

A photograph of a delivery person from behind, wearing a purple jacket and a large red insulated delivery bag. They are walking on a city street with cars and pedestrians in the background. The scene is brightly lit, suggesting daytime.

RAVINTOLOIDEN NOUTORUOKA JA KOTIIN TUODUT ANNOKSET KYSELYTUTKIMUS HOSPITALITY-KEHITYSPANEELISSA 4/2021

SISÄLLYSLUETTELO

	Sivu
• Yhteenveto päätuloksista	3–4
• Tutkimuksen tavoite ja toteutus	5–6
• Tutkimuksen vastaajat	7
Päätulokset	
• Itse noudettujen ja kotiin kuljetettujen ruoka-annosten käyttö	9
• Käytetyimmät tilauskanavat	10
• Tuotteiden vastaaminen ennakko-odotuksiin	11
• Annosten vaikutus ravintolan mielikuvaan	12
• Yleisimmin tilatut ravintola-annokset	13
• Käytetyimmät valintaperusteet annoksille	14–15
• Arviot ja kehitysideat ruoka-annosten pakkauksiin	16–17
• Rahalle vastinetta-tunne saadusta palvelusta	18
• Ravintolapalvelujen suosittelu	19
• Ravintolapalvelujen käyttö tulevaisuudessa	20
• Ravintolapalvelujen kehittäminen	21–22



Liite: Hospitality-kehityspaneeelin kuvaus

YHTEENVETO PÄÄTULOKSISTA 1(2)

Itse noudetun ja kotiin kuljetetun ruoka-annosten käyttö: Itse noudettua ravintolaruokaa on käyttänyt yli 74 % panelisteista. Noin joka kymmenellä ei ollut vielä lainkaan kokemusta, kokeilevia oli lähes samana verran (13 %). Kotiin tai työpaikalle kuljetettua ravintolaruokaa on tilattu jonkin verran vähemmän (70 %) kuin itse haettua ruokaa. Joka viidellä osalla vastaajista ei ollut lainkaan kokemusta kotiin kuljetetusta ravintola-annoksista. Joka kymmenes vastaaja oli kokeillut.

Käytetyimmät tilauskanavat olivat: Yleisimmät tavat tilata itse noudettua ravintolaruokaa ovat menemällä ravintolaan (59 %), puhelimitse ravintolasta (27 %) ja tilaamalla tuote ravintolan omasta verkkokaupasta (24 %) tai Woltin kautta (22 %). Kotiin tai työpaikalle toimitettua ravintolaruokaa tilataan yleisimmin kahden yrityksen kautta: Woltin (50 %) ja Foodoran (30 %).

Tuotteiden vastaaminen ennako-odotuksiin: Suurimmalle osalle vastaajista (50–70 %) ravintolatuotteet olivat vastanneet niille asetettuja tavoitteita. Itse noudettu ravintolaruoka vastasi jonkin verran paremmin ennako-odotuksia kuin kotiin tuotu ravintola-annos. Kotiin tai työpaikalle tuotu annos oli ollut pettymys noin joka kolmannelle tilaajalle.

Annosten vaikutus ravintolan mielikuvaan: Suurimmalle osalle vastaajista (60–65 %:lle) ostetuilla ravintolatuotteilla ei ollut vaikutusta sitä ravintolaa kohtaan, josta ruoka haettiin tai josta ruoka tuli. Noin joka neljännelle vastaajalle itse noudettu ravintola-annos paransi ravintolamielikuvaa. Noin 15 %:lle vastaajista kotiin toimitettu ravintola-annos oli ollut pettymys ja siten heikentänyt ravintolan mielikuvaa.

Yleisimmin tilatut ravintola-annokset: Tyypillisimmin ravintoloista noudetaan tai tilataan pizzaa, sushia, hampurilaista ja jotain aasialaista. Itse noudetuissa annoksissa korostuvat sushi ja hampurilainen. Kotiin tuoduissa annoksissa korostuvat jonkin verran salaattiruokat.

Käytetyimmät valintaperusteet annoksille (avoin kysymys): Itsenoudetuissa annoksissa tärkeimmät valintaperusteet ovat ravintolan sijainti ja sen maine, tuttuus. Kotiin tuoduissa tilauksissa tärkeimmät valintaperusteet ovat mielihalu, ravintolan maine, tuttuus ja ruoan maku sekä palvelun helppous.

Käytetyimmät valintaperusteet kotiin tuoduille annoksille: Tyypilliset valintaperusteet ovat palvelun hyvä hinta-laatusuhde (87 %), ruoka-annoksen hyvä maku (85 %), hyvät aikaisemmat kokemukset (74 %) ja ravintolan maine (69 %) sekä tilauksenteon helppous (62 %) ja kuljetuksen kestävyys (56 %).



YHTEENVETO PÄÄTULOKSISTA 2(2)

Arviot ja kehitysideoita ruoka-annosten pakkauksista

Ruoka-annoksen pakkaukset arvioitiin kohtalaisiksi (ka. 3,1–3,5 asteikolla 1–5). Eniten kritiikkiä annettiin pakkausten ekologisuudesta ja lämmönpitokyvystä. Toisaalta joka viides arvioi pakkausten turvallisuuden erinomaiseksi. Yleisimmät pakkausten kehitysehdotukset liittyivät jätteen määrän vähentämiseen, lämmönpitokyvyn kehittämiseen, muovin vähentämiseen ja pakkausten tiiveyden parantamiseen.

Rahalle vastinetta – tunne saadusta palvelusta

Rahalle vastinetta -tunteessa itse noudettu ravintola-annos arvioitiin selvästi paremmaksi kuin kotiin tuotu annos. Noin 80 % vastaajista arvioi itse noudetun palvelun melko hyväksi tai erinomaiseksi. Kotiin tuodun ruoka-annoksen osalta melko tai erittäin hyvän arvion antaneita oli 56 %. Joka viides vastaaja oli jonkin verran pettynyt kotiin tuotuun annokseen.

Ravintolapalvelujen suositteleminen

Itse noudettua ravintola-annospalvelua suosittelisi lähes 85 % vastaajista (ka. 4,1), joka on hyvä tulos. Kotiin tuotua annosta suosittelisi ystäville noin 70 % vastaajista (ka. 3,7). Joka kymmenes vastaaja ei varmasti suosittelisi kotiin tuotua annosta ystäville.

Ravintolapalvelujen käyttö tulevaisuudessa

Tulevaisuudessa, koronaepidemian jälkeen noin puolet vastaajista aikoo tilata itse haettuja tai kotiin tuotuja ruoka-annoksia nykyisellä tavalla. Kotiin tuotujen annosten tilaamista aikoo vähentää noin 40 % vastaajista. Ruoka-annosten tilaamisen lisäämistä ennakoivat noin joka viides vastaaja.

Ravintolapalvelujen kehittäminen

Itse noudettujen ruoka-annosten kehittämiseksi toivottiin esillepanon kehittämistä, edullista hintaa, jätteiden vähentämistä ja niiden parempaa kierrättämistä sekä nettisivujen kehittämistä. Kotiin tai työpaikalle toimitettujen ravintola-annosten kehittämiseksi toivottiin esillepanon kehittämistä, parempaa jälkimarkkinointia ja pakkausten lämmönpitokyvyn parantamista.

Tutkimuksen vastaajat: Tutkimukseen vastanneista lähes 90 % oli naisia. Vastaajista noin kolmasosa on restonomiopiskelijoita. Asiantuntijoissa (2/3 osa) korostuvat toimihenkilö- ja päällikköasemassa työskentelevät. Lähes puolella vastaajista oli MaRa-alan työkokemusta yli 10 vuotta.



TUTKIMUKSEN TAVOITE

- Tutkimuksen tuloksia voi hyödyntää ravintoloiden noutoruoan ja kotiin tuotujen ravintola-annosten markkinoinnin ja myynnin kehittämiseen.
- Tavoitteena on selvittää ravintoloiden noutoruoan ja kotiin tuotujen ravintola-annosten tilaamisen käytettyä kanavaa, käyttämisen yleisyyttä, valintaperusteita ja suosittelamista.
- Tutkimus selvittää pakkausta syntyneitä kokemuksia.
- Tulokset sisältävät monia kehitysehdotuksia ravintola-annosten kuljetuspalveluiden kehittämiseksi.

Taustaksi

- Koronakriisin seurauksena ravintoloiden asiakaspaikkamääriä, aukioloa ja anniskeluaikoja on rajoitettu paljon. Ravintoloiden käyttöä ovat vähentäneet myös matkustusrajoitukset sekä etätyösuositukset. Itsenoutopalvelut ja annosten kotiinkuljetus ovat yksi keino selvitä haasteita.
- Ravintolaruoan kuljetuspalvelujen tarjonta laajenee Suomessa. Woltilla on yli 2 000 ravintolaa 23 kaupungissa (noin 3 000 lähettiä). Alan toisella suurella toimijalla, Foodaralla on lähes 3 000 ravintolaa yli 80 kaupungissa (noin 2000 lähettiä). Lähde: yle.fi 17.1.2021
- Kuljetuspalvelujen kehitys jatkuu ja kilpailu kiristyy, kun ravintoloiden omat kuljetuspalvelut yleistyvät.



TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Kohderyhmä

- Haaga-Helia amk:n restonomiopiskelijat ja MaRa-alan asiantuntijat

Menetelmä

- Hospitality-kehityspaneeli, sähköpostikysely suomen kielellä
- Tiedonkeruu 13.–19.4.2021

Vastaajat

- Yhteensä n=41
 - Opiskelijoita n=14 (1/3 osa)
 - Asiantuntijoita n=27 (2/3 osa)

- Tutkimus toteutettiin Haaga-Helia ammattikorkeakoulun Hospitality-kehityspaneelissa. Paneelin kuvaus liitteenä.
- Tutkimus toteutettiin kaikkia panelisteja koskevana, kutsu lähetettiin kaikille jäsenille (n=202).
- Tutkimus on suunniteltu seurantatutkimukseksi, tullaan uusimaan noin vuoden päästä.
- Tutkimuksen toimeksiantaja on Haaga-Helia amk.
- Tuloksia tai raporttia ei saa lainata, luovuttaa, jälleenmyydä tai julkaista ilman Haaga-Helian lupaa.

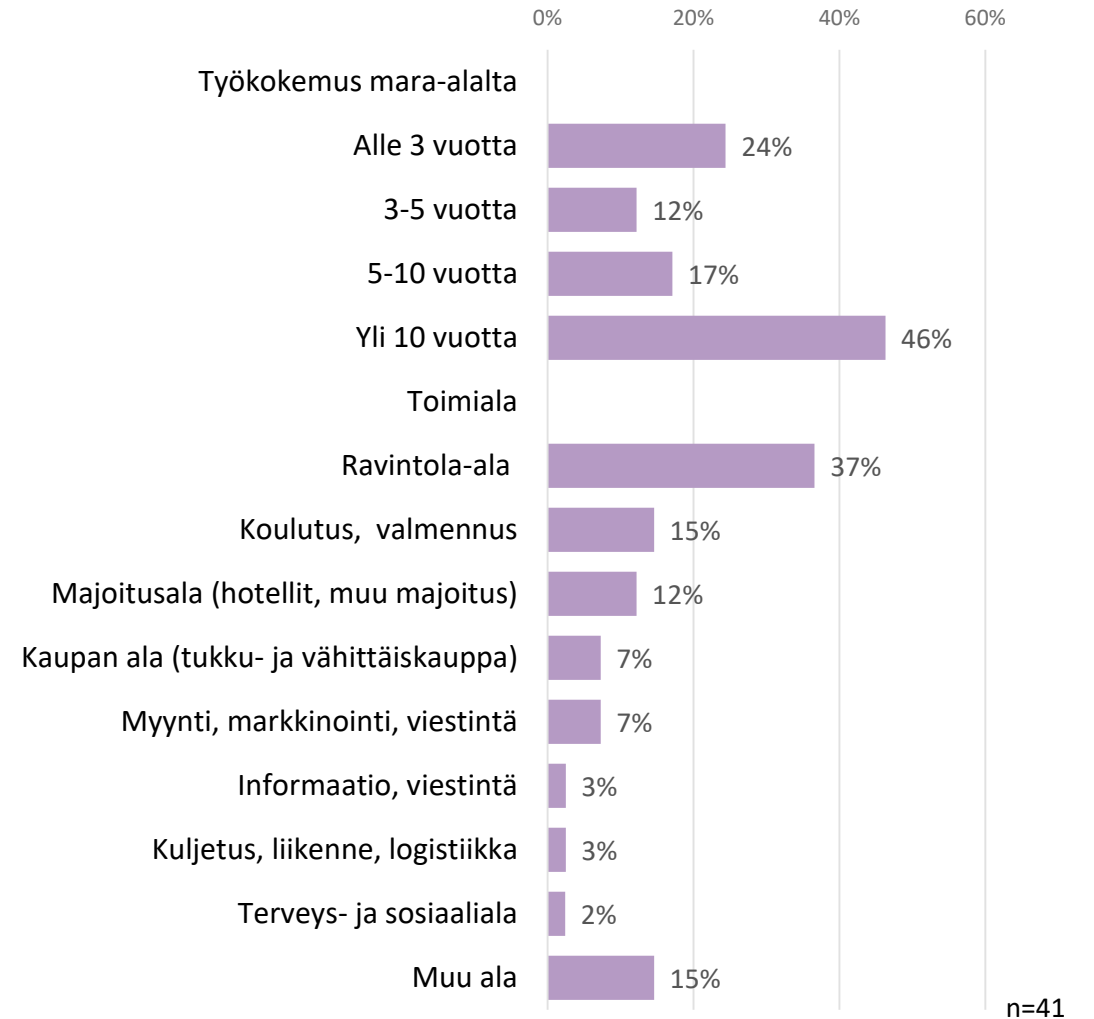
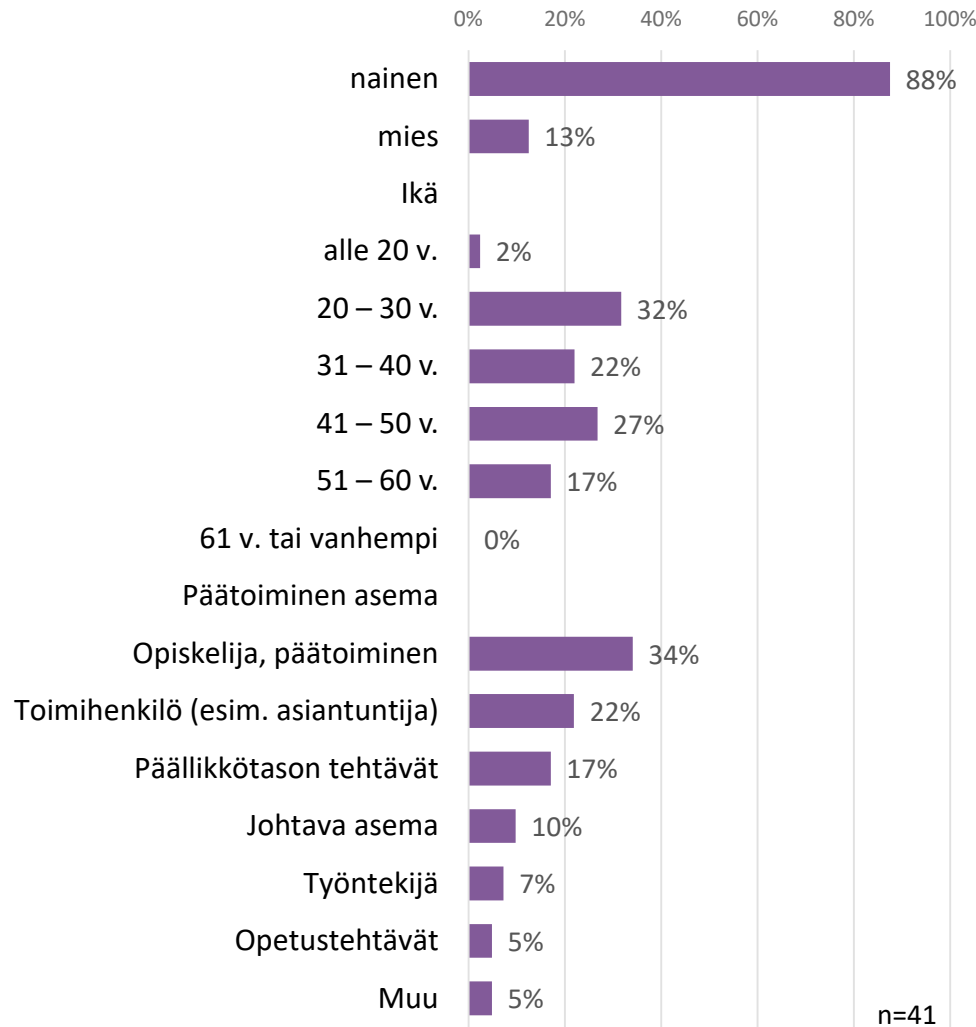
Lisätietoja: Petteri Ohtonen, tutkimuspäällikkö
petteri.ohtonen@haaga-helia.fi

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy



KYSELYN VASTAAJAT

Tutkimukseen vastanneista lähes 90 % oli naisia. Vastaajista noin kolmasosa on restonomiopiskelijoita. Asiantuntijoissa korostuvat toimihenkilö- ja päällikköasemassa työskentelevät. Lähes puolella vastaajista on mara-alan työkokemusta yli 10 vuotta.





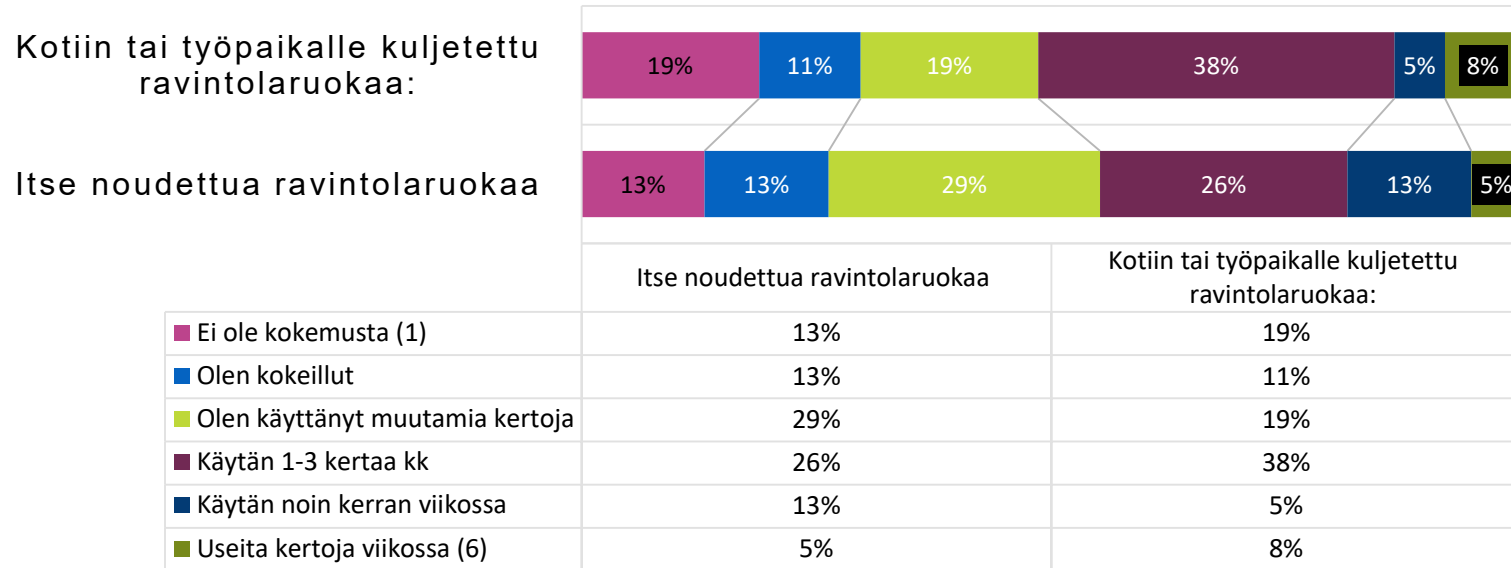
PÄÄTULOKSET



ITSE NOUDETTUJEN JA KOTIIN KULJETETTUJEN RUOKA-ANNOSTEN KÄYTTÖ

Itse noudettua ravintolaruokaa on tilannut yli 74 % vastaajista. Noin joka kymmenesosalla vastaajista ei ollut vielä ollenkaan kokemusta itse noudetuista annoksista. Kokeilijoita on yhtä paljon, noin 13 % vastaajista.

Kotiin tai työpaikalle kuljetettua ravintolaruokaa on tilattu jonkin verran vähemmän (70 %). Viidesosalla vastaajista ei ollut kokemusta kotiin kuljetetuista annoksista.



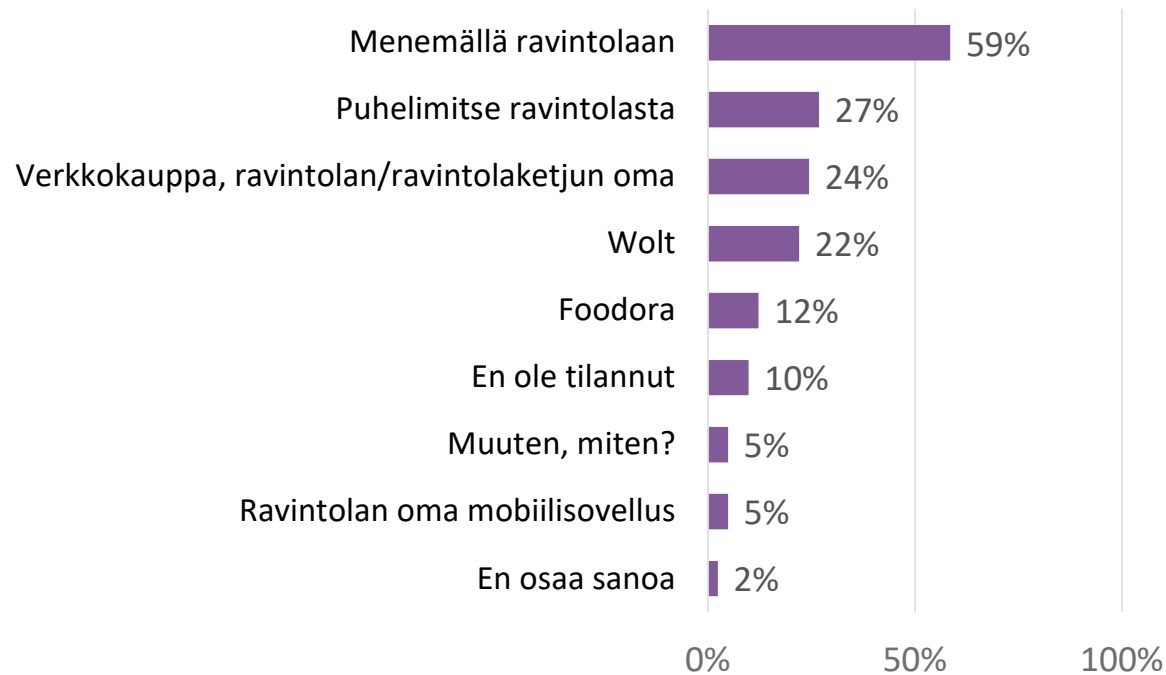
Kuinka usein olet käyttänyt tai tilannut ravintolaruokaa viimeisen 12 kk aikana: a) itse ravintolasta noudettuna ruokana, b) kotiin tai työpaikalle kuljetettuna ruokana?



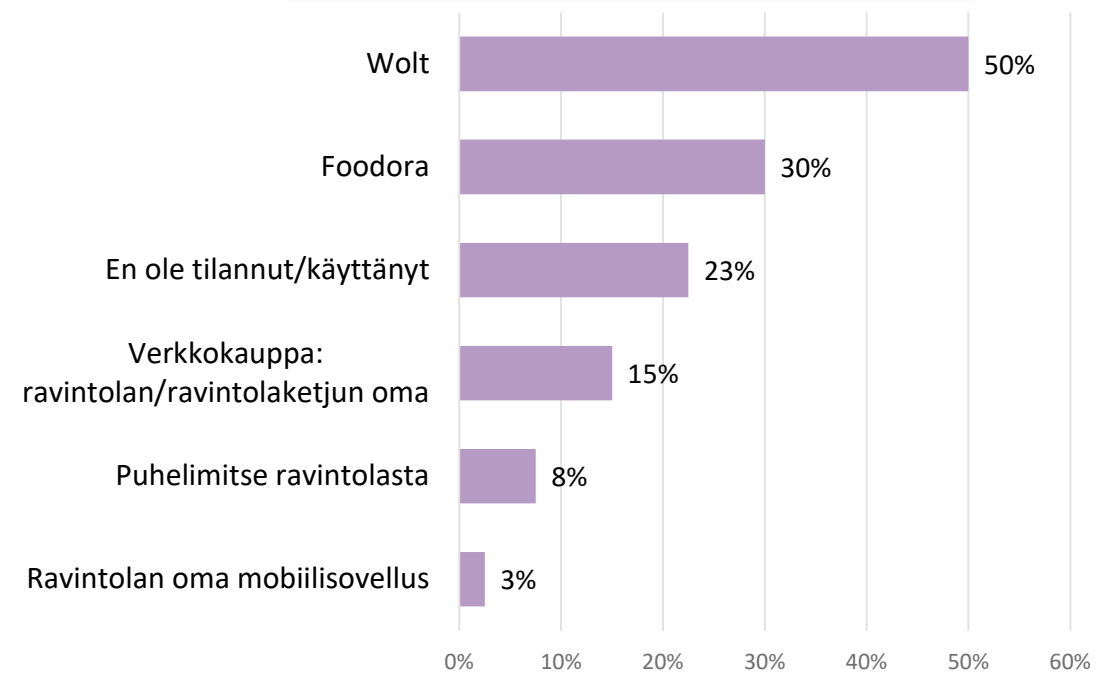
KÄYTETYIMMÄT TILAUSKANAVAT

- Yleisimmät tavat tilata itse noudettua ravintolaruokaa on mennä ravintolaan (59 %), tilata puhelimitse ravintolasta (27 %) ja tilaamalla tuote ravintolan omasta verkkokaupasta (24 %) tai Woltin kautta (22 %).
- Kotiin tai työpaikalle toimitettua ravintolaruokaa tilataan yleisimmin tällä hetkellä Woltin (50 %) ja Foodoran (30 %) kautta.

Itse noudettua ravintolaruokaa:



Kotiin tai työpaikalle kuljetettu ravintolaruokaa:



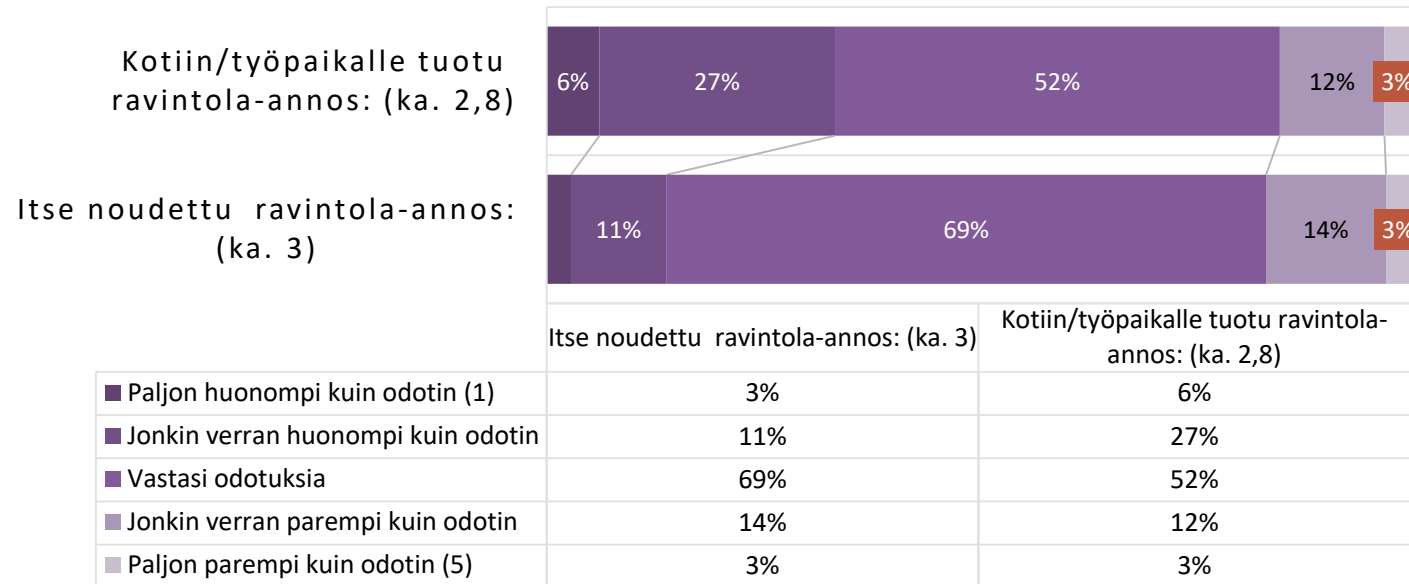
Muuten, miten? ResQ-sovellus ja noutanut ravintolaruoan kaupasta

Mitä kautta viimeksi tilasit itse noudetun ravintola-ruoan?



TUOTTEIDEN VASTAAMINEN ENNAKKO-ODOTUKSIIN

- Suurimmalle osalle vastaajista (50 %–70 %) ravintolatuotteet olivat vastanneet niille asetettuja tavoitteita.
- Itse noudettu ravintolaruoka vastasi jonkin verran paremmin ennako-odotuksiin kuin kotiin tuotu ravintola-annos.
 - Kotiin tai työpaikalle tuotu annos oli ollut pettymys noin joka kolmannelle tilaajalle.

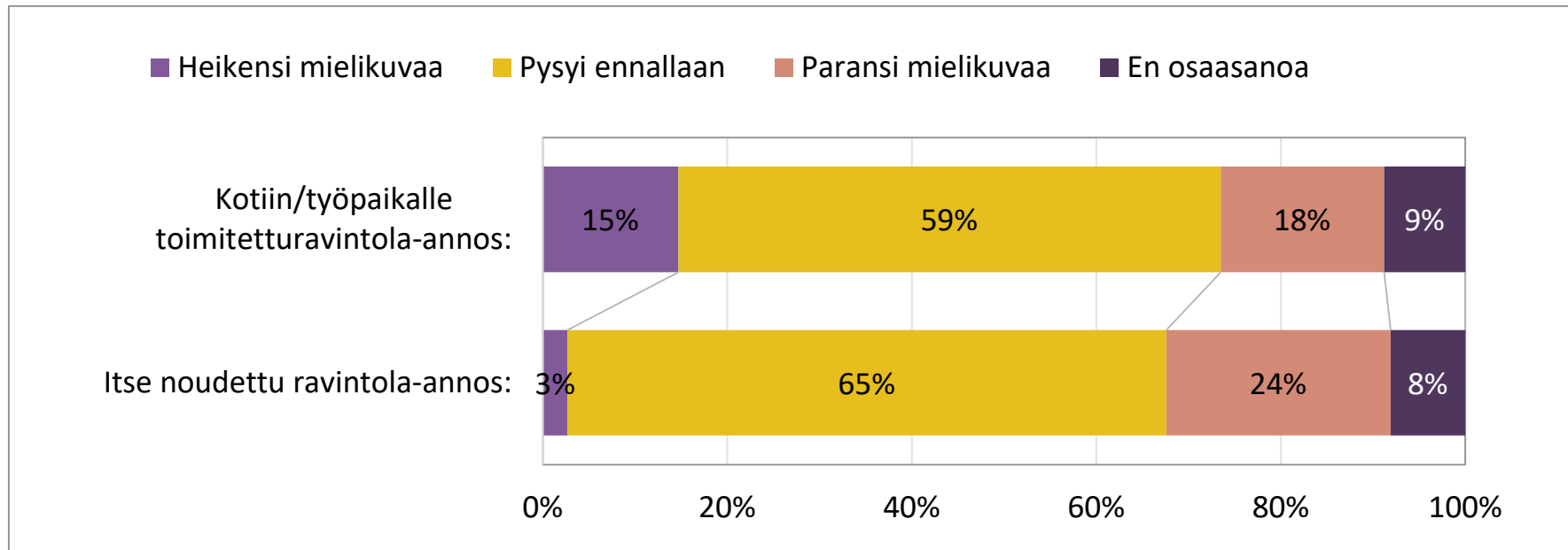


Muistele viimeisintä ostotapahtumaasi. Miten itse noudettu ja kotiin/työpaikalle tuotu ravintola-annos vastasivat odotuksiasi yleisesti ottaen?



ANNOSTEN VAIKUTUS RAVINTOLAN MIELIKUVAAN

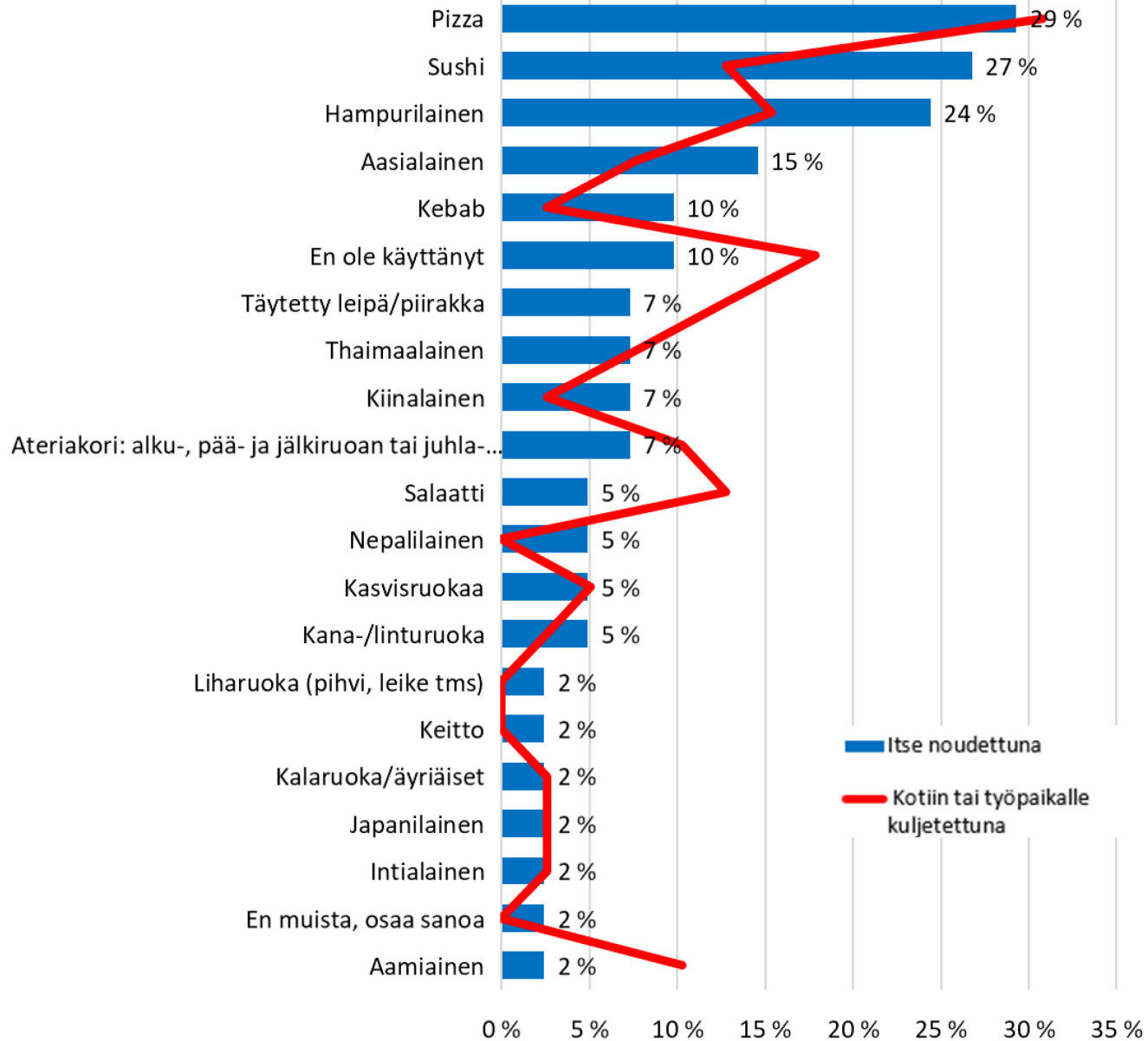
Suurimmalle osalle vastaajista (60 %–65 %) ostetuilla ravintolatuotteilla ei ollut vaikutusta mielikuvaan sitä ravintolaa kohtaan, josta ruoka haettiin tai josta ruoka tuli. Noin joka neljännelle vastaajalle itse noudettu ravintola-annos paransi ravintolamielikuvaa. Kotiin toimitettu ravintola-annos oli pettymys noin 15 %:lle vastaajista ja heikensi siten ravintolasta syntynyttä mielikuvaa.



Miten itse noudettu ja kotiin/työpaikalle toimitettu ravintola-annos vaikuttivat mielikuvaasi siitä ravintolasta, josta ruoka haettiin / ruoka tuli?



YLEISIMMIN TILATUT RAVINTOLA-ANNOKSET



Tyypillisimmin ravintoloista noudetaan tai tilataan pizzaa, sushia, hampurilaista ja jotain aasialaista.

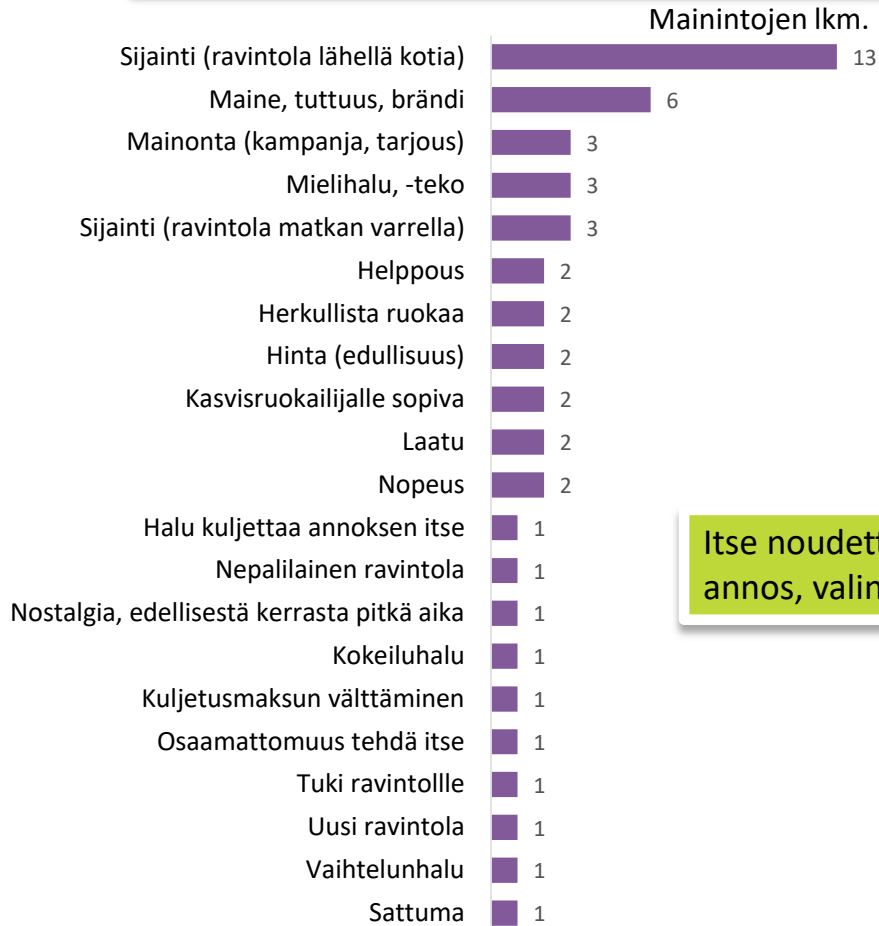
- Itsenoudetuissa annoksissa korostuvat sushi ja hampurilainen.
- Kotiin tuoduissa annoksissa korostuvat jonkin verran salaattiruokat.

Millaisen ravintola-annoksen tilasit viimeksi itse noudettuna tai kotiintuotuna?



KÄYTETYIMMÄT VALINTAPERUSTEET ANNOKSILLE AVOIN KYSYMYS

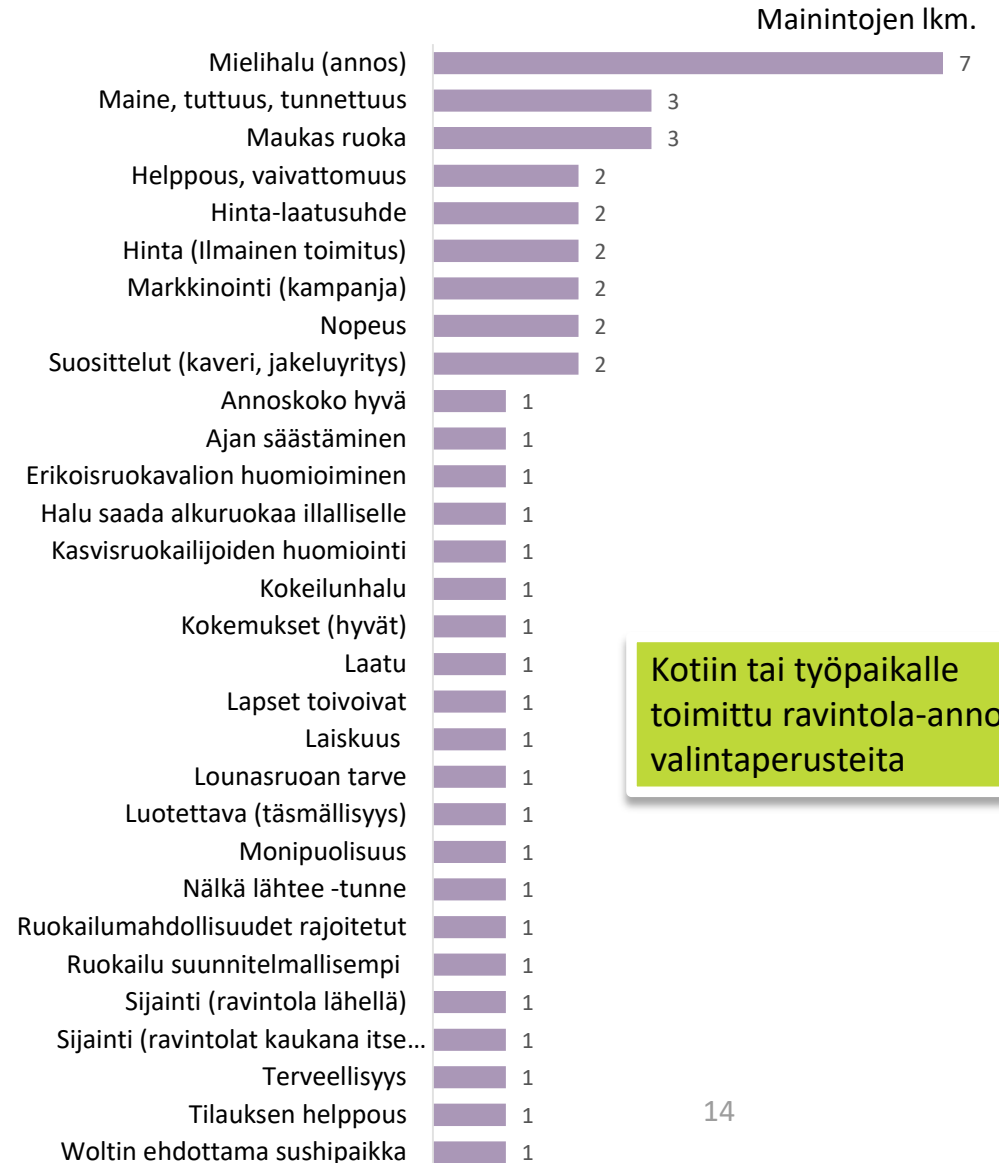
Itse noudetuissa annoksissa tärkeimmät valintaperusteet ovat ravintolan sijainti ja sen maine ja tuttuus.



Itse noudettu ravintola-annos, valintaperusteita

Millä perusteella valitsit viimeksi itse noudetun ravintola-annoksen / kotiin tai työpaikalle tuodun annoksen?

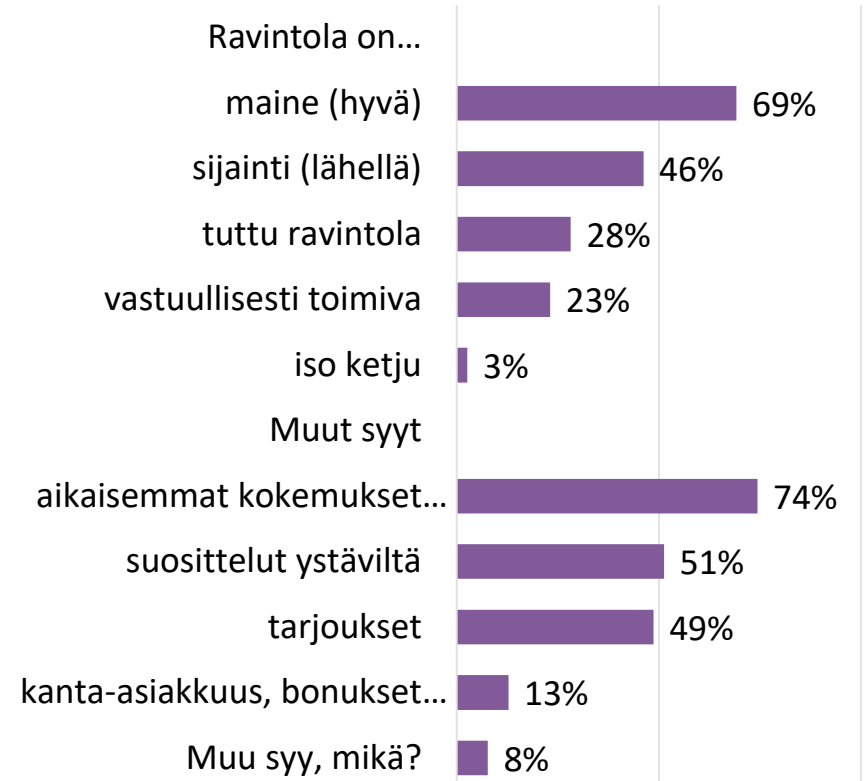
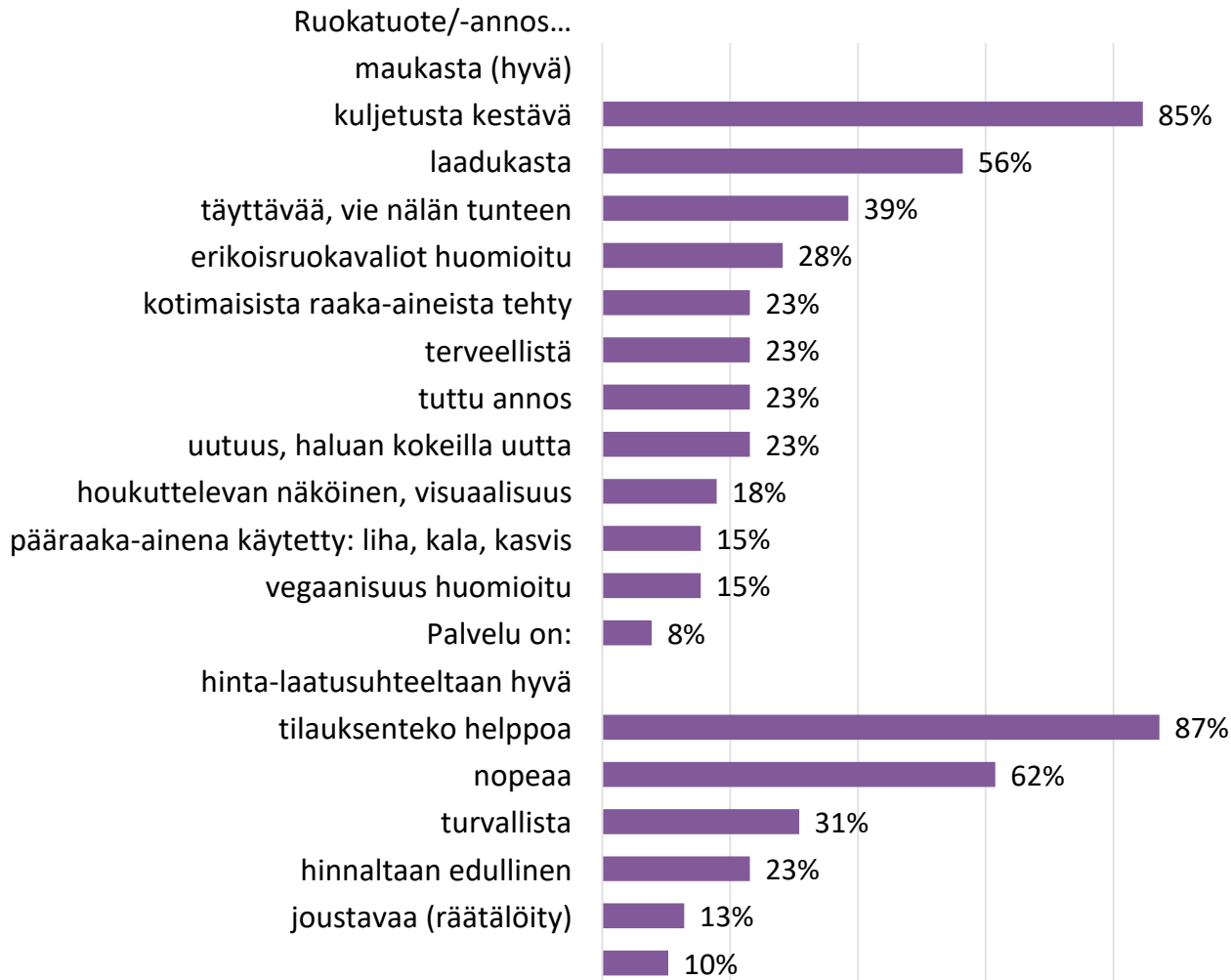
Kotiin tuoduissa tärkeimmät valintaperusteet ovat mielihalu, ravintolan maine, tuttuus ja ruoan maku sekä palvelun helppous.



Kotiin tai työpaikalle toimittu ravintola-annos, valintaperusteita

KÄYTETYIMMÄT VALINTAPERUSTEET KOTIIN TUODUILLE ANNOKSILLE

Tyypilliset valintaperusteet kotiin tai työpaikalle toimitetulle ravintola-annokselle ovat palvelun hyvä hinta-laatusuhde (87 %), ruoka-annoksen hyvä maku (85 %), hyvät aikaisemmat kokemukset (74 %) ja ravintolan maine (69 %) sekä tilauksenteon helppous (62 %).



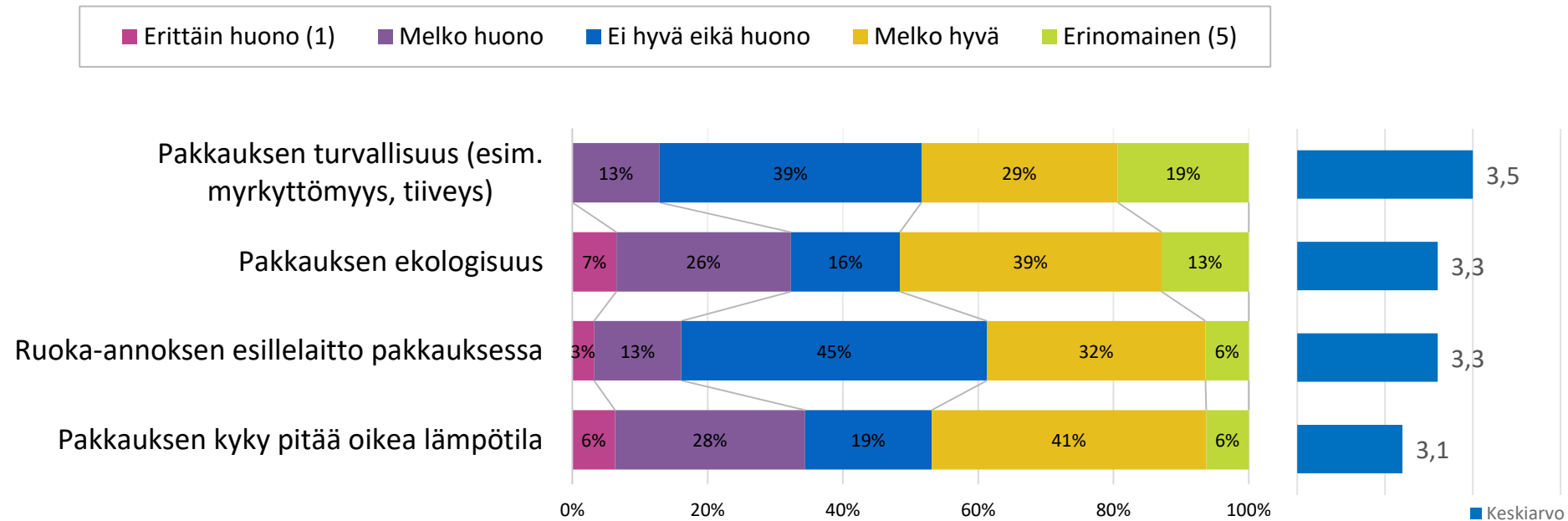
Muu syy, mikä?

Hyvät arviot. Ruoan pitäisi olla kuumaa. Pizzat ovat aina jäähtyneitä, en viitsi enää tilata.

Jos nyt tilaisit kotiin tai työpaikallesi toimitetun ravintola-annoksen, mitkä olisivat tärkeimmät valintatekijät annoksen, palvelun ja ravintolan suhteen?

ARVIOT RUOKA-ANNOSTEN PAKKAUKSISTA

Ruoka-annoksen pakkaukset arvioitiin kysytyissä ominaisuuksissa kohtalaisiksi (ka. 3,1–3,5). Eniten kritiikkiä annettiin pakkausten ekologisuudesta ja lämmönpitokyvystä. Joka viides arvioi pakkausten turvallisuuden erinomaiseksi.



Arviot ruoka-annoksen pakkaukseen liittyvistä asioista



KEHITYSIDEOITA RUOKA-ANNOSTEN PAKKAUKSIIN

Yleisimmät pakkausten kehitysehdotukset liittyivät jätteen määrän vähentämiseen, lämmönpitokyvyn kehittämiseen, muovin vähentämiseen ja pakkausten tiiveyden parantamiseen.



Annoksen pitäminen lämpimänä ja vaikka on kierrätettävä pakkaus, ei jättäisi rasvajälkiä pöydälle.

Juomat hölskyivät kastellen paperiset pillit, ruoka oli ehtinyt jäähtyä liikaa.

Olisi myös kiva tietää pakkauksen ekologisuudesta. Nyt pakkaus on mennyt energiajakeeseen.

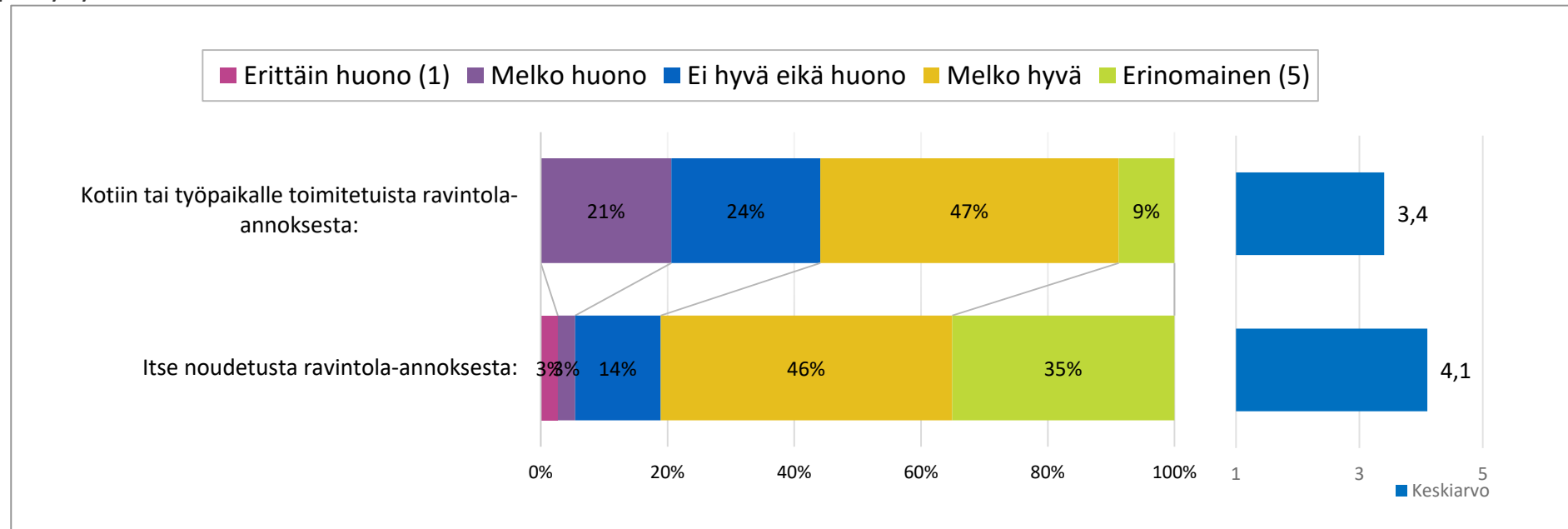
Usein ovat muovia, olisi kiva jos se ei olisi aina muovia.

Pakkausten kierrätettävyyden pitää olla helppoa.

RAHALLE VASTINETTA – TUNNE SAADUSTA PALVELUSTA

Rahalle vastinetta -tunteessa itse noudettu ravintola-annos arvioitiin selvästi paremmaksi kuin kotiin tuotu annos. Noin 80 % vastaajista arvio itse noudetun palvelun melko hyväksi tai erinomaiseksi.

Kotiin tuodun ruoka-annoksen osalta melko tai erittäin hyvän arvion antaneita oli 56 %. Joka viides vastaaja oli jonkin verran pettynyt kotiin tuotuun annokseen.

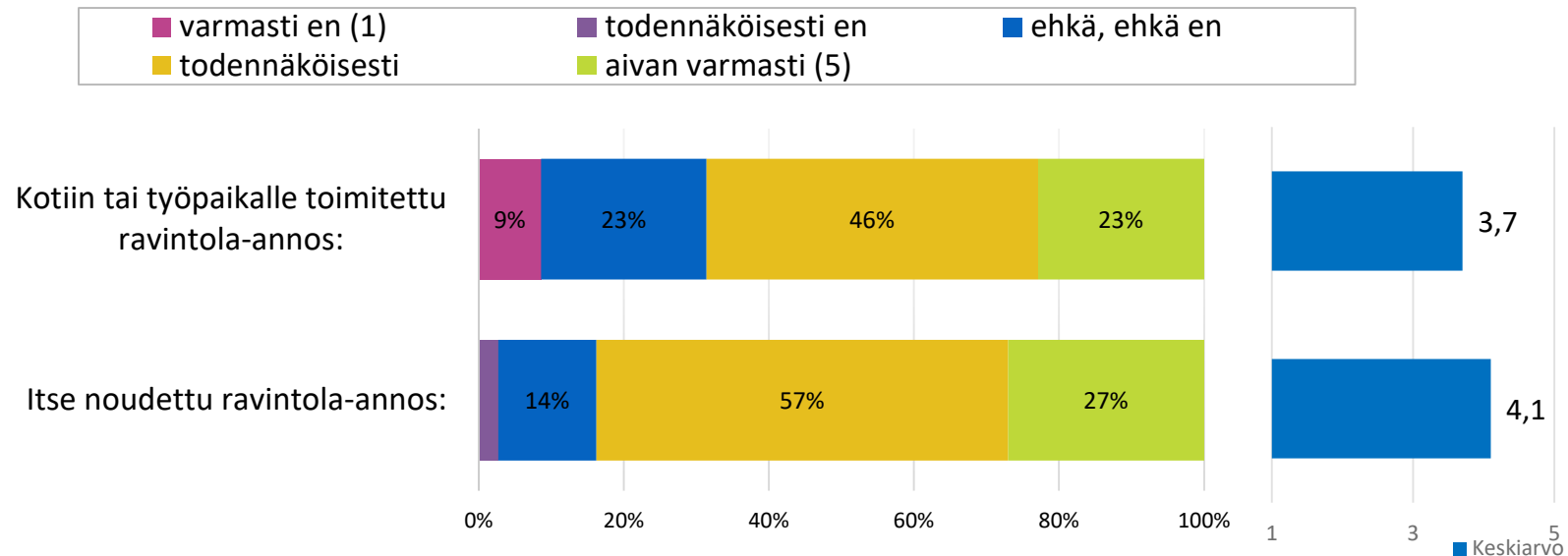


Miten hyvän vastineen rahoillesi sait edellisen kerran alla olevista ravintolapalvelun eri muodoista?



RAVINTOLAPALVELUJEN SUOSITTELEMINEN

Itse noudettua ravintola-annospalvelua suosittelisi lähes 85 % vastaajista (ka. 4,1), joka on hyvä tulos. Kotiin tuotua annosta suosittelisi ystäville noin 70 % vastaajista (ka. 3,7). Joka kymmenes vastaaja ei varmasti suosittelisi kotiin tuotua annosta ystäville.

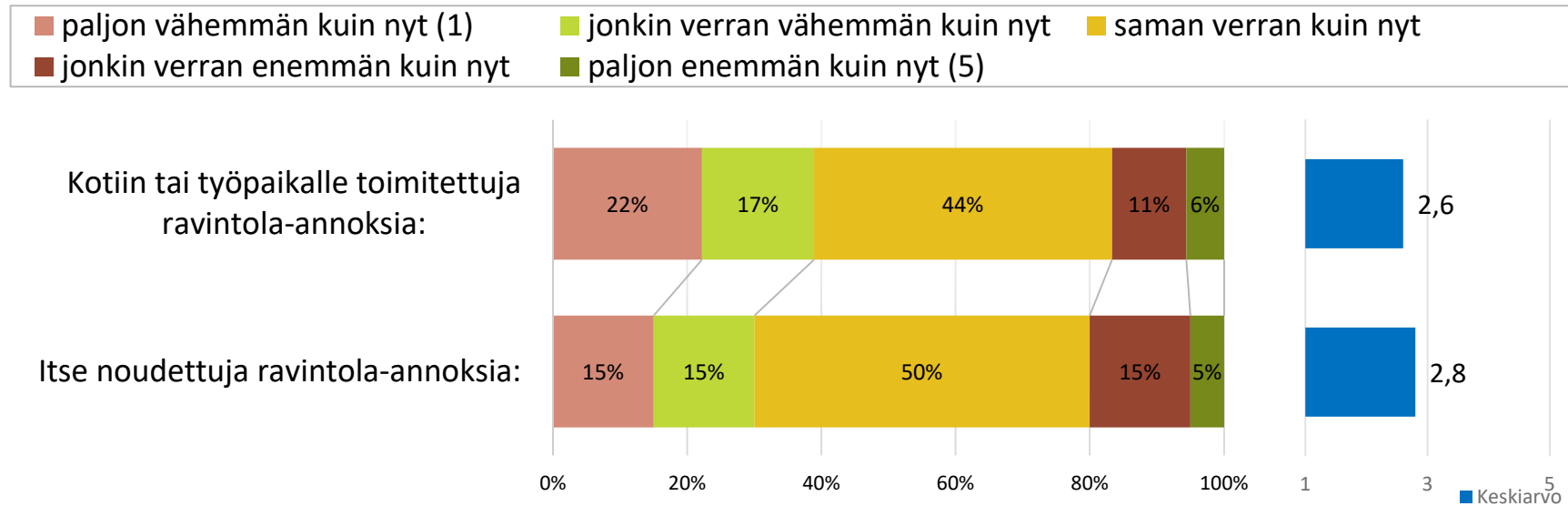


Miten todennäköisesti suosittelisit ravintolapalveluja ystävillesi edellisen ostokokemuksesi perusteella?



RAVINTOLAPALVELUJEN KÄYTTÖ TULEVAISUUDESSA

Tulevaisuudessa, koronaepidemian jälkeen, noin puolet vastaajista aikoo tilata itse haettuja tai kotiin tuotuja ruoka-annoksia nykyisellä tavalla. Kotiin tuotujen annosten tilaamista aikoo vähentää noin 40 % vastaajista. Ruoka-annosten tilaamisen lisäämistä ennakoivat noin joka viides vastaaja.



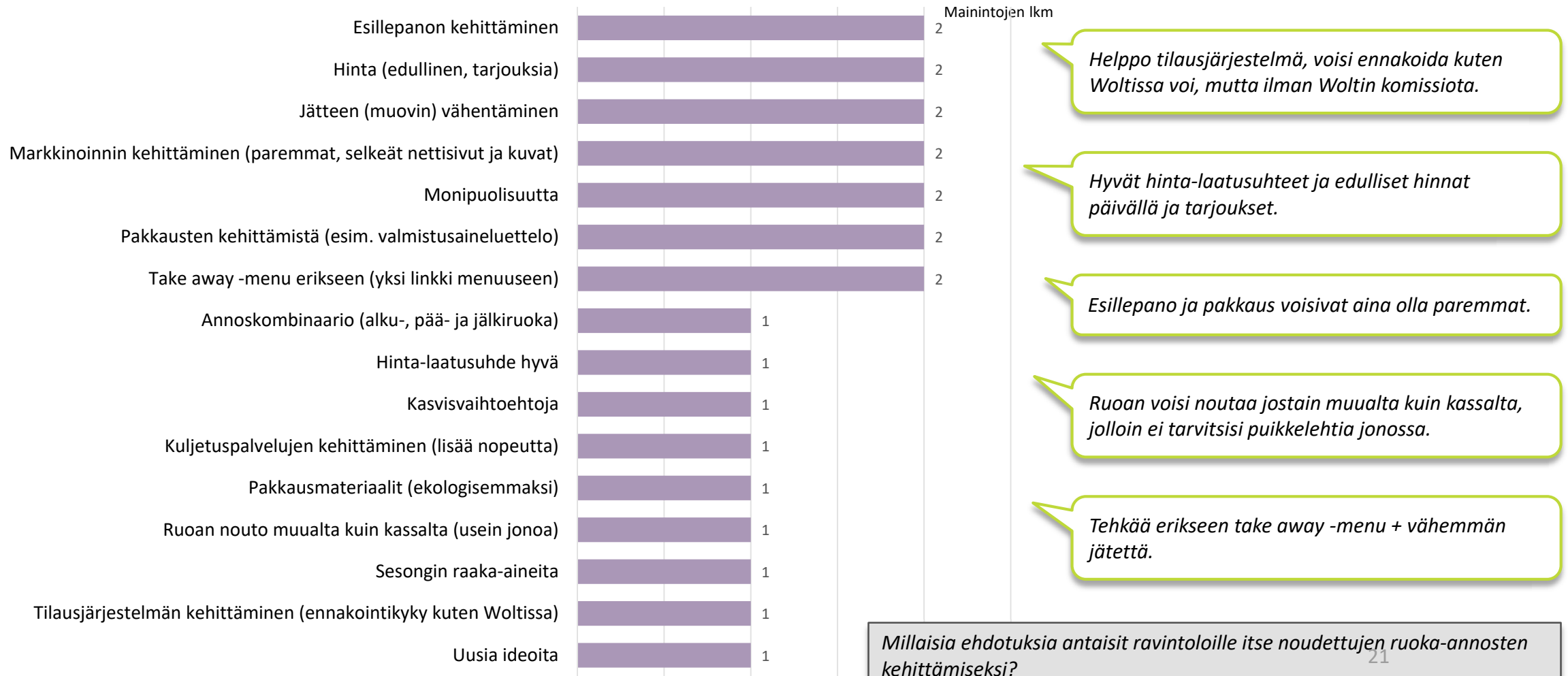
Miten arvioit käyttäväsi ravintolapalveluja sen jälkeen, kun koronaepidemia on voitettu? Käytätkö...



RAVINTOLAPALVELUJEN KEHITTÄMINEN

–ITSE NOUDETUT RUOKA-ANNOKSET

Itse noudettujen ruoka-annosten kehittämiseksi toivottiin esillepanon kehittämistä, edullista hintaa, jätteen vähentämistä ja niiden parempaa kierrättämistä sekä nettisivujen kehittämistä.



RAVINTOLAPALVELUJEN KEHITTÄMINEN

–KOTIIN TAI TYÖPAIKALLE TOIMITETUT RUOKA-ANNOKSET

Kotiin tai työpaikalle toimitettujen ravintola- annosten kehittämiseksi toivottiin esillepanon kehittämistä, parempaa jälkimarkkinointia ja pakkausten lämmönpitokyvyn parantamista.



*Annoksen pitäisi ihastuttaa myös kotona.
Esillepanoon pitäisi panostaa.*

Joustava, nopea toimitus!

Miettikää pakkauksia jotka pitävät lämmön paremmin.

Olisi mukava tilata myös joitain illallisen osia, esimerkiksi alku- ja jälkiruokia.

Selkeät nettisivut ja tilaukset, jos haluaa ohjata ihmisiä käyttämään omia nettisivuja tilauksien tekoon.

Millaisia ehdotuksia antaisit ravintoloille kotiin tai työpaikalle toimitettujen ravintola- annosten kehittämiseksi?

LIITE: HOSPITALITY-KEHITYSPANEELIN KUVAUS

Jokaista tutkimusta, kehitystehtävää varten valitaan panelistijoukosta tarkoituksenmukainen kohderyhmä, jolle tutkimus tai tehtävä esitetään.

Paneelin koko on noin 220 opiskelija- ja asiantuntijajäsentä. Paneeli uudistuu lukuvuosittain.

Paneelin jäsenet koostuvat kahdesta vastaajajoukosta:

- a) asiantuntijajäsenet (Haaga-Helian Alumnit ja muut asiantuntijat)
- b) Haaga-Helian restonomiopiskelijat

Paneeli on perustettu vuonna 2017. Paneeli on tärkeä kanava Haaga-Helian ja elinkeinon yhteistyölle. Paneelin avulla voidaan selvittää elinkeinoa kiinnostavia asioita nopeasti ja kustannustehokkaasti. Lisätietoja: [Hospitality-kehityspaneeli](#)

Ota yhteyttä, niin kerromme lisää Hospitality-kehityspaneelin monista mahdollisuuksista.

Hospitality-kehityspaneeli



LISÄTIETOJA



Petteri Ohtonen
tutkimuspäällikkö
040 826 8183, petteri.ohtonen@haaga-helia.fi

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy
Kaupalliset palvelut
Pajuniityntie 11, 00320 Helsinki
www.haaga-helia.fi – Kehitä liiketoimintaasi ja
henkilöstöäsi

