

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis-, ja talousala			
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Johanna Koponen			
Työn nimi Nuoret opiskelevat aikuiset ravintola-asiakkaina: Case Osuuskauppa PeeÄssä			
Päiväys	7.1.2012	Sivumäärä/Liitteet	83/11
Ohjaaja(t) Jari Lindén			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Osuuskauppa PeeÄssä (Hotellinjohtaja Ville Puustinen)			
Tiivistelmä			
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkittiin nuorten aikuisten ruoka- sekä ilta/yöravintolapalveluiden käyttöä Pohjois-Savon alueella. Työn toimeksiantajana toimi Osuuskauppa PeeÄssä. Työn tarkoituksena oli saada tietoa tutkimuksen kohderyhmän ravintolapalveluiden käytöstä sekä palautetta ja kehitysideoita Osuuskauppa PeeÄssän ravintolatoimintaan, jotta toimeksiantaja voi käyttää työn tuloksia apunaan myynnin ja markkinoinnin suunnittelussa.</p> <p>Tutkimus suoritettiin kvantitatiivista menetelmää käyttäen. Tutkimuksen vastaajaryhmäksi valittiin Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijat. Saatekirje ja linkki Webropol- kyselyyn lähetettiin sähköpostitse kaikille Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoilla ja vastauksia kertyi 1146 kappaletta. Tulokset analysoitiin Webropol- ohjelmaa apuna käyttäen.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat, että nuorista aikuisista S-asiakasomistajia on suurin osa. Opiskelupaikkakunnan ravintolatoiminnassa he kokevat olevan kehitettävää. Etenkin etniset ravintoloiden vähäisyys paikkakunnalla esiintyi monien vastaajien kommentteissa. Hinta ja opiskelijaedut ovat myös vahvasti opiskelijoiden ravintolavalintaan vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksessa kävi ilmi, että Osuuskauppa PeeÄssän ruokaravintolat ovat vastaajien suosiossa johtuen niiden maukaasta ruoasta ja kohtuullisista hinnoista. Ilta- ja yöravintolatoiminnassa PeeÄssällä taas olisi runsaasti kehittämisen varaa.</p> <p>Tutkimuksella saatiin arvokasta tietoa nuorten aikuisten ravintolapalveluiden käytöstä sekä kehitysideoita liiketoiminnan kehittämiseen. Työn tuloksia voidaan hyödyntää ravintolapalveluiden markkinoinnissa nuorille aikuisille. Tuloksia voivat hyödyntää myös muut Pohjois-Savon alueen ravintola-alan toimijat sekä ravintolaliiketoimintaa suunnittelevat.</p>			
Avainsanat Kuluttajakäyttäytyminen, markkinointi, nuoret aikuiset, kvantitatiivinen tutkimus, Osuuskauppa			

**SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**THESIS**

**Abstract**

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author(s) Johanna Koponen			
Title of Thesis Young studying adults as restaurant clients: Case Cooperative PeeÄssä			
Date	7.1.2012	Pages/Appendices	83/11
Supervisor(s) Jari Lindén			
Client Organisation/Partners Cooperative PeeÄssä (General Manager Ville Puustinen)			
Abstract <p>The purpose of this study was to explore young adults' use of restaurants, bars and nightclubs in the region of North Savo. Cooperative PeeÄssä is the client of this study. The goal of the research was to get information about young adults' restaurant usage and get feedback and ideas for improvement for the client. Cooperative PeeÄssä can use the results to help its sales and marketing planning.</p> <p>The research was done by using quantitative method. The students of Savonia University of Applied Sciences were chosen as the target group of the study. A cover letter and the link to the Webropol- survey was sent by e-mail to all students. Finally there were 1146 answers in the system. The results were analyzed with the help of Webropol.</p> <p>The results show that the major part of young adults in this study are S-chain's customer owners. According to the results, in young adults' opinion, there is a lot to develop in their home city's restaurant business. Particularly lack of ethnic restaurants was brought up in many comments. Price and student discounts are essential factors that affect the choice of restaurant for students. The research revealed that Cooperative PeeÄssä's food restaurants are popular among the students because of their tasty food and reasonable prices. In PeeÄssä's bar and nightclub business, on the other hand, there would be plenty of room for development.</p> <p>The study gave valuable information about young adults' restaurant usage and ideas for development. The results can be utilized in marketing to young adults. They can also be used by other restaurants or those who are planning to start a restaurant business in the region of North Savo.</p>			
Keywords Consumer behaviour, marketing, young adults, quantitative research, Cooperative PeeÄssä			

