

Minna Luhtaniemi ja Maria Nikola

PIKARUOKA-ATERIOIDEN TERVEELLISYYS

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Restonomi
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen
2008



**Kajaanin
ammattikorkeakoulu**

OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ

Koulutusala Matkailu-, ravitsemus- ja talousala	Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Tekijä(t) Minna Luhtaniemi ja Maria Nikola	
Työn nimi Pikaruoka-aterioiden terveellisyys	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Teija Vainikka
	Toimeksiantaja
Aika Kevät 2008	Sivumäärä ja liitteet 71+1
<p>Pikaruokan epäterveellisyydestä puhutaan paljon. Tässä opinnäytetyössä haluttiin selvittää, kuinka terveellisiä markkinoilla olevat pikaruoka-ateriat ovat ja onko mahdollista syödä terveellistä pikaruokaa. Terveellisyyttä tutkittiin lounasruoiksi sopivien pikaruoka-aterioiden vertailun avulla. Erialaisten pikaruoka-aterioiden ääripäitä vertailtiin ja tutkittiin, toteutuuko niissä lounasruokailun suositeltu energiaravintoainesaanti ja suolapitoisuus. Lisäksi tutkittiin, toteutuuko annoksissa lautasmalli ja lounasruokailun suositeltu energiasisältö. Teemahaastattelun avulla selvitettiin eri ikäryhmien mielipiteitä pikaruokan terveellisyydestä sekä siitä, onko mainonnalla vaikutusta ostopäätöksiin.</p> <p>Tämä opinnäytetyö oli laadullinen tutkimus, jossa tutkimusmenetelmänä käytettiin haastattelua. Määrällistä tutkimustapaa käytettiin ravintosisältölaskelmia tehtäessä. Tuloksista kävi ilmi, ettei tutkittavista aterioista mikään vastannut täysin lounasruoalle annettuja suosituksia. Missään valituissa aterioissa energiaravintoainemäärät eivät olleet lounasruokailun suosituksien mukaisia. Myös lautasmallin eri osa-alueet jäivät kaikissa aterioissa kokonaisuudessaan toteutumatta. Lounasruokailun suositeltu energiasisältö ei myöskään toteutunut aterioissa, vaan se jäi vajaaksi tai meni yli suositusten. Teemahaastattelusta kävi ilmi, että pikaruokaa pidetään yleisesti epäterveellisenä, vaikka pikaruokateollisuus muuttuu kokoajan. Haastateltavien mielestä pikaruokan terveellisyyteen voi vaikuttaa jokainen itse tekemillään valinnoilla.</p> <p>Rasvaisten ja energiapitoisten pikaruokan syöminen aiheuttaa lihomista, joten näitä ruokia tulisi välttää. Tästä syystä pikaruokateollisuuskkin on tuonut epäterveellisten ruokien rinnalle terveellisempiä vaihtoehtoja. Keveimpiä pikaruokia, kuten salaatteja tai joitain valmisruokia, voi syödä useaan kertaan viikossa ilman huonoja terveysvaikutuksia. Harvoin syöty huonokaan pikaruoka ei ole pahasta, jos muuten syö säännöllisesti ja terveellisesti.</p>	
Kieli	Suomi
Asiasanat	Pikaruoka, terveellisyys
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun Kaktus-tietokanta <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Tourism	Degree Programme Hospitality management
Author(s) Minna Luhtaniemi and Maria Nikola	
Title Fast Food Dishes – Healthy or Unhealthy?	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Teija Vainikka
	Commissioned by
Date Spring 2008	Total Number of Pages and Appendices 71+1
<p>The purpose of this thesis was to find out how healthy fast food dishes were. Different kinds of fast food dishes were compared. The main idea was to find out whether the nutrition recommendations, plate model and food energy demand were met.</p> <p>This study is both a qualitative and quantitative study, which was carried out using two methods. The nutrition facts of fast food dishes were calculated and eaters were interviewed.</p> <p>According to the results, fast food dishes did not meet the nutrition recommendations set for lunch meals. The interviewees found fast food unhealthy, though the fast food industry keeps changing into healthier direction. Lighter fast food, eg. salads and some ready-to-eat dishes can be eaten a few times a week. If people usually follow a healthy diet, they can eat unhealthy fast food dishes once a month.</p>	
Language of Thesis Finnish	
Keywords	Fast food, healthy
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Kaktus Database at Kajaani University of Applied Sciences <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 SUOMEN RUOKAKULTTUURIN MUUTTUMINEN	2
2.1 Ruokakulttuurin kehitys	3
2.2 Ruokatottumukset	3
2.3 Ruokavalintoihin vaikuttavia tekijöitä	4
3 TERVEELLINEN RUOKA	9
3.1 Yleiset ravintosuositukset Suomessa	9
3.1.1 Energiansaanti	12
3.1.2 Lautasmalli	13
3.2 Terveellisen ruoan suosio	13
4 PIKARUOKA	15
4.1 Pikaruoan määritelmää	15
4.2 Pikaruoan historia	17
4.3 Pikaruoan suosion kehitys	19
4.4 Pikaruoan asema nyky-yhteiskunnassa	20
4.5 Pikaruoan haittoja	21
4.6 Pikaruoan vaikutus ylipainoon	22
4.7 Pikaruoan keventäminen	23
5 MAINONTA	24
5.1 Mainonnan keinot	24
5.2 Mainonnan sääntöjä	24
5.3 Ruokamainonta	25
6 TUTKIMUS	26
6.1 Tutkimusongelma	26
6.2 Tutkimusmenetelmä	26
6.3 Tutkimuksen toteuttaminen	28
6.4 Tutkimuksen luotettavuus	29

7 TULOKSET	31
7.1 Pikaruoka-aterioiden vertailun tulokset	31
7.1.1 Megahampurilaisateria ja hampurilaisateria	32
7.1.2 Special opera pannupizza ja kotzone	36
7.1.3 Meatball-ateria ja vege-ateria	40
7.1.4 Kanariisisalaatti ja katkarapusalaatti	44
7.1.5 Pyttipannu ja thai-wok	48
7.1.6 Savuporo-juustokeitto ja lihakeitto	52
7.2 Yhteenveto	56
7.3 Haastattelun tulokset	57
7.3.1 Pikaruoan määrittely	57
7.3.2 Oma suhde pikaruokaan	58
7.3.3 Pikaruoan terveellisyys	60
7.3.4 Pikaruoan mainonta	62
7.4 Yhteenveto	65
8 POHDINTA	66
LÄHTEET	69
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Suomalainen ruokakulttuuri muuttuu koko ajan. Pikaruokaa tarjotaan nykyään melkein jokaisen suomalaisen ruokapöydässä. Suomalaiset ovat ottaneet pikaruogan hyvin vastaan, koska meidän ruokakulttuuriimme on kuulunut samanlaisia ruokia. Tämä on helpottanut pikaruogan suosion leviämistä joka puolelle Suomea. Ihmisten ruokavalintoihin vaikuttavat monet asiat, kuten tänä päivänä paljon esille noussut terveellisyys.

Monet ihmiset ovat nykypäivänä kiinnostuneet terveellisistä elämäntavoista ja tämä on myös vaikuttanut pikaruokateollisuuteen. Pikaruogan epäterveellisyydestä puhutaan paljon ja kuluttajat vaativat terveellisempiä pikaruokavaihtoehtoja. Tämän opinnäytetyön avulla haluttiin selvittää, kuinka terveellisiä markkinoilla olevat pikaruoka-annokset ovat ja onko mahdollista syödä terveellistä pikaruokaa.

Pikaruoalla voidaan tänä päivänä käsittää ruokia laidasta laitaan. Sen määrittäminen joksikin tietyksi ruoaksi on vaikeaa tai jopa mahdotonta. Jokaiselle tulee kuitenkin jotain mieleen pikaruoka sanasta, toiselle se voi olla hampurilainen ja toiselle mikrossa valmistettu kaurapuu-ro. Sana pikaruoka jo kertoo, että se on pikaisesti saatavaa ruokaa. Mikä tahansa ruoka, joka valmistuu nopeasti, voidaan luokitella pikaruoksi.

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan pikaruoka-aterioiden terveellisyyttä. Terveellisyyttä tutkittiin lounasruoiksi sopivien pikaruoka-aterioiden vertailun avulla. Lounasruokailun suositeltua energiaravintoainesaantia tutkittiin vertailemalla erityyppisten pikaruoka-aterioiden ääripäitä. Lisäksi tutkittiin, toteutuuko annoksissa lautasmalli ja lounasruokailun suositeltu energiasisältö. Pikaruogan kuluttajan näkökulma aiheeseen saatiin teemahaastattelulla. Teemahaastattelun avulla kysyttiin eri ikäryhmien mielipiteitä pikaruoasta ja sen terveellisyydestä sekä siitä, onko mainonnalla vaikutusta ostopäätöksiin.

2 SUOMEN RUOKAKULTTUURIN MUUTTUMINEN

Ruokakulttuuri kuuluu olennaisena osana maan kulttuuriin. Perinteinen ruokakulttuuri on kuitenkin muuttumassa Suomessa, samoin kuin muissakin maissa. Ruokakulttuurin muuttumiseen vaikuttavat muuttuva elinympäristö, taloudellinen tilanne, teknologian kehitys sekä uudet elintarvikkeet. (Parkkinen & Sertti 2003, 3–5.)

Kaikille suomalaisille tulee varmasti jonkinlainen mielikuva, jos kysytään, millaista on tyypillinen suomalainen ruoka. Ulkomaalaisille tarjotut ateriat kertovat, millaisena pidämme ruokakulttuuriamme ja millaisen kuvan siitä haluamme antaa. Suomalaisuutta löytyy raaka-aineista ja ruoanvalmistustavoista, jotka ovat lähtöisin henkilökohtaisesta historiastamme. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003, 41–42.)

Ihmisten ruokavalinnoissa ja ruokatavoissa on kulttuurilla suuri asema. Jokaisella maalla on oma ruokakulttuuri, joka on muovautunut historiallisesti, uskonnollisesti ja maantieteellisesti. Kaikki nämä vaikuttavat siihen, mitä ruoasta ajatellaan, miten sitä syödään ja miten ruokatalous on järjestetty. Jotkut jopa väittävät, että Suomessa ei ole omaa ruokakulttuuria vaan nopeasti muuttuvat ulkomaiset trendit ohjailevat suomalaisten ruokailutapoja. Yleistyvät hampurilais- ja pitsapaikat herättävät joissakin ihmisissä ihmetystä, miksi suomalaiset eivät osaa arvostaa omia perinteisiä ruokiaan. (Mäkelä ym. 2003, 7; Sillanpää 1999, 7.)

Ruokakulttuuriin otetaan vastaan uusi tuote parhaiten, jos se on osaltaan tuttu makumaailmaltaan, mutta kuitenkin eksoottinen. Suomessa otettiin vastaan jogurtti hyvin nopeasti, koska meillä oli jo viili ennestään ja ne muistuttavat osaltaan toisiaan. Pitsa on toinen, joka on päässyt Suomen markkinoille hyvin. Pitsan suosio johtuu siitä, että meillä oli jo ennestään oma suomalainen rieska- ja avopiirakkakulttuuri. Lisääntynyt matkustelu ja maahanmuuttajat ovat saaneet ihmiset tutustumaan eri maiden ruokiin ja ottamaan niistä inspiraatiota omaan ruokakulttuuriin. (Mäkelä ym. 2003, 7.)

2.1 Ruokakulttuurin kehitys

Suomalaisen ruokakulttuurin kehitys on ollut nopeaa sodan jälkeisestä pula-ajasta päästyä. Ruokatapoihin on vaikuttanut erityisesti kaupungistuminen, naisten työssäkäynti ja elintason nousu. Ulkopuolisia vaikutteita alkoi tulla Suomen ruokakulttuuriin 1970-luvulla, kun pitsa, hampurilainen ja spagetti rantautuivat Suomeen. (Mäkelä & Palojoki 2003, 28.)

Entisten sukupolvien syömästä ruoasta eli perinneruoasta on tullut aidon ruoan symboli. Kaikissa suomalaisissa kodeissa ei kuitenkaan ruokakulttuuri toteudu samalla tavalla. Nuoriso on ottanut pitsan suosikkiruokaan, kun taas ikäihmiset nauttivat perinteisestä hernekeitosta ja sillistä. Tämä tulee kuitenkin muuttumaan, kun nykypäivän nuoriso vanhenee, koska he ovat omaksuneet pitsan ja hampurilaisen ruokakulttuuriin. (Mäkelä ym. 2003, 29, 42.)

Nykyisin pikaisesti nautittuja aterioita pidetään ruokakulttuurin rappeutumisen merkinä. Suomalaiset ovat kuitenkin ennenkin osanneet syödä yksipuolisia aterioita, mutta pikaruoka on tullut enemmän ihmisten tietoisuuteen tänä päivänä. Nykyään Suomessa on noussut pieni kuilu niin sanotun arkiruoan ja viikonloppuruoan välille. Arkena yleensä suositaan helppoa ja vaivatonta ruoanlaittoa, ostetaan usein valmista tai puolivalmista ruokaa. Viikonloppuisin syödään juhlavammin ja laitetaan itse tai yhdessä perheen kanssa kotiruokaa. (Mäkelä ym. 2003, 29.)

Ruokakulttuuri tulee jatkossakin muuttumaan Suomessa. Muutos tapahtuu hitaasti, koska ihmiset ovat vanhoillisia ruoan suhteen ja eivät halua unohtaa perinteitään helposti. Mahdollisesti jokin etninen keittiö nousee muodikkaaksi ja leviää myös Suomen kulttuuriin tulevaisuudessa, ja teemme siitä oman sovelluksen kulttuuriimme sopivaksi. (Sillanpää 1999, 14, 215.)

2.2 Ruokatottumukset

Ruokaa ei syödä Suomessa ainoastaan siksi, että pysyttäisiin hengissä. Siitä saadaan myös iloa, turvallisuutta ja tietynlaista varmuutta. Ruokatottumukset alkavat kehittyä jo leikki-ikäisillä lapsilla erilaisten ruokakokemusten ja opittujen asenteiden myötä. Sosiaalisessa elämässä on ruoka olennaisessa roolissa. Syötiin sitten koulussa, kotona, hampurilaisravintolassa tai työ-

paikalla, yhdessä syöty ateria liittää ihmiset tietynlaisiksi ryhmiksi ja yhteisöiksi. Suomessa, kuten muissakin maissa, ruokaa käytetään sosiaalisen aseman osoittamiseen vieraanvaraisuudella. Ruokatottumukset korostavat maan identiteettiä ja niitä pyritään säilyttämään myös matkustettaessa ulkomaille. (Parkkinen & Serti 2003, 3–5; Kylliäinen & Lintunen 1998, 179.)

Ruokatottumukset muuttuvat lapsuudesta aikuisuuteen. Ruokatottumukset rakennetaan jo lapsuudessa ja luodaan turvallisuuden tunne joihinkin ruokalajeihin. Tämä kuitenkin muuttuu aikuisikään tullessa. Jos aikuisena uusi ruoka-aine tunnetaan turvalliseksi, niin epäluulo poistuu ja uskalletaan kokeilla uusia ruoka-aineita. Tekniikan ja elintarviketeollisuuden kehittyminen on vaikuttanut ruokatottumuksien muuttumiseen omalta osaltaan. Ruoan säilytys helpottui, kun jääkaappi yleistyi Suomessa 1950-luvulla. Alettiin käyttää enemmän tuoretta lihaa, kalaa ja maidon säilytysongelmat poistuivat. Tämä merkitsi suurta muutosta suomalaisiin ruokatapoihin. (Mäkelä ym. 2003, 8.)

2.3 Ruokavalintoihin vaikuttavia tekijöitä

Ruoan valintaan vaikuttavat monet tekijät. Koska Suomi on hyvinvointivaltio, on suuret mahdollisuudet tehdä erilaisia ruokavalintoja. Ruokaa on tarjolla paljon, hyvin erilaisissa muodoissa ja erilaisissa paikoissa. Ruokavalintoja ei nykyään enää ohjaa ainoastaan nälkä, vaan siihen vaikuttavat useat eri tekijät. (Parkkinen & Serti 2003, 4.)

Ruokavalintoihin vaikuttaa paljon se, millaisessa elämäntilanteessa ihminen on. Lapset ja lapsiperheet valitsevat heille sopivia ruokia, kun taas yksineläjät ja vanhukset valitsevat itselleen ominaisia ruokia. Usein yksinasujat valitsevat ruoakseen helppoa ja nopeasti saatavaa ruokaa. Esimerkiksi valmiit mikroateriat ja pakasteruoat ovat yleisiä yksineläjille. Tätä selitetään sillä, että itselle ei jaksakaan tehdä ruokaa ja on helppo ostaa valmista. Lapsiperheillä taas on usein tietty ateriaritmi ja ruokakin valmistetaan yhdessä perheen kanssa. Lisäksi monilla nuorilla on taipumusta sellaisiin ruokavalintoihin, joita kaveripiirissäänkin valitaan. (Mäkelä ym. 2003, 132–149.)

Maailmankatsomus

Ruoan valintaan vaikuttaa ihmisen maailmankatsomus, miten ihminen näkee maailman ja mitkä asiat ovat hänelle tärkeitä. Kaksi näkökulmaa ovat vastuullisuus ja itsekeskeisyys. Toiset laittavat etusijalle vain oman hyvinvoinnin, kun taas toiset ottavat itsensä lisäksi huomioon luonnonsuojelun sekä maailman eläinten ja muiden ihmisten hyvinvoinnin. Ruokavalinnat ovat osa ihmisen elämäntyyliä. Ennen kerrottiin ruokavalinnoilla, millaisia ihmisiä oltiin tai haluttiin olla, nykypäivänä suurin viesti on, millaiseksi maailman halutaan muuttuvan. Esimerkiksi vegaani puolustaa eläinten oikeuksia ja ruokavalinnoillaan hän tuo omaa asiaansa esille. (Mäkelä ym. 2003, 61.)

Tottumukset ja asenteet

Ruokakaupassa mietimme usein tuotteiden valintaa ja teemme huomaamattomasti kompromisseja valintaan liittyvien tekijöiden välillä. Ruokaa tarvitsemme pääasiassa tyydyttämään näläntunnetta, ja ostopäätöksiin vaikuttavat tuotteen herkullisuus, uskomuksemme ja aisti-ilämykset aiemmasta elämästämme. Haemme joitakin tuotenimiä ja hyvää hintalaatusuhdetta. Näitä kaikkia ominaisuuksia käytämme, kun ruokakaupassa mietimme ostopäätöksiä ja koitamme sovittaa ne sosiaaliseen tilanteeseemme sekä kulttuuritaustaamme sopiviksi. Asenteemme tuotteita kohtaan ohjaavat meitä ja antavat voimakkaita suhtautumismalleja eri ruoka-aineita kohtaan. (Lapveteläinen 2004.)

Kotimaisuus

Nykykuluttaja toivoo käyttämiltään elintarvikkeilta kotimaisuutta. Kotimaisten tuotteiden valintaan vaikuttaa paljon se, mikä raaka-aine on kyseessä. Yleensä kotimaisuutta suositaan, kun kyseessä on tuore liha, kala tai maitotuotteet. Muita suosittuja kotimaisia elintarvikkeita ovat tuoreet marjat, kasvikset ja leipätuotteet. Kotimaisuudella ei ole niinkään suurta merkitystä valittaessa hedelmiä, makeisia, viinejä tai öljyjä. (Tainio 2005; Koivisto 2007.)

Kuluttajat haluavat nykyään myös tuotteita, jotka ovat niin sanotusti puhtaita. Puhtailla elintarvikkeilla tarkoitetaan sitä, että niissä ei ole lisäaineita, torjunta-ainejäämiä tai raakametalleja. Elintarvikkeiden tulee olla myös mikrobiologisesti moitteettomia. Elintarvikeketjujen pidentyessä ja elintarvikkeiden muuttuessa entistä muokatuimmiksi alkaa korostua enemmän

se, mistä ruoka on alun perin tullut. Ihmiset ovat alkaneet suosimaan paljon omassa maassa tuotettuja ruokia, koska niiden alkuperä on tiedossa. (Tainio 2005; Mäkelä ym. 2003, 62–64.)

Ruoan keskeisiä ominaisuuksia on nautittavuus. Ruoka voi olla ravitsemuksellisesti ja hygieenisesti laadukas, mutta aistinvarainen laatu voi vaikuttaa siihen, että sitä ei halua syödä. Aistinvaraiseen laatuun vaikuttavat ruoan haju, rakenne, maku, koko, muoto, väri ja lämpötila. Tärkeintä on, että ruokailusta voi nauttia ilman syyllisyyden tunnetta tai ruoan laatuun kohdistuvia epäilyjä. Suomessa on helppo syödä ravitsemuksellisesti ja hygieenisesti laadukasta ruokaa, sillä valvonta on todella tarkkaa. Lisäksi Suomessa on terveet eläinkannat ja talvi sekä pakkanen vähentävät haitallisia tuholaisia ja bakteerikasvustoja. (Kylliäinen & Lintunen 1998, 94; Tainio 2005.)

Joidenkin ihmisten valintaa ohjaa ympäristöystävällisyys. Joutsenmerkki on pohjoismaiden yhteinen ympäristömerkki, jota esiintyy myös suomalaisissa tuotteissa. Joutsenmerkin tavoitteena on kestävän kehityksen edistäminen. Jos tuotteesta löytyy joutsenmerkki, tämä tarkoittaa, että sen valmistus, käyttö ja hävittäminen kuluttavat ympäristöä vähemmän kuin muut tuotteet. Joutsenmerkki myönnetään tuotteille tai palveluille, jotka täyttävät ympäristöasiantuntijoiden asettamat kriteerit. (SFS-ympäristömerkintä 2006.)

Terveellisyys

Nykykuluttaja toivoo käyttämiltään elintarvikkeiltaan terveellisyyttä, mutta ostotilanteessa vaikuttavat kuitenkin eniten hinta ja maku. Ruoan terveellisyys puhuttaa ihmisiä paljon, koska ennen terveellisyys katsottiin nautittavuuden ja herkullisuuden vastakohdaksi. Etenkin naiset ovat ottaneet terveet elintavat huomioon ruokavalinnoissaan ja tietävät sen edistävän omaa hyvinvointia. Ylipaino on Suomessa kasvava ongelma niin nuorilla kuin aikuisillakin. Tämä asia on saanut ihmiset valitsemaan yhä useammin terveellisiä ruokia. (Koivisto 2007; Mäkelä ym. 2003, 59–61.)

Helppous ja vaivattomuus

Monipuolinen tuotetarjonta ja elintason nousu ovat tasoittaneet sosiaaliryhmien eroja. Erilaiset mahdollisuudet syödä kodin ulkopuolella ja lisääntynyt valikoima tekevät valinnoista entistä monimutkaisempia. Ihmiset eivät enää nykypäivänä tiedä mitä, ja miten paljon heidän

tulisi syödä. Monet tutkimukset osoittavat, että kuluttajat arvostavat ruoanvalmistuksen vai-
vattomuutta, joten ihmiset valitsevat ruoan sen mukaan. Tämän johdosta monien ihmisten
ruokavalinnat ovat valmisruokia tai puolivalmisteita. (Mäkelä ym. 2003, 39, 58.)

Kuluttajat arvostavat nykyään ruoanlaiton ja syömisen helppoutta. Kotitalouksissa ei valmis-
teta enää paljon ruokaa itse alusta loppuun asti, vaan ruoat ovat usein valmisruokia tai esi-
valmistettuja. Tärkeää on nykyään ajan säästäminen, sillä usein isä ja äiti ovat työelämässä ja
harrastetoimintaa sekä sosiaalista elämää on paljon. Mikroaaltouuni on nykyisin yksi keittiön
tärkeimmistä laitteista. (Mäkelä ym. 2003, 57–59.)

Mainonta

Ruoan mainonta on nykypäivänä hyvin yleistä ja melkein joka mediassa kohtaa ruoka-
mainontaa. Mainoksia löytyy monissa eri muodoissa, kuten löytyy ruokiakin. Ihmisille täytyy
luoda hyvä mielikuva mainostetusta tuotteesta, joten mainoksen suunnittelussa täytyy olla
tarkka. Eri ihmisillä mainonnan vaikutus ruokavalintoihin on hyvinkin erilaista. Toisiin mai-
nonta vaikuttaa paljon ja toisiin ei ollenkaan. (Mäkelä ym. 2003, 113.)

Inhoreaktio

Ruokavalintoihin vaikuttaa myös ihmisten tuntema inho ruokaa kohtaan. Pienillä lapsilla ei
ole inhoa mitään ruoka-ainetta kohtaan, mutta niitä opitaan viiteen vuoteen mennessä. Ihmi-
set oppivat pitämään joistakin ruoista ja inhoamaan toisia. On vaikeaa osoittaa se, mikä
osuus tähän on vanhemmilla, ystävillä, medially tai erilaisilla terveystalutuksilla. Yleensä ne
ruoat, joita inhotaan, vaihtelevat paljon kulttuurista riippuen. Suomessa suuria inhoreaktioita
saattaisi tulla esimerkiksi, jos pitäisi syödä matelijoita tai hyönteisiä. Tällainen inho joitakin
ruoka-aineita kohtaan on havaittu ihmisten reaktioksi, kun taas eläimillä samanlaista inhore-
aktiota ei ole. Monilla ihmisillä inhoreaktiot saattavat olla myös tunneperäisiä. Joku ruoka-
aine saattaa aiheuttaa ikäviä muistoja ja sen takia sitä inhotaan. (Sillanpää 1999, 12–13.)

Tunnesyöminen

Tunnesyöminen tarkoittaa syömistä, jossa syödään erilaisiin tunteisiin. Tämä on yleensä nais-
ten ongelma. Naiset saattavat helposti syödä iloon, suruun tai stressiin. Jo pienestä pitäen

ihminen oppii erilaisia selviytymismekanismeja, joilla tunteita käsitellään. Lapsena ihmisiä usein palkitaan ruoalla tai herkuilla, eikä aikuisena sitten päästä eroon tästä tavasta. Kipeät tunteet hukutetaan usein syömiseen tai juomiseen. Tämä vaikuttaa myös ruoan valintaan, sillä usein on helppo valita juuri nopeita ja helposti saatavia elintarvikkeita. Ihminen haluaa hukuttaa omia tunteitaan mahdollisimman nopeasti helppoon ruokaan tai välipalaan. (Partanen 2006, 76–79.)

3 TERVEELLINEN RUOKA

Terveellinen ruoka on maukasta, monipuolista ja ravintoarvoiltaan hyvälaatuista. Ruokaa tulisi nauttia sen verran, että energiansaanti vastaa myös kulutusta, jotta ruoan terveellisyys säilyy. Terveellinen ruoka ei myöskään sisällä haitallisia aineita. Terveellistä ruokaa on helppo koostaa lautasmallin tai ruokapyramidin avulla. (Raitanen 2005.)

Mikään yksittäinen ateria ei tee ruokaa terveelliseksi tai epäterveelliseksi, vaan siihen tarvitaan kokonaisuus. Täytyy siis olla säännölliset ateriarytmit ja sopivan kokoiset annokset. Yksi terveellinen annos päivässä ei riitä terveellisen ruokavalion ylläpitämiseen, mikäli muut ateriat ovat epäterveellisiä. Terveellisen ruokavalion noudattaminen ei kuitenkaan vaadi suuria ponnisteluja, ateriat tulee vain koota monipuolisesti ja vaihtelevasti jokaisen oman tarpeen mukaan. (Blomberg 2007.)

3.1 Yleiset ravintosuositukset Suomessa

Koska ruokatottumukset ovat muuttuneet, haluttiin myös suomalaiset ravitsemussuositukset uudistaa. Vuonna 2005 julkaistiin uudet ravitsemussuositukset, jotka korostavat ruokavalion monipuolisuutta sekä energiansaannin ja kulutuksen tasapainoa. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005, 6–7.)

Suomessa on päästy jo aiemminkin hyviin tuloksiin ravitsemussuositusten avulla. Vähärasvaiset ja rasvattomat maitovalmisteet, kasviöljyt ja pehmeät kasvirasvat ovat nykyään tuttuja monen suomalaisen ruokapöydässä. Kasvisten, marjojen ja hedelmien käyttö on lisääntynyt viime vuosina. Toisaalta taas leivän ja perunan kulutus on ollut laskussa ja alkoholia juodaan entistä enemmän. Kovan rasvan saanti on edelleen liian suurta ja suolan käyttöä pitäisi vähentää. Uusimmilla suosituksilla pyritään saamaan näitä epäkohtia korjattua suomalaisessa ruokavaliossa. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005, 4–5.)

Suomalaisten vaivana on useita kansantauteja, joita pyritään ravintosuositusten avulla vähentämään ja ehkäisemään. Suomalaisten yleisin kansantauti on lihavuus, joka altistaa myös muille taudeille. Yli puolet suomalaisista on joko lievästi ylipainoisia tai lihavia. Suurin syy

ylipainoon on liikunnan vähäisyys tai sen puuttuminen kokonaan. Myös ravinnon liiallinen syönti on yksi suurimmista syistä lihavuuteen. Verenpainetauti, tyypin 2 diabetes, sydän- ja verisuonisairaudet sekä kihti ovat myös kansantauteja, joihin pystytään vaikuttamaan terveellisemmän ruokavalion avulla. (Partanen 2006, 28–33.)

Suosituksissa korostetaan ruokavalion kokonaisuutta. Suomalaisten ravitsemuksen parantamisen tavoitteena on tasapainoinen ravintoaineiden saanti. Energiansaanti ja kulutus tulisi tasapainottaa, hiilihydraattien suhteellista osuutta tulisi lisätä, kovan rasvan ja natriumin saantia olisi vähennettävä ja alkoholinkulutus olisi tärkeää saada kohtuulliseksi. Ruokavalion ravitsemuksellista laatua voi parantaa pienillä muutoksilla, joista ei edes koidu kovin suurta vaihua. Kaikkia suojaravinteita saadaan, kun syödään monipuolisesti ja kohtuudella. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005, 7.)

Hiilihydraattien suositus kokonaisenergiasta on 50 – 60 %. Ravintokuidun suositeltava saanti aikuisella on 25 – 30 g ja puhdistettujen sokereiden ei tulisi ylittää 10 E % (E % = osuus kokonaisenergian saannista). Proteiinin suositeltava saanti on 10 – 20 E % ja rasvan osuus energiansaannista tulisi olla 25 – 35 %. Tyydyttyneiden ja transrasvahappojen saanti tulisi olla noin 10 E %, kertatyydyttymättömien osuus noin 10 – 15 E % ja monitydyttymättömien rasvahappojen suositeltava osuus on 5 – 10 E %. Alkoholin osuus energiasta tulisi olla korkeintaan 5 E %. Suolan saanniksi suositellaan naisilla korkeintaan 6 g/ vrk ja miehillä korkeintaan 7 g/vrk. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005, 14–34.)

Energiasaannin kannalta tärkeää on, kuinka paljon kerrallaan syödään ja kuinka usein syödään. Siksi on hyvä arvioida ruokien energiasisältö annosta kohden. Ravitsemussuositusten mukaan energiansaannin on hyvä jakaantua eri energiaravintoaineiden kesken. Alla oleva taulukko kertoo, miten ravitsemussuositusten mukaisten energiaravintoaineiden laskenta onnistuu. (Parkkinen & Serti 2003, 38.)

Taulukko 1. Ravitsemussuosittelusten mukaisten energiaravintoaineiden laskenta

(Parkkinen & Sertti 2003, 38.)

Hiilihydraattien osuus %	Energiana	Grammoina
55	55 % 1800 kcal:sta → 990 kcal lounas 30 % → 297 kcal	1 g hiilihydraattia → 4 kcal 990 kcal / 4 kcal → 247,5 g 297 kcal / 4 → 74,3 g
Proteiinien osuus %	Energiana	Grammoina
15	15 % 1800 kcal:sta → 270 kcal lounas 30 % → 81 kcal	1 g proteiinia → 4 kcal 270 kcal / 4 kcal → 67,5 g 81 kcal / 4 kcal → 20,3 g
Rasvojen osuus	Energiana	Grammoina
30	30 % 1800 kcal → 540 kcal lounas 30 % → 162 kcal	1 g rasvaa → 9 kcal 540 kcal / 9 kcal → 60 g 162 kcal / 9 kcal → 18 g

Määrällisesti suosituksia ruoan käytöstä ei anneta. Lyhyesti ravintosuosituksissa kehoitetaan syömään sopivasti maitovalmisteita, monipuolisesti perunaa, runsaasti kasviksia, marjoja ja hedelmiä. Kalaa tulisi syödä useasti, lihaa vähärasvaisena, rasvoja tulisi syödä niukasti ja sokeita säästellen. Jotta välttyttäisiin liikapainolta, pitäisi syödä omaa tarvettaan vastaavasti. Jokapäiväiset ruokavalinnat vaikuttavat ruokavalion terveellisyyteen, joten harvemmin käytettävillä elintarvikkeilla on vähemmän merkitystä. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005, 35–39.)

Säännöllinen ateriarhythmi on terveyden kannalta suositeltavaa. Aterioiden säännöllisyydellä ehkäistään napostelukulttuuria ja lihavuutta. Myös verensokeriarvot saadaan tasaisiksi säännöllisen syömisen avulla. Ei ole olemassa täydellistä ruokavaliota, mutta jos noudattaa suosittelusten mukaista ruokavaliota 70 – 80 %:sti, vaikuttaa se huomattavasti terveydentilaan. (Partanen 2006, 9.)

3.1.1 Energiansaanti

Ihmisen perusaineenvaihduntaan ja kasvamiseen tarvitaan energiaa. Tärkeimpiä asioita ihmisten ravitsemuksessa on energiansaannin ja kulutuksen välinen tasapaino. Jos energiaa saadaan liikaa, syntyy lihavuutta. Myös liian vähäinen energiansaanti voi olla ongelma, sillä se saattaa johtaa liialliseen laihuuteen ja aiheuttaa sairauksia. Energiantarvetta ja -saantia mitataan sekä jouleina (J) että kilokaloreina (kcal). (Parkkinen & Sertti 2003, 30.)

Energiantarpeeseen vaikuttaa ihmisen sukupuoli, ikä, paino ja liikunnan määrä. Aikuisen naisen keskimääräinen energiansaanti on vuorokaudessa 1800 – 2100 kcal ja miehen 2100 – 2600 kcal. Yksilölliset erot voivat silti olla suuriakin. Miehet tarvitsevat enemmän energiaa kuin naiset, koska heillä on enemmän lihasmassaa kuin naisilla. Lihaskudos kuluttaa enemmän energiaa kuin muut kudokset. (Parkkinen & Sertti 2003, 31.)

Ihmisten tulisi kuunnella elimistöään syödessään. Ihmiset syövät, kunnes lautanen on tyhjä, eivätkä lopeta syömistä siinä vaiheessa, kun olo on kylläinen ja energiantarve tyydytetty. Päivän aikana tulisi syödä aterioita useasti ja pieniä määriä kerrallaan, jolloin yhdellä aterialla ei tulisi syötyä liikaa. (Kuntoplus 2007.)

Päivän energiansaanti ihannetapauksessa:

- Aamiainen 25 % päivän energiasaannista
- Lounas 30 % päivän energiasaannista
- Päivällinen 30 % päivän energiasaannista
- Välipalat 5 % päivän energiasaannista
- Ilta-pala 10 % päivän energiasaannista.

(Kuntoplus 2007.)

3.1.2 Lautasmalli

Lautasmalli on yksi helpoimmista ja parhaista tavoista monipuolistaa ja keventää omaa ruokavaliotaan. Puolet lautasesta täytetään kasviksilla, kuten salaattilla, raasteilla ja kylmillä tai lämpimillä kasviksilla. Yksi neljännes lautasesta täytetään perunalla, riisillä tai pastalla. Jäljelle jäävä neljännes kootaan kalasta, lihasta, munasta tai makkarasta. Lisäksi aterialla voi nauttia margariinilla voidellun leivän ja lasillisen maitoa tai piimää, mielellään rasvatonta. Jälkiruokana voi syödä marjoja tai hedelmiä. Lautasmallin avulla ateriat monipuolistuu ja kevenee energiasisällöltään. (Partanen 2006, 38.)

3.2 Terveellisen ruoan suosio

Nykyään ihmiset ovat oppineet vaatimaan hyvän maun ja ulkonäön lisäksi ruoalta terveellisyyttä. Terveellisen ruoan suosio on lisääntynyt koko maassa niin ravintoloissa kuin kodin ruokapöydissäkin. Terveellisestä ruoasta otetaan nykyään myös selvää enemmän kuin aikaisemmin ja siitä ollaan paljon kiinnostuneempia. Myös ravintola-alan kouluissa terveellisen ruoan opetus on lisääntynyt ja sitä painotetaan enemmän opinnoissa. (Blomberg 2007.)

Terveellisen ruoan suosio on myös lisääntynyt erilasten televisio-ohjelmien myötä, jossa yli-painoisia ihmisiä autetaan laihtumaan terveellisen ja ravitsemussuosituksen mukaisen ruokavalion avulla. Ohjelmista otetaan oppia ja aletaan hankkia terveellisempiä elintarvikkeita myös omaan kotiin. Nykyään melkein jokaisessa naistenlehdessä on artikkeleita terveellisistä ja kevyistä ruoista, joten niistä saa paljon tietoja. (Partanen 2006, 12–21.)

Suomi on edelläkävijämaa terveyttä edistävälle eli funktionaalisille elintarvikkeille. Suomessa tehdään paljon työtä, jotta ruoan avulla saataisiin kansansairauksia taltutettua ja vähennettyä. Suomessa on kehitelty muun muassa kolesterolia alentavia Benecol-tuotteita sekä vatsaa tasapainottavia hapanmaitotuotteita. Lisäksi Suomen kaupoista saa paljon rasvattomia ja vähäsuolaisia tuotteita. Leipä on myös yksi Suomen terveellisimmistä tuotteista. Ruisleipä, näkki-leipä ja hapankorppu tunnetaan nykyään monissa Euroopan maissa. (Sitra 2005.)

Kansanterveyden kannalta on merkittävää, että Suomessa saadaan kouluissa joka päivä terveellistä ja monipuolista ruokaa ilmaiseksi. Monissa muissa maissa, esimerkiksi Amerikassa ja Britanniassa, kouluruoka on maksullista ja se ei myöskään ole kovin monipuolista tai terveellistä. Yhdysvalloissa on meneillään erilaisia ohjelmia, joissa pyritään saamaan kouluruoasta terveellisempää. Kouluihin on alettu saamaan terveellisempiä vaihtoehtoja, mutta on hankalaa vaikuttaa oppilaisiin, jotka ovat tottuneet valitsemaan ranskalaisia ja nugetteja. Koululaisien mielestä terveellisemmät ruoat maistuvat pahalle, ja heillä ei myöskään ole tarpeeksi tietoa terveellisestä ruoasta. Voimme olla iloisia Suomessa, koska opimme jo kouluruokailusta asti saamaan monipuolista ja terveellistä ruokaa. (Tainio 2005; Goff 2007.)

4 PIKARUOKA

”Sämpylä kahdella nakilla, kiitos.” Tämä on ollut ensimmäisiä käsityksiä pikaruoasta. Valikoima on monipuolistunut ja lisääntynyt, eikä pikaruokaa enää pysty määrittelemään noin helposti. Pikaruokaa voidaan määritellä nykyään useilla erilaisilla tavoilla ja sitä on tarjolla monissa eri paikoissa. Pikaruoalle ei ole yhtä oikeaa määritelmää, vaan sen määritelmät saattavat olla hyvinkin erilaisia. Pikaruoka on muuttunut ihmisten elämänrytmin myötä jokapäiväisiksi aterioiksi. (Pikaruoka 2003.)

4.1 Pikaruoan määritelmiä

Pikaruokaa voivat olla pitsat, hampurilaiset, kebabit, ranskalaiset, sandwichit, wrapit, salaattiansiannokset, grilliruokat, take away ruokat sekä erilaiset einesruokat. Pikaruoaksi voidaan määritellä myös etnisten ravintoloiden noutoannokset. (Mäkelä 2002; Pikaruoka 2003.)

Pikaruoka sana tuo monille mieleen hampurilaiset, ranskalaiset, pitsat ja kebabit. Se on usein rasvaista ja tuhtia roskaruokaa. Näitä saa erilaisista pikaruokaravintoloista, joista tunnetuimpia ovat Hesburger, Mc Donald’s ja Kotipizza. Pikaruokaravintoloissa yleensä sekä annoskoot että annosten energia- ja rasvapitoisuus ovat liian suuria. Pitsa ja hampurilainen on kaikista yleisin ja vanhin määritelmä pikaruoalle. (Pikaruoka 2003; Mäkelä 2005; Schlosser 2002.)

Pikaruoka voi olla myös määrittelyltään yksipuolinen ruoka-annos. Kaikkia tarvittavia ravintoaineita ei voi saada esimerkiksi hampurilaisateriasta tai salaattiansiannoksesta. Pikaruoka voidaan määritellä myös sen mukaan, millaisissa annoksissa ja kuinka nopeasti se tarjoillaan, jotta ruoka ei ole enää se pääasia. (Pikaruoka 2003.)

Pikaruoka voidaan käsittää pikaisesti saatavana ruokana. Ruoka on tällöin tarkoitettu heti syötäväksi. Tällaisia ruokia on pikaruokaravintoloiden lisäksi saatavilla tavallisista ravintoloista, grilleilta, lento- ja juna-asemilta sekä huoltoasemilta. Tällainen ruoka on usein edullisempaa kuin tavalliset ravintolaruokat, ja sen saaminen on vaivattomampaa ja helpompaa. (Mäkelä 2002.)

Pikaruokaa mielletään usein mukaan otettavaksi ruoaksi eli take awayksi. Nykyään mukaan otettavia ruokia saa monista paikoista: pikaruokaravintoloista, ravintoloista, kaupan lihatiskiltä, grilliltä sekä myös lounasruokaloista. Tällainen ruoka saattaa olla ihan samanlaista kuin ravintoloissakin, mutta se valmistetaan nopeammin ja sen saa lämpimänä kotipakettiin. (Mäkelä 2002; Pikaruoka 2003.)

Pikaruokaa voivat olla patongit, jonka sisällyksen saa koota oman maun mukaan. Samoissa paikoissa saa myös koota salaattiannoksen omien mieltymyksien mukaan. Tällaisia paikkoja ovat esimerkiksi Subway ja Cafe Picnic. (Sihvonen 2006.)

Pikaruokaa voi olla myös kylmänä mukaan otettava tuote, esimerkiksi salaattiannos, sämpylä tai pasteija. Näitä saa kahviloista, työpaikkaruokaloista, huoltoasemilta ja pikaruokaravintoloista sekä erilaisista automaateista. Nämä ovat yleensä terveellisimpiä vaihtoehtoja kuin ruoat, joita yleensä pikaruokaillo käsitetään. (Hyytiäinen 2004; Mäkelä 2005; Sihvonen 2006.)

Kylmänä mukaan otettavaksi pikaruoaksi voidaan luokitella myös kaupassa olevat valmisruoat. Kotona tarvitsee vain lämmittää nämä ruoat ja ne ovat valmiita syötäviksi. Valmisruoat ovat monipuolistuneet ja lisääntyneet. Ennen valmisruoat käsittivät lähinnä lihapullia ja jauhelihapihvejä, mutta nykyaikana niitä on saatavilla niin pakastealtaalta kuin kylmäaltaistakin. Valmisruokia saa myös yksinään pakattuina aterioina, joita voi syödä niissä olevista astioista. Valmisruoaksi voidaan luokitella myös säilyke- ja pussiruoat. Valmisruokamarkkinat kasvavat koko ajan niin ihmisten ruokatottumusten muutosten kuin paremman tuotekehittelynkin ansiosta. Einesruoka voidaan käsittää samalla tavalla kuin valmisruoka, mutta yleensä einesruoka on samana päivänä pakattu, joten se on tuoretta. (Hyytiäinen 2004; Sihvonen 2006; Sillanpää 1999; Mäkelä ym. 2003.)

4.2 Pikaruogan historia

Pikaruogan yksi isähahmo on amerikkalainen Carl N. Karcher. Hän avasi ensimmäisen hot dog -kojunsä Etelä-Kaliforniassa vuonna 1941. Jo aiemmin oli hot dog -kojuja, mutta Karcher sai kojunsä menestymään ja yrityksensä kehittymään. Vuonna 1976 Carl Karcher omisti yhden Yhdysvaltojen suurimmista yksityisistä ruokaketjuista ja hänellä oli omistuksissaan satoja ravintoloita. (Schlosser 2002, 27–43.)

Etelä-Kaliforniaan perustettiin 1940-luvun alkuvuosina drive-in-ravintoloita, jotka olivat kuuluisia isoista ja välkkyivistä kylteistä. Ne saivat ihmisiä tulemaan kaukaakin katsomaan ja ostamaan tuotteita ravintoloista. Carl Karcherkin perusti vuonna 1945 oman ensimmäisen drive-in -ravintolansa, koska huomasi niiden vetävän maksavia asiakkaita puoleensa. (Schlosser 2002, 33–34.)

Richard ja Maurice McDonald ovat pikaruoka-alan suuria nimiä. He tekivät omasta yrityksestään brändin, joka on nykyään yhtä tunnettu kuin Coca-cola. He muuttivat Eteläiseen Kaliforniaan töiden perässä ja vuonna 1937 perustivat drive-in-ravintolan Pasadenassa, koska halusivat hyötyä uudesta villityksestä. Muutaman vuoden päästä he avasivat uusissa isommisissa tiloissa ravintolan nimeltään McDonald Brothers Burger Bar Drive-In, johon he palkkasivat 20 tarjoilijataarta. Ravintola menestyi ja veljekset rikastuivat pian sen avulla. (Schlosser 2002, 35.)

1940-luvun lopulla McDonaldin veljekset kyllästyivät drive-in-toimintaan ja päättivät kokeilla jotain uutta. He alkoivat käyttää uutta ruoanvalmistusmenetelmää, jonka tarkoituksena oli saada asiat hoitumaan nopeasti, laskea hintoja ja nostaa myyntimääriä. Veljekset luopuivat kaikista ruoista listalta, joiden syömiseen tarvittiin lusikoita, haarukoita ja veitsiä. He myivät vain hampurilaisia ja juustopurilaisia. Syömisessä käytettiin apuna paperipusseja, paperimukeja ja pahvilautasia. Työntekijöille tuli uusi työnjako, joka tarkoitti sitä, että yksi työntekijä teki vain yhtä työtehtävää. Yksi otti tilauksen vastaan, toinen paistoi pihvin ja kolmas maustoi ja kääri sen paperiin. Näin yhdelle työntekijälle tarvitsi opettaa vain yksi tehtävä ja tämä pikapalvelujärjestelmä aiheutti ravintola-alalla vallankumouksen. Aluksi ihmiset eivät innostuneet uudesta itsepalvelusysteemistä vaan odottivat pihalla palvelua. He odottivat, että tarjoilijat hakisivat tilauksen pihalta, kuten ennenkin, ja eivät suostuneet itse jonottamaan ateriaansa.

Hampurilaisten hyvä laatu ja alhainen hinta olivat kuitenkin saaneet mainetta ja järjestelmä alettiin hyväksyä pikkuhiljaa. (Schlosser 2002, 35–37.)

Joka puolelta Amerikkaa yrittäjät kävivät tutustumassa McDonaldsiin ja perustivat samanlaisia jäljitelmiä kotikaupunkeihinsa. Perustamiskustannukset pikaruokaravintolalle olivat pienet ja katteet lupaavat, joten se oli monen kunniahimoisen yrittäjän syy perustaa pikaruokapaikka. Näin hampurilaisista ja ranskalaisista tuli amerikkalaisten keskuudessa suosittu ateria 1950-luvulla. Johtavat pikaruokaketjut levisivät Amerikan joka kolkkaan vuosien 1960–1973 välisenä aikana. (Schlosser 2002, 18, 39.)

Ray Kroc on yksi isoimmista nimistä pikaruokateollisuudessa. Hän toimi pirtelökoneiden myyjänä vuonna 1954, jolloin hän ensimmäistä kertaa kävi McDonaldin veljesten itsepalveluravintolassa. Hän ei ollut nähnyt ennen mitään McDonaldin pikapalvelujärjestelmän veroista ja pystyi kuvittelemaan myyntimiehenä jokaiseen vilkkaaseen tienristeykseen samanlaisen pikaruokapaikan. Tämä sai hänet suostuttelemaan McDonaldin veljeksien myymään hänelle oikeudet myydä McDonaldin franchising-toimilupia koko maahan. Veljekset eivät itse olleet kovin kunnianhimoisia myyntimiehiä, joten he suostuivat ehdotukseen. Kroc oli mainio myyntimies ja mestari muuttamaan myyntipuheensa ostajan maun mukaiseksi, mutta hän ei ollut mikään yritysjohtajan mallikuva ja ajautui usein vaikeisiin tilanteisiin sen takia. (Schlosser 2002, 52–54.)

McDonalsin veljeksien aikaan ravintolan kohdeasiakkaita olivat olleet perheet, mutta Ray Kroc halusi keskittyä lapsiin, mikä oli älykäs markkinointistrategia. Mainostoimisto kehitti klovnin, joka sai nimekseen Ronald McDonald. Kroc perusteli päätöstään sillä, jos lapsi rakastaa heidän televisiomainoksiaan, tuo hän lisäksi kaksi asiakasta eli hänen isovanhempansa. Vuonna 1980-luvulla lapsiin kohdistettu mainonta räjähti kasvuun ja monet ajattelivat kuin Kroc paljon aiemmin, että brändiuskollisuus voi alkaa jo kahden vuoden iässä. (Schlosser 2002, 62–63, 65.)

McDonalsin ranskalaiset ovat suosittuja, koska niissä on tunnusomainen maku. Ero muihin ei löydy perunalajikkeesta eikä friteerauskeittimistä, vaan maku johtuu suurimmaksi osaksi paistoöljystä. McDonalds keitti ranskalaisensa vuosikymmeniä öljyseoksessa, joka sisälsi seitsemän prosenttia puuvillasiemenöljyä ja 93 prosenttia naudanrasvaa. Tämä sekoitus antoi ranskalaisten ainutlaatuisen maun, joka sai ihmiset haluamaan niitä lisää. Tämän johdosta

sataa grammaa kohden ranskalaiset sisälsivät enemmän tyydyttyneitä rasvoja kuin hampurilainen. Vuonna 1990 McDonalds siirtyi kasvisöljyyn, koska ranskalaisten sisältämä kolesteroli aiheutti keskustelua ja arvostelua. McDonaldsilla oli haaste säilyttää ranskalaistensa omalaatuisuus ja heillä nykyisinkin lukee raaka-aineluettelossa ”luontainen aromi”, jolla he tarkoittavat naudanrasvaa. (Schlosser 2002, 167.)

Vuotta 2000 saatetaan tulevaisuudessa pitää pikaruokateollisuuden virstanpylväänä, jolloin pikaruokaketjut alkoivat taantua. Markkinatutkimuslaitos NPD Foodworld arvioi, että vuonna 2000 Yhdysvaltojen pikaruokapaikat eivät saaneet yhtään uusia asiakkaita, eikä vuosi 2001 tuonut muutosta asiaan. Tämä taantuminen ei koskenut vain hampurilaispaikkoja, myös pitsaketjuilla ja meksikolaista ruokaa myyviltä ketjuilta kaikkosi asiakkaat. Ihmisten keskuudessa alkoi yleistyä pelko hullun lehmän taudista, jonka aiheutti median suuret otsikot asiasta. Tämä sai aikaan sen, että ihmiset vähensivät pikaruokan käyttöä, koska he pelkäsivät terveytensä puolesta. (Schlosser 2002, 375.)

Vähitellen pienistä paikallisista yrityksistä oli kasvanut pikaruokateollisuus, joka oli tärkeä osa amerikkalaista taloutta. Amerikasta pikaruokakulttuuri levisi pikkuhiljaa Eurooppaan ja myös Suomeen. (Schlosser 2002, 43, 375.)

4.3 Pikaruokan suosion kehitys

Alun perin pikaruoka kuului köyhemmän väestön ruokailutapoihin. Ihmisten kiireisen elämänrytmin ja autoistumisen myötä pikaruoka yleistyi kaikkien ihmisten keskuudessa. Ensimmäinen nykyaikainen hampurilaisravintola Carrols avattiin Helsingin Citykäytävään vuonna 1975. Sen jälkeen rantautui Suomeen myös McDonald's, joka hallitsi pikaruokamarkkinoita pitkään Carrolsin ohella. (Carrols 2007; Pikaruoka 2003.)

Heikki Lankinen Suomen Hotelli- ja Ravintolaliitosta kertoo, että pikaruokan suosion kasvu oli vauhdikasta 1990-luvun lopussa, mutta 2000-luvulla on tapahtunut kuitenkin hyytymistä ja tarjonta on tasaantunut. Hän arvelee syyn olevan, että ihmiset ovat kyllästyneet pikaruokaan ja haluavat vaihtelua. (Sihvonen 2006.)

Suomessa pikaruonan tarjoajat ovat vastanneet kuluttajien muuttuviin tarpeisiin onnistuneesti. Pikaruokaa syytettiin muutama vuosi sitten epäterveelliseksi ja kuluttajat alkoivat vaatia terveellisempiä vaihtoehtoja pikaruokapaikkoihin. Tämä ei ole kuitenkaan kaikkien pikaruonan kuluttajien toive, osa haluaa nauttia edelleen rasvaista ja epäterveellistä pikaruokaa. Pikaruonan kuluttajat ovat erilaisia, ja jokaisen pikaruokayrittäjän pitäisi kehittää tuotevalikoimaansa yrittämällä tarjota uusia kuluttajia houkuttelevia vaihtoehtoja. Hintakilpailua tapahtuu eri paikkojen välillä ja markkinointi on avainasemassa siihen, kuka vetää parhaiten asiakkaita puoleensa. (Sihvonen 2006.)

4.4 Pikaruonan asema nyky-yhteiskunnassa

Pikaruoka on vakiinnuttanut asemansa nyky-yhteiskunnassa, ja tulevaisuus näyttää pikaruokaa tarjoaville ravintoloille valoisalta. Uusia yrityksiä avataan koko ajan ja jokainen pikaruonan tarjoaja yrittää monipuolistaa ja muuttaa tarjoamiansa tuotteita trendien mukaan. Pikaruonan suosio tulee tuskin laskemaan lähiaikoina, sillä nykyajan ihmisillä tuntuu olevan koko ajan kiire jonnekin, joten pikaruoka on helppo ja nopea vaihtoehto syömiselle. Ihmisillä ei ole enää aikaa ruoanlaitolle, vaan kaikki on saatava nyt heti. (Pikaruoka 2003.)

Pikaruoka on muuttanut hieman muotoaan viimeisien vuosien aikana. Nyt pikaruokaketjuihin kuuluu muun muassa Subway, joka tekee erilaisia patonkeja. Subway mainostaa itseään konseptina, joka tuottaa puhtaampaa pikaruokaa. Myös teiden varsilla olevien huoltoasemien pikaruonan myynti on kasvanut, koska ihmiset matkusteleivat nykyään entistä enemmän. (Hyytiäinen 2004; Sihvonen 2006.)

Nyky-yhteiskunnassa pikaruokakäsitteen määrittäminen ei ole enää niin helppoa kuin ennen. Nykyään pikaruokalla tarkoitetaan muutakin kuin vain hampurilaisia. Pikaruokaa ei enää määritellä juurikaan ruoalla, vaan tarjoilutavalla eli millaisissa annoksissa ja kuinka nopeasti ruoan saa. (Pikaruoka 2003.)

Makutottumukset ovat muuttuneet vuosikymmenten aikana niin, että ihmiset vaativat terveellisempiä vaihtoehtoja epäterveellisen ruoan rinnalle. Pikaruokakäsitteen alle tänä päivänä voi kuulua esimerkiksi erilaisia sämpylöitä, patonkeja, salaatteja, pastaruokia, tex-mexia ja wrapseja. Pikaruoka on myös levittäytynyt ruokakauppoihin. Melkein joka kaupasta löytyy

nykyään tiski, joka tarjoaa valmiita annoksia ja samana päivänä pakattuja tuoreruokia. (Pikaruoka 2003.)

Tällä hetkellä Amerikassa ovat yleistymässä pikaruokayritykset, joissa voi tilata ruokaa Internetin kautta suoraan työpaikalle tai kotiin. Asiakkaat eivät siis kohtaa yritystä niin sanotusti kasvotusten, vaan kaikki myyntityö tapahtuu Internetin kautta. Internet sivuilla on joka päivä päivittäisiä ruokasuosituksia, kuten ravintoloissakin. Lisäksi sivuilla on monipuoliset ruokalistat jälkiruokia unohtamatta. Tilauksen voi tehdä kerralla vaikka koko viikoksi ja tilatut annokset toimitetaan sovittuna päivänä ja sovittuun aikaan asiakkaalle. Tulevaisuudessa tämän tyyppiset pikaruokapalvelut tulevat lisääntymään. Tulevaisuuden pikaruokaa tulevat myös asiantuntijoiden mukaan olemaan erilaiset funktionaaliset valmisruoat, jotka tuotetaan luonnonmukaisesti. (Uranus 2004; Mustonen 2004.)

4.5 Pikaruokien haittoja

Koska pikaruokavaihtoehtoja löytyy ravitsemuksellisesti niin paljon erilaisia vaihtoehtoja, ei pystytä suoraan sanomaan, onko se terveellistä vai epäterveellistä. Ravitsemuksellisesti merkittävintä on siis se, kuinka paljon ja kuinka usein pikaruokaa syödään. On myös tärkeää pohtia, mitä aterioita pikaruokalla korvataan. Pikaruokaa ei voi sanoa automaattisesti huonommaksi vaihtoehdoksi kuin kotiruokaa. Yleisesti suomalaisessa kotiruoassa on liikaa rasvaa ja suolaa, jonka voi mainita myös pikaruokien haittana. (Pikaruoka 2003; Mäkelä 2002.)

Pikaruokien suurin ongelma on yleensä niiden korkea rasvamäärä. Rasvan osuus energiasta on suositeltua suurempi. Hiilihydraatteja taas on usein liian vähän. Toisaalta on myös olemassa pikaruokia, joiden rasvapitoisuudet ovat lähellä suosituksia. Näitä ovat muun muassa perushampurilaiset, salaattiannokset ja kasvispitsat. (Pikaruoka 2003.)

Annosten rasvamäärään vaikuttaa niiden raaka-aineiden lisäksi myös niiden valmistustavat. Esimerkiksi uppopaistetuissa tuotteissa rasvaa on paljon. Uppopaistetuissa ranskalaisissa tai muissa tuotteissa on myös transrasvaa, joka käyttäytyy elimistössä samalla tavalla kuin kova tyydyttymätön rasva. Lisäksi transrasva lisää sydän- ja verisuonisairauksia. Rasvan laatu vaikuttaa myös aterioiden terveellisyyteen. Useissa paikoissa paistamiseen saatetaan käyttää palmoöljyä, josta puolet on kovaa rasvaa. (Mäkelä 2005.)

Suolamäärän tulisi päivittäin jäädä alle viiden gramman. Useissa pikaruoissa suolaa voi olla jopa puolet päivän suositellusta suolamäärästä. Nugeteissa ja useissa dipeissä suolaa saattaa olla todella paljon. Myös terveellisimmissä vaihtoehtoisissa kannattaa kiinnittää huomiota suolan määrän, sillä esimerkiksi kreikkalaisessa salaatissa, johon ottaa mukaan salaatinkastikkeen ja leivän, suolamäärä saattaa kohota jopa päivän enimmäismäärään saakka. (Mäkelä 2005.)

4.6 Pikaruokan vaikutus ylipainoon

Suuret annoskoot ovat pikaruokapaikoissa normaalia. Ihmiset valitsevat mielellään suuremman annoksen, jos sen hinta ei ole paljon suurempi kuin pienemmällä annoksella. Monissa pikaruokapaikoissa mainostetaan, että pienellä lisämaksulla saa suuremman annoksen. Tämä houkuttelee kuluttajia ostamaan suurempia annoksia, mikä lisää ylipainon riskiä. Mitä suuremman annoksen ihminen ostaa, sitä enemmän hän myös syö. (Chong 2006.)

Pikaruoka on usein rasvaista ja suolaista sekä halpaa. Monet pikaruokaketjut markkinoivat terveellisiä ruokia ja yhdistävät ruokiinsa erilaisia liikuntakampanjoita. Silti usein kuluttajat valitsevat maukkaamman vaihtoehdon, joka usein on juuri se rasvaisempi ja suolaisempi. Pikaruoka-aterioiden energiamäärä vastaa usein melkein koko päivän energiamäärää, mikä lisää myös omalta osaltaan ylipainon riskiä, sillä harva jaksaa koko päivää pelkällä pikaruoka-aterialla. Erilaisilla testeillä on selvitetty, että ihminen tulee yhtä kylläiseksi, söi hän sitten paljon energiaa sisältävää ruokaa tai vähäenergistä ruokaa. Lisäksi vähän energiaa sisältävässä ruoassa ei ole niin paljon kaloreita. (Jallinoja ym. 2007, 89–90.)

Pikaruokaa on paljon tarjolla ja sitä on helppoa ja vaivatonta ostaa. Pikaruokaa syödään nykyään liian paljon ja se vaikuttaa ylipainoon. Mainonta, koko ajan lisääntyvät pikaruokapaikat ja pikaruokapaikkojen keskeinen sijainti, saavat ihmiset ostamaan pikaruokaa aina vain enemmän ja enemmän. Lisäksi pikaruoka on hyvänmakuista, joten asiakkaat jatkavat asiointia pikaruokapaikoissa välittämättä siitä, onko sillä vaikutusta lihomiseen. (Chong 2006; Jallinoja ym. 2007, 88–92.)

4.7 Pikaruokan keventäminen

Pikaruokaravintoloiden perustarjontaa on nykyään alettu monipuolistamaan useilla kevyemmillä vaihtoehdoilla. Useissa pikaruokapaikoissa on tarjolla myös salaattiannoksia. Lisäksi ranskalaisten sijasta ateriaan voi ottaa myös salaatin tai kasviksia. Laajoissa valikoimissa tuotteiden rasvapitoisuuksilla voi olla suuriakin eroja. Hampurilaiset voi myös halutessaan valita kevyemmällä kastikkeilla tai jättää majoneesipohjaisen kastikkeen kokonaan pois. Myös salaattiannokseen kannattaa valita kevyempää öljypohjaista kastiketta. Salaattiannoksissa kannattaa ottaa huomioon annospussien suuri koko. Vaikka kastiketta on melko paljon, jokainen voi annostella sitä salaattinsa oman tahtonsa mukaisesti. (Mäkelä 2005.)

Jokainen voi nykyään itse vaikuttaa pikaruokan ravitsemukselliseen sisältöön useilla erilaisilla tavoilla. Voi valita pienemmän annoksen, koska usein riittää pienempi hampurilainen suuren megahampurilaisen sijaan. Annoskoot ovatkin yksi suurimmista syistä annosten epäterveellisyyteen. Jos valitsee hampurilaisateriaan ranskalaisten sijaan lisukkeeksi salaatin tai kasviksia, rasvan osuus aterian energiamäärästä pienenee ja näin aterian energiasisältö paranee. Juomaksi voi valita vettä, mehua tai maitoa limonadien sijasta. Jos pikaruokaa syö päivittäin, siitä kertyy helposti liikaa energiaa, suolaa ja rasvaa, joten on hyvä miettiä, kuinka usein pikaruokaa kannattaa syödä. Lisäksi friteerattuja tuotteita kannattaa välttää, koska niissä on huomattavasti suurempi energiapitoisuus. Kenellekään tosin ei ole haittaa siitä, että muutaman kerran kuukaudessa syö hampurilaisaterian tai pitsaa, jos muuten syö terveellisesti ja päivittäinen arkiruokailu on ravitsemuksellisesti kunnossa. (Mäkelä 2002.)

5 MAINONTA

Mainonta on markkinointiviestintää, joka on tarkoin suunniteltua liiketoimintaa ja jonka tarkoitus on lisätä tuotteen myyntiä. Yleensä mainonta kohdistuu suureen ihmisjoukkoon ja se on maksettua tavoitteellista tiedottamista. Tavoitteena on saada ihmiset tekemään ostopäätöksiä eli vaikuttaa heidän mielipiteisiin ja käyttäytymiseen, jakaa tietoa kuluttajalle ja saada tuote pärjäämään kilpailussa muiden tuotteiden kanssa. (Kuluttajavirasto 2007.)

5.1 Mainonnan keinot

Mainosvälineiden kautta tarkoitus on saada mainostajan sanoma vastaanottajalle mahdollisimman tehokkaasti ja taloudellisesti. Monesti käytetäänkin halutun lopputuloksen saamiseen yhteismainontaa eli useita mediamuotoja. (Kuluttajavirasto 2007.)

Mainosvälineitä ovat

- Sanomalehdet, paikallis- ja ilmaisjakelulehdet sekä aikakauslehdet
- Televisio
- Radio
- Internet
- Ulko- ja liikemainosvälineet
- Elokuvat.

(Kuluttajavirasto 2007.)

5.2 Mainonnan sääntöjä

Mainoksesta on selvästi voitava tunnistaa, että se on mainos ja kuka on mainoksen takana. Tästä syystä piilomainonta on kiellettyä, mikä tarkoittaa sitä, että mainosta ei saa rakentaa uutisen tai lehden tapaan. Markkinoinnissa ei saa käyttää harhaanjohtavaa ja totuudenvastaista tietoa, vaan hyvän tavan noudattaminen on tärkeää. Mainonnassa on käytävä ilmi tarjousten kesto aika, rajoitukset ja vertailevan mainonnan tulee olla puolueetonta. Mainonta ei

myöskään saa olla sopimatonta ja rikkoa yhteiskunnan arvoja. Arvot löytyvät suoraan lain-säädännöstä, joten mainoksissa ei saa olla väkivaltaisuutta, sukupuoleen tai syntyperään pe-rustuvaa syrjintää ja lapsen etu on huomioitava. Kuluttaja-asiamies voi puuttua lainvastaiseen markkinointiin. (Kuluttajavirasto 2007.)

Suomessa ruoan mainonnassa noudatetaan itsesääntelyjärjestelmää, jonka taustalla ovat maa-ilmanlaajuisessa yhteistyössä laaditut Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n ohjeet. Mainon-nan eettinen neuvosto valvoo, että ohjeita noudatetaan ja mainonta tapahtuu yhteisten peli-sääntöjen mukaan. Etenkin lapsille kohdistettu tuotteiden mainonta on tapahduttava vastuul-lisesti. (Honkaniemi 2006.)

Suomessa elintarviketeollisuusliitto on julkaissut oman version kansainvälisen järjestön CI-AA:n suosituksen mainonnan suhteen. Mainonnassa on otettava huomioon, että se ei hou-kuttele liikakulutukseen, joten esitettyjen annoskokojen on oltava normaaleja. Mainonnassa on myös vältettävä, että se ei väheksy terveyttä edistävää ruokavaliota. (Honkaniemi 2006.)

5.3 Ruokamainonta

Kuluttajien tarpeet ovat mainonnan lähtökohta. Tätä mainonnan peruskäsitystä käytetään myös ruokamainonnassa. Kuluttajan annetaan kokea, että tietyn ruoan ostaminen tyydyttää hänen tarpeensa. Ruokamainontaa on nähtävillä nykyään monissa eri paikoissa. Mainoksien tarkoitus ruokamaailmassa on saada ruoasta mahdollisimman herkullisen ja haluttavan nä-köistä, jotta kuluttajat ostaisivat niitä. (Kuluttajavirasto 2007; Salomaa 2007.)

Mainoksissa annokset näyttävät herkullisilta, mutta sitä ne eivät aina todellisuudessa ole. Ruokakuvia otettaessa raaka-aineet ovat oikeita, mutta kuvattavat annokset eivät ole välttä-mättä syömäkelpoisia. Ruokakuvat ovat usein pientä illuusiota, jotta niistä saataisiin onnistu-neita mainonnan välineitä. Suomessa ruokakuvissa käytetään oikeita raaka-aineita, mutta esimerkiksi Japanissa saatetaan käyttää muovisia esimerkkiannoksia. Ruokamainonnassa käy-tetään usein apuna erilaisia tarjouskuponkeja, joita voi käyttää ruokapaikoissa tiettyyn määrä- aikaan mennessä. Tarjouskuponkien avulla saadaan usein synnytettyä mielikuvia hyvänäköi-sestä, houkuttelevasta ja halvasta ruoasta. (Kuluttajavirasto 2007; Salomaa 2007.)

6 TUTKIMUS

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön tutkimusongelma, tutkimusmenetelmä, tutkimuksen toteuttaminen ja tutkimuksen luotettavuus.

6.1 Tutkimusongelma

Tehtävänä tässä opinnäytetyössä on selvittää lounasruoaksi sopivien pikaruoka-aterioiden terveellisyttä. Teemahaastattelulla tutkittiin kuluttajien näkemyksiä nykyajan pikaruokakäsitteestä ja pikaruokan mainonnasta.

Pikaruokan terveellisyttä tutkittaessa selvitettiin valittujen aterioiden

- lautasmallin toteutumista
- energiaravintoaineiden määriä ja suolapitoisuutta
- energiansisältöä.

Kuluttajien näkemystä pikaruoasta tutkittaessa selvitettiin haastateltavien

- käsityksiä pikaruoasta
- omaa suhdetta pikaruokaan
- käsitystä pikaruokan terveellisyydestä
- mielipiteitä pikaruokamainonnasta.

6.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Lisäksi laskennassa käytettiin apuna kvantitatiivista eli määrällistä tutkimustapaa. Tutkimuksen lähtökohtana oli saada aikaan realistinen aineistolähtökohtainen tutkimus. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuskysymyksen täsmentäminen tapahtuu useimmiten pitkin matkaa. Laadullisessa tutkimuksessa käytetään yleensä kolmea tapaa aineiston keruussa: haastattelua, havainnointia ja dokumenttianalyysia. (Kovalainen 2004.)

Eri tutkimusmenetelmien yhdistäminen saa aikaan monipuolisen tutkimuksen. Kun laajennetaan menetelmien käyttöä, saadaan esiin laajempia näkökulmia ja lisätään tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimusta voidaan pitää kapeana ja heikkona, jos siinä ei yhdistellä esimerkiksi haastattelun ja havainnoinnin tuloksia. Tutkijan tulisi valita sellaisten menetelmien joukko, joka sopii tutkimusongelman ratkaisemiseen. (Hirsijärvi & Hurme 2000, 38–39.)

Haastattelu on käytetyimpiä tiedonkeruumuotoja. Haastattelu on joustava menetelmä, joten se sopii moniin erilaisiin tutkimuksiin. Haastattelussa ollaan kielellisessä vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa, joten tämä mahdollistaa tilanteen ohjailun sellaiseen tiedonhankintaan, joka on tutkimuksen kannalta tärkeää. Haastattelija voi tehdä lisäkysymyksiä tarpeen mukaan ja pyytää haastateltavalta perusteluja esitettyihin mielipiteisiin. Tämä auttaa myös saamaan esille vastauksen taustalla olevat motiivit. Kehonkieli auttaa ymmärtämään vastauksen merkityksiä vielä enemmän. (Hirsijärvi & Hurme 2000, 34–35.)

Puolistrukturoitu haastattelumenetelmä eli teemahaastattelu tarkoittaa, että haastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan haastateltavan kanssa. Teemahaastattelussa on oleellista, että haastattelu ei etene yksityiskohtaisten kysymysten mukaan vaan keskeisten teemojen varassa. Haastattelijalla on hahmotelma siitä, mitä kysyä, mutta ei tarkkaa suunnitelmaa, miten kysyä sitä. Tämä menetelmä tuo tutkittavien äänen kuuluviin ja jättää tutkijan näkökulman pimentoon. Keskeisintä teemahaastattelussa ovat ihmisten tulkinnat asioista ja merkitykset, jotka he antavat asioille vuorovaikutustilanteessa. (Hirsijärvi & Hurme 2000, 47–48.)

Kun haastattelun aineisto on saatu kokoon, alkaa sen purkaminen, johon on kaksi tapaa. Ensimmäinen tapa on sanasanainen puhtaaksikirjoittaminen eli litterointi, joka voidaan tehdä koko haastatteludialogista, teema-alueista tai haastateltavan puheesta. Toinen tapa on, että haastattelua ei pureta tekstiksi, vaan päätelmiä tai teemojen koodaamista tehdään suoraan tallennetusta aineistosta. Aineiston litterointi on kuitenkin tavallisempaa, jos haastateltavia on useampia. Kaikki tieteellinen tieto perustuu todellisuudesta tehtyihin havainnointiin, joten havainnointi on kaikille tieteenhaaroille yhteinen ja välttämätön perusmenetelmä. Jokainen tieteenala on vain kehittänyt omanlaisen observointimenetelmänsä. (Hirsijärvi & Hurme 2000, 37, 138.)

6.3 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimus toteutettiin tutustumalla erityyisiin pikaruokiin ja niiden energiaravintoainetietoihin sekä suolapitoisuuksiin. Pikaruokavaihtoehtoista valittiin kuusi tutkittavaa kohdetta, jotka soveltuvat lounasruokailuun. Tutkittavat kohteet olivat

- hampurilaisateriat
- pitsat
- patongit
- salaatit
- mikroateriat
- valmisruoat.

Jokaisesta tutkittavasta kohteesta valittiin kaksi ateriavaihtoehtoa. Yhteensä tutkittavia aterioita oli kaksitoista. Tutkittaviksi kohteiksi otettiin tunnettuja tuotemerkkejä, mutta valintaan vaikutti myös se, mistä aterioista löytyi energiaravintosisältötietoja tarpeeksi. Näillä kriteereillä tutkittaviksi paikoiksi valittiin Hesburger, Kotipizza, Subway, Atria, Saarioinen ja HK.

Aterioista tutkittiin ravintoaineiden vaihtelevuutta kevyemmän ja raskaamman välillä. Samantyylisten aterioiden ääripäitä eli terveellisintä ja epäterveellisintä vaihtoehtoa vertailtiin. Jokaiseen valittuun ateriaan etsittiin energiaravintoainetiedot ja niistä tehtiin aineisto. Tarkasteltavat energiaravintoaineet olivat proteiini, rasva, hiilihydraatti ja lisäksi tarkasteltiin suolapitoisuutta. Aineiston pohjalta tulokset koottiin taulukoiksi, joissa eri annosten energiaravintoainetietoja verrattiin lounaan suosituksiin.

Valittuja pikaruoka-aterioita vertailtiin myös lautasmallin eri osa-alueisiin. Lautasmallin osa-alueet olivat peruna/pasta/riisi, liha/kala, kasvis/salaatti, juoma, leipäpala ja jälkiruoka. Johdopäätöksiä tehtiin siitä, miten lautasmalli toteutuu valittujen aterioiden kohdalla ja tulokset koottiin taulukoihin.

Lisäksi tutkittiin, toteutuiko lounasruoan energiasisältö naisten sekä miesten kohdalla. Päivän energiansaantisuosituksista laskettiin lounaan energiansaantiosuus, joka on 30 prosenttia päivän kokonaissaantisuosituksesta. Näin saatiin selville jokaisen aterian kohdalla, ylittyykö valittu lounaan energiansaantisuositus.

Teemahaastattelujen avulla kuluttajan näkökulma saatiin kuuluviin pikaruokaa koskien. Teemahaastattelujen pohjana toimi neljä eri teemaa, jotka olivat pikaruokakäsite, oma suhde pikaruokaan, pikaruokan terveellisyys ja pikaruokan mainonta. Näiden neljän teeman avulla koottiin teemahaastattelulomake, jonka pohjalta haastattelut tehtiin. (LIITE 1/1)

Tarkoituksena oli saada koottua mielipiteitä pikaruokasta eri-ikäisten ihmisten näkökulmista. Haastateltavia oli yhteensä 20 henkilöä, jotka jakautuivat neljään eri ikäryhmään. Kuusi haastateltavista oli miehiä ja neljätoista oli naisia. Joka ikäryhmästä oli viisi haastateltavaa ja joka ikäryhmässä oli vähintään yksi mies. Ikäryhmiä haastatteluissa oli neljä: opiskelijat (noin 18-vuotiaat), nuoret työssäkäyvät (noin 25-vuotiaat), työssäkäyvät (noin 45-vuotiaat) ja eläkeläiset (noin 70-vuotiaat).

Teemahaastattelujen haastateltavat valittiin satunnaisesti eri ikäryhmistä. Kun haastattelun eri ikäryhmät oli päätetty, etsittiin tutkijoiden tuttavapiiristä tämän ikäisiä ihmisiä, joita haastateltiin. Haastatteluihin valittiin miehiä ja naisia, jotta näkökulma olisi laajempi. Haastateltavat haastateltiin pienissä ryhmissä. Ryhmät olivat kooltaan yhdestä neljään henkilöön. Pienet haastattelryhmät tuovat haastateltavien mielipiteet hyvin esille.

Haastattelut tehtiin haastateltavien kotona tai paikassa, joka heille sopi parhaiten. Haastattelut nauhoitettiin videokameralla ja tärkeimpiä vastauksia kirjoitettiin myös ylös. Paperimateriaalia jäi näin jäljelle, jos haastattelu ei jostain syystä olisi tallentunut videokameralle. Jokaisen haastattelun jälkeen litteroitiin videokameratallenteet heti tietokoneelle. Aineisto purettiin sanasta sanaan tietokoneelle ja aineisto tulkittiin teemoittain. Tämän jälkeen koottiin saadusta aineistosta tulokset.

6.4 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuus perustuu aineiston ja johtopäätösten validiteettiin. Aineiston ja johtopäätösten on vastattava tutkittavan kohteen aitoutta ja niiden tulee liittyä teoreettisiin lähtökohtiin. Pääasiallinen tärkein luotettavuuden kriteeri on tutkija itse. (Syrjälä, Ahonen, Syrjäläinen & Saari 1994, 129–130.)

Haastatteluaineiston luotettavuus riippuu sen laadusta. Jos kaikkia haastateltavia ei ole haastateltu tai tallenteiden kuuluvuus on huonoa, ei tuloksia voi sanoa luotettaviksi. Litteroinnin täytyy noudattaa samoja sääntöjä niin alussa kuin lopussakin, jotta luotettavuuskriteeri toteutuu. (Hirsijärvi & Hurme 2000, 185.)

Haastattelijaksi ei synnytä vaan opitaan kokemuksen kautta. Jos haastattelija on kokematon ja johdattelee haastateltavaa, ei tutkimustuloksia voi pitää luotettavina. Näin haastattelijan koko olemus vaikuttaa haastattelutilanteeseen ja halutun lopputuloksen aikaan saamiseksi, haastattelijan pitää perehtyä haastattelutilanteen hallintaan etukäteen. (Hirsijärvi & Hurme 2000, 68.)

Tämän opinnäytetyön luotettavuuteen vaikuttaa lähteiden luotettavuus. Tässä opinnäytetyössä luotettavuutta pyrittiin lisäämään valitsemalla tunnettuja tuotemerkkejä pikaruoka-aterioita tarkasteltaessa, koska niillä oli luotettavimmat nettisivut kuin pienemmillä ketjuilla. Teemahaastattelujen luotettavuuteen vaikutti haastattelijoiden kokemattomuus. Haastatteluista saatiin luotettavampia, koska haastattelijat olivat perehtyneet teemahaastatteluun lukemalla siihen liittyvää aineistoa. Haastattelut olisivat olleet luotettavampia, jos haastateltavien määrä olisi ollut suurempi. Teemahaastattelujen tallenteet onnistuivat hyvin ja litterointi tapahtui samalla tavalla joka haastattelun jälkeen, joten näiltä osin haastattelut olivat luotettavia.

7 TULOKSET

Tässä luvussa käydään läpi valittujen pikaruoka-aterioiden vertailua. Teemahaastattelun tuloksissa tulee esille eri-ikäisten kuluttajien mielipiteitä pikaruokaa koskien.

7.1 Pikaruoka-aterioiden vertailun tulokset

Pikaruoka-aterioiden vertailun tulokset selviävät taulukoista ja kaavioista. Aterioiden energiaravintoainemäärät näkyvät taulukoissa ja kaavioista käy ilmi aterioiden energiaravintoravintoaineet ja suolapitoisuus lounasruokailuun verrattuna. Kaavioissa suositusten mukainen energiaravintoainemäärä on 100 prosenttia, joka vastaa jokaisen energiaravintoaineen kohdalla ihanteellista lounasruokailun energiaravintoaine-saantisuositusta. Määrä, joka menee yli 100 prosenttia, kertoo, kuinka paljon kyseinen energiaravintoaine ylittää saantisuosituksen. Tarkasteltavat energiaravintoaineet olivat proteiini, rasva, hiilihydraatti ja lisäksi tarkastelimme suolapitoisuutta.

Lautasmallin toteutuminen selviää taulukoista. Taulukoista käy ilmi, mitä eri lautasmallin osa-alueista ateriat sisältävät ja mitä jää puuttumaan. Taulukoissa kerrotaan myös, miksi lautasmallin osa-alueet ei toteudu, onko jotain liikaa tai liian vähän.

Energiasisällön kohdalla tulokset on verrattu naisten ja miesten lounaan energiansaantisuositukseen. Taulukoissa näkyy myös päivän energiasisältö jokaisen aterian kohdalla. Lounaan saantisuositus on 30 prosenttia päivän energiansaantisuosituksesta.

7.1.1 Megahampurilaisateria ja hampurilaisateria

Aterioina oli megahampurilaisateria ja hampurilaisateria. Megahampurilaisateria sisältää megahampurilaisen, isot ranskalaiset, paprikamajoneesin, 0,5 l colan ja jälkiruokana on kinuski-pehmis. Hampurilaisateria sisältää hampurilaisen, minisalaatin ja 2 dl:n kevyt maidon.

Aterioiden energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus

Taulukko 2. Megahampurilaisaterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

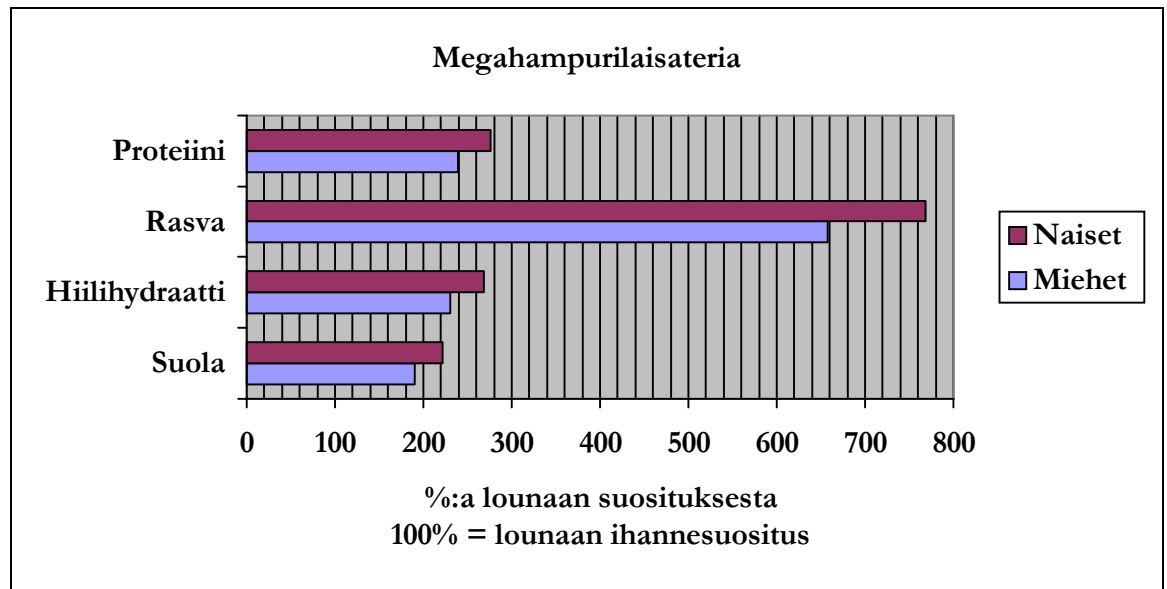
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Megahampurilainen	1058,1	44,0	72,2	55,1	2,7
Isot ranskalaiset	323,0	3,0	19,0	32,0	0,7
Paprikamajoneesi	277,0	0,4	30,0	0,0	0,3
Coca Cola 0,5 l	210,0	0,0	0,0	55,0	0,0
Kinuskipehmis	444,0	9,0	17,0	57,0	0,3
Yhteensä	2312,1	56,4	138,2	199,1	4,0

Taulukko 3. Hampurilaisaterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

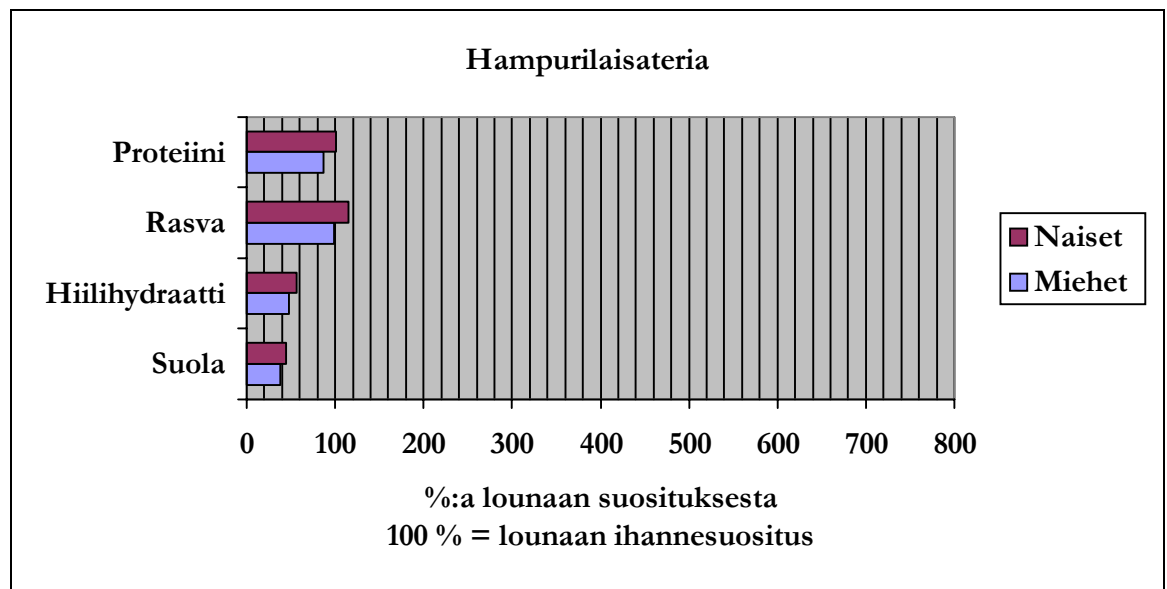
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Hampurilainen	333,9	13,5	17,7	29,9	0,8
Minisalaatti	16,7	1,0	0,0	2,4	0,0
Maito	92,0	6,0	3,0	9,0	0,0
Yhteensä	442,6	20,5	20,7	41,3	0,8

Aterioiden energiaravintoaineet ja suolapitoisuus lounasruokailuun verrattuna

Kaavio 1. Megahampurilaisaterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin



Kaavio 2. Hampurilaisaterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Megahampurilaisateriassa jokainen energiaravintoaine meni vähintään 100 prosenttia yli lounaan suosituksen. Naisilla rasva ylittyi melkein seitsemän kertaa suositeltuun määrään verrattuna. Miehilläkin rasva ylitti yli viisinkertaisesti suositellun määrän. Hampurilaisateriassa rasva ja proteiini olivat lähellä suosituksia, mutta hiilihydraatti ja suola jäivät alle suositusten.

Lautasmallin toteutuminen

Taulukko 4. Lautasmallin eri osa-alueet megahampurilais- ja hampurilaisateriassa

Lautasmalli	Megahampurilaisateria	Hampurilaisateria
Peruna / pasta / riisi	Ranskalaiset n. ½ ateriasta	-
Liha / kala	2 naudanlihapihviä yli ¼ ateriasta	Naudanlihapihvi ¼ ateriasta
Kasvis / salaatti	Tomaattiviipaleita, salaattia, maustekurkkua. Alle ¼ aterias- ta	Salaatti, kurkkua, tomaattia, maustekurkkua yhteensä ½ ateriasta
Juoma	0,5 l Coca Cola	1 lasillinen kevyt maitoa
Leipäpala	3 palaa vaaleaa seesamisämpylää	2 palaa vaaleaa seesamisämpylää
Jälkiruoka	Pehmis	-

Taulukko 5. Lautasmallin toteutuminen megahampurilais- ja hampurilaisateriassa

Lautasmalli	Megahampurilaisateria	Hampurilaisateria
Peruna / pasta / riisi	ei toteudu, liikaa perunaa, väärä laatu	ei toteudu, ei lainkaan perunaa
Liha / kala	ei toteudu, liikaa lihaa	toteutuu
Kasvis / salaatti	ei toteudu, liian vähän kasviksia	toteutuu
Juoma	ei toteudu, liikaa juomaa, väärä laatu	toteutuu
Leipäpala	ei toteudu, liikaa leipää	ei toteudu, liikaa leipää
Jälkiruoka	toteutuu, väärä laatu	ei toteudu

Energiansaanti lounasruokailuun verrattuna

Taulukko 6. Energiansaanti megahampurilaisateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	2312,1 kcal	ylittyy 1772,1 kcal ylittyy 328,2 %	ylittyy 512,1 kcal ylittyy 28,5 %
Miehet	2312,1 kcal	ylittää 1652,1 kcal ylittyy 250, 3 %	ylittää 212 kcal ylittyy 10,1 %

Megahampurilaisateriassa ylittyy lounasruoan suositeltu energiapitoisuus huomattavasti sekä miehillä että naisilla. Tässä ateriasa jopa päivittäiset energiasaantisuositukset ylittyvät molemmilla.

Taulukko 7. Energiansaanti hampurilaisateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	442,6 kcal	alittuu 97,4 kcal alittuu 18 %	alittuu 1357,4 kcal alittuu 75,4 %
Miehet	442,6 kcal	alittuu 217,4 kcal alittuu 32,9 %	alittuu 1657,4 kcal

Hampurilaisateriassa lounasruoan energiasuositukset toteutuvat naisilla hyvin ja miehillä jäävät jonkin verran alle suositusten.

7.1.2 Special opera pannupizza ja kotzone

Aterioina oli special opera pannupizza ja kotzone. Special opera-ateria sisältää pannupizzan ja 0,5 litran coca colan. Kotzone-ateria sisälsi kotzoneen ja 2dl:n kevytmaidon

Aterioiden energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus

Taulukko 8. Special opera-aterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

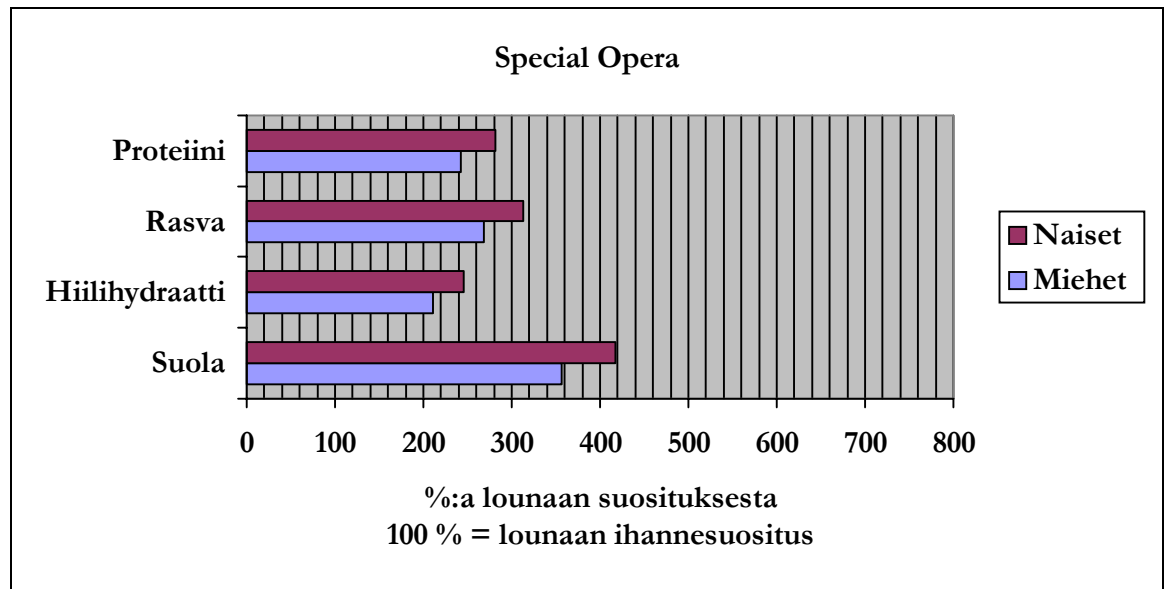
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Special Opera	1245,9	57,2	56,3	127,8	7,5
Coca Cola	210,0	0,0	0,0	55,0	0,0
Yhteensä	1455,9	57,2	56,3	182,8	7,5

Taulukko 9. Kotzone-aterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

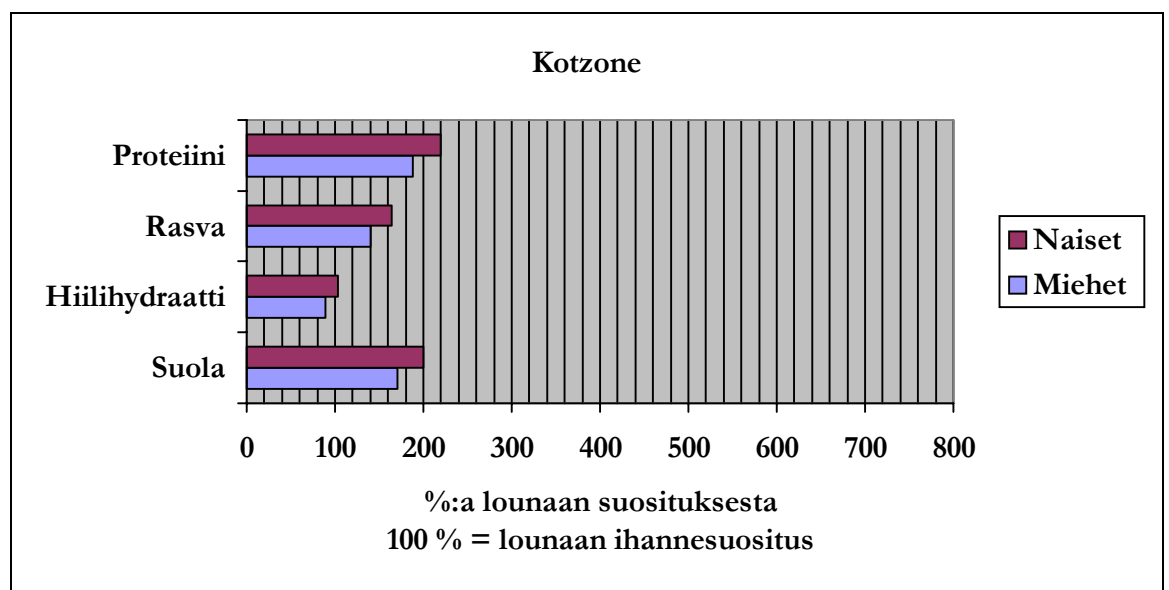
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Pariloitu ka- nanpoika+ Pitsapohja	674,0	38,5	26,5	67,7	3,6
Maito	92,0	6,0	3,0	9,0	0,0
Yhteensä	766,0	44,5	29,5	76,7	3,6

Aterioiden energiaravintoaineet ja suolapitoisuus lounasruokailuun verrattuna

Kaavio 3. Special opera-aterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Kaavio 4. Kotzone-aterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Special opera-ateriassa jokainen ravintoarvo meni vähintään 100 prosenttia yli lounaan suosituksen. Suolaa oli melkein neljä kertaa enemmän kuin suositeltu määrä.

Kotzone-ateriassa hiilihydraatti oli melkein suositusten mukainen, mutta muut ravintoaineet menivät yli suositusten. Suolaa oli yli kaksinkertainen määrä suositeltuun verrattuna.

Lautasmallin toteutuminen

Taulukko 10. Lautasmallin eri osa-alueet special opera- ja kotzone-ateriassa

Lautasmalli	Special Opera	Kotzone
Peruna / pasta / riisi	-	-
Liha / kala	Kinkku, tonnikala, salami. Lihaa n. ½ ateriasta	Kanasuikaleet n. ¼ ateriasta
Kasvis / salaatti	Salaattia alle ¼ ateriasta	Salaatti n. ½ ateriasta
Juoma	0,5 l Coca cola	1 lasillinen kevyt maitoa
Leipäpala	Paksu pizzapohja. Vastaa n. kuutta leipäpalaa.	Kotzoneen pohja vastaa n. kuutta leipäpalaa
Jälkiruoka	-	-

Taulukko 11. Lautasmallin toteutuminen special opera- ja kotzone-ateriassa

Lautasmalli	Special Opera	Kotzone
Peruna / pasta / riisi	ei toteudu, ei lainkaan perunaa	ei toteudu, ei lainkaan perunaa
Liha / kala	ei toteudu, liikaa lihaa	toteutuu
Kasvis / salaatti	ei toteudu, liian vähän kasviksia	toteutuu
Juoma	ei toteudu, liikaa juomaa, väärä laatu	toteutuu
Leipäpala	ei toteudu, liikaa leipää	ei toteudu, liikaa leipää
Jälkiruoka	ei toteudu	ei toteudu

Energiansaanti lounasruokailuun verrattuna

Taulukko 12. Energiansaanti special opera-ateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	1455,9 kcal	ylittyy 915 kcal ylittyy 170 %	alittuu 344,1 kcal alittuu 19,1 %
Miehet	1455,9 kcal	ylittyy 795,9 kcal ylittyy 120,6 %	alittuu 644,1 kcal alittuu 30,7 %

Special opera-ateriassa ylittävät lounasruoan suositukset sekä naisilla että miehillä. Naisilla se ylittyy niin paljon, että se on jopa lähellä päivittäistä energiansaantisuositusta.

Taulukko 13. Energiansaanti kotzone-ateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	766,0 kcal	ylittyy 226 kcal ylittyy 41,9 %	alittuu 1034 kcal alittuu 57,4 %
Miehet	766,0 kcal	ylittyy 106 kcal ylittyy 16,1 %	alittuu 1334 kcal alittuu 63,5 %

Kotzone-ateriassa naisilla ylittävät lounasruoan suositukset, mutta miehillä se on lähellä suosituksia.

7.1.3 Meatball-ateria ja vege-ateria

Aterioina oli meatball-ateria ja vege-ateria. Meatball-ateria sisältää 30 cm pitkän Subway patongin, 0,4 l coca colan ja 100g:n sipsipussin (Patonki sisältää vaalean leivän, lihapullat, salaatin, tomaatin, sipulin, paprikan, oliivin, suolakurkun ja juuston). Vege-ateria sisältää 15 cm pitkän Subwayn patongin 0,4 l jäätteen ja Cookie keksin (Patonki sisältää vaalean leivän, salaatin, tomaatin, sipulin, paprikan, oliivin ja suolakurkun).

Aterioiden energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus

Taulukko 14. Meatball-aterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

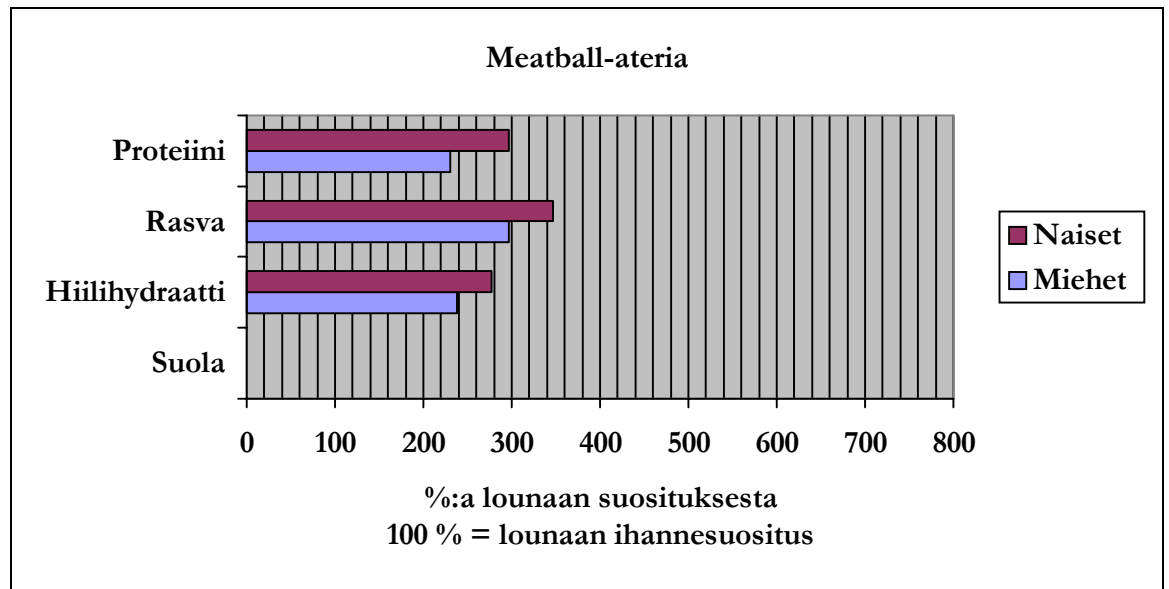
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Meatball-Subi 30 cm	1076,0	56,0	40,0	124,0	Ei tietoa
Coca cola	168,0	0,0	0,0	44,0	-
Sipsipussi 70g	371,0	4,2	22,4	37,8	0,91
Yhteensä	1615,0	60,2	62,4	205,8	-

Taulukko 15. Vege-aterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

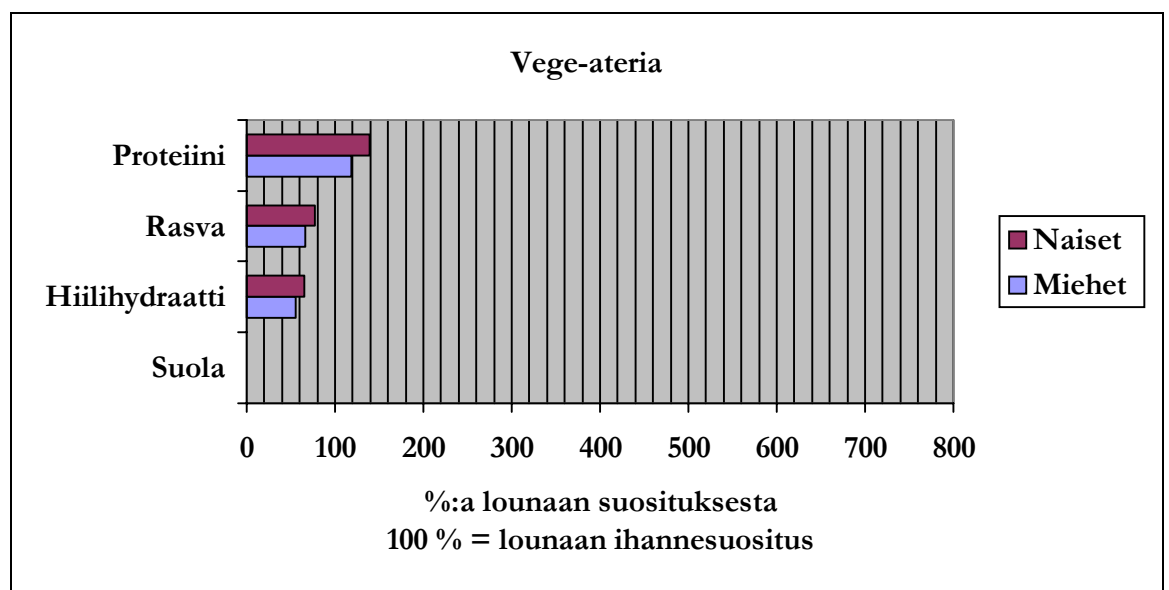
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Vege Subi 15 cm	237,0	10,0	2,8	42,0	Ei tietoa
Jäättee	132,0	0,1	0,0	32,0	-
Cookie	231,0	3,0	11,0	29,0	
Yhteensä	600,0	13,1	13,8	103,0	-

Aterioiden energiaravintoaineet ja suolapitoisuus lounasruokailuun verrattuna

Kaavio 5. Meatball-aterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Kaavio 6. Vege-aterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Meatball-ateriassa jokainen energiaravintoaine meni vähintään 100 prosenttia yli lounaan suosituksen. Suolan määrää emme voineet laskea, koska sen tietoa ei löytynyt Subwayn lähteistä. Vege-ateriassa hiilihydraatti ja rasva jäävät alle lounasruokailun suosituksen ja proteiini meni hieman yli. Suolan määrää emme voineet laskea, koska sen tietoa ei löytynyt Subwayn lähteistä.

Lautasmallin toteutuminen

Taulukko 16. Lautasmallin eri osa-alueet meatball- ja vege-ateriassa

Lautasmalli	Meatball-ateria	Vege-ateria
Peruna / pasta / riisi	-	-
Liha / kala	Lihapullia patongin välissä on kahdeksan kappaletta. n. ½ ateriasta.	-
Kasvis, salaatti	Salaattia tässä ateriassa on sämpylän välissä. Salaatin määrä on n. 70 g	Salaattia sämpylän välissä noin ½ ateriasta
Juoma	0,4 l Coca cola	0,4 l jäättee
Leipäpala	Vaaleaa leipää (patonki) n. 4 leipäpalaa	Vaaleaa leipää (patonki) n. neljän leipäpalan verran.
Jälkiruoka	100 g: n sipsipussi	Cookie keksi

Taulukko 17. Lautasmallin toteutuminen meatball- ja vege-ateriassa

Lautasmalli	Meatball-ateria	Vege-ateria
Peruna / pasta / riisi	ei toteudu, ei lainkaan perunaa	ei toteudu, ei lainkaan perunaa
Liha / kala	ei toteudu, liikaa lihaa	ei toteudu, ei lainkaan lihaa
Kasvis / salaatti	ei toteudu, liian vähän kasviksia	toteutuu
Juoma	ei toteudu, liikaa juomaa, väärä laatu	ei toteudu, liikaa juomaa, väärä laatu
Leipäpala	ei toteudu, liikaa leipää	ei toteudu, liikaa leipää
Jälkiruoka	toteutuu, väärä laatu	toteutuu, väärä laatu

Energiansaanti lounasruokailuun verrattuna

Taulukko 18. Energiansaanti meatball-ateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	1615,0 kcal	ylittyy 1075 kcal ylittyy 199,1 %	alittuu 185 kcal alittuu 10,3 %
Miehet	1615,0 kcal	ylittyy 955 kcal ylittyy 144,7 %	alittuu 485 kcal alittuu 23,1 %

Meatball-ateriassa ylittivät lounasruoan suositukset sekä naisilla että miehillä. Molempien suositukset ovat myös hyvin lähellä päivittäisiä energiansaannin suosituksia.

Taulukko 19. Energiansaanti vege-ateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	600,0 kcal	ylittyy 60 kcal ylittyy 11,1 %	alittuu 1200 kcal alittuu 66,7 %
Miehet	600,0 kcal	alittuu 60 kcal alittuu 9,1 %	alittuu 1500 kcal alittuu 71,4 %

Vege-ateriassa suositukset toteutuvat melko hyvin, sillä naisilla ne ylittivät vain hieman ja miehillä taas alittuvat vähän.

7.1.4 Kanariisisalaatti ja katkarapusalaatti

Aterioina oli Kanariisisalaatti ja katkarapusalaatti. Kanariisisalaattiateria sisältää salaatin, moniviljasämpylän, 0,5 l coca colan ja valkosipulisalaatinkastikkeen. Katkarapusalaattiateria sisältää salaatin, moniviljasämpylän ja 2 dl:n kevyt maidon.

Aterioiden energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus

Taulukko 20. Kanariisisalaattiaterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

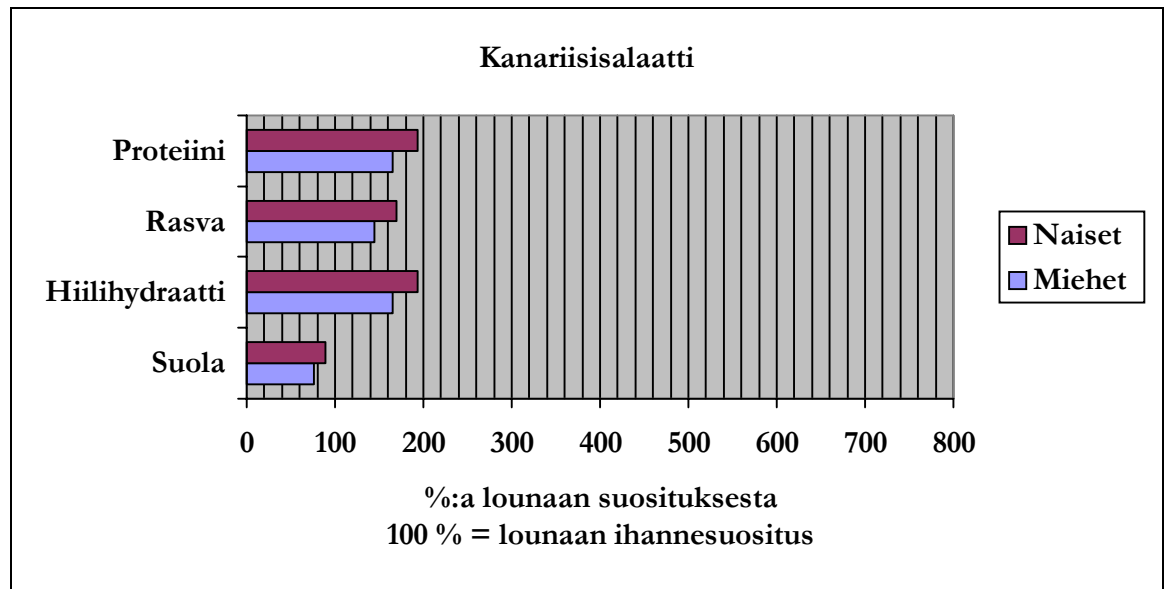
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Kanariisisalaatti	434,0	33,0	4,0	65,0	1,0
Moniviljasämpylä	150,0	6,0	4,6	21,0	0,2
Coca cola	210,0	0,0	0,0	55,0	0,0
Valkosipulikastike	212,0	0,0	22,0	2,0	0,4
Yhteensä	1006,0	39,0	30,6	143,0	1,6

Taulukko 21. Katkarapusalaattiaterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

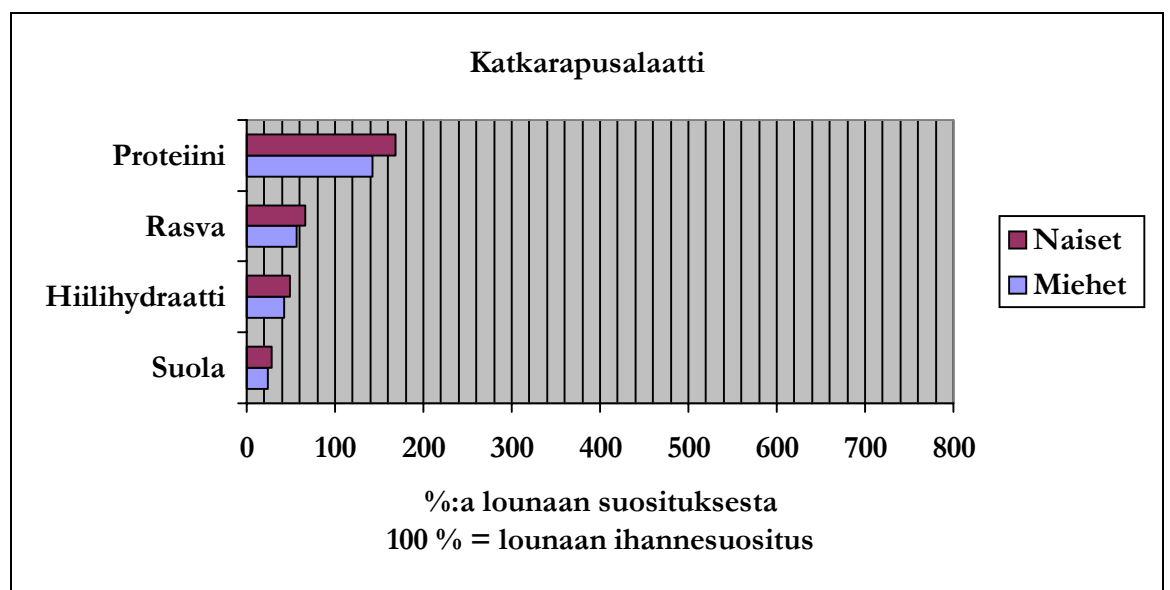
	Energia (kcal)	Proteiini (g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola (g)
Katkarapusalaatti	159,0	21,6	4,3	6,4	0,3
Moniviljasämpylä	150,0	6,0	4,6	21,0	0,2
Maito 2 dl	92,0	6,0	3,0	9,0	0,0
Yhteensä	401,0	33,6	11,9	36,4	0,5

Aterioiden energiaravintoaineet ja suolapitoisuus lounasruokailuun verrattuna

Kaavio 7. Kanariisisalaattiaterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Kaavio 8. Katkarapusalaattiaterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Kanariisisalaattiateriassa suolan määrä on lounasruokailun suositusten mukainen. Muut energiaravintoaineet menevät suositusten yli melkein 100 prosenttisesti.

Katkarapusalaattiateriassa proteiini menee yli suositusten ja muut energiaravintoaineet jäävät alle suositusten.

Lautasmallin toteutuminen

Taulukko 22. Lautasmallin eri osa-alueet kanariisisalaatti- ja katkarapusalaattiateriassa

Lautasmalli	Kanariisisalaattiateria	Katkarapusalaattiateria
Peruna / pasta / riisi	Riisi n. ½ aterista	-
Liha / kala	Kanasuikaleita n. ¼ aterista	Katkarapuja, kananmunaa n. ¼ aterista
Kasvis, salaatti	Persikkaa, herneitä, maisia, paprikaa, valkosipuli. Yhteensä n. ¼ aterista	Jäävuorisalaattia, tuorekurkkua, punasipulia, kirsikkatomaattia, sitruunalohko noin ¾ aterista
Juoma	0,5 l Coca cola	1 lasillinen kevyt maitoa
Leipäpala	Moniviljasämpylä	Moniviljasämpylä
Jälkiruoka	-	-

Taulukko 23. Lautasmallin toteutuminen kanariisisalaatti- ja katkarapusalaattiateriassa

Lautasmalli	Kanariisisalaatti	Katkarapusalaatti
Peruna / pasta / riisi	ei toteudu, liikaa riisiä	ei toteudu, ei lainkaan perunaa
Liha / kala	toteutuu	toteutuu
Kasvis / salaatti	ei toteudu, liian vähän kasviksia	toteutuu
Juoma	ei toteudu, liikaa juomaa, väärä laatu	toteutuu
Leipäpala	toteutuu	toteutuu
Jälkiruoka	ei toteudu	ei toteudu

Energiansaanti lounasruokailuun verrattuna

Taulukko 24. Energiansaanti kanariisisalaattiateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	1006,0 kcal	ylittyy 466 kcal ylittyy 86,3 %	alittuu 794 kcal alittuu 44,1 %
Miehet	1006,0 kcal	ylittyy 346 kcal ylittyy 52,4 %	alittuu 1094 kcal alittuu 52,1 %

Kanariisisalaattiateriassa ylittivät lounasruoan energiansaantisuositukset sekä naisilla, että miehillä.

Taulukko 25. Energiansaanti katkarapusalaattiateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	401,0 kcal	alittuu 139 kcal alittuu 25,7 %	alittuu 1399 kcal alittuu 77,7 %
Miehet	401,0 kcal	alittuu 259 kcal alittuu 39,2 %	alittuu 1699 kcal alittuu 80,9 %

Katkarapusalaattiateriassa lounasruoan energiansaantisuositukset alittuvat jonkin verran sekä naisilla että miehillä. Ateriaan tulisi lisätä jotain, jotta se vastaisi suosituksia.

7.1.5 Pyttipannu ja thai-wok

Aterioina oli kaksi mikroateriaa; pyttipannu ja thai-wok. Pyttipannu annoksen koko on 250 g ja annos sisältää perunaa, makkaraa ja sipulia. Koko pyttipannuateria sisältää pyttipannun, 2 dl:n rasvattoman maidon ja ruisleipäpalan. Thai-wok annoksen koko on 380 g ja annos sisältää riisiä, broilerikastiketta ja kasviksia. Koko thai-wok ateria sisältää wokin, 2 dl:n rasvattoman maidon ja ruisleipäpalan.

Aterioiden energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus

Taulukko 26. Pyttipannuaterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

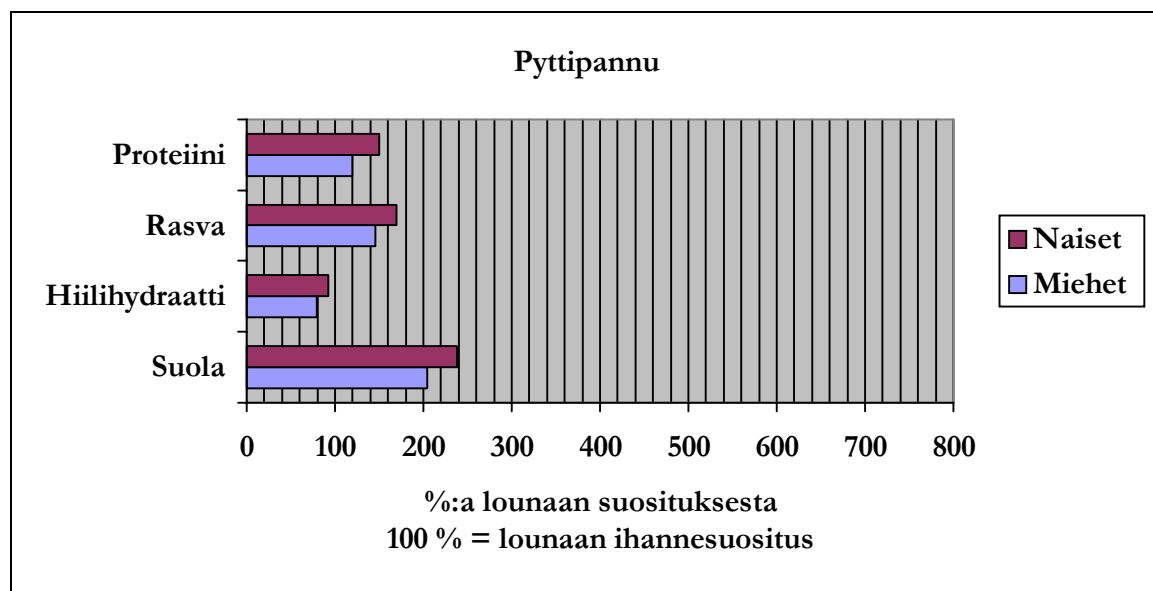
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Pyttipannu	525,0	21,5	30,0	42,5	3,8
Maito	68,0	6,2	0,1	9,8	-
Ruisleipä	82,0	2,62	0,56	16,28	0,48
Yhteensä	675,0	30,32	30,57	68,58	4,28

Taulukko 27. Thai-wok -aterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

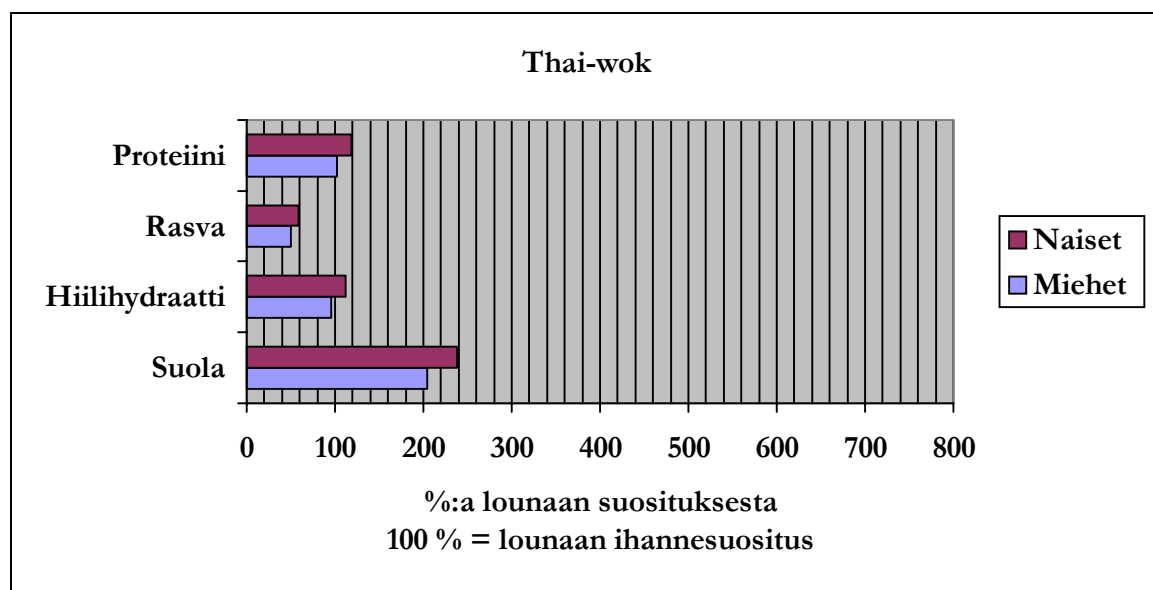
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Thai-Wok	380,0	15,2	9,88	57,0	3,8
Maito	68,0	6,2	0,1	9,8	-
Ruisleipä	82,0	2,62	0,56	16,28	0,48
Yhteensä	530,0	24,02	10,54	83,08	4,28

Aterioiden energiaravintoaineet ja suolapitoisuus lounasruokailuun verrattuna

Kaavio 9. Pyttipannuaterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Kaavio 10. Thai-wok -aterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suosituksiin.



Pyttipannuateriassa proteiini ja rasva menevät hieman yli suositusten ja hiilihydraatti jää alle suositusten. Suolaa on melkein kolminkertaisesti suositukseen verrattuna.

Thai-wok -ateriassa proteiini ja hiilihydraatti ovat lähellä suosituksia, mutta rasva jää hieman alle suositusten. Suolaa on melkein kolminkertaisesti suositukseen verrattuna.

Lautasmallin toteutuminen

Taulukko 28. Lautasmallin eri osa-alueet pyttipannu ja thai-wok -ateriassa

Lautasmalli	Pyttipannuateria	Thai-wok -ateria
Peruna / pasta / riisi	perunaa n. ½ ateriasta	Riisi n. ½ ateriasta
Liha / kala	makkaraa n. ½ ateriasta	Broilerinliha n. ¼ ateriasta
Kasvis, salaatti	Todella vähän sipulia	Erilaisia kasviksia n. ¼ ateriasta
Juoma	1 lasillinen rasvatonta maitoa	1 lasillinen rasvatonta maitoa
Leipäpala	1 pala ruisleipää	1 pala ruisleipää
Jälkiruoka	-	-

Taulukko 29. Lautasmallin toteutuminen pyttipannu- ja thai-wok -ateriassa

Lautasmalli	Pyttipannu	Thai-wok
Peruna / pasta / riisi	ei toteudu, liikaa perunaa	ei toteudu, liikaa riisiä
Liha / kala	ei toteudu, liikaa lihaa	toteutuu
Kasvis / salaatti	ei toteudu, liian vähän kasviksia	ei toteudu, liian vähän kasviksia
Juoma	toteutuu	toteutuu
Leipäpala	toteutuu	toteutuu
Jälkiruoka	ei toteudu	ei toteudu

Energiansaanti lounasruokailuun verrattuna

Taulukko 30. Energiansaanti pyttipannuateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	675,0 kcal	ylittyy 135 kcal ylittyy 25 %	alittuu 1125 kcal alittuu 62,5 %
Miehet	675,0 kcal	ylittyy 15 kcal ylittyy 2,3 %	alittuu 1425 kcal alittuu 67,9 %

Pyttipannuateriassa miehillä lounasruoan energiansaantisuositukset toteutuvat hyvin, mutta naisilla ne menevät jonkin verran yli suositusten.

Taulukko 31. Energiansaanti thai-wok ateriasa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	530, 0 kcal	alittuu 10 kcal alittuu 1,9 %	alittuu 1270 kcal alittuu 70,6 %
Miehet	530, 0 kcal	alittuu 130 kcal alittuu 19,7 %	alittuu 1570 kcal alittuu 74,8 %

Thai-wok -ateriassa lounasruoan energiansaantisuositukset toteutuvat hyvin naisilla, mutta miehillä se jää jonkin verran alle suositusten. Miesten aterioihin voisi lisätä jotain, jotta ateria olisi suositusten kannalta ihanteellinen.

7.1.6 Savuporo-juustokeitto ja lihakeitto

Aterioina oli savuporo-juustokeitto ja lihakeitto. Savuporo-juustokeittoannoksen koko on 300 g ja annos sisältää kermaa, juustoa ja kylmäsavustettua poronlihaa. Koko savuporo-juustokeittoateria sisältää keiton, 2 dl:n rasvattoman maidon ja ruisleipäpalan. Lihakeittoannoksen koko on 300 g ja annos sisältää perunaa, kasviksia ja naudanlihaa. Koko lihakeittoateria sisältää keiton, 2 dl:n rasvattoman maidon ja ruisleipäpalan.

Aterioiden energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus

Taulukko 32. Savuporo-juustokeittoaterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

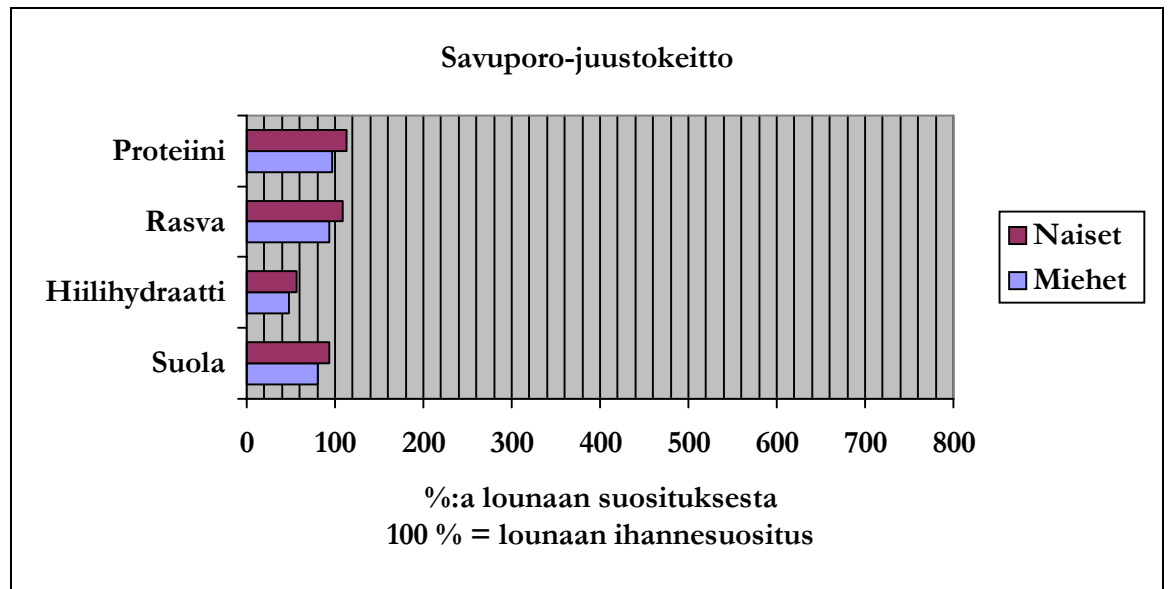
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Lihakeitto	300,0	14,1	18,9	15,9	1,2
Maito	68,0	6,2	0,1	9,8	-
Ruisleipä	82,0	2,62	0,56	16,28	0,48
Yhteensä	450,0	22,92	19,56	41,98	1,68

Taulukko 33. Lihakeittoaterian energiaravintoainetiedot ja suolapitoisuus.

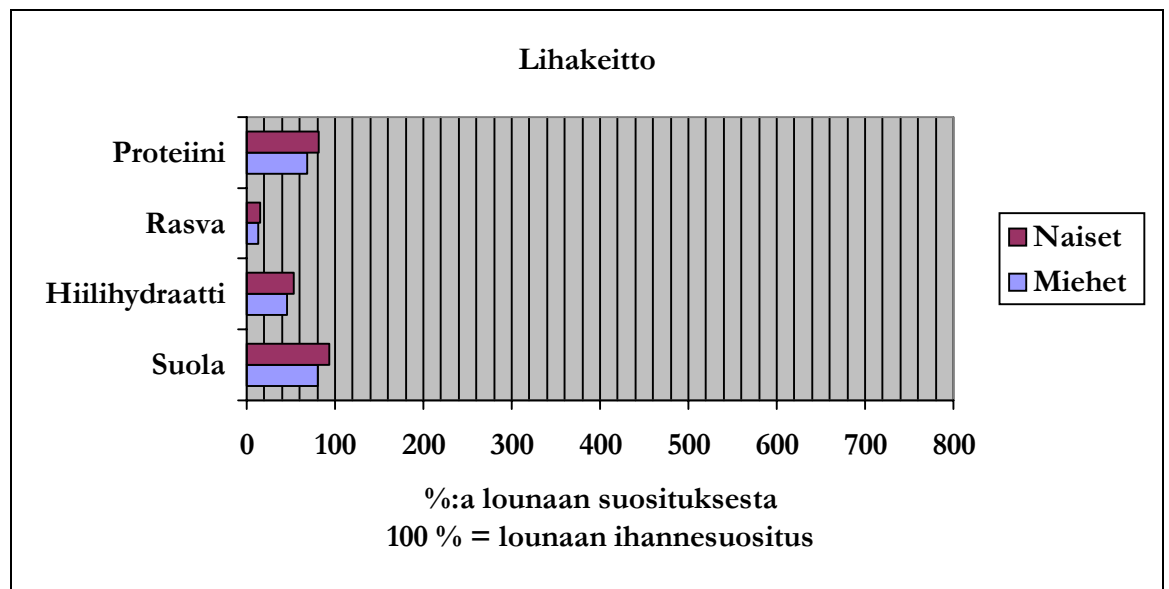
	Energia(kcal)	Proteiini(g)	Rasva(g)	Hiilihydraatti(g)	Suola(g)
Lihakeitto	90,0	7,5	2,1	13,5	1,2
Maito	68,0	6,2	0,1	9,8	-
Ruisleipä	82,0	2,62	0,56	16,28	0,48
Yhteensä	240,0	16,32	2,76	39,58	1,68

Aterioiden energiaravintoaineet ja suolapitoisuus lounasruokailuun verrattuna

Kaavio 11. Savuporo-juustokeittoaterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suositukseen.



Kaavio 12. Lihakeittoaterian energiaravintoaineet verrattuna lounaan suositukseen.



Savuporo-juustokeittoateriassa proteiini, rasva ja suola ovat lähellä lounasruokailun suositeltua määrää. Hiilihydraattia jäi vähän alle suositusten.

Lihakeittoateriassa proteiini ja suola ovat lähellä lounasruokailun suositeltua määrää. Rasva ja hiilihydraatti jäävät alle suositusten.

Lautasmallin toteutuminen

Taulukko 34. Lautasmallin eri osa-alueet savuporo-juustokeitto- ja lihakeittoateriassa

Lautasmalli	Savuporo-juustokeittoateria	Lihakeittoateria
Peruna / pasta / riisi	-	perunaa n. ¼ ateriasta
Liha / kala	lihaa n. ¼ ateriasta	lihaa n. ¼ ateriasta
Kasvis, salaatti	-	kasviksia n. ½ ateriasta
Juoma	1 lasillinen rasvatonta maitoa	1 lasillinen rasvatonta maitoa
Leipäpala	1 pala ruisleipää	1 pala ruisleipää
Jälkiruoka	-	-

Taulukko 35. Lautasmallin toteutuminen savuporo-juustokeitto- ja lihakeittoateriassa

Lautasmalli	Savuporo-juustokeitto	Lihakeitto
Peruna / pasta / riisi	ei toteudu, ei lainkaan perunaa	toteutuu
Liha / kala	toteutuu	toteutuu
Kasvis / salaatti	ei toteudu	toteutuu
Juoma	toteutuu	toteutuu
Leipäpala	toteutuu	toteutuu
Jälkiruoka	ei toteudu	ei toteudu

Energiansaanti lounasruokailuun verrattuna

Taulukko 36. Energiansaanti savuporo-juustokeittoateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	450, 0 kcal	alittuu 90 kcal alittuu 16,7 %	alittuu 1350 kcal alittuu 75 %
Miehet	450, 0 kcal	alittuu 210 kcal alittuu 31,8 %	alittuu 1650 kcal alittuu 78,6 %

Savuporo-juustokeittoateriassa alittuvat lounasruoan energiansaantisuositukset sekä naisilla, että miehillä. Naisilla suositeltu energiansaanti toteutuu kuitenkin vähän paremmin. Ateriaan tulisi lisätä jotain, jotta se vastaisi suosituksia.

Taulukko 37. Energiansaanti lihakeittoateriassa

	Aterian energiasisältö	Lounaan suosituksesta 30%	Päivän suosituksesta 100%
		naiset 540 kcal miehet 660 kcal	naiset 1800 kcal, miehet 2100 kcal
Naiset	240, 0 kcal	alittuu 300 kcal alittuu 55,6 %	alittuu 1560 kcal alittuu 86,7 %
Miehet	240, 0 kcal	alittuu 420 kcal alittuu 63,6 %	alittuu 1860 kcal alittuu 88,6 %

Lihakeittoateriassa lounasruoan energiansaantisuositukset alittuvat yli puolella sekä naisilla, että miehillä. Ateriaan tulisi lisätä jotain, jotta se vastaisi suosituksia.

7.2 Yhteenveto

Tuloksissa ei ollut tarkoitus löytää terveellisintä vaihtoehtoa, vaan ateriavalinnat kohdistuivat eri paikkojen aterioiden ääripäihin, joista käy ilmi pikaruoka-aterioiden erilaisuus. Tarkastellessa pikaruoka-annoksia huomasi, että kumpikaan ääripäistä ei välttämättä ole paras vaihtoehto. Huonomman aterian kohdalla oli korkeammat energiaravintoainepitoisuudet verrattuna toiseen parempaan vaihtoehtoon. Energiasisältö ja energiaravintoaineet jäivät joissakin paremmissa vaihtoehtoissa alakanttiin verrattuna lounasruokailun suositukseen. Varsinkin energiansaannin ja rasvan kohdalla syntyi suuria eroja. Monissa valituissa aterioissa energiaravintoainetiedot ylittivät jopa moninkertaisesti lounaan sekä päivittäisen energiaravintoainesaannin. Koska aterioiden ääripäät haluttiin saada selvemmin esiin, joihinkin huonompiin aterioihin otettiin mukaan jälkiruoka, joka teki aterista vielä epäterveellisemmän ja sai erot vielä suuremmiksi.

Verrattaessa pikaruoka-aterioita lautasmalliin tuli esille, miten lautasmallin mukainen ateria on vaikea löytää pikaruoka-aterioista. Melkein kaikissa pikaruoka-aterioissa lautasmalli jäi kokonaisuudessa toteutumatta. Monissa aterioissa lautasmallin jotkut osat toteutuivat, mutta muut osa-alueet menivät sitten reilusti yli tai alle. Vaikka lautasmalli toteutuisikin, se ei tarkoita, että pikaruoka-ateria olisi terveellinen. Esimerkiksi ranskalaiset eivät ole terveellisin perunavaihtoehto, koska ne sisältävät paljon suolaa ja rasvaa. Myös aterioiden annoskoot olivat suuria, joten ei voi puhua terveellisestä aterista, vaikka lautasmalli toteutuisikin. Lautasmalli ei sovellu hyvin määriteltäessä pikaruoka-aterioiden terveellisyyttä, mutta sen avulla voidaan määritellä, ovatko pikaruoka-ateriat monipuolisia.

Jokaisesta aterista käy ilmi se, että omilla valinnoillaan voi vaikuttaa siihen, kuinka terveellistä pikaruokaa syö. Annosmäärällä on suuri vaikutus aterian energiasisältöön ja samalla muihinkin energiaravintoaineisiin. Valitsemalla sopivankokoisen aterian energiasisältö pienenee, ravintoaineet laskevat ja näin ei tule syötyä liikaa. Liian isot annoskoot saavat ihmiset syömään enemmän kuin olisi tarpeellista. Jos nauttii liian isoja pikaruoka-aterioita useasti viikossa, energiansaanti ylittyy huomattavasti energiantarvetta kohden. Energiankulutus ei kuitenkaan lisäännä, joten tämä aiheuttaa lihomista.

Tuloksista käy ilmi, että energiasisältö ylittyy herkästi huonommaksi valitun aterian kohdalla lounasruokailun suositukseen verrattuna. Joissakin tapauksissa päivittäisetkin energiansaantisuosituksen ylittivät. Pikaruoka-aterioita vertaillen otettiin huomioon aikuisen naisen ja miehen keskimääräinen energiantarve. Työn ruumiillinen rasitus, liikunta, ikä ja paino vaikuttavat energiantarpeeseen. Yksilölliset erot voivat olla huomattavia, joten tämä on otettava huomioon tuloksia tarkasteltaessa. Aterioiden energiasisällössä kannattaa ottaa myös huomioon se, että vaikka suosituksenmukainen energiansaanti lounasruoan osalta ei toteudu, voi muilla aterioilla vaikuttaa silti koko päivän energiansaantiin. Jos lounaalla energiasuositukset ylittivät, päivällisellä voi syödä vähemmän energiaa sisältävää ruokaa ja päinvastoin.

Tuloksista käy ilmi, ettei mikään valittu ateria ei ole kovin terveellinen. Jos söisi joka päivä pikaruokaa, olisi se melko yksipuolista ja ruoasta riippuen myös lihottavaa. Keveimpiä pikaruokia, kuten salaatteja tai joitain valmisruokia, voi syödä useaan kertaan viikossa ilman huonoja terveysvaikutuksia. Rasvaisten ja energiapitoisten pikaruokien syömistä tulisi välttää. Mutta kerran kuussa syöty huonokaan pikaruoka ei ole pahasta, jos muuten syö säännöllisesti ja terveellisesti.

7.3 Haastattelun tulokset

Haastattelun teemoina olivat pikaruokakäsitys, oma suhde pikaruokaan, pikaruokan terveellisyys ja pikaruokan mainonta. Alla olevissa kappaleissa käydään läpi haastattelun tuloksia. Kaikki haastateltavat osallistuivat haastatteluun mielellään, ja heillä oli hyviä mielipiteitä pikaruokaa koskien. Kaikki ikäryhmät söivät pikaruokaa, joten heillä oli omakohtaisia kokemuksia aiheesta.

7.3.1 Pikaruokan määrittely

Kaikissa ikäluokissa pikaruoka käsitettiin nopeasti saatavana ruokana, jota ei tarvitse yleensä itse suuremmin valmistaa. Kun kysyttiin esimerkkejä erilaisista pikaruokista, jokaisessa ikäluokassa tuli vastaukseksi pitsat, hampurilaiset ja kebabit. Nuorimmassa ikäluokassa pikaruokakäsitys oli silti paljon suppeampi kuin muissa ikäluokissa. Noin 18-vuotiaiden ikäluokassa pikaruokaa määriteltiin lähinnä rasvaisena, pikaruokaravintoloista saatavana ruokana. Haas-

tattelun edetessä haastateltavien pikaruokakäsitys muuttui jonkin verran ja pikaruokaan laskettiin mukaan myös jonkin verran valmisruokia.

”Pizzeriat, Hesen ja Mäkkärin ruoka. Menee ja syö siellä ja voi ottaa mukaan, ne ovat mielestäni pikaruokaa.” (18-vuotias, nainen)

Pikaruokakäsitys laajentui paljon, kun haastateltavana olivat noin 25-vuotiaat. Pikaruokaa määriteltiin myös valmisruoiksi ja eineksiksi sekä myös valmiiksi leiviksi ja salaattiannoksiksi. Pikaruoka määriteltiin sellaiseksi, jonka valmistamiseen ei mene kauan ja joka on oikeastaan vain lämmittämistä vaille valmista. Myös noin 45-vuotiaat ja eläkeläiset (noin 70-vuotiaat) määrittivät pikaruokaa grilliruokien ja hampurilaisten lisäksi eineksiksi ja valmisruoiksi. Mikroruokaa määriteltiin myös usein pikaruokaiksi.

”Kaupan kylmältaissa, mitkä voi mikrossa nopeesti lämmittää.” (25-vuotias, nainen)

”Kaupassa on yksi hylly einestä täynnä, se on pikaruokaa kaikki siellä.” (40-vuotias, nainen)

”Niitähän myydään nykyään kaikenlaisia kolmioleipiä ja patonkeja täytettynä, ehkä myös nämä on pikaruokia.” (67-vuotias, nainen)

”Pikaruoka ei ole sellaista, kun keitetään itse ruoka.” (75-vuotias, mies)

7.3.2 Oma suhde pikaruokaan

Jokainen haastateltava sanoi syövänsä pikaruokaa. Vastaukseen vaikutti se, miten he määrittivät pikaruokan, joten kaikki eivät ottaneet kaupan valmisruokia huomioon vastauksissaan. Suurin osa käytti pikaruokaa vähintään kerran viikossa, mutta poikkeuksiakin löytyi joukosta. Esimerkiksi perheellisten elämäntilanne vaikutti pikaruokan syömiseen niin, että oli valmistettava kotona säännöllisesti ruokaa ja näin heillä tuli käytettyä pikaruokaa harvemmin. Yksinäiset ihmiset turvautuivat useammin pikaruokaan, koska eivät jaksaneet valmistaa vain itselleen ruokaa. Ikäluokkien välillä ei syntynyt paljon eroja siinä, kuinka usein he pikaruokaa söivät. Pikaruokan käytön määrä riippui ihmisestä, hänen elämäntilanteestaan ja mieltymyksistään.

”Vähintään kerran kuukaudessa. Jos sitä syö paljon, ei se ole niin hyvää, jos syö harvemmin, niin maistuu paremmalta.”(18-vuotias, nainen)

”Vältän nykyään pikaruokaa, ei tule syötyä niin paljon. Elämäntilannekin vaikuttaa, kun on pieni lapsi ja mies.”(24-vuotias, nainen)

”Yksi tai kaksi kertaa viikossa, ei välttämättä joka viikko, riippuu viikosta.”(48-vuotias, nainen)

”Paljon tulee syötyä. Se on niin nätti valmista. Jos yksinkin on kotona, niin ei tule kokattua ruokaa, vaan ostan valmista. Jos ei ole jääkaapissa mitään valmista, niin minä käyn hakemassa sen valmiin ruoan jostain. Pääsee paljon vähemmällä.”(65-vuotias, mies)

Kysyttäessä, mihin aikaan pikaruokaa tulee syötyä, tuli jo eroja ikäluokkien välillä. Noin 18-vuotiaissa ja noin 25-vuotiaissa nautittiin pikaruokaa iltapäivällä, illalla ja yöllä. Ajankohta riippui siitä, millaisia menoja oli. Pikaruokaa syötiin koulusta tai töistä päästyä ja baari-illan jälkeen teki usein mieli pikaruokaa. Vanhemmissa ikäryhmissä pikaruokan syöminen jäi ilta-päivään ja iltaan. He söivät normaalisti pikaruokaa töiden jälkeen.

”Alkuiltä, töitten jälkeen ja joskus yöllä baarin jälkeen.” (28-vuotias, mies)

”Iltapäivällä yleensä, kolmen neljän aikoihin.” (45-vuotias, nainen)

Kaikki haastateltavat pitivät kotiruokaa parempana vaihtoehtona verrattuna pikaruokaan. Kiireinen elämänrytmi ja väsymys olivat suurin syy, miksi pikaruokaa suosittiin kotiruokan sijasta. Tämä oli yleisintä töissä käyvien keskuudessa, koska töiden jälkeen halusi pikaisesti saada jotain ruokaa suuhun ja pikaruoka oli tähän paras vaihtoehto.

”Vähän vaihtelee jaksako töitten jälkeen. Silloin ostan pikaruokaa, kun ei jaksakaan mennä kauppaan ostamaan tarvikkeita ja on kova nälkä eikä jaksaa odottaa ruokaa.”(25-vuotias, nainen)

Naiset tekivät mieluummin itse ruokansa joka ikäluokissa, koska heidän itsetuntonsa nousi ja he tunsivat näin itsensä tärkeäksi, jos vielä heidän laittamaansa ruokaa keuhuttiin herkulliseksi. Haastatteluissa nousi myös esille se, että kun itse laittaa ruokaa, niin tietää mitä se sisältää ja näin saa syödä turvallisesti ilman pelon tunnetta. Useissa pikaruodoissa oli vanhempien naisten mielestä paljon lisäaineita ja tärkeitä ravintoaineita puuttui, koska pikaruoka valmistetaan suurimmaksi osaksi teollisesti.

”Itse teen mieluummin, tietää mitä siihen on laittanut. Naisen itsetunto vähän nousee, kun itse tekee ja toiset kehuu, että oletpa laittanut hyvää ruokaa.”(48-vuotias, nainen)

Noin 18-vuotiaat nostivat pikaruokan kalliin hinnan esille, koska he ovat opiskelijoita ja heillä ei yleensä ole varaa syödä pikaruokaa usein. Kotiruoka oli heidän mielestä parempaa ja kotona pystyi kokeilemaan paremmin uusia ruokia. Pikaruokapaikoissa he söivät samoja hyviksi havaittuja annoksia, koska muuten rahat menisivät hukkaan, jos uusi pikaruoka-annos ei olisi-kaan hyvää.

”Mieluummin teen itse, koska kotiruoka on aina parempaa kuin pikaruoka ja täyttää paremmin ja maistuu paremmalta. Tulee henkilökohtaisesti parempi mieli, kun tekee itse ruokaa eikä käy pitsalla, koska se maksaa pirusti.”(18-vuotias, nainen)

”Pikaruokapaikoissa on aina sitä samaa pöperöä, kotiruokaa kun tekee, voi kokeilla jotain uutta.”(18-vuotias, nainen)

7.3.3 Pikaruokan terveellisyys

Pikaruokan terveellisyydestä oltiin montaa eri mieltä. Kaikissa ikäluokissa naisten kiinnostus pikaruokan terveellisyyttä kohtaan oli suurempi kuin miesten. Miesten vastauksista saattoi päätellä, että heidän ruokavalintoihinsa ei paljon vaikuttanut se, oliko ruoka terveellistä.

”Ostopäätöksiin ei kyllä vaikuta millään tavalla, onko pikaruoka terveellistä vai ei”
(65-vuotias, mies)

Terveellisyyttä oli haastateltavien mielestä vaikea määritellä. Vastauksena oli usein, että se riippuu ruoasta. Haastateltavat olivat sitä mieltä, että osa pikaruoista on epäterveellisiä ja osa taas yhtä terveellistä kuin kotiruokakin. Yleisesti ottaen pikaruokaa pidettiin kuitenkin melko epäterveellisenä. Monet kokivat pikaruonan lihottavana ja jopa hieman vastenmielisenä. Vastauksista kävi ilmi, että pikaruokaa ei ole hyvä syödä päivittäin tai muutenkaan liian usein. Haastateltavat tiesivät itsekkin, että heidän syömänsä pikaruoka ei ole läheskään aina terveellistä. Sillä hetkellä, kun pikaruokaa syödään, terveellisyyden miettiminen ei ole heidän mielestään tärkeää. Haastateltavien mielestä harvoin syöty epäterveellinen pikaruoka ei ole pahasta, jos muulloin syö terveellisesti ja ruokailuajat ovat säännöllisiä.

Noin 18-vuotiaat ajattelivat terveellisyysnäkökulmaa suppeammin kuin muut. Heidän terveellisyysnäkökulmansa keskittyi lähinnä siihen, kuinka lihottavia ja kaloripitoisia pikaruokat ovat. Eniten haastateltavat olivat huolissaan siitä, että paino nousee, jos syö paljon pikaruokaa. Heillä pikaruonan määrittely keskittyi muutenkin lähinnä yksipuolisiin ja rasvaisiin ruokiin.

”Kun puntarilla käy huomaahan sen. Eihän sitä muualla huomaa kuin tuossa mahanseudulla.” (18-vuotias, nainen)

Vanhemmissa ikäluokissa pikaruonan terveellisyyttä mietittiin syvällisemmin ja vastauksista kävi ilmi, että pikaruonan terveellisyyteen voi vaikuttaa parhaiten itse valitsemalla terveellisemmät annokset. Terveellisyyttä mietittiin myös muulla tavoin kuin pelkkien kaloripitoisuuksien avulla.

”Ei pikaruoka tarkoita aina sitä, että se on epäterveellistä.” (24-vuotias, nainen)

”Hesen ateriaan kannattaa sitten ottaa light cokis ja ranskalaiset vaihtaa salaattiin, niin ei tule niin kauhean epäterveellistä.” (25-vuotias, nainen)

”Monen pikaruonan kanssa tulee salaattia ja kasviksia, kun ei niitä yleensä tuu muuten syötyä.” (65-vuotias, mies)

Kysyttäessä haastateltavilta seuraavatko he kalorimääriä, kun ostavat pikaruokaa, kaikissa ikäluokissa kalorimääriä katseltiin. Kenenkään pikaruokaruokavalintoihin se ei silti vaikuttanut

paljon. Haluttiin vain tietää, mitä annokset sisältävät ja kuinka paljon kaloreita tai lisäaineita niissä oli. Terveellisestä pikaruoasta ei osattu antaa paljon esimerkkejä. Salaatit ja kolmioleivät tulivat ensimmäisinä mieleen osalle haastateltaville, mutta yleensä vastauksena oli, että terveellistä pikaruokaa on, mutta esimerkkejä ei silti keksitty.

”Salaatit ainakin on terveellisiä, niitä en kyllä itse paljon syö.” (18-vuotias, nainen)

”Onko niitä terveellisiä? No kyllähän nämä ruukut ja salaattiannokset. En kyllä muuta keksi.” (72-vuotias, nainen)

7.3.4 Pikaruoan mainonta

Kaikki ikäluokat olivat nähneet pikaruokamainoksia jossain mediassa. Esimerkkeinä haastateltavilla tuli mieleen tarjouskupongit, kaduilla mainoskyltit, tv:n mainokset ja lehtien mainokset. Ensimmäisenä tuli mieleen heillä Hesen, McDonaldsin ja Saarioisten mainokset. Haastateltavat myönsivät kiinnittävänsä huomiota pikaruokamainoksiin, koska niitä tulee niin paljon joka paikassa ja niiltä ei voi kukaan välttyä.

”Ainakin Hesen, Kotipizzan ja Mäkkärin mainokset on tuolla kaduilla ja niissä on aina mehevännäköiset hampparit, hirveänä hinnat korostettuna.”(18-vuotias, mies)

”Ikävä maanantaina katsoa maikkarilta illalla mainoksia, kun alkaa tekee mieli, kyllä niihin kiinnittää huomiota paljon.”(25-vuotias, nainen)

”Hampurilaisketjuilta tulee niitä lappuja ja tarjouksia, niin ja tv:ssä ja lehdissä mainostetaan paljon.”(65-vuotias, mies)

Kysyttäessä mainosten vaikutusta ostopäätöksiin kukaan haastateltavista ei myöntänyt mainoksien vaikuttavan niin, että heti pitäisi lähteä ostamaan mainostettua tuotetta. Jos mainos kuitenkin oli houkutteleva, osa myönsi sen vaikuttavan ja saavan heidät ostamaan kyseisen tuotteen. Monet sanoivat käyttävänsä tarjouskuponkeja ja ne saivat ostamaan tuotteita, koska niillä sai halvemmalla.

”Sillä hetkellä alkaa tekemään mieli tuotetta, kun näen sen, mutta ei saa aina tekemään ostopäätöstä.”(18-vuotias, nainen)

”Kyllä me noita Hesen alennuskuponkeja käytetään. Jos Hesessä on mainos kanatorillasta niin saa ostamaan, kun se on aina välillä myynnissä ja se on hyvää.”(25-vuotias, nainen)

”Kyllä minä joskus hurahdan mainosten perään, jos on houkuttelevan näköinen. Helposti lähtee silloin kokeilemaan.”(40-vuotias, nainen)

”Ei kyllä vaikuta ostopäätöksiin, ei olla mainosten orjia.”(67-vuotias, nainen)

Noin 18-vuotiaat eivät olleet kiinnostuneet uusista tuotteista ja niiden mainoksista. He eivät halunneet kokeilla uusia aterioita, koska sanoivat valitsevansa aina saman hyväksi havaitun annoksen, kun menevät pikaruokaa ostamaan. Tämä takasi heille, että rahat eivät menisi hukkaan. Uuden ennen kokeilemattoman aterian kohdalla näin saattaisi käydä, jos ateria ei vastaisikaan heidän odotuksiaan.

”En minä ainakaan mene sen takia, kun on nähnyt tv:ssä ihanannäköisen hampurilaisen, että menenpä heti ostamaan sen. Menen sen takia, että tekee mieli ja aina se on sama juustoateria ja kurkkumajoneesi. Ei sitä halua kokeilla mitään muuta.”(18-vuotias, nainen)

Pikaruokan terveellisyyttä esiin nostavia mainoksia kaikilla ei ollut niin helppo löytää. Esimerkkejä terveellisemmästä pikaruokasta jokainen ikäryhmä kuitenkin löysi. Esimerkkeinä tuli mieleen kotzone Kotipizzasta, uudet pussikeitot, ruishampurilainen ja Subwayn patongit. Naiset olivat huomattavasti enemmän kiinnittäneet huomiota terveellisiin mainoksiin.

”Ainakin uusissa pussikeitoissa, ne on niin terveellistä ja tälleen näin. Jos ne on pikaruokaa tai periaatteessahan ne on.”(24-vuotias, nainen)

”Kotzone Kotipizzasta, siinä on vähemmän rasvaa, tuli telkkarissa.”(25-vuotias, nainen)

”Kyllä, sanotaan, että on vähemmän rasvaa ja kaloreita.”(48-vuotias, nainen)

Michet eivät olleet kovin kiinnostuneita terveellisyys näkökulmasta, joten he eivät olleet kiinnittäneet sellaisiin mainoksiin kovin paljon huomiota.

”Ei mua kiinnosta ollenkaan. Eilen söin kebabin, eikös se terveellistä?”(28-vuotias, mies)

”Ei niissä tuoda paljon terveellisyyttä esiin, tai en ole ainakaan niin paljon kiinnittänyt huomiota.”(65-vuotias, mies)

Pikaruokamainoksia haastateltavat eivät pitäneet kovin harhaanjohtavina. Tuote oli monien mukaan samanlainen, mitä mainoksessa luvattiin. Kaikki ikäluokat olivat asiasta samaa mieltä. Kuitenkin he olivat kiinnittäneet huomiota, kuinka erinäköisiä mainosten tuotteet olivat verrattuna todellisiin tuotteisiin. Suurin esimerkki oli hampurilaiset, jotka näyttivät mainoksissa paljon paremmilta ostettuun hampurilaiseen verrattuna. Monet sanoivat, että mainoksia tulee liikaa joka mediasta, joten niihin ei enää kiinnitä paljon huomiota.

”Hampparit on vaan pahemmännäköisiä, kun ottaa sieltä kotia, ne on litistyneitä.”(28-vuotias, mies)

”Ei se oikeastaan ole harhaanjohtavaa, se tulee nopeasti ja pikaisesti, niin kuin sano taankin. Sen saa äkkiä eikä se ainakaan siinä mielessä johda mihinkään harhaan.”(67-vuotias, nainen)

Haastattelun lopussa kysyttiin, onko haastateltavilla jotain sanottavaa pikaruosta, ja monet sanoivatkin kommentin pikaruokaa koskien. Kommentit olivat kaikki samantyyllisiä, että ihmiset tarvitsevat pikaruokaa ja haluavat välillä nauttia sitä ilman omantunnontuskia. Kaikkien mielestä pikaruoka oli hyvä juttu ja sitä myös tarvitaan tulevaisuudessa.

”Pikaruokaa tarvitaan suomalaisten kulttuurissa.”

”Piristävä juttu, ei aina tarvitse syödä samaakaan kotiruokaa.”

”Thanaa, että on pikaruokia olemassa.”

7.4 Yhteenveto

Ikäryhmien välillä eniten vaihteluita tuli pikaruokakäsitteen ymmärtämisestä. Vanhemmat ajattelivat pikaruokaa laajempaan käsitteeseen kuin nuoremmat. Pikaruokaa syötiin useimmin silloin, kun ei jaksanut itse laittaa ruokaa tai oli kiire eikä ehtinyt valmistaa ruokaa.

Haastateltavat olivat omissa ikäryhmissään suurin piirtein samanikäisiä, mutta heidän vastauksiinsa vaikutti silti paljon se, minkälaisessa elämäntilanteessa he olivat. Yksineläjät käyttävät pikaruokaa enemmän kuin lapsiperheet, ja nuoremmat enemmän kuin vanhemmat ihmiset. Haastatteluista muodostui joka kerta erilaisia riippuen ikäryhmistä, sillä vanhemmille haastattelu oli hyvin erilaista tehdä kuin kaikista nuorimmalle ikäryhmälle.

Haastattelut onnistuivat mielestämme melko hyvin, mutta haastatteluihin vaikutti se, että haastattelijat ja haastateltavat olivat kokemattomia tällaisissa tilanteissa. Haastatteluissa olisi saattanut myös tulla erilaisia näkökulmia, jos haastateltavia olisi ollut enemmän. Lisäksi ainakin ensimmäisissä haastatteluissa haastateltavia johdateltiin hieman lisäkysymyksillä.

Jos haastatteluryhmät olisivat olleet isompia, haastateltavat olisivat voineet puhua toistensa päälle tai hiljaisimmat eivät olisi välttämättä saaneet mielipiteitään sanottua. Tästä syystä oli hyvä, että haastateltavat haastateltiin yksin, kaksin tai kolmen hengen ryhmissä. Näin kaikkien mielipiteet pääsivät kuuluviin ja haluttuihin kysymyksiin saatiin vastaukset kaikilta henkilöiltä.

Haastattelujen teemat olisi ollut hyvä kertoa etukäteen haastateltaville, jotta he olisivat osanneet valmiiksi miettiä niitä. Nyt haastateltavat keksivät usein vasta haastattelun jälkeen enemmän esimerkkejä pikaruokille ja sen terveellisille vaihtoehdoille sekä mainontaan uudenlaisia näkemyksiä.

Joillakin haastateltavilla myös haastattelun nauhoittaminen vaikutti vastauksiin. Haastateltaville kuitenkin kerrottiin, että nimiä ei julkaista, vaan ainoastaan ajatuksia. Varsinkin kaikkein vanhimmat haastateltavat olivat hieman hermostuneita videokameran ollessa päällä. Tämän huomasi muun muassa heidän eleistään ja liikkeistään. Lisäksi tuntui, etteivät he uskaltaneet kertoa kaikkia ajatuksia, koska ne nauhoitettiin.

8 POHDINTA

Suomalaiset ovat omaksuneet hyvin muualta maailmasta levinneen pikaruokakulttuurin. Suomalaisten on ollut helppo ottaa vastaan uusia tuotteita, koska Suomen ruokakulttuuri on muuttunut koko ajan. Pikaruoka ei ole ollut tässä asiassa poikkeustapaus. Tästä syystä tunnetuimpien pikaruokaketjujen paikkoja löytyy joka kaupungista ja kylmältaat pursuavat erilaisista valmisruoista.

Pikaruogan suosio tuskin tulee ainakaan vähenemään tulevaisuudessa. Tämän vuoksi ei tulisi olemaan yllätys, jos Suomeen leviäisi maailmalta tulevaisuudessakin uusia pikaruokatrendejä. Näistä tuotteista sitten muokkaisimme omaan makutottumukseen sopivia versioita. Todennäköisesti näin juuri tulee käymään, koska pikaruokateollisuus kehittyy koko ajan ja tarvitsee uusia tuoteideoita. Ihmiset myös kyllästyvät nopeasti vanhoihin tuotteisiin ja tarvitsevat vaihtelua.

Pikaruogan vetovoimaksi voidaan laskea helppous ja vaivattomuus. Kun ruoanvalmistus on tehty niin helpoksi puolivalmisteiden ja valmistuotteiden avulla, monet miettivät, miksi he tekisivät enää itse ruokansa vaikeamman kautta. Ruoanvalmistukseen menee paljon aikaa ja ruoan saa pikaruokaa käyttäen nopeasti pöytään ja säästetyn ajan voi käyttää johonkin muuhun. Tämä voi johtua myös ihmisten kiireisestä elämänrytmistä tai sitten ihmiset ovat tulleet vain laiskemmaksi ruoanvalmistuksen suhteen. Useat syyt ovat ajaneet suomalaiset ihmiset pikaruogan suurkuluttajaksi ja ottamaan pikaruokakulttuurin osaksi omaa ruokakulttuuriaan.

Koska terveellisyys on noussut tänä päivänä yhdeksi puheenaiheeksi, ihmiset ovat huomanneet epäterveellisen ruoan haittavaikutukset, kuten esimerkiksi lihomisen. Tästä syystä he haluavat panostaa terveellisempään elämäntapaan. Epäterveellisen pikaruokavaihtoehdon rinnalle on tuotu terveellisempi vaihtoehto. Tämä on antanut syyn pikaruokavalmistajille siirtää vastuu kuluttajalle, millaista ruokaa hän valitsee ja syö. Kun on mahdollisuus valita terveellisempi pikaruoka-annos, ei voi syyttää muita kuin itseään, jos valitsee sen rasvaisimman ja energiapitoisimman annoksen.

Pikaruokakulttuuri kehittyy kokoajan. Pikaruokateollisuudessakin kannattaisi alkaa miettiä, millä tavalla pikaruoka vaikuttaa suomalaiseen ruokakulttuuriin ja kansantervey-

dellisiin ongelmiin. Onko siis vastuu pikaruokateollisuudella vai kuluttajalla, kun puhutaan pikaruoan haittavaikutuksista ihmisten terveyteen. Vastuu on kannettava kummankin omalta osaltaan ja panostettava terveellisempään elämäntapaan.

Pikaruoan terveellisyys on tänä päivänä paljon esillä eri medioissa ja asiasta löytyy erilaisia mielipiteitä. Media on nostanut pikaruoan esille huonona vaihtoehtona. Esimerkiksi nuorten pikaruoan syöminen ja tämän vaikutukset heidän terveyteensä on ollut yksi puheenaihe. Tämän vuoksi pikaruokamarkkinoilla pärjätäkseen pikaruokaketjut ovat alkaneet panostamaan pikaruoan terveellisyyteen ja varsinkin tämä näkyy heidän mainonnassaan. Nykyään monet pikaruokaketjut ovat internet-sivuilleen laittaneet tarjoamansa annosten energia- ja ravintoainneiden määrät. Tämä on hyvä keino saada ihmiset tajuamaan, mitä pikaruoka sisältää ja miten paljon ylimääräistä he todellisuudessa syövät. Vaikuttaako tämä sitten ihmisten päätöksiin mitä he ostavat ja syövät, sitä ei tiedetä varmaksi. Ainakin se saa ihmiset ajattelemaan asiaa ja mahdollisesti valitsemaan terveellisempiä vaihtoehtoja.

Ihmiset seuraavat nykyään paljon tarkemmin kuin ennen, millaista ruokaa syövät. Tämän vuoksi tutkimus pikaruoan terveellisyydestä herätti meidän mielenkiintomme. Halusimme tutkia, onko pikaruoka niin epäterveellistä kuin väitetään vai onko mahdollista saada terveellistä pikaruokaa. Pikaruosta tai sen terveellisyydestä emme löytäneet aikaisemmin tehtyjä tutkimuksia ja teoriaakaan ei löytynyt kovin paljon. Tämä johtuu varmaan osaksi siitä, että pikaruokaa on vaikea luokitella omaksi ryhmäkseen, koska ylipäätään sen määrittäminen on vaikeaa.

Pikaruoan määrittely oli vaikeaa, koska se on niin laaja käsite nykypäivänä. Tämän huomasi tämän opinnäytetyön teemahaastatteluissa, koska haastateltavat eivät kaikki ajatelleet pikaruokaa laajana käsitteenä, vaan ainoastaan pitsoina ja hampurilaisina. Kukaan ei ole oikeassa tai väärässä määriteltäessä pikaruokaa, koska tähän kysymykseen ei löydy yhtä ja ainoaa oikeaa vastausta. Ennen pikaruoka oli hampurilaisia, ranskalaisia ja pitsoja, mutta nykyään se voi olla mitä vaan pikaisesti saatavaa ruokaa. Lisäksi sen tarjonta on laajentunut ja monipuolistunut. Tarjonnan lisääntyminen johtuu siitä, että myös erilaisten pikaruokien kysyntä on kasvanut. Pikaruokayrittäjät ovat huomanneet, että laajentamalla valikoimiaan, he saavat asiakkaiksi myös ihmisiä, jotka eivät ennen ole käyttäneet pikaruokia. Uusia tuotteita kehitellään koajan vanhempien jo hyväksi havaittujen tuotteiden rinnalle.

Oli yllättävää huomata, kuinka paljon eroja pikaruoka-aterioissa todellisuudessa on. Joissakin tutkimissamme pikaruoka-aterioissa energiansaanti ja ravintoainemäärät menivät paljon yli lounaan ja jopa päivän suositusten. Tämä sai ajattelemaan, miksi ihmiset syövät noita aterioita ja eivät ajattele sen terveysvaikutuksia? Usein ei ajatella esimerkiksi, kuinka paljon ateria sisältää suolaa tai kuinka paljon siinä on kaloreita. Välttämättä sitä ei halutakkaan tietää, koska moni pikaruoka-annos saattaisi jäädä syömättä.

Saimme erilaisia näkemyksiä pikaruosta eri-ikäisiltä ihmisiltä teemahaastattelujen avulla. Teemahaastattelut onnistuivat mielestämme melko hyvin, ja haastateltavat suhtautuivat haastatteluihin avoimin mielin. Haastattelusta käy hyvin ilmi se, kuinka pikaruokaa pidetään huonona ja epäterveellisenä ruokana. Tätä käsitystä on hankala muuttaa, mutta pikaruokateollisuus pyrkii kokoajan lisäämään tuotteita ja tekemään niistä entistä terveellisempiä. Tämä osaltaan on vaikuttanut pikaruogan imagoon ja kuluttajat ovat huomanneet myös terveellisemmät pikaruokavaihtoehdot.

Itse saimme tietoa pikaruosta ja sen terveellisyydestä yllättävän paljon. Tutkimustehtävämme muuttui tutkimuksen edetessä muutama kertaan. Haastavinta tutkimuksen tekemisessä oli tutkimustehtävän selventäminen, sillä meillä ei ollut erikseen toimeksiantajaa. Tulevaisuudessa tutkimustamme voi hyödyntää opetuksessa ja pikaruokaa koskevissa tutkimuksissa. Meille tutkimus antoi paljon uutta tietoa ja sai ajattelemaan pikaruokateollisuudesta erilailla. Ennen ajatusmaailmamme oli suppeampi, mutta tutkimuksen edetessä opimme ajattelemaan pikaruokaa laajempänä käsitteenä. Näitä tutkimuksen tietoja voimme käyttää hyväksi tulevaisuudessa niin työelämässä kuin vapaa-ajallakin.

LÄHTEET

- Blomberg, A. 2007. Terveellinen syöminen on monen tekijän summa. Uutispäivä demari. Saatavilla: <http://www.demari.fi/Article.jsp?article=9143> (Luettu 14.11.2007)
- Carrols. 2007. Historia. Saatavilla: <http://www.carrols.fi/fi/historia> (Luettu 20.11.2007)
- Chong, J. 2006. Fast-foodrestaurants play a role in obesity. Saatavilla: <http://web.ebscohost.com/ehost/details?vid=12&hid=14&sid=f776fe37-d480-4905-868> (Luettu 11.10 2007)
- Goff, K. 2007. Banning junk food isn't the answer to curbing obesity. USA Today 2007. Saatavilla: <http://web.ebscohost.com/ehost/delivery?vid=15&hid=101&sid=7caabc65> (Luettu 14.11.2007)
- Hirsijärvi, S. & Hurme, H.2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki:Yliopistopaino.
- Honkaniemi, L. 2006. Lapsiperheiden kohtaama epäterveellisen ruoan mainonta puhuttaa Ruotsissa. Saatavilla: http://www.nutriciababy.fi/ajankohtaista/uutiset/fi_FI/2006_07_27_mainonta/ (Luettu 20.11.2007)
- Hyytiäinen, H. 2004. Shell vastaa kasvavan pikaruuan kysyntään. Saatavilla: <http://www.shell.com/home/PrintFramework?siteId=fi-fi&FC3=/home/fi-fi/html/iwge> (Luettu 11.10.2007)
- Jallinoja, P. & Mäkelä, J. 2007. Kuka on vastuussa ylipainosta? Yhteiskuntapolitiikka, 72 (1). 88-93.
- Koivisto, H. 2007. Kuluttaja vaatii ruoalta terveellisyyttä ja helppoutta. Kainuun sanomat.
- Kovalainen, A. 2004. Mitä laadullinen tutkimus on? Saatavilla: www.tukkk.fi/tjt/OPETUS/YLM/tjt2004 (Luettu 8.1.2008)
- Kuntoplus. 2007. Vähemmän ruokaa, enemmän liikuntaa. Saatavilla: <http://www.iform.nu/Crosslink.jsp?p=bohpd&d=199&a=290> (Luettu 4.1.2008)
- Kuluttajavirasto. 2007. Kuluttajakasvatus. Saatavilla: <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/73a76537-54dc-451c-8c1d-a9c636d05bd0.aspx> (Luettu 22.11.2007)
- Kylliäinen, S. & Lintunen, M. 1998. Ravitsemus ja terveys. Helsinki: Wsoy.

- Lapveteläinen, A. 2004. Mitkä tekijät vaikuttavat ruokavalintoihimme? Saatavilla:
http://www.uku.fi/yliopistolehti/arkisto/0204/ruokavalinnat_0204.htm
 (Luettu 20.9.2007)
- Mustonen, R. 2004. Mitä syömmme vuonna 2020? Saatavilla:
<http://www.maitojaterveys.fi/index.php?id=91> (Luettu 23.11.1007)
- Mäkelä, M. 2002. Onko pikaruoka roskaruokaa? Saatavilla:
http://www.diabetes.fi/sivu.php?artikkeli_id=228 (Luettu 18.9.2007)
- Mäkelä, M. 2005. Näin valitset kevyttä pikaruokaa. Saatavilla:
http://www.fitness.fi/ravinto/_a9498/nain+valitset+kevytta+pikaruoka
 (Luettu 18.9.2007)
- Parkkinen, K. & Serti, P. 2003. Ruoka ja ravitsemus. Keuruu: Otava.
- Partanen, H. 2006. Olet mitä syöt. Helsinki: Werner Söderström Oy.
- Pikaruoka. 2003. Saatavilla: <http://www.ravintolaopas.net/fi/artikkeli.asp?newsID=25825>.
 (Luettu 20.9.2007)
- Raitanen, M. 2005. Terveellinen ateriakokonaisuus. Saatavilla:
<http://www.yliopistonapteekki.fi/displayArticle.do?articleId=2042>
 (Luettu 12.11.2007)
- Salomaa, J. 2007. Suomalainen ruokamainonta on tyylikästä, mutta reilua. Saatavilla:
<http://www.demari.fi/Article.jsp?article=8822&category=12&main=12>
 (Luettu: 6.1.2008)
- Schlosser, E. 2002. Pikaruokakansa. Helsinki: Wsoy.
- SFS-Ympäristömerkintä. 2006. Jousenmerkki –tulevaisuuden tekijä. Saatavilla:
<http://www.ymparistomerkki.fi/index.phtml?s=2> (Luettu 20.11.2007)
- Sihvonen, L. 2006. Pikaruokaa kyllästymispisteeseen. Markkinointi & Mainonta.
- Sitra. 2005. Suomalainen ruoka edustaa puhdasta ja kevyttä skandinaavista ruokakulttuuria. Saatavilla: <http://www.sitra.fi/fi/Ajankohtaista/tiedote-2005-7-13.htm> (Luettu 15.11.2007)
- Sillanpää, M. 1999. Happamasta makeaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Syrjälä, L, Ahonen, S, Syrjäläinen, E, Saari, S.1994. Laadullisen tutkimuksen työtapoja. Helsinki:Kirjayhtymä Oy.
- Mäkelä, M., Palojoiki, P. & Sillanpää, M. 2003. Ruisleivästä pestoon. Porvoo: Wsoy.
- Tainio, R.. 2005. Kuluttajaliitto. Suomalaiset ruokatottumukset. Saatavilla:
<http://www.elamanlaatu.net/Artikkeli%20Suomalaisten%20ruokatottumukset.htm>
 (Luettu 16.11.2007)

Uranus. 2006. Pikaruokaa ruokatunnille. Saatavilla:

<http://www.uranus.fi/yrityksyyys/ideat/open.php?SESSIONID=4310d365f662cd9286e00fa38bff5b45&id=21583> (Luettu 23.11.2007)

Valtion ravitsemusneuvottelukunta. 2005. Suomalaiset ravitsemussuosituksset. Helsinki:

Edita Prima

Teemahaastattelut

Vastaajan taustatiedot

Sukupuoli

Ikä

Koululainen, opiskelija, työelämässä vai eläkkeellä

TEEMA 1

Pikaruogan määrittely

Selitä pikaruoka–sana omin sanoin. Mitä se mielestäsi tarkoittaa?

Mikä on mielestäsi pikaruokaa? Esimerkkejä.

TEEMA 2

Oma suhde pikaruokaan

Oma mielipide pikaruokaan

Kuinka usein syöt pikaruokaa?

Teetkö mieluummin itse ruokaa vai ostat pikaruokaa? Miksi?

TEEMA 3

Pikaruogan terveellisyys

Mielipiteet / kokemukset

Onko pikaruoka mielestäsi terveellistä vai epäterveellistä?

Ostatko mieluummin terveellistä vai rasvaista ja energiapitoista pikaruokaa? Onko väliä?

Otatko selvää miten paljon ostamasi pikaruoka-annos sisältää kaloreita jne.? Miksi, miksi ei kiinnosta?

TEEMA 4

Pikaruokamainonta

Mielipiteet / kokemukset

Oletko nähnyt pikaruokamainoksia? Missä?

Vaikuttavatko mainokset ostopäätöksiisi pikaruogan suhteen? Miksi, miksi ei?

Tuodaanko mielestäsi nykyään pikaruokamainoksissa enemmän terveellisyyttä esiin kuin ennen? Jos tuodaan, niin miten?

Onko mielestäsi pikaruokamainonta harhaanjohtavaa ja totuudenvastaista? Miksi, miksi ei?