ainoastaan hyviä vaihtoehtoja tarjolla (vastaaaja 6).*

*Ei valmiita annoksia, saa itse valita (vastaaja 7).*

*Kasvisruokien ajoittainen huono laatu ja ravintosisältö (vastaaja 8).*

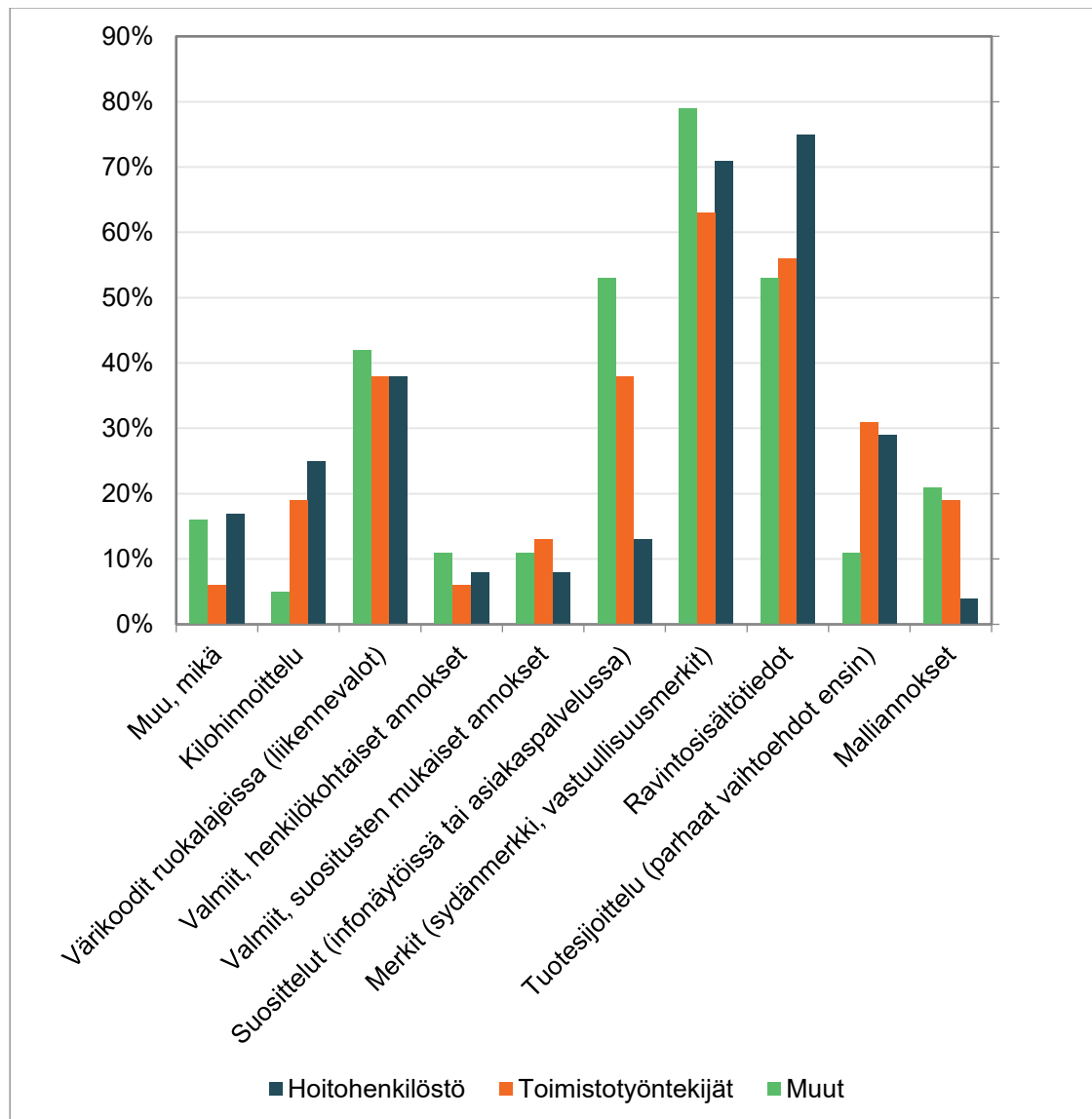
*Tarjolle terveellisempiä ja parempia vaihtoehtoja (vastaaja 62).*

Ikäryhmittäisessä tarkastelussa huomataan, että alle 30-vuotiaiden mielestä merkit, suosittelut, ravintosisältötiedot, tuotesijoittelu sekä valmiit, henkilökohtaiset annokset auttaisivat heitä eniten valinnoissa. 30–50 –vuotiaiden mielestä ravintosisältötiedot, merkit ja kolmantena värikoodit ja suosittelut. Yli 50-vuotiaiden mielestä merkit, ravintosisältötiedot ja värikoodit olivat parhaita keinoja valintojen helpottamiseen (kuvio 16).



Kuvio 16. Vastauksen ikäryhmittäin: Mikä auttaisi sinua parempiin valintoihin? (n=59)

Ammattiryhmäkohtaisessa vertailussa huomataan, että hoitohenkilökunnan mielestä ravintosisältötiedoilla on eniten merkitystä, seuraavaksi merkeillä ja kolmanneksi värikoodeilla. Toimistotyöntekijöiden mielestä merkit ovat paras, ravintosisältötiedot toinen ja sekä liikennevalot että suosittelut kolmanneksi paras tapa. Muiden ammattien ryhmässä eniten kannatusta saivat merkit, seuraavaksi suosittelut ja ravintosisältötiedot (kuvio 17).



Kuvio 17. Vastaukset ammattiryhmittäin: Mikä auttaisi sinua parempiin valintoihin? (n=59)

### **Toimijan arviointi**

Kyselyssä kysimme myös vastaajien arvioita arvosteluasteikolla yhdestä kymmeneen ruokapalvelun toimijan, Kylän Kattauksen, ruoan terveellisyydestä ja ympäristöystävällisyydestä. Terveellisyys sai keskiarvoksi 7,15, mediaanin ollessa 8. Ympäristöystävällisyys sai keskiarvoksi 6,08, mediaanin ollessa 6. Tällä arviointiasteikolla mitattuna vastaajat arvioivat kummatkin keskimääräistä paremmaksi, mutta ruoan terveellisyys sai korkeamman arvosanan. Tähän on saattanut vaikuttaa se, että terveellinen ruoka on sydänmerkin vuoksi enemmän esillä, kun taas ympäristöystävällisyys ei juurikaan näy asiakkaille.

### **Poikkeusolojen vaikutus**

Koska kyselyn ajankohta osui poikkeusolojen aikaan, oli tämä oivallinen tilaisuus kysyä myös koronaviruspandemian vaikutusta suhtautumisessa ruokaan. Eniten vastauksia tuli kohtaan ”ei ole muuttanut lainkaan”. Vastausten keskiarvo oli 2,21 ja mediaani 2, joten vastaajien mielestä vaikutus ei ole ollut merkittävä. Sanallisissa vastauksissa tuli esille seuraavia näkökulmia: ruokaa tehdään ja leivotaan enemmän kotona esim. etätöiden vuoksi ja ruokailu henkilöstöravintolassa on ollut mahdotonta tai epämieluisaa, toisaalta kaupassa käydään harvemmin eikä ehkä ole jaksettu panostaa ruokaan. Kaksi vastaajaa kertoi suunnittelevansa ruokaostokset paremmin, ettei tulisi hävikkiä. Myös lähiruoan arvostus oli noussut kahdella vastaajalla. Terveysteen liittyviä seikkoja tuli esille joissain vastauksissa koskien hygieniaa ja valmiita salaattiannoksia. Yksi vastaaja kertoi vähentäneensä hiilihydraattien syömistä laihdustarkoituksessa. Yllättäen vastauksissa ei tullut lainkaan esille terveellisen ruokavalioiden vaikutusta infektioiden ja sairauksien ehkäisyssä.

### **Mitä muuta haluaisit kertoa kyselyn aiheesta?**

Vastaajille annettiin mahdollisuus kertoa myös vapaasti ajatuksiaan kyselyn aiheesta. Vastauksissa tuli esille mm. seuraavia seikkoja: aihe nähtiin tärkeänä ja lisää tietoa

kaivattiin etenkin ruokien ympäristövaikutuksista ja alkuperästä. Kyselyn yhtenä tavoitteena olikin herätellä asiakkaita kiinnittämään huomiota näihin asioihin ja he kommentoivat aihetta muun muassa näin:

*Ympäristöystävällisyyttä on hankala arvioida, koska siitä ei ole mitään informaatiota annettu, eikä esim. ruoan kotimaisuusastetta kerrota (vastaaja 5).*

*Loistava kysely! Nämä ovat asioita, joihin pitäisi ehdottomasti kiinnittää lisää huomiota. Työpaikkaruokailun yhteydessä saatu (muttei tuputettu) tieto on loistava tapa lisätä arkitietoutta ruuan terveys- ja ympäristövaikutuksista. (Vastaaja 11.)*

*En oikeastaan tiedä Kylän Kattauksen ruoan terveellisyydestä ja ympäristöystävällisyydestä (vastaaja 16).*

Ateriovaihtoehdot saivat sekä kiitosta että kritiikkiä. Joissain vastauksissa mainittiin, että ruoan maku ja ulkonäkö ovat myös tärkeitä valintoihin vaikuttavia tekijöitä:

*Olisi hyvä muistaa myös ruoan hyvä maku ja houkutteleva ulkonäkö, ne kannustavat syömään terveellisesti myös (vastaaja 45).*

*Kyselyssä olisi voinut olla mukana myös ruoan maittavuuden ja ulkonäön vaikutus valintaan. Makumieltymykset menevät usein terveellisyyden ja ympäristöystävällisyyden ohi. Varsinkin kun näistä ei ole mitään tietoa ruokaa valittaessa. (Vastaaja 55.)*

”Vanhaa kunnon päivystysateriaa” eli pakattua ruoka-annosta, jossa oli mukana kaikki aterianosat, kaivattiin takaisin. Poikkeusolojen vuoksi monet ravintolat siirtyivät myymään noutoruokaa. Myös ylijäämäruoan hyötykäyttöön on tullut erilaisia toimintatapoja ja sovelluksia. Tämän tyyppisten palvelujen käyttöönottoa on syytä harmitella myös henkilöstöravintoloissa.

### **Taustatiedot**

Taustatietoina kysyttiin vastaajien ikäryhmää ja kuten olettaa saattoikin, suurin osa vastaajista oli 30–50-vuotiaita (53 %), toiseksi eniten yli 50-vuotiaita (29 %) ja vähiten alle 30-vuotiaita (18 %). Toisena taustakysymyksenä tutkimuksessa haluttiin selvittää,

onko vastauksissa ammattiryhmäkohtaisia eroja. Vastaajissa oli eniten hoitohenkilöstöä (42 %) ja toiseksi eniten toimistotyöntekijöitä (26 %). Tämä kuvaa melko hyvin asiakasjakamaa, sillä hoitohenkilöstön osuus sairaanhoitopiirin työntekijöistä on n. 60 %, mutta henkilöstöravintolassa ruokailee myös muita kuin sairaanhoitopiirin henkilöstöä. Muiden vastaajaryhmien jäätyä pieniksi, ne yhdistettiin tarkemmassa tutkimuksessa yhteen muu-ryhmän kanssa (32 %).

### **Yhteenveto**

Yhteenvetona asiakastutkimuksesta voidaan todeta, että asiakkaat ovat enimmäkseen kiinnostuneet ruokailemaan terveellisesti ja ympäristöystävällisesti. He osaavat tehdä paremmin terveellisiä kuin ympäristöystävällisiä valintoja. Valintojen tekemistä vaikeuttavat etenkin mielihalut, kiire ja tiedon puute. Vaikka asiakas tietäisi, mikä on hyvä valinta, hän ei aina pysty sitä tekemään. Asiakkaiden ohjaamiseen on useita erilaisia keinoja. Kyselylomakkeessa olevasta keinovalikoimasta vastaajat arvioivat parhaiksi keinoiksi merkit, ravintosisältötiedot, värikoodit, suosittelut sekä tuotesijoittelun. Ympäristöystävällisen ruoan osalta kaivataan myös lisää tietoa. Tutkimus keskittyi tutkimaan henkilöstöravintolan asiakkaiden vastuullisia valintoja koskien ympäristö- ja ravitsemusulottuvuutta. Vastaajat kommentoivat sanallisissa vastauksissa myös paikallista hyvinvointia kuten lähiruokaa sekä työpaikkaruokailun ollessa kyseessä myös työhyvinvointia.

## **4.2 Asiantuntijahaastattelut ja analysointi**

Asiantuntijahaastattelut litteroitiin poimimalla aineistosta keskeiset asiasisällöt. Aineistossa esiintyneet avainsanat poimittiin ja kymmenen eniten esiintynyttä sanaa olivat ruoka, terve, työ, henkilöstö, kasvis, merkit, henkilöstöravintola, kiire, salaatti ja tieto. Aineistojen sisältö luokiteltiin neljään pääluokkaan, joita olivat tiedotukseen, vastuullisuuteen, ravintolaympäristöön ja asiakkaisiin liittyvät asiat. Aineisto



ryhmiteltiin pääluokittain ja niistä poimittiin yhteneväisyydet, joiden perusteella luotiin kokoavat käsitteet.

Tiedotukseen liittyen yhteinen käsitys oli, että tiedotusta on lisättävä asiakkaille. Ympäristöasioista ei ole tällä hetkellä tietoa ravintolassa eikä ruokalistoilla. Eniten kiinnostusta herättänyt asia oli ruoan alkuperä. Myös ravintosisältötiedot on hyvä olla helposti saatavilla, mutta niillä ei nähty ensisijaista merkitystä asiakkaiden ohjaamisessa. Infotauluja pidettiin hyvinä tiedotuskeinoina, joissa voisi olla myös nykyistä enemmän kampanjoita tai reaaliaikaista tiedotusta toiminnasta. Kahden haastateltavan mielestä myös ravintolahenkilökunnalla tulisi olla enemmän tietoa esimerkiksi käytetyistä raaka-aineista ja yhden mielestä pitäisi kertoa asiakkaille myös henkilökunnan ravitsemus- ja ympäristöpasseista.

*Sit ehkä noi ravintosisällöt ja tällaiset, niin ne on siinä kiireessä ehkä vähän hankalia ruveta tutkimaan (haastattelu 1).*

*---sydänmerkkihän perustuu niihin ravintosisältötietoihin. Että se jo kertoo siitä, että ne on aika hyvällä mallilla. Mutta voihan joku olla kiinnostunut vaikka energiamäärästä ja proteiinimäärästäkin. (Haastattelu 2.)*

*---sitten yleisesti kertoa raaka-ainehankinnoista, että jos voisi jotain yleistä sanoa, millaista kalaa esimerkiksi käytetään ja mikä on kasvien kotimaisuusaste---(haastattelu 2).*

*---faktat puree näihin ihmisiin pääsääntöisesti, he ovat sillä tavalla tieto-orientoituneita (haastattelu 3).*

*---jos on joku henkilö paikalla kertomassa, niin sehän on aina kiinnostavampaa--- (haastattelu 4).*

Vastuullisuuden osalta haastateltavat olivat asiakkaiden kanssa samalla linjalla, että etenkin ympäristövastuullisuudesta ei ole selkeää käsitystä. Vastuullisuus miellettiin myös haastateltavien keskuudessa lähinnä kotimaisuuteen, paikallisuuteen ja lähiruokaan. Kaksi haastateltavaa toi esille kasvisruoan ja yksi ruokahävikin.

*Tää ympäristöystävällisen ruoan valinta, itse kanssa, et se ei aina välttämättä ole helppoa se valinnan tekeminen, jos sitä ei mieti eikä ole sillä lailla sisällä (haastattelu 1).*

*Tulevaisuudessa asiakkaille on kyettävä tarjoamaan enemmän vaihtoehtoja ja valikoimaa. Kasvisruokailu ja kasvien käyttö tulee lisääntymään todella paljon. (Haastattelu 4.)*

Ravintolan palveluympäristöön liittyvät asiat nousivat haastattelussa huomattavasti esille ja haastateltavia kiinnosti, miten ympäristöllä voidaan vaikuttaa asiakkaiden valintoihin. Asiakastutkimuskyselyssä tästä käytettiin nimitystä tuotesijoittelu, mutta se tunnetaan myös nimellä valintamuotoilu. Tätä voidaakin pitää myös oleellisena osana tuuppausta eli nudgingia. Kaikki haastateltavat mainitsevat valintojen vaihtoehdot ja monipuolisuuden tärkeinä. Lisäksi he pitävät tuotesijoittelua, ruokien esille laittoa ja selkeitä asiakasta ohjaavia linjastoja hyvinä keinoina ohjata valintoja. Kaksi vastaajaa mainitsi värikoodien ja värien käytön, näistä esimerkkinä vihreä linja. Myös kilohinnoittelu voisi kahden haastateltavan mielestä olla vaihtoehtona. Yksi haastateltavista toi esille myös palveluntarjoajan vastuun valikoimasta.

*Jotenkin näkisin, että tuo tuotesijoittelu, minusta se nousee enemmänkin merkitykselliseksi. Ja kuinka ne on laitettu tarjolle ja justiin se, että onko siellä kuinka helppoa asioida, semmoisilla musta on isosti merkitystä, että kuinka ne salaattit on tehty siihen houkuttelevaksi. Kyllä niihin silloin tarttuu. (Haastattelu 1.)*

*---semmoisia herätteitä, että kuinkas paljon nyt tuli tätä mätettyä, että tässä menikin nyt päivän ja ehkä koko viikon tarve tällä yhdellä syömisellä (haastattelu 1).*

*---eri puolella Suomea niin on menty myös siihen, että sä keräät sen ruoan ja sitten maksat kilohinnan mukaan (haastattelu 1).*

*Moni ottaa samalle lautaselle sen salaatin ja pääruoan, silloinhan se pääruoan osuus ei tavallaan helposti kasva niin isoksi, kun se salaatti on siinä samalla lautasella (haastattelu 2).*

*---jos me pystytään siinä niin kuin työnantajana ja työhön liittyen auttamaan ihmisiä valitsemaan oikein niin ne ehkä valitsee niin vapaa-aikanakin (haastattelu 3).*

*---voisin valita vihreän linjan, jossa tietäisin, että siinä on kaikki autettu (haastattelu 3).*

*Jos asiakkaan kiire ja ne omat mielihalut on niitä valintoja ohjaavia tekijöitä, niin meidän ruoan tarjoajina on vastuu raaka-aineiden valinnasta ja tuotevalikoimasta ja oman toimintamme vastuullisuudesta---(haastattelu 4).*

Asiakkaiden osalta kaikki haastateltavat mielsivät, että kiire on merkittävin tekijä sille, ettei ehditä valita aina niin hyviä ruokavaihtoehtoja. Kolme haastateltavaa mainitsee noutoruoan ja take awayn olevan tulevaisuudessa tärkeää, sillä kaikilla asiakkailla ei ole aikaa tai mahdollisuutta ruokailla henkilöstöravintolassa. Myös mieliteot ja -halut mainitsi kolme haastateltavaa ja niiden osalta tuotiin esille ajatuksia, että terveellinen tarjonta tulisi olla riittävän helposti ja houkuttelevasti laitettu tarjolle. Vastuullisten ruokavalintojen tarjoamisen nähtiin olevan myös osana sairaalan brändiä. Samalla kuitenkin esitettiin, että muitakin valinnanmahdollisuuksia pitää olla, mutta parhaat valinnat on oltava asiakkaille helppoja ja selkeitä.

*Mut varmaan on semmoinen asia millä erottautuu ja on tietty brändi, että on tämmöiset mietitty. Ja ehkä ajattelen, että tämmöiseen tiettyyn organisaatioon kohdentuvassa henkilöstöruokalassa se vielä näyttäytyy ehkä isommaltikin. Jos ajatellaan just sairaaloita. (Haastattelu 1.)*

*---jos mietitään isojen ihmismassojen osalta, niin mitä kasvisvoittoisempaa se on niin sen parempi tietysti, taas jos mennään sille yksilötasolle, niin voi olla kaikkia rajoituksia---(haastattelu 2).*

*---siellä on tarjolla oikeanlaista, mietittyä terveellistä ruokaa (haastattelu 3).*

*---jos on ravintolassa asiakkaana, joskus ihan huvittaakin itseä, kuinka samankaltaisesti tai samaa polkua noudattaa (haastattelu 3).*

*---suurin osa, ylivoimaisesti, ovat kiinnostuneita terveydestään ja valinnoistaan, sitten kun vain pystyvät noudattamaan niitä (haastattelu 3).*

*---kiire on asiakkailla aina ja ei ne valinnat aina siinä kiireessä tule olemaan niin terveellisiä ja vastuullisia---syö sitä ruokaa mitä mieli tekee (haastattelu 4).*

*---meidän pitäisi tarjota sellaisiakin ruokia, mitä asiakkaat toivovat, jotain lempiruokia ja tällaisia (haastattelu 4).*

Yhteenvetona haastatteluista voidaan todeta, että tiedotus ja valintaympäristöön vaikuttaminen nähtiin tärkeimpinä keinoina ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin henkilöstöravintolassa.

## 5 Johtopäätökset ja kehittämissuhteet

Tutkimuskyselyn perusteella ruoan terveellisyys ja ympäristöystävällisyys kiinnostavat asiakkaita. Asiakkaat kaipaavat lisää tietoa etenkin ympäristöasioista. Ennakkoletuksen mukaisesti terveellisyys oli tässä henkilöstöravintolassa asiakkaille tärkeä seikka, ovathan he päivittäin tekemisissä terveyteen liittyvien asioiden kanssa. Ympäristöystävällisyys on käsitteenä vielä melko epäselvä ja sitä on tuotu esille julkisuudessa eri eturyhmien ristiriitaisten viestien kautta. Millaista on oikeasti ympäristöystävällinen ruoka ja voiko tutkijoihin luottaa? Kuitenkin asiakkaat periaatteessa melko laajalti haluaisivat ruokailla ympäristöystävällisesti ja ovat kiinnostuneet aiheesta.

Asiakkaiden suhtautuminen palveluntuottajan tarjoaman ruoan terveellisyyteen ja ympäristöystävällisyyteen ei sinänsä yllättänyt, mutta on myös osoitus siitä, että asioiden on tarpeen viestiä asiakkaille enemmän. Syyt valintojen vaikeuksille olivat ennakkoodotusten mukaisia. Ruoan valintaan vaikuttavat pitkälti aistit, tunteet ja ennakkokäsitykset, joten mielihaluilla on tärkeä osuus ruoan valinnalle. Ruokatauko on monesti vain 20–30 minuuttia keskellä kiireistä päivää, joten kiire nousi myös odotetusti kärkipaikoille. Erilaisista keinoista, joilla valintoja voisi helpottaa, asiakkaat valitsivat tärkeimmäksi merkit, sillä etenkin sydänmerkki on tuttu ja luotettava terveellisen ruoan merkki. Sen sijaan hieman yllättäen ravintosisältötiedot saivat toiseksi eniten kannatusta. Niiden avulla on ehkä totuttu tekemään vertailua vähittäiskaupan puolella. Koronapandemian vaikutus suhtautumisessa ruokaan jäi melko vähäiseksi ja pieni yllätys oli, ettei kukaan tuonut esille hyvän ravitsemuksen vaikutusta vastustuskykyyn ja terveyteen.

Kaikille avoimessa henkilöstöravintolassa asiakkaiden kirjo voi olla hyvinkin moninainen. Sairaalan henkilökunnan lisäksi asiakkaina on sairaalassa asioivia potilaita, heidän omaisiaan ja vieraita. Tämän vuoksi asiakkaan palvelupolku tulee suunnitella myös heille sujuvaksi ja helpoksi. Asiakasopasteissa tulee käyttää selkeää kieltä ja sanallisen informaation lisäksi myös kuvallinen viestintä voi olla tarpeen. Asiakkaina on myös suomen kieltä osaamattomia ja lukutaidottomia henkilöitä, joille kuvallinen viestintä voi olla helpompaa ymmärtää.

Tutkimustulosten perusteella tuoteselosteet ja ravintosisältötiedot olisi hyvä saada asiakkaiden nähtäville, mikä onnistuneekin lähiaikoina e-ruokalistojen avulla. Jotta ravintosisältötietoja olisi maallikonkin helpompi ymmärtää, selkein ilmoittamistapa voisi olla GDA, jossa ne ilmoitetaan suhteutettuna suositeltuun päivittäiseen tarpeeseen. Tuoteselosteissa olisi hyvä olla tietoa myös raaka-aineiden alkuperästä ainakin niiden tuotteiden osalta, jotka ovat suhteellisen pysyviä. Myös mikäli tuotteella on sertifikaatti, kuten MSC-sertifioidut kalat, olisi tämä maininta hyvä olla tuotetiedoissa. Merkkien käyttö on asiakkaille tuttua sydänmerkin osalta ja sen käyttöä on perusteltua jatkaa. Muita yleisesti tunnettuja merkkejä kuten Luomu, Reilu kauppa ja Hyvää Suomesta -merkit, voisi käyttää mahdollisuuksien mukaan tuoteselosteissa tai infotaulussa.

Myös liikennevalotyypiset värikoodit saivat asiakkailta kannatusta. Näitä voisi kokeilla esimerkiksi erillisinä komponentteina myytävissä salaattibuffetin tuotteissa. Värikoodaus voisi olla joko vastuullisuusperiaatteella tai kaloriperiaatteella. Vastuullisuutta voitaisiin ilmaista värikoodeilla samalla periaatteella kuin WWF:n liha- ja kaloppaissa eli vihreä = paras valinta, keltainen = harkitse ja punainen = vältä. Toinen vaihtoehto olisi kokeilla Mustajoen kehittämiä liikennevaloja, joilla ilmoitetaan elintarvikkeiden energiatihyettä asteikolla tumman vihreästä tumman punaiseen. Liikennevaloissa ongelmana on se, että punavihersokeiden on vaikea erottaa värejä, joten värit voisivat olla myös muita kuin liikennevalomallin mukaisia värejä.

Ruokapalvelun vastuullisuudesta, toimintaperiaatteista ja elintarvikkeiden valintakriteereistä olisi hyvä olla enemmän informaatiota myös asiakkaiden nähtävillä. Näistä voisi olla tietoa vaikkapa ravintolan seinällä tai sähköisissä infotauluissa. Infotauluissa voisi olla myös tietoisuuksia, joissa kerrotaan tarkemmin jostain tietystä ajankohtaisesta aiheesta. Myös jonkun raaka-aineen tai ruokalajin tarina alusta loppuun tai tarkempaa tietoa vastuullisuudesta voisi olla kiinnostavaa luettavaa.

Valintamuotoilulla ja tuotesijoittelulla voi olla suuri merkitys sille, mitä tuotteita asiakas valitsee. Tavoitteena on sijoittaa parhaalle paikalle eniten hyvinvointia lisäävät, vastuulliset tuotteet. Parhaiten tuotteet huomataan silmäkorkeudelta, mutta mikäli kaikki ovat samalla tasolla, paras paikka on lähimpänä asiakasta. Tutkimushaastattelussa esille tullut ajatus vihreästä linjasta vaikuttaisi asiakkaan kannalta helpolta tavalla valita parhaat vaihtoehdot. Eli se ruokalaji tai ruokalajit, mitkä ovat parhaita vaihtoehtoja olisi tarjolla oletusarvoisesti ensimmäisenä ja suorana reittinä asiakkaan poimia mukaansa nopeasti ja helposti ilman sen kummempaa miettimistä. Muut valinnat olisivat tarjolla hieman sivummalla tai ainakin linjastossa kauimmaisena. Toki täytyy korostaa, että nekin voivat olla hyviä vaihtoehtoja osalle asiakkaista, sillä ruokavalioissa ja asiakkaiden yksilöllisissä tarpeissa on eroja. Myös esimerkiksi leipäbuffetissa parhaat leipävaihtoehdot voisi laittaa tarjolle lähimmäksi asiakasta, samoin salaatikastikkeet. Samaa periaatetta voisi noudattaa salaattibuffetissa, jossa ensimmäisenä olisivat sesongin mukaiset ja kotimaiset kasvikset, muut kasvikset ja proteiinilähteet sekä viimeisimpänä lihajalosteet.

Vastuullisessa ruokailussa suuri merkitys on ruoan annoskoolla. Mitä enemmän ruokaa ottaa, sitä enemmän sitä myös syö. Oikean kokoinen lautanen ohjaa oikean kokoiseen annokseen ja siitä tulee asiakkaalle normaali annoskoko. Myös sillä on merkitystä, onko salaattia ja leipää varten oma lautanen. Keittolounaalla erillinen lautanen on tarpeen, mutta muutoin toinen lautanen vaikeuttaa lautasmallin toteutumista ja suurentaa annoskokoja. Se voi myös lisätä biojätteen määrää, jos ruokaa tulee otettua liikaa. Lisäksi toisen lautasen käyttö lisää pesuaineen, veden ja energian kulutusta astianpesussa. Ruoan annosteluun tarkoitetuilla ottimilla voidaan myös ohjata ruoan

menekkiä. Niihin ruokiin, joita ei suositella syötäväksi paljoo, kannattaa valita mahdollisimman pienet ottimet.

Ruoan kilohinnoittelu ei saanut asiakaskyselyssä kovin suurta kannatusta. Silti pitäisin kilohinnoittelua hyvänä mahdollisuutena vähentää liikaa syömistä ja ruokahävikkiä. Jotkut asiakkaat varmasti haluavat syödä myös pienempiä annoksia tai edullisemmin, joten siihen kilohinnoittelu voisi olla toimiva vaihtoehto. Nykyisessä ravintolassa kilohinnoittelu on käytössä salaattibuffetissa, jossa ruoan voi ostaa joko lautaselle tai take away -rasiaan. Mukaan ostettavat annokset ovat myös siitä hyviä, että kaikkea ei tarvitse syödä kerralla. Tällä hetkellä ravintolassa mukaan myydään kylmänä valmiiksi pakattuja ruokia ja ruoka-annoksia. Kannattaa miettiä, voisiko myös lämmintä ruokaa ostaa mukaan kilohinnalla. Valmiiksi pakattujen lounasruokien annoskoko kannattaa myös miettiä, olisiko se keskivertoaikuisen suosituksen mukainen annoskoko vai olisiko myynnissä useampaa annoskoko esimerkiksi eri kalorimäärille, jolloin kalorimäärä olisi selkeästi kerrottu pakkauksessa. Valmiiksi pakattujen noudettavien tai asiakkaalle toimitettavien annosten suosio jatkaa oletettavasti kasvuaan ja tähänkin voisi miettiä yhtenä vaihtoehtona suositusten mukaisia ruoka-annoksia.

Sosiaalisuus on yksi tärkeä seikka ruoan valinnassa. Ravintolan infonäyttöjärjestelmää voisi hyödyntää kertomalla esimerkiksi mitkä olivat edellisviikon Top5-ruokalajit. Etenkin jos vastuulliset valinnat lisäävät suosiotaan, tästä on hyvä kertoa asiakkaille, sillä se saattaa lisätä suosiota entisestään. Mikäli asiakkaat ovat antaneet jostain ruoasta erityisen paljon hyvää palautetta, siitä voisi kertoa infonäytössä muille asiakkaille (esimerkiksi ”olipa maukasta kaalilaatikkoa” kertoi asiakas eilen). Toki myös asiakkaille on tärkeää saada positiivista palautetta toiminnastaan, joko henkilökohtaisesti asiakaspalvelijalta tai julkista palautetta infonäyttöjen välityksellä. Palautteen voima on merkittävä.

Jotta asiakkaat uskaltaisivat kokeilla uusia ruokalajeja ja ehkä pikkuhiljaa lisätä kasvisruokien osuutta ruokavalinnoissaan, voisi ravintolassa olla maistiaisasia uusien kasvisruokalajien osalta. Tuotekehityksestä vastaavien olisi hyvä olla mukana maistiaisten

järjestämisessä kuulemassa tuoreet kommentit suoraan asiakkailta, millaisena ruoka on koettu ja mitä parannettavaa siinä ehkä vielä olisi. Muutoinkin asiakkaiden kanssa käytävä säännöllinen vuoropuhelu on tärkeää palvelun kehittämisessä.

Koska säännöllinen ruokarytmi ja monipuolinen ruokailu myös välipaloilla auttaa pitämään vireystilaa tasaisena ja estää repsahduksia epäterveelliseen syömiseen, olisi hyvä tarjota terveellisiä välipalavaihtoehtoja. Ruokatauon yhteydessä ravintolasta voisi ostaa mukaan joko itse kootun tai valmiiksi pakatun välipala-annoksen, jossa olisi tarjolla vitamiini-, proteiini- ja kuitupitoisia tuotteita.

## 6 Pohdinta

Tutkimuksen luotettavuuden osalta tulee arvioida, mitä tutkittiin ja miksi, miten menetelmien valinta ja aineiston keruu onnistuivat sekä onko tutkimusraportti korkeatasoinen (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140–141). Tutkimusongelmana oli, miten terveellinen ja ympäristöystävällinen ruokailu onnistuu henkilöstöravintolassa. Tutkimuskysymykset olivat: haluavatko henkilöstöravintolan asiakkaat ruokailla terveellisesti ja ympäristöystävällisesti ja onko heillä edellytyksiä siihen. Tutkimus toteutettiin, jotta saataisiin tietoa ruoan terveellisyyden ja ympäristöystävällisyyden merkityksestä asiakkaille ja kuinka henkilöstöravintolan toimija voi ohjata asiakkaiden valintoja. Tavoitteena oli löytää uutta tietoa ilmiöön asiakasnäkökulmasta ja tämä tavoite saavutettiin, joten valitut tutkimusmenetelmät osoittautuivat toimiviksi. Tutkimuksen myötä syntyi myös käytännönläheisiä kehitysehdotuksia, kuinka henkilöstöravintolassa voidaan ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin.

Erilaisten teorioiden, menetelmien, tutkijoiden tai tietolähteiden yhdistämisestä eli moninäkökulmaisuudesta käytetään nimitystä triangulaatio (mts. 144). Tutkimuksessa käytettiin tietolähteisiin liittyvää triangulaatiota, jossa tietoa kerättiin useam-



malta tiedonantajaryhmältä, sekä asiakkailta että eri alojen asiantuntijoilta. Näin saatiin tietoa monesta eri näkökulmasta ja asiantuntijat pystyivät myös antamaan oman arvionsa asiakastutkimuskyselyn luotettavuudesta.

Tutkimuksen otannassa voi joskus käydä kato eli vastaajat jättävät vastaamatta kyselyyn. Katoa voidaan estää huolellisella suunnittelulla sekä tutkimuslomakkeen että tiedottamisen osalta. Tutkimuslomakkeen tulee olla mahdollisimman helppo ja nopea täyttää ja tutkimusaiheen tiedotuksen tulee olla kiinnostavaa. (Koivula ym. 2002, 27.) Nämä seikat huomioitiin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tutkimuslomake laadittiin ja testattiin huolellisesti ja lomakkeesta saatiin selkeä ja nopea vastata. Tutkimusaineiston keruu onnistui hyvin Webropol-sovelluksen avulla. Vastaukset tallentuivat suoraan järjestelmään, jonka tiedostoja säilytetään Jyväskylän kaupungin palvelimella. Tutkimusvastauksia säilytetään vain opinnäytetyön vaatima aika, jonka jälkeen ne hävitetään. Jälkikäteen arvioituna tutkimuksesta olisi voinut tiedottaa vielä enemmän ja näkyvämmiin, jotta kyselyyn olisi saatu enemmän vastauksia. Vastausmäärään saattoi vaikuttaa negatiivisesti myös samanaikaisesti voimassa olleet muut kyselyt.

Terveellisen ja ympäristöystävällisen ruoan käsitteitä avattiin vastaajille kyselylomakkeessa. Koska ympäristöystävällinen ruoka on vielä vailla selkeää ja vakiintunutta määritelmää, se jäi tekstivastausten perusteella myös vastaajille hieman epäselväksi. Tekstivastauksista tuli käsitys, että osa vastaajista mielsi ympäristöystävällisyyden lähinnä ruoan kotimaisuudeksi tai paikallisuudeksi, millä on enemmän merkitystä ruokaturvallisuuden ja taloudellisen vastuullisuuden osalta.

Tutkimuslomakkeen laadinnassa vaikeinta oli listata asiakkaiden valintoja auttavia keinoja siten, että ne olisivat riittävän yksiselitteisiä. Keinoista jäi puuttumaan mm. astioiden koko, joka on yksi oleellinen keino oikean annoskoon valinnassa. Asiakkaiden käsitykset parhaista keinoista poikkesivat jonkin verran teorian tiedossa ja muissa tutkimuksissa parhaiksi arvioiduista keinoista. Käytännön kehitysehdotuksiin on siksi otettu erilaisia menetelmiä sekä teorian tiedon, että kyselyjen ja haastattelujen pohjalta.

Haastattelututkimukset onnistuivat sekä sisällöllisesti että teknisesti hyvin. Tutkimukseen onnistuttiin valitsemaan asiantuntevia haastateltavia, jotka olivat myös motivoituneet tutkimusaiheesta. Haastateltaville lähetettiin kysymykset etukäteen, jotta he ehtivät perehtyä aiheeseen riittävästi ja näin he olivat tehneetkin. Haastattelutilanteet olivat rauhallisia eikä niissä ollut ulkopuolista hälyä. Joissain kohdissa nauhoituksia kuuluvuus oli hieman huono päällekkäisen puhumisen vuoksi. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin, joten aineiston aitous ja tulkinnan oikeellisuus on varmistettavissa. Haastatteluista nostettiin suoria lainauksia raporttiin, jotta lukijat saavat tarkemmat käsitykset haastateltavien mielipiteistä alkuperäisten ilmaisujen kautta. Luotettavuuden lisäämiseksi lainausten yhteydessä mainittiin vastaajan tai haastattelun järjestysnumero.

Tutkimuksen reliabeliudella tarkoitetaan tutkimuksen toistettavuutta siten, että tulokset eivät ole sattumanvaraisia (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231). Tutkimuksen reliabiliteetti jäi siinä mielessä hieman vajaaksi, että aineiston keruu tapahtui poikkeusolojen aikana, jolloin vastaajamäärä jäi odotettua pienemmäksi. Tämän vaikutusta tutkimustuloksiin on vaikea arvioida. Oletettavasti myös vastaajiksi valikoitui asiakkaita, jotka olivat kiinnostuneita tutkimuksen kohteena olevista asioista. Siinä mielessä joidenkin vastausten jakauma ei välttämättä edusta asiakkaiden keskimääräistä mielipidettä. Vastausprosenttia ei tutkimuksen osalta voi laskea, sillä asiakkaiden määrä ei ole tiedossa. Asiakasmäärät vaihtelevat päivittäin ja asiakas saattaa asioida ravintolassa satunnaisesti tai säännöllisesti. Vastauksien keskiarvot pysyivät kyselyn aikana melko samankaltaisena, joten tutkimusongelman kannalta uutta tietoa ei ehkä enää olisi tullut, vaikka vastausaikaa olisi jatkettu pitempään. Vastausten taustamuuttujien, ikä- ja ammattiryhmien, jakautumisen perusteella voidaan olettaa, että vastaajat edustivat riittävän monipuolista otosta ravintolan asiakkaista.

Toisissa olosuhteissa tutkimuksesta olisi voitu saada hieman erilaista tietoa. Koska ravintolassa oli poikkeusolojen vuoksi vähemmän valinnanvaraa ja salaattibuffetissa oli valmiit annokset vapaasti valittavien sijaan, nämä seikat ovat voineet vaikuttaa asenteisiin ja mahdollisesti myös vastauksiin. Asiakkaat olivat ehkä myös stressaantuneita vallitsevista oloista, mikä saattoi vaikuttaa negatiivisesti vastaamishalukkuuteen tai

vastausten laatuun. Tutkimuksen ajankohta poikkeusolojen aikana ja kesäaikaan ei ollut tutkimuksen kannalta paras mahdollinen, mutta koska tavoitteena oli saada tutkimustietoa uuden ravintolan toiminnan suunnittelua varten, tutkimuksen toteuttamista ei voitu siirtää myöhempään ajankohtaan.

Tutkimuksen validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan sitä, että tutkimusmenetelmä ja mittarit mittaavat juuri tutkimuksen kohteena olevaa asiaa (Hirsjärvi yms. 2009, 231). Tutkimuksen sisäinen validiteetti oli hyvä, sillä käytössä olleilla tutkimusmenetelmillä saatiin uutta tietoa tutkimuksen kohteena olleista kysymyksistä. Tutkimuksen ulkoinen validiteetti eli yleistettävyyys muihin vastaaviin henkilöstöravintoloihin voidaan myös arvioida olevan hyvä, vaikkakin sairaalaympäristössä asiakkaiden kiinnostus terveellisiin ruokavalintoihin saattaa olla muita suurempi. Tutkimusympäristön vaikutus näkyy myös siinä, että vastaajat kokivat sydänmerkin olevan hyvä keino opastaa terveellisiin ruokavalintoihin, sillä sydänmerkki on ollut käytössä tutkimuskohteena olleessa ravintolassa useita vuosia ja on selvästikin vakiinnuttanut asemansa.

Tutkimusraportti on tehty mahdollisimman tarkasti kuvaten tutkimuksen menetelmät ja eteneminen yksityiskohtaisesti. Teoreettinen aineisto on asiantuntevista lähteistä hankittua ja ajankohtaista. Tutkimuksen tulokset on raportoitu Jyväskylän Ammattikorkeakoulun raportointiohjeen mukaisesti. Tutkimusraportissa on riittävästi tietoa tutkimuksesta ja myös teoriaosuus on riittävän laaja. Teoriaosuus sisältää myös kansanvälistä tutkittua tietoa. Tutkimustulokset on analysoitu ja raportoitu tarkasti ja tulosten havainnollistamiseen on käytetty kuvioita, jotka kuvaavat aihetta selkeästi ja totuudenmukaisesti.

Tutkimuksen onnistumista edesauttoi tutkijan kiinnostus tutkittavaan aiheeseen. Aiheen omakohtaisuus ja läheisyys saattoi vaikuttaa tutkijan asennoitumiseen, mutta myös lisäsi mielenkiintoa ja uteliaisuutta löytää tietoa sekä menetelmiä kehitysehdo-  
tusten pohjaksi. Kehitysehdo-  
tusten osalta niiden paremmuusjärjestys ei ole tutkimuksessa oleellista, vaan parhaat menetelmät selviävät käytännön kokeilujen avulla.

Henkilöstöravintola on toimiala, jossa asiakkaiden kanssa käydään säännöllistä vuoropuhelua ja palvelujärjestelmää tulee muokata jatkuvasti yritys vastuullisuuden periaatteita noudattaen.

### **Ehdotuksia jatkotutkimusaiheiksi**

Jatkotutkimuksen aiheena voisi olla kehittämis ehdotusten käytännön toteutuksen seuraamista. Voidaanko käyttöön otettavilla menetelmillä osoittaa olevan vaikutusta ruokien menekkiin tai asiakastyytyvyyteen? Muuttuvatko asiakkaiden käsitykset toiminnasta näiden toimenpiteiden jälkeen? Palvelumuotoilun periaatteilla toteutettava systemaattinen palveluiden kehittäminen voisi olla henkilöstöravintolan toimintaan sopiva menetelmä, sillä asiakkaiden odotukset ja tekniikan sekä elintarvikkeiden kehittyminen on nopeaa ja muutoksissa mukana pysyminen on toiminnan kannattavuuden elinehto.

Toisena jatkotutkimuksen aiheina voisi olla teknologian hyödyntäminen valintojen helpottamisessa. Voisiko esimerkiksi asiakkaiden tunnistamista käyttää apuna siihen, että heille olisi tarjolla juuri heidän oman kuluttajaprofiiliinsa sopivia tuotteita? Tai voisiko asiakkaille tarjota heidän kuluttajaprofiilinsa mukaisesti valmistettuja valmiita annoksia tilauksesta? Miten tekoälyn tai robotiikan avulla pystyttäisiin parantamaan ravintolan asiakaskokemusta?

## Lähteet

- Agenda 2030 – kestävä kehityksen tavoitteet. N.d. Ulkoministeriön sivusto. Viitattu 28.9.2020. <https://um.fi/agenda-2030-kestavan-kehityksen-tavoitteet>
- Brown, T. N.d. Ideo Design thinking -sivusto. Viitattu 26.9.2020. <https://designthinking.ideo.com/>
- Chandon, P. 2019. Which Healthy Eating Nudges Work Best? INSEAD Knowledge -sivusto. Viitattu 29.9.2020. <https://knowledge.insead.edu/marketing/which-healthy-eating-nudges-work-best-11916>
- Chandon, P. & Wansink, B. 2012. Does food marketing need to make us fat? A review and solutions. Nutrition Reviews, 70: 571-593. Viitattu 29.9.2020. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1753-4887.2012.00518.x>
- Climate Change and Land. 2019. The Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC: n raportti. Viitattu 13.10.2020. <https://www.ipcc.ch/report/srccl/>
- Consumer Insight. N.d. Nudging for good -sivusto. Viitattu 30.9.2020. <http://www.nudgingforgood.com/lesson/2-the-5-implicit-forces-that-shape-our-behaviors/>
- Creating Nudges. N.d. Nudging for good -sivusto. Viitattu 1.9.2020. <http://www.nudgingforgood.com/course/creating-nudges/>
- Dassen, F. C.M., Houben, K. & Jansen, A. 2015. Time orientation and eating behavior: Unhealthy eaters consider immediate consequences, while healthy eaters focus on future health. Appetite-lehti. Volume 91, 1 August 2015, Pages 13-19. Viitattu 3.10.2020. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666315001221>
- Definition on sustainable diets. 2010. Final document International scientific symposium Biodiversity and sustainable diets United against hunger 3-5 November 2010, FAO headquarters, Rome. Viitattu 6.10.2020. <http://www.fao.org/ag/humannutrition/28507-0e8d8dc364ee46865d5841c48976e9980.pdf>
- Designing Behaviour Change. N.d. Bridgeablen sivusto. Viitattu 3.10.2020. <https://toolkit.bridgeable.com/>
- Elintarviketieto-opas Ruokaviraston ohje 17068/2. 2019. Pdf-tiedosto Ruokaviraston sivustolla. Viitattu 30.9.2020. [https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/tietoa-meista/asiointi/opaat-ja-lomakkeet/yritykset/elintarvikeala/elintarvikealan-opaat/elintarviketieto\\_opas\\_fi.pdf](https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/tietoa-meista/asiointi/opaat-ja-lomakkeet/yritykset/elintarvikeala/elintarvikealan-opaat/elintarviketieto_opas_fi.pdf)

- Elintarvikkeet. N.d. Motivan sivusto. Viitattu 28.9.2020. <https://www.motiva.fi/julkisen-sektori/kestavat-julkiset-hankinnat/tietopankki/elintarvikkeet>
- Fazer Food Services – Nudging? 2016. Video Fazerin kanavalla YouTubessa. Julkaistu 22.9.2016. Viitattu 29.9.2020. <https://www.youtube.com/watch?v=6XX303NpJkI&t=37s>
- Finland. 2019. IHME Institute for Health Metrics and Evaluation -sivusto. Statistics. What risk factors drive the most death and disability combined -tilasto. Viitattu 4.10.2020. <http://www.healthdata.org/finland>
- Gottsegen, G. 2019. Food robots are serving up changes in the restaurant industry. Artikkelin Built-in sivustolla. Julkaistu 28.3.2019, päivitetty 25.3.2020. Viitattu 7.10.2020. <https://builtin.com/robotics/robots-in-restaurants-food-service>
- Grön-Parkkila, L. 2018. Kasvisruokailu lounasravintoloissa, ruokailuun vaikuttaminen nudge-mallin avulla. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Viitattu 30.9.2020. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/151085/Gron-Parkkila%20Leila.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hansen, P. G., Schilling, M. & Maltheisen, M. S. Nudging healthy and sustainable food choices: three randomized controlled field experiments using a vegetarian lunch-default as a normative signal, Journal of Public Health, fdz154. Viitattu 8.10.2020. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdz154>
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus -kirjaan liittyvä verkkomateriaali. Viitattu 18.10.2020. <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>
- Heikkurinen, P., Jalkanen, L., Järvelä, K., Järvinen, M., Katajajuuri, J.-M., Koistinen, L., Kotro, J., Mäkelä, J., Pesonen, H.-L., Riipi, I., Ulvila, K.-M., Forsman-Hugg, S. Vastuullisuus ruokaketjussa, eväitä johtamiseen, mittaamiseen ja viestintään. 2012. Julkaisija ja kustantaja: MTT Jokioinen. MTT ISBN 978-952-487-359-8 internet 978-952-487-360-4. Pdf-tiedosto MTT:n sivustolla. Viitattu 7.10.2020. [www.mtt.fi/julkaisut/vastuullisuusruokaketjussa.pdf](http://www.mtt.fi/julkaisut/vastuullisuusruokaketjussa.pdf)
- Hiilijalanjälki. N.d. Sitran sivusto. Viitattu 6.10.2020. <https://www.sitra.fi/tulevaisuus-sanasto/hiilijalanjalki/>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu. p. ISBN 978-951-31-4836-2. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki.
- Huomo, E., Kaitosalmi, K., Tuomisto, T., Kavenius, N. & Tikkanen, S. 2019. Fiksu kuluttaminen Suomessa, motivaatioprofiilit apuna liiketoiminnan suunnittelussa. Case study, Suomi. Sitran selvityksiä 144, Tammikuu 2019. Pdf-tiedosto Sitran sivustolla. Viitattu 28.9.2020. <https://media.sitra.fi/2018/02/01170642/sitramotivaatiofiksukulttaminenensuomessa2018-fi.pdf>

- Hynynen, A., Hopia, A., Uimonen, H., Pitkääkoski, T., Aaltojärvi, I., Paakki, M. & Kontukoski, M. 2018. Ei ainoastaan leivästä: Ruoka, kokemus ja moniaistisuus. Tampereen teknillinen yliopisto. Arkkitehtuurin laboratorio 2018. Viitattu 4.10.2020. [https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/116652/Ei\\_ainoastaan\\_leivst.pdf?sequence=1](https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/116652/Ei_ainoastaan_leivst.pdf?sequence=1)
- Hyry, J. 2017. Resurssiviisas kansalainen 2017-tutkimus. Kantar TNS. Pdf-tiedosto Sitran sivustolla. Viitattu 13.7.2020. <https://media.sitra.fi/2017/09/20104653/sitra-ky-selytutkimus-resurssiviisas-kansalainen-liikkuminen-2017-2.pdf>
- Hyvä ravitseminen on poliittinen päätös. N.d. Valtion Ravitseminen-neuvottelu-kunnan ja Kuntaliiton opas Ruokaviraston nettisivuilla. Viitattu 30.9.2020. [https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/esitteet/hyva\\_ravitseminen\\_esite\\_web\\_28.6.2019.pdf](https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/esitteet/hyva_ravitseminen_esite_web_28.6.2019.pdf)
- Jokitalo, M. 2018. Mikä meitä lihottaa? Ruoan terveysmerkitysten heijastuminen elintarvikkeiden kuluttajakäyttäytymiseen. Väitöskirja. Vaasan yliopisto. Viitattu 30.9.2020. <https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/8119/978-952-476-821-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kanerva, M. 2018. Valintamuotoilu ja nudging vaikuttamisen keinoina. Valtioneuvoston kanslia. Pdf-tiedosto Kokeilevasuomi -sivustolla. Viitattu 30.9.2020. [https://kokeilevasuomi.fi/documents/1777665/8362233/Tuuppausklinikka\\_johdanto\\_Kanerva.pdf/130f9d61-2813-1930-8d3a-88eb831ab68a/Tuuppausklinikka\\_johdanto\\_Kanerva.pdf](https://kokeilevasuomi.fi/documents/1777665/8362233/Tuuppausklinikka_johdanto_Kanerva.pdf/130f9d61-2813-1930-8d3a-88eb831ab68a/Tuuppausklinikka_johdanto_Kanerva.pdf)
- Katajajuuri, J.-M., Pulkkinen, H. & Hartikainen, H. 2018. Artikkelin Luonnonvarakeskuksen sivustolla. Viitattu 6.10.2020. <https://www.luke.fi/tutkittua-tietoa-ruuan-ymparistovaikutuksista/>
- Kaupunkistrategia. 2017. Jyväskylän kaupunginvaltuuston hyväksymä kaupunkistrategia vuosille 2017–2021. Jyväskylän kaupungin sivusto. Viitattu 7.10.2020. <https://www.jyvaskyla.fi/kaupunkistrategia>
- Kinnunen, L. 2020. Valintamuotoilu sisustusarkkitehtuurissa. Opinnäytetyö. LAB-ammattikorkeakoulu, muotoiluinstituutti, sisustusarkkitehtuuri. Viitattu 30.9.2020. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/339580/Kinnunen\\_Laura.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/339580/Kinnunen_Laura.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Kempainen, J. 2020. Ravintosisältö- ja aineosatietojen ilmoittaminen e-ruokalistassa. Sähköpostiviesti 11.8.2020.
- Koivula, U.-M., Suihko, K. & Tyräinen, J. 2002. Mission: possible: opas opinnäytteen tekijälle. Pirkanmaan ammattikorkeakoulun julkaisusarja C. Oppimateriaalit. Nro 1. 2. uudistettu painos. Tampere 2002. ISSN 1456-193X. ISBN 952-5281-06-X.

Kuula, A. N.d. Toimintatutkimus. Luku 5.4. kokonaisuudesta Anita Saaranen-Kauppi-  
nen, A. & Anna Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto  
[verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja].  
Viitattu 18.10.2020. [www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/](http://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/)

Kylän Kattaus -liikelaitos 2019. 2019. Jyväskylän kaupungin sivusto. Viitattu 3.9.2020.  
[https://www.jyvaskyla.fi/talousarviot/talousarvio-2019/liikelaitokset/kylan-kattaus-  
liikelaitos-2019](https://www.jyvaskyla.fi/talousarviot/talousarvio-2019/liikelaitokset/kylan-kattaus-liikelaitos-2019)

Käsitteet, kvalitatiivinen tutkimus. N.d. Tilastokeskuksen sivusto. Viitattu 18.10.2020.  
[https://www.stat.fi/meta/kas/kvalit\\_tutkimus.html](https://www.stat.fi/meta/kas/kvalit_tutkimus.html)

Käsitteet, kvantitatiivinen tutkimus. N.d. Tilastokeskuksen sivusto. Viitattu  
18.10.2020. [https://www.stat.fi/meta/kas/kvanti\\_tutkimus.html](https://www.stat.fi/meta/kas/kvanti_tutkimus.html)

Laihdutusprofessori Pertti Mustajoki: Vähennä kaloreita ilman dieettiä. 2020. Tervey-  
denasialla-sivusto. Viitattu 30.9.2020. [https://terveydenasialla.com/laihdutusprofes-  
sori-pertti-mustajoki-vahenna-kaloreita-ilman-dieettia/](https://terveydenasialla.com/laihdutusprofes-<br/>sori-pertti-mustajoki-vahenna-kaloreita-ilman-dieettia/)

Luke. N.d. Luonnonvarakeskuksen sivusto. Viitattu 19.10.2020.  
<https://www.luke.fi/luke/>

Mikä on Ruokavirasto? N.d. Ruokaviraston sivusto. Viitattu 6.9.2020.  
<https://www.ruokavirasto.fi/tietoa-meista/mika-on-ruokavirasto/>

Nelimarkka, K. 2019. Ruoanvalintaan vaikuttavat tekijät henkilöstöravintolan asiak-  
kailla. Helsingin yliopisto, Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, Elintarvike- ja ra-  
vitsemustieteiden osasto. Pro gradu -tutkielma. Julkaisija Helsingin yliopisto, 2019.  
Viitattu 28.9.2020. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/310172>

Nudging healthy and sustainable food choices. N.d. iNudgeyou-sivusto. Viitattu  
8.10.2020. [https://inudgeyou.com/en/nudging-healthy-and-sustainable-food-choi-  
ces/](https://inudgeyou.com/en/nudging-healthy-and-sustainable-food-choi-<br/>ces/)

Poore, J. & Nemecek, T.2018. Reducing food's environmental impacts through pro-  
ducers and consumers. SCIENCE01 JUN 2018. Vol. 360, Issue 6392, pp. 987-992 DOI:  
10.1126/science. aaq0216. Viitattu 28.9.2020. [https://science.sciencemag.org/con-  
tent/360/6392/987](https://science.sciencemag.org/con-<br/>tent/360/6392/987)

Pölönen, P. 2020. Teknologia 2020-luvulla. Video #puheeneihe -kanavalla YouTu-  
bessa, osa 78. Julkaistu 3.5.2020. Viitattu 3.10.2020. [https://www.you-  
tube.com/watch?v=VBoQc1VtUlw](https://www.you-<br/>tube.com/watch?v=VBoQc1VtUlw)

Repo, S. 2019. Tuuppauksen avulla kohti kestävämpiä lounasvalintoja. Opinnäytetyö,  
ylempi AMK. Laurea-ammattikorkeakoulu. Viitattu 1.9.2020.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019060615267>



Resurssiviisas Jyväskylä -ohjelma 2040. N.d. Jyväskylän kaupungin sivusto. Viitattu 6.9.2020. [https://www.jyvaskyla.fi/sites/default/files/atoms/files/resurssiviisas\\_jyvaskyla\\_ohjelma\\_2040.pdf](https://www.jyvaskyla.fi/sites/default/files/atoms/files/resurssiviisas_jyvaskyla_ohjelma_2040.pdf)

Reuter, L. 2020. Teknologia 2020-luvulla. Video #puheeneihe -kanavalla YouTubessa, osa 78. Julkaistu 3.5.2020. Viitattu 3.10.2020. <https://www.youtube.com/watch?v=VBoQc1VtUlw>

Rousku, K., Linturi, R., Andersson, C. Stenfors, S., Lähteenmäki, I., Kärki, T. & Limnell, J. 2017. Pilkahduksia tulevaisuuteen – digitalisaation ja robotisaation mahdollisuudet. Valtiovarainministeriön julkaisu – 10/2017. Julkisen hallinnon ICT. Helsinki 2017. Viitattu 3.10.2020. [http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79260/Pilkahduksia\\_tulevaisuuteen.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79260/Pilkahduksia_tulevaisuuteen.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rozin, P., Scott, S., Dingley, M., Urbanek, J. K., Jiang, H. & Kaltenbach, M. 2011. Nudge to Nobesity I: Minor Changes in Accessibility Decrease Food Intake. Judgment and Decision Making, 6 (4), 323-332. Viitattu 29.9.2020. [https://repository.upenn.edu/marketing\\_papers/410](https://repository.upenn.edu/marketing_papers/410)

Ruoan pakkausmerkinnät. N.d. Kuluttajaliiton sivusto. Viitattu 30.9.2020. <https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/ruoka/pakkausmerkinnat/merkit/>

Ruoantuotannon ja -kulutuksen vaikutukset ympäristöön ja ilmastoon. N.d. Luonnonvarakeskuksen sivusto. Viitattu 28.9.2020. <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/ruoka-ja-ravitsemus/ruoan-ilmastovaikutukset/>

Ruokastrategia. 2019. Kylän Kattaus, Jyväskylän kaupunki. Kylän Kattaus -liikelaitoksen johtokunta 4/2019, Pöytäkirja 3.12.2019, liite: Kylän Kattauksen Ruokastrategia. Viitattu 3.10.2020. [https://julkinen.jkl.fi/ktwebbin/dbisa.dll/ktweb-scr/pkattn\\_tweb.htm?+id=1236164](https://julkinen.jkl.fi/ktwebbin/dbisa.dll/ktweb-scr/pkattn_tweb.htm?+id=1236164)

Saaranen-Kauppinen A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [Verkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Viitattu 18.10.2020. [www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus)

Saari, M. 2018. Artikkelin Luonnonvarakeskuksen sivustolla. Viitattu 6.10.2020. <https://www.luke.fi/tutkittua-tietoa-ruuan-ymparistovaikutuksista/>

Service, O., Hallsworth, M., Halpern, D., Algate, F., Gallagher, R., Nguyen, S., Ruda, S., Sanders, M., Pelenur, M., Gyani, A., Harper, H., Reinhard, J. & Kirkman, E. N.d. EAST Four simple ways to apply behavioural insights. Behavioural Insights Teamin sivusto. Viitattu 28.9.2020. <https://www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/>

Sihvonen, M. 2019. Kotieläinvaltaisesta maataloudesta kasvispainotteiseen ruokapöytään? Ilmastoystävällisyys edellyttää ratkaisevia muutoksia suomalaisessa ruokailussa

- ja tuotannossa. Artikkelin Luonnonvarakeskuksen sivustolla. Viitattu 30.9.2020. <https://www.luke.fi/kotielainvaltaisesta-maataloudesta-kasvispainotteiseen-ruokapoytaan-ilmastoystavallisyys-edellyttaa-ratkaisevia-muutoksia-suomalaisessa-ruokailussa-ja-tuotannossa/>
- Smith, D. 2002. Psychologist wins Nobel Prize. Monitor on Psychology, 33(11). Viitattu 8.10.2020. <http://www.apa.org/monitor/dec02/nobel.html>
- StopDia-työkalupakki - työympäristöt terveyttä tukeviksi. 2019. THL:n tutkimuksia – sivusto. Viitattu 1.9.2020. <https://www.yksielama.fi/documents/10180/908178/StopDia+Tyokalupakki+THL+Tieda+ja+toimi+20191003/b9ffb633-8104-4c23-b5a7-2bddfdb0fd80>
- Strategiset linjaukset, Kehittämistoimenpiteet vuonna 2019–2020. 2018. Kylän Kattaus -liikelaitoksen johtokunta 4/2018, Pöytäkirja 13.12.2018, liite: Kylän Kattauksen strategiset linjaukset. Viitattu 28.9.2020. [https://julkinen.jkl.fi/ktweb-bin/dbisa.dll/ktwebscr/pkattn\\_tweb.htm?+id=1134942](https://julkinen.jkl.fi/ktweb-bin/dbisa.dll/ktwebscr/pkattn_tweb.htm?+id=1134942).
- Stylianou, N., Guibourg, C. & Briggs, H. 2019. Climate change food calculator: What's your diet's carbon footprint? BBC News. 9 August 2019. Viitattu 25.9.2020. <https://www.bbc.com/news/science-environment-46459714>
- Summary report of EAT-Lancet Commission. 2019. Pdf-tiedosto Eatforum -sivustolla. Viitattu 1.9.2020. [https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet\\_Commission\\_Summary\\_Report.pdf](https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf)
- Sundman, E. 2019. Svinn på restaurang Casestudy: Minska matsvinnet på Bistro Konst & Form. Opinnäytetyö, Yrkeshögskolan Arcada, turismi. Viitattu 30.9.2020. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/172419/minska%20matsvinnet%20p%c3%a5%20KonstForm3066.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Sydänmerkki takaa paremman työpaikkaruokan n.d. Sydänmerkin sivusto. Viitattu 6.9.2020. <https://www.sydanmerkki.fi/sydanmerkki/sydanmerkki-ateria/>
- Terveellinen ruokavalio. N.d. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, Elintavat ja ravitsemus –sivusto. Viitattu 30.9.2020. <https://thl.fi/fi/web/elintavat-ja-ravitsemus/ravitsemus/ravitsemus-ja-terveys/terveellinen-ruokavalio>
- Terveyttä ruoasta – suomalaiset ravitsemussuositukset 2014. 2014. Ravitsemusneuvottelukunta. Ruokaviraston sivusto. Viitattu 1.9.2020. [https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/kuluttaja-ja-ammattilaismateriaali/julkaisut/ravitsemussuositukset\\_2014\\_fi\\_web\\_versio\\_5.pdf](https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/kuluttaja-ja-ammattilaismateriaali/julkaisut/ravitsemussuositukset_2014_fi_web_versio_5.pdf)
- Thaler, R. & Sunstein, C. 2008. Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness. Penguin Books Ltd, 80 Strand, London WC2R ORI, England.

The Nutrition Challenge. 2018. FAO ja WHO 2018, CA2024EN/1/10.18. Food and Agriculture Organization of the United Nations sivusto. Viitattu 28.9.2020.

<http://www.fao.org/3/ca2024en/CA2024EN.pdf>

The Restaurant of the future, creating the next generation customer experience. 2016. Deloitte digital LLC:n julkaisu Deloitte sivustolla. Viitattu 4.10.2020.

<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/restaurant-future-survey-technology-customer-experience.html>

Thorndike, A., Piis, J., Sonnenberg, L. M. & Levy, D. E. 2014. Traffic-Light Labels and Choice Architecture: Promoting Healthy Food Choices. American Journal of Preventive Medicine Volume 46, Issue 2, February 2014, Pages 143-149. Viitattu 30.9.2020.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0749379713005527>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. 5. uudistettu laitos. Kustannusosakeyhtiö Tammi 2009. ISBN 978-951-31-4865-2. Painopaikka: Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä 2009.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum Media Oy.

Tuuppaamaan, työnantaja! N.d. StopDia-hankkeen sivusto. Viitattu 28.7.2020.

<https://www3.uef.fi/fi/web/stopdia/tyonantajille>

Tuuppaus saa syömään huomaamatta terveellisesti, 2019. Elintarviketeollisuusliitto ry:n sivusto. Viitattu 1.9.2020.

<https://www.etl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tuuppaus-saa-syomaan-huomaamatta-terveellisesti.html>

Työpaikkaruokailu. 2019. Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen Elintavat ja ruokailu - sivusto. Viitattu 13.7.2020.

<https://thl.fi/fi/web/elintavat-ja-ravitsemus/ravitsemus/ruokapalvelut/tyopaikkaruokailu>

Valsta, L. & Kaartinen, N. 2019. Aikuisten ruokavalio on kaukana suositeltavasta. Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen sivusto. Viitattu 6.10.2020.

<https://thl.fi/fi/-/aikuis-ten-ruokavalio-on-kaukana-suositeltavasta>.

Velema, E., Vyth, E. L., Hoekstra, T. & Steenhuis, I. H. M. 2018. Nudging and social marketing techniques encourage employees to make healthier food choices: a randomized controlled trial in 30 worksite cafeterias in The Netherlands, The American Journal of Clinical Nutrition, Volume 107, Issue 2, February 2018, Pages 236–246. Viitattu 30.9.2020.

<https://doi.org/10.1093/ajcn/nqx045>

Vuontisvaara, M. 2019. Robotiikan hyödyntäminen työprosesseissa. Most Digital Oy:n edustajan luento 13.11.2019 Jyväskylässä. Luento Monetra Oy:n asiakastapah-tumassa.

Wansink, B. 2010. Brian Wansink on Mindless Eating. Video VitalSmarts -kanavalla YouTubessa. Julkaistu 11.1.2010. Viitattu 6.10.2020.

[https://www.youtube.com/watch?v=tq\\_tQkIsJpk](https://www.youtube.com/watch?v=tq_tQkIsJpk)

What is Nudging? 2019. Video Faculty of Social and Behavioural Sciences Utrecht University -kanavalla YouTubessa. Julkaistu 11.3.2019. Viitattu 28.9.2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=OLBgjd8bbQw&t=24s>

What is nudging for good? N.d. Nudging for good -sivusto. Viitattu 1.9.2020.

<http://www.nudgingforgood.com/>

Why do we have to change our food system? 2016. Video UN Environment Programme-kanavalla YouTubessa. Julkaistu 9.5.2016. Viitattu 12.9.2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=VcL3BQeteCc>

WWF:n kalaopas. N.d. WWF:n sivusto. Viitattu 30.9.2020. <https://wwf.fi/kalaopas/>

WWF:n lihaopas. N.d. WWF:n sivusto. Viitattu 30.9.2020. <https://wwf.fi/lihaopas/>

Ympäristö ja vastuullisuus. N.d. Jyväskylän kaupungin, Kylän Kattauksen sivusto. Viitattu 28.9.2020. <https://www.jyvaskyla.fi/kylan-kattaus/lahella-sydantamme/ymparisto-ja-vastuullisuus>

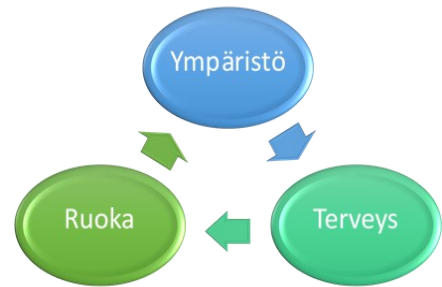
Ympäristöystävällinen syöminen. N.d. Syö hyvää -sivusto. Viitattu 6.10.2020.

<http://syohyvaa.fi/ymparistoystavallinen-syominen-2/>

## Liitteet

### Liite 1. Asiakastutkimuskyselyyn saate

## Asiakastutkimuskysely ruoan terveellisyydestä ja ympäristöystävällisyydestä



Arvoisa henkilöstöravintolan asiakas,

olen restonomiopiskelija Jyväskylän ammattikorkeakoulun Palvelu- ja liiketoiminnan koulutusosalta. Opintosuuntaukseni on kestävä gastronomia. Teen opinnäytetyönä tutkimuksen aiheesta **"Kuinka ohjaan asiakkaita vastuullisiin valintoihin henkilöstöravintolassa"**. Tutkimuksen toimeksiantaja on Jyväskylän kaupungin ruokapalvelu Kylän Kattaus. Tutkimuksen tuloksia hyödynnetään Sairaala Novan ravintolatoiminnan suunnittelussa.

Toivoisin, että voisitte vastata muutamaan kysymykseen koskien terveellisiä ja ympäristöystävällisiä ruokavalintoja. Terveellisellä ruoalla tarkoitetaan tässä kyselyssä Suomalaisten ravitsemussuosituksen mukaista ruokaa ja ympäristöystävällisellä ruoalla mahdollisimman kestäviä ruokavalintoja.

Kyselyyn vastataan nimettömästi ja tulokset raportoidaan siten, että yksittäistä tutkittavaa ei voi tunnistaa. Tuloksista kerrotaan tutkimuksen valmistuttua. Mikäli haluatte osallistua tuotepalkintojen arvontaan, voitte osallistua arvontaan kyselyn lähettämisen jälkeen avautuvassa jatkokyselyssä. Vastaukset hävitetään tulosten käsittelyn jälkeen.

Kysely on julkaistu myös sairaanhoitopiiriin Santrassa.

Ystävällisin terveisin Sari Viinikainen

**Pääset kyselyyn älypuhelimella tästä QR-koodista.**



## Liite 2. Asiakastutkimuskyselylomake



## Asiakastutkimuskysely ruoan terveellisyydestä ja ympäristöystävällisyydestä

*Ruoan terveellisyydellä tarkoitetaan tässä kyselyssä Suomalaisten ravitsemussuosituksen mukaista ruokaa.*

*Ruoan ympäristöystävällisyydellä tarkoitetaan tässä kyselyssä ruokaa, joka aiheuttaa mahdollisimman vähän haittaa ympäristölle ruokaketjun eri vaiheissa.*

### 1. Kuinka tärkeää ruoan terveellisyys on sinulle?

1 2 3 4 5

Ei lainkaan tärkeää      Erittäin tärkeää

### 2. Kuinka helppoa sinun on valita terveellistä ruokaa henkilöstöravintolassa?

1 2 3 4 5

Erittäin vaikeaa      Erittäin helppoa

### 3. Kuinka tärkeää ruoan ympäristöystävällisyys on sinulle?

1 2 3 4 5

Ei lainkaan tärkeää      Erittäin tärkeää

### 4. Kuinka helppoa sinun on valita ympäristöystävällistä ruokaa henkilöstöravintolassa?

1 2 3 4 5

Erittäin vaikeaa      Erittäin helppoa

**5. Mikä estää sinua ruokailemasta**

	Kiire	Nälkä	Mieliteot	Tiedon puute	Rahan puute	Muu syy
terveellisesti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ympäristöystävällisesti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. Jos vastasit muu syy, mikä se on?**

**7. Mikä auttaisi sinua parempiin ruokavalintoihin? Valitse enintään viisi (5) mielestäsi parasta keinoa.**

- Malliannokset
- Tuotesijoittelu (parhaat vaihtoehdot ensin)
- Ravintosisältötiedot
- Merkit (sydänmerkki, vastuullisuusmerkit)
- Suosittelet (infonäytöissä tai asiakaspalvelussa)
- Valmiit, suositusten mukaiset annokset
- Valmiit, henkilökohtaiset annokset
- Värikoodit ruokalajeissa (liikennevalot)
- Kilohinnoittelu
- Muu, mikä

**8. Minkä arvosanan antaisit Kylän Kattaukselle (asteikolla 1 heikko - 10 erinomainen)**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ruoan terveellisyydestä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ruoan ympäristöystävällisyydestä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**9. Onko koronavirus-pandemia muuttanut suhtautumistasi ruokaan?**

1 2 3 4 5

Ei ole muuttanut lainkaan      On muuttanut paljon

**10. Mitä muuta haluaisit kertoa kyselyn aiheesta?**


*Taustatiedot***11. Minkä ikäinen olet**

- Alle 30-vuotias  
 30 - 50 vuotta  
 Yli 50-vuotias

**12. Mihin ammattiryhmään kuulut?**

- Hoitohenkilöstö  
 Lääkärit  
 Toimistotyöntekijät (hallinto, asiantuntijat yms.)  
 Tutkimushenkilöstö  
 Tekninen henkilöstö  
 Puhtauspalveluhenkilöstö  
 Ruokapalveluhenkilöstö  
 Muu



### Liite 3. Haastattelukysymykset

#### **Haastattelu 1: kysymykset terveyden ja hyvinvoinnin asiantuntijalle**

Mikä on mielestäsi henkilöstöravintolan rooli terveyden edistäjänä?

Tulisiko henkilöstöravintolan kiinnittää enemmän huomiota toimintansa vastuullisuuteen?

Mitä mieltä olet asiakastutkimuskyselyn tuloksista?

Mitkä ovat omasta mielestäsi parhaat keinot ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin?

Oletko tutustunut nudgingiin eli tuuppaukseen? Jos olet, niin mitä mieltä olet siitä?

Mitä muuta haluaisit tuoda esille aiheeseen liittyen?

#### **Haastattelu 2: kysymykset ravitsemuksen asiantuntijalle**

Mitä mieltä olet asiakastutkimuskyselyn tuloksista?

Mitkä ovat omasta mielestäsi parhaat keinot ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin?

Mitkä ovat mielestäsi eniten muutosta vaativat seikat tällä hetkellä liittyen asiakkaiden valintoihin?

Millainen olisi mielestäsi tulevaisuuden henkilöstöravintola?

Mitä muuta haluaisit tuoda esille aiheeseen liittyen?

#### **Haastattelu 3: kysymykset työhyvinvoinnin ja johtamisen asiantuntijalle**

Mikä on henkilöstöravintolan rooli työnantajan näkökulmasta?

Onko työnantajalla tavoitteita terveyden edistämisen tai kestäväen kehityksen näkökulmasta henkilöstöravintolalle?

Tulisiko henkilöstöravintolan kiinnittää enemmän huomiota toimintansa vastuullisuuteen?

Mitä mieltä olet asiakastutkimuskyselyn tuloksista?

Mitkä ovat omasta mielestänne parhaat keinot ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin?

Oletko tutustunut nudgingiin eli tuuppaukseen? Jos olet, niin mitä mieltä olet siitä?

Voiko työnantaja edistää henkilöstön vastuullisia valintoja ruokailun osalta?

Millainen olisi mielestäsi tulevaisuuden ravintola? Millainen haluaisit sen olevan?

Mitä muuta haluaisit tuoda esille aiheeseen liittyen ja ympäristövastuullisuuden osalta?

#### **Haastattelu 4: kysymykset ravintolatoiminnan asiantuntijalle**

Mitä mieltä olet asiakastutkimuskyselyn tuloksista? Mitä ajatuksia niistä heräsi?

Mitkä ovat omasta mielestäsi parhaat keinot ohjata asiakkaita vastuullisiin valintoihin?

Mitä ravintolan henkilökunta voisi mielestäsi tehdä edistääkseen asiakkaiden vastuullisia valintoja?

Millainen olisi mielestäsi tulevaisuuden henkilöstöravintola?

Mitä muuta haluaisit tuoda esille aiheeseen liittyen?