

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Victoriia Krasnova

VENÄLÄISET RUOKAMATKAILIJOINA POHJOIS-KARJALASSA

Opinnäytetyö
Joulukuu 2018



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2018
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
puh. (013) 260 600

Tekijä
Victoriia Krasnova

Nimeke
Venäläiset ruokamatkailijoina Pohjois-Karjalassa

Toimeksiantaja
Kalitka-hanke

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tarkoituksensa oli selvittää venäläisten matkailijoiden tietämystä ruokamatkailusta, erilaisten ruokamatkailutuotteiden kiinnostavuutta, ruoan roolia matkakohteen valinnassa, mitä asioita venäläiset arvostavat suomalaisten elintarvikkeiden valinnassa, mitkä asiat vaikuttavat ruokapaikan valintaan ja mitä venäläiset haluavat Pohjois-Karjalassa syödä. Työn toimeksiantaja on Kalitka-ruokamatkailuhanke, jonka tavoitteena on kehittyneen ruokamatkailun syntyminen Suomen ja Venäjän välillä.

Opinnäytetyön keskeinen tutkimusongelma oli venäläisten matkailijoiden ruokamatkalutilanteen selvittäminen Pohjois-Karjalassa. Opinnäytetyössä käytettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusotetta. Aineisto kerättiin lomakekyselyn avulla. Kysely toteutettiin joensuunlaisessa Rosso-ravintolassa 9.4 – 31.5.2018. Kyselyn kohderyhmänä olivat venäläiset asiakkaat. Toisena menetelmänä käytettiin havainnointia. Havainnointi tapahtui omassa työpaikassani Rossossa, jossa työskentelen tarjoilijana. Kysymystä tarkasteltiin lisäksi laajan tietoperustan avulla.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että venäläisille ruokamatkailu on vielä aika uusi matkailumuoto. Venäläisiltä löytyy kiinnostusta tulla Pohjois-Karjalaan ruokamatkailun asiakkaiksi, mutta ruokamatkailutarjonta alueella on heidän mielestään vielä heikkoa. Venäläiset pitävät suomalaisia elintarvikkeita korkealaatuisina ja arvostavat entistä enemmän luomu- ja lähituotteita. Venäläiset ymmärtävät suomalaista ruokakulttuuria yleisellä tasolla, kiinnittämättä erityistä huomiota suomalaisen keittiön alueellisiin ominaisuuksiin. Venäläiset käyttävät venäjänkielisiä hakukanavia hakiessaan tietoa, ja he haluavat saada palvelua omalla kielellään.

Tästä tutkimuksesta toimeksiantaja saa kattavan pohjatietopakettin venäläisten suhtautumisesta ruokamatkailuun Pohjois-Karjalassa. Saatujen tulosten pohjalta Kalitka-hanke voi kehittää ruokamatkailua venäläisten mielenpiteet huomioon ottaen. Lisäksi Rosso-ravintola voi hyödyntää omassa toiminnassaan asiakastytyväisyyskyselystä saatuja tuloksia.

Kieli
suomi

Sivuja 50
Liitteet 3
Liitesivumäärä 15

Asiasanat

opinnäytetyö, venäläiset, ruokamatkailu, kysely, Pohjois-Karjala, Rosso



THESIS
December 2018
Degree Programme in Tourism

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600

Author
Victoriia Krasnova

Title
Russians as Food Tourists in North Karelia

Commissioned by
Kalitka project

Abstract

The purpose of this thesis is to find out Russian tourists' knowledge of food tourism and the attractiveness of different types of food tourism, the role of food when choosing tourism destinations, the aspects that Russians appreciate when choosing Finnish groceries, the factors that influence the choice of an eating place and the types of food Russians want to eat in North Karelia. The thesis is commissioned by Kalitka food tourism project, the purpose of which is to create developed form of food tourism between Finland and Russia.

The key research problem of this thesis is to find out about the state of food tourism of Russian tourists in North Karelia. The thesis used both quantitative and qualitative research methods. The material was collected by using a questionnaire. The questionnaire was carried out at restaurant Rosso in Joensuu on 9.4 – 31.5.2018. The target group of the questionnaire was Russian customers. The second method used in this thesis was observation. The observation took place in author's own workplace in Rosso where she works as a waiter. The research question was also examined by a broad theoretical basis.

The results of the research showed, that the food tourism is still a quite new form of tourism for Russians. Although Russians are interested in coming to North Karelia as food tourism customers, but they consider that the food tourism supply is still weak. Nevertheless, Russians consider Finnish groceries being of high quality and appreciate organic and local products more than before. Russians understand the Finnish food culture at general level, without paying special attention to the regional features of the Finnish cuisine. Russians use search channels in Russian language when seeking information. And they also want to be served in their own language.

This thesis provides the commissioner a comprehensive information package of Russian tourists' attitude towards food tourism in North Karelia. The Kalitka project can use the findings in this thesis in developing the field of food tourism by considering the Russian customers' opinions. In addition, restaurant Rosso can take advantage of the results of the customer satisfaction survey in its own operations.

Language

Finnish

Pages 50
Appendices 3
Pages of Appendices
15

Keywords

thesis, Russians, food tourism, questionnaire, North Karelia, Rosso

Sisältö

1	Johdanto	1
2	Opinnäytetyön tausta	2
2.1	Opinnäytetyön lähtökohdat	2
2.2	Toimeksiantaja.....	3
2.3	Aiemmat tutkimukset aiheesta	4
2.4	Tilastotietoa venäläisistä matkailijoista	6
3	Venäläinen ruokakulttuuri vanhoista ajoista nykyaikaan	6
3.1	Venäläisen keittiön historialliset keskivaiheet	6
3.2	Muut ulkopuoliset vaikutukset venäläiseen keittiöön.....	9
3.3	Tavat ja perinteet	10
3.4	Venäläinen keittiö tänä päivänä	11
4	Karjalainen ruokakulttuuri	13
4.1	Perusta ja keskeisimmät erityispiirteet.....	13
4.2	Karjalainen keittiö tänä päivänä	14
5	Ruokamatkailu	15
5.1	Yleistä ruokamatkailusta	15
5.2	Suomen ruokamatkailustrategia	16
5.3	Venäläinen asiakas ruokamatkailun näkökulmasta	17
5.4	Ruokamatkat Suomeen	18
6	Ruokatrendit	19
6.1	Megatrendit, trendit ja heikot signaalit	19
6.2	Suomalaiset ruokatrendit	20
6.3	Venäläiset ruokatrendit	21
7	Opinnäytetyön toteuttaminen	23
7.1	Menetelmälliset valinnat	23
7.2	Kyselyn laatiminen ja toteutus	24
7.3	Tarkkailu ja oma havainnointi	27
8	Kyselyn ja havainnoinnin tulokset	28
8.1	Vastaajien taustatiedot	28
8.2	Suomalainen ruoka.....	30
8.3	Venäläisten ruokamatkailu Pohjois-Karjalassa	32
8.4	Rosso-ravintolan asiakastyytyväisyys.....	35
8.5	Omat havainnot	40
9	Pohdinta.....	42
9.1	Opinnäytetyön tulosten tarkastelu.....	42
9.2	Kyselyn onnistuminen	46
9.3	Luotettavuuden tarkastelu.....	48
9.4	Oma ammatillinen kehittyminen.....	49
	Lähteet.....	51

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake venäjän kielellä

Liite 2. Kyselylomake suomen kielellä

Liite 3. Kyselystä saadut avoimet kommentit

1 Johdanto

Pohjois-Karjala tunnetaan puhtaasta luonnostaan, vihreistä metsistä, perinnekulttuuristaan, mutta myös sijainnistaan sen itäisen naapurin Venäjän läheisyydessä. Venäläiset matkailijat käyvät Pohjois-Karjalassa ympäri vuoden. He kasvattavat matkailu- ja ravitsemisalaa vuosi vuodelta. Yhä useammat pohjoiskarjalaiset matkailu- ja ravitsemisalalan yritykset ja muut toimialat panostavat omassa toiminnassaan venäläismatkailijoihin. Esimerkiksi ravintolat tarjoavat venäjänkielisiä ruokalistoja, kauppoihin on ilmestynyt kylttejä ja opasteita venäjän kielellä ja koko alueella on entistä enemmän venäjää osaavia ihmisiä.

Asuttuani jo vuosia Suomessa olen havainnut, että yhä useampi venäläinen käy ostoksilla Pohjois-Karjalassa. Kukaan venäläinen ei lähde kotiin ilman ruokaostoksia. Oman taustani ansiosta tiedän, että venäläiset arvostavat suomalaista ruokaa. Heidän mielestään se on korkealaatuisempaa ja maukkaampaa kuin Venäjältä ostetut samat tavarat. Ostosten lisäksi venäläiset matkailijat käyttävät erilaisia ruokapalveluita Suomessa. Ruokapaikan valinta riippuu yleensä heidän sosiaalisesta asemastaan, matkan kestosta ja matkan motiivista.

Yllämainittujen tekijöiden takia valitsin opinnäytetyöni aiheeksi nimenomaan venäläisten ruokamatkailun Pohjois-Karjalassa. Opinnäytetyön keskeisimpänä tutkimusongelmana on venäläisten matkailijoiden ruokamatkailutilanteen selvittäminen Pohjois-Karjalassa. Tutkimusongelmaa selvitettiin seuraavien kysymysten avulla: Miten tuttu ruokamatkailun käsite venäläisille on? Miten tärkeä rooli ruoalla on matkakohteen valinnassa? Mitkä tekijät ovat venäläisille tärkeitä elintarvikkeiden ostamisessa? Onko venäläisille tuttu perinteinen suomalainen keittiö? Millainen venäläinen asiakas on ruokamatkailun näkökulmasta?

Opinnäytetyössä käytettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusotetta. Aineisto kerättiin lomakekyselyn avulla, jonka kohderyhmänä olivat ravintola

Rossossa käyvät venäläiset asiakkaat. Toisena menetelmänä käytettiin havainnointia. Havainnointia olen tehnyt omassa työpaikassani Rossossa. Kyselyn ja omien havaintojen avulla selvitettiin, mitä esteitä, kehittämiskohteita ja mahdollisuuksia venäläisten ruokamatkailuun Pohjois-Karjalassa on. Tutkimusongelmaa tukee myös laaja teoriaperusta, jossa on esitetty venäläisen ja karjalaisen keittiöiden historiaa sekä niiden keskeisimpiä ominaispiirteitä, molempien maiden ajankohtaisia ruokatrendejä sekä ruokamatkailun käsitettä.

2 Opinnäytetyön tausta

2.1 Opinnäytetyön lähtökohdat

Opinnäytetyön aiheena on Venäläiset ruokamatkailijoina Pohjois-Karjalassa. Aiheen valinta on ollut minulla jo pitkään mietinnässä. Tiesin jo heti ensimmäisen vuoden opintojen alussa, että kirjoitan venäläisiin matkailijoihin liittyvän opinnäytetyön. Kolmannen vuoden opintojen aikana aihe on tarkentunut käsittelemään nimenomaan venäläisten ruokamatkailua Pohjois-Karjalan alueella.

Opiskeluni ohella työskentelen italialaisessa ravintola Rossossa. Ravintola sijaitsee Joensuun keskustassa torin kulmalla. Rossossa käy paljon venäläisiä asiakkaita, joista jotkut ovat tulleet jo kanta-asiakkaiksi. Olen huomannut, että venäläisten matkailijoiden käyttäytyminen suomalaisessa ravintolassa vähän erottuu siitä, kun jos he kävisivät kotimaassaan ravintolassa. Lisäksi olen kiinnittänyt huomiota siihen, miten venäläiset suhtautuvat suomalaiseen ruokaan, mitä he arvostavat ja mitä kaipaavat Pohjois-Karjalan ruokapalvelujen tarjonnassa.

Työni kautta saadut havainnot venäläisistä ja heidän käyttäytymisestään lisäsivät mielenkiintoani tutkia tätä aihetta syvemmälle. Asuttua jo vuosia Suomessa olen huomannut myös sen, että minulta löytyy jo tuntemusta ja kokemusta suomalaisesta ruokakulttuurista, jota en voi sanoa venäläisestä keittiöstä. Oma

alkuperä on myös saanut tutkimaan nimenomaan venäläisiä matkailijoita. Lopuksi sain yhdistettyä nämä kaikki aihepiirit yhtenäiseen kokonaisuuteen, jonka tuloksena syntyi tämä opinnäytetyö.

2.2 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kalitka – the development of cross-border gastronomic tourism -hanke. Opinnäytetyössä käytetään hankkeesta myöhemmin nimeä Kalitka. Hankkeen tavoitteena on ravintola-alan yritysten edellytysten monipuolistaminen, karjalaisiin makuihin pohjautuvien tuotteiden ja palveluiden kehittäminen ja markkinointi sekä matkailijoiden ja liikematkustajien tietoisuuden lisääminen alueiden gastronomisesta vetovoimaisuudesta. Toimenpiteet kohdistuvat Pohjois-Karjalaan ja Venäjän Karjalan Tasavaltaan. Hankkeen tavoitteleva tulos on kehittyneen ruokamatkailun syntyminen Suomen ja Venäjän välillä. Molempien maiden yhteistyö parantaa hankkeen kansainvälistä vaikuttavuutta sekä mahdollistaa suomalais-venäläisten ruokatuotteiden suunnittelun. (Raappana 2018.)

Kalitka-hanketta hallinnoi venäläinen Karelian Research Center RAS. Suomen puolella hanketta koordinoi Karelia-ammattikorkeakoulu yhteistyössä Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymä Riverian ja joensuulaisen asiantuntijapalveluita tuottavan Forgis Oy:n kanssa. Kalitka-hanketta rahoittaa Euroopan unioni ja Venäjän välistä yhteistyötä edistävä Karelia CBC (Cross-border cooperation) -ohjelma. (Raappana 2018.)

Kalitka-hanke käynnistyi virallisesti marraskuun alussa 2018 ja sen kesto on kaksi vuotta (Raappana 2018). Ennen sitä opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Karelia-ammattikorkeakoulun Projektit. Toimeksiantaja saa opinnäytetyöstä hyvän tietopaketin ruokamatkailutuotteiden ja -palveluiden kehittämisen pohjaksi. Lisäksi Rosso-ravintola saa asiakastytyväisyyskyselyistä saadut tulokset käyttöönsä ja niiden pohjalta se pystyy kehittämään omaa toimintaansa enemmän venäläisiä matkailijoita varten.

2.3 Aiemmat tutkimukset aiheesta

Internetistä löytyy melko vähän venäläisiä ruokailumatkailun asiakkaina käsitteleviä tutkimuksia. Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa opiskelleen Oxana Matikaisen (2012) opinnäytetyö Venäläisten vapaa-ajanmatkailijoiden ravintolaruokailu Helsingissä käsittelee Helsingin ravintoloita, niiden kilpailukeinoja ja markkinointikanavia venäläisiä matkailijoita ajatellen. Matikainen on käyttänyt tiedonhankintamenetelmänä kyselyä. Tuloksista käy ilmi, etteivät venäläiset vapaa-ajanmatkailijat vielä ole valmiita tulemaan ruokamatkailun asiakkaisiksi Helsinkiin. Heille ruoka ei ole päämotiivi lähteä matkaan, vaan se on yksi syy muiden matkustusmotiivien rinnalla. Saaduista tuloksista näkyy myös venäjänkielisen ruokalistan tai asiakaspalvelun saatavuuden tärkeys sekä venäläisten kova usko sukulaisten ja ystävien sanaan. (Matikainen 2012.)

Toisen löytämäni opinnäytetyön tekijä on myös Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa opiskellut Alexandra Shakhnovich. Työn nimi on Mitä suomalaisesta ruoasta, ruokakulttuurista ja Suomen ruokamatkailusta kirjoitetaan venäjäksi. Opinnäytetyö on julkaistu vuonna 2017. Shakhnovich käsittelee omassa työssään ruokamatkailua ja sen käsitteitä, antaa yleisprofiilin venäläisestä asiakkaasta, tutkii venäläisiä tiedonhakukoneita ja tuo lopulliseen työhön keskeisimmät tulokset näistä. Shakhnovich on käyttänyt tutkimusmenetelmänä sisällönanalyysiä. Hänen tulostensa mukaan venäjänkielisessä internetissä löytyy melko paljon suomalaista ruokaa ja ruokakulttuuria käsittelevää tietoa, joka kannustaa matkustamaan Suomeen. Tuloksista myös ilmenee, että venäläisten käsittelevät suomalaista ruokakulttuuria yleisellä tasolla, alueellisia ominaisuuksia huomioon ottamatta. Venäjänkielisistä lähteistä löytyy myös vääränlaista tietoa, joka johtuu Venäjän yleisestä journalistisesta kulttuurista. (Shakhnovich 2017.)

Muut löytämäni tutkimukset liittyvät venäläisiin matkailijoihin, mutta niistä löytyy melko vähän ruokaa käsitteleviä aiheita. Esimerkkinä on Itä-Suomen yliopistossa Katja Pasasen ja Juho Pesosen kirjoittama gradututkimus nimeltä Venäläiset matkailijat Suomessa. Tutkimus on julkaistu maaliskuussa 2016. Tutkimuksessa

käsitellään venäläisen asiakkaan matkustajaprofiilia, heidän motiivejaan lähteä matkalle Suomeen, palveluodotuksia, markkinointia ja tulevaisuuden näkymiä venäläisiä turisteja kohtaan. Tutkimus on pääsääntöisesti tehty Saimaan alueelle. Tutkimusmenetelmänä on käytetty sisällönanalyysiä aiemmista aiheesta tehdyistä opinnäytetöistä, hankeraporteista, tieteellisistä julkaisuista, Visit Finlandin raporteista sekä kansainvälisistä tutkimusraporteista. Keskeisimpien tulosten mukaan venäläisille ovat tärkeitä perinteiset arvot, elämykset, vieraanvarainen palvelukulttuuri, venäjänkielinen asiakaspalvelu ja -opasteet sekä selkeät hinnat Suomeen matkustaessa. (Pasanen & Pesonen 2016.)

Theseuksesta löytyy vielä muutama opinnäytetyö, jotka käsittelevät Suomeen matkustavia venäläisiä asiakkaita yleisellä tasolla. Näitä ovat muun muassa Juuso Käkelän (2012) opinnäytetyö Venäläiset matkailijat Suomessa: kulttuurierot ja niiden merkitys matkailualalla sekä Minna Malankinin (2012) tekemä tutkimus nimeltä Venäläiset matkailun asiakkaina. Käkelä (2012) on käyttänyt omassa opinnäytetyössään kyselyä tutkimusmenetelmänä. Tuloksena on syntynyt kattava paketti, joka tarkastelee venäläisiä matkailijoita ja venäläisyyttä ylipäätään sekä esittää venäläisten kulttuuriset ominaisuudet matkailun näkökulmasta. Tuloksista tulee ilmi, että keskeisimpiä venäläisten arvostamia kohteita ovat luonto, venäjänkielinen asiakaspalvelu, ostosmatkailu ja laaja palvelutarjonta. (Käkelä 2012.)

Malankin (2012) on käyttänyt tutkimusmenetelmänä sisällönanalyysiä ja havainnointia. Tuloksena on syntynyt opinnäytetyö, joka tarkastelee laajasti venäläisiä asiakkaita Suomessa matkailun näkökulmasta. Tulosten mukaan venäläinen asiakas arvostaa kiireetöntä ja yksilöllistä asiakaspalvelua omalla kielellään, vieraanvaraisuus on läsnä venäläisten elämässä myös tänä päivänä, kansalliset juhlat ovat merkittäviä, venäläisillä on oma ruoka- ja juomakulttuuri, venäläiset arvostavat tietojen selkeyttä ja saamisen helppoutta sekä elämykset ja turvallisuus ovat tärkeitä asioita venäläisille matkan valinnassa. (Malankin 2012.) Tutkimusten lisäksi löytyy paljon nettilehtien artikkeleita, jotka liittyvät sekä yleisesti että ruoan kannalta venäläisiin matkailijoihin.

2.4 Tilastotietoa venäläisistä matkailijoista

Venäläiset turistit ovat yhä edelleen Suomen suurin ulkomaalaistaustainen matkustajaryhmä. Viimeisimmät tilastotiedot venäläisistä Suomessa ovat vuodelta 2017. Vuonna 2017 venäläiset turistit tekivät yhteensä 3 128 000 matkaa Suomeen, mikä on 17 % enemmän verrattuna vuoteen 2016. (Visit Finland 2018.) Venäläisten yöpymisiä kirjattiin Suomen majoitusliikkeissä runsas 638 000 vuorokautta tammi–syyskuussa 2018, mikä on lähes saman verran kuin vastaavana ajanjaksona vuotta aikaisemmin, vähennystä on vain 0,1 % (Tilastokeskus 2018). Venäläisen matkailijan rahan käyttö matkaa kohden Suomessa vuonna 2017 oli 235 euroa (Visit Finland 2018).

Pohjoiskarjalaisen matkailun alueorganisaation Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n mukaan viimeisimmät tilastot venäläisistä matkailijoista löytyvät heinäkuulta 2018. Karelia Expertin tilastojen mukaan vuoden 2018 tammi–heinäkuussa venäläisten matkustajien määrä oli 13 900, mikä on saman verran kuin vastaavana ajanjaksona vuotta aiemmin. Tilastojen mukaan heinäkuussa 2018 oli kirjattu 2 300 venäläisten yöpymistä Pohjois-Karjalan majoitusliikkeissä, mikä on 2,8 % vähemmän verrattuna edelliseen vuoteen. (Karelia Expert 2018.)

3 Venäläinen ruokakulttuuri vanhoista ajoista nykyaikaan

3.1 Venäläisen keittiön historialliset keskivaiheet

Vuosisatojen saatossa venäläinen ruokakulttuuri on paljon kehittynyt ja saanut vaikutteita myös muilta kansoilta. Venäjän keittiön historiassa voidaan luokitella suurimmat venäläisen kansallisen keittiön keskivaiheet, jotka ovat vanha venäläinen keittiö, vanha moskovalainen keittiö, Katariinan ja Pietarin aikakauden keittiöt, Petersburgin keittiö sekä venäläinen keittiö Neuvostoliiton aikana. (Allbest 2013.)

Vanhaan venäläiseen keittiöön kuuluu aikaväli 800–1600 -luvulla. Ilmastolliset ja maantieteelliset olosuhteet vaikuttivat merkittävästi venäläisen ruokakulttuurin muodostumiseen. Venäjällä on runsaasti jokia, järviä ja metsiä, jotka ovat tuoneet venäläiseen keittiöön paljon kala-, liha-, sieni- ja marjaruokia. (Kuking 2011.) Vanhan venäläisen keittiön perustana olivat leipä-, vehnä- sekä viljaruoat (Allbest 2013). Leipää ja puuroa pidettiin tärkeänä ja välttämättömänä ruokana venäläisessä pöydässä. Läheiset vieraat toivotettiin tervetulleeksi antamalla muhkea maalaislimppu (karavai) ja suolaa. (Kuking 2011.)

Maalaislimppu asetettiin yleensä pöydän keskelle leivän tärkeyden ansiosta. Puurot valmistettiin erilaisista viljoista, kuten tattari, ohra, hirssi ja kaura. Puuro symboloi perheen hyvinvointia. Vihannekset (erityisesti kaali, nauris, retiisi, herne ja kurkut) olivat myös todella suosittuja venäläisessä pöydässä. Vihannekset syötiin raakana tai valmistettiin keittämällä, leipomalla tai suolaamalla ja niitä ei saanut sekoittaa. Maitotuotteita ja lihaa ei syöty paljon. Hunajasta ja marjoista tehtiin yleensä hilloja, siirappia ja juomia, kuten sima, kotikalja ja siideri. Itämaisia ruokia kuten nuudeleita ja pelmenejä tuli Venäjälle 1600-luvulla, ja ne jäivät osaksi venäläistä ruokakulttuuria. (Allbest 2013.)

Vanhaksi moskovalaiseksi keittiöksi kutsutaan aikaväliä 1600–1700 -luvulla. Tässä keskivaiheessa Venäjälle on ilmestynyt useita ulkomaalaisia elintarvikkeita ja ruoanlaiton teknikoita. Yhä tärkeimmäksi on noussut paistettujen lihojen, siipikarjan ja riistan pöydässä oleminen. Lihaa valmistettiin paistettuna ja haudutettuna. Keittoista suosituimmiksi on noussut seljanka ja rassolnik – keitot, joissa keskeisinä raaka-aineina olivat hapankaali, oliivit ja sitruuna. Myös kaviaari, graavilohi ja kalahyytelö nousivat keskeiselle paikalle ruokapöydässä. Ruoan jauhaminen ja murskaaminen oli kiellettyä. Kielto liittyi pelkoon huonolaatuisten aineiden käytöstä. Näin 1600–1700 -luvulla venäläisen keittiön monipuolisuus on kasvanut, mutta taito yhdistää eri ruokalajeja ja muodostaa eri makuyhdistelmiä oli hyvin alhaisella tasolla. (Allbest 2013.)

Katariinan ja Pietarin aikakauden keittiöön kuuluu aikaväli 1700–1800 -luvulla. Tänä aikakautena venäläinen keittiö sai suuren vaikutuksen Länsi-Euroopasta. Rikkaat aateliset toivat Venäjälle ulkomaalaisia kokkeja, jonka ansiosta

ulkomaalaiset ruoat sekoittuivat sopusoinnussa venäläisten ruokien kanssa. Tällöin venäläiseen keittiöön ilmestyivät ruotsalaiset, saksalaiset ja ranskalaiset keitot, saksalaisia voileipiä, voi, ranskalaiset ja hollantilaiset juustot sekä lihojen jauhaminen tuli tavalliseksi. (Allbest 2013.)

Pietarin Suuri toi venäjän kieleen sanat makaroni, vermiselli ja pomidor eli tomaatti (Lehmusoksa 1999, 75). Silloin on syntynyt myös sana ”keitto”, jota yleensä tarjottiin ruukuissa ja syötiin puulusikoilla. Uusi kulinaarinen perinne, alkupala tai venäjäksi zakuska syntyi 1700-luvun lopussa. Alkupalapöydässä oli tarjolla sekä venäläisiä että ulkomaalaisia ruokia, kuten suolattu lihaa, liha- ja kalahyytelöitä, kinkkua, kaviaaria ja graavilohta. (Allbest 2013.)

Petersburgin keittiöksi kutsutaan aikaväliä 1800–1900 -luvuilla. Petersburgin keittiön erikoisuus johtuu Pietarin entisen pääkaupungin asemasta ja läheisyydestä Eurooppaan. Pietari Suuri toi yhä enemmän Euroopasta Venäjälle ranskalaisia, saksalaisia, hollantilaisia ja italialaisia ruokia. Venäläiseen keittiöön tulivat pihvit, leikkeet, paahtopaistit ja kyljykset, erilaiset kastikkeet, majoneesi, rosolli sekä lisukkeena aloitettiin käyttää perunaa ja tomaatteja. (Allbest 2013.) Keittojen valikoima myös suurentui: tunnetuimmat keitot olivat pohljobka (muhennos), uha (kalakeitto), stsi (kaalikeitto), borštš (borssikeitto), seljanka, rassolnik (hapankaalikeitto) ja myös kylmät keitot okroshka (kaljakeitto) ja botvinja, joka tehdään kaljasta ja punajuuresta (Lehmusoksa 1999, 82).

Vuoden 1917 vallankumouksesta alkoi Neuvostoliiton keittiön aika. Siviiliväestön muuttoliike, pakolaiset sekä nälän ajat Volgan alueella toivat uusia ominaispiirteitä venäläiseen keittiöön. Siperiasta ja Uralilta muuttaneet toivat mukanaan pelmenit, valkovenäläiset suolatun silavan ja Ukrainasta muuttaneet Kiovan kanan. Nuudeliteitto tuli Novorossijskista, Stroganovin pihvi Odessasta ja Syrnikki eli rahkapannukakut Virosta. Tuloksena alkoi kehittyä uusia ruokatottumuksia ja tapoja. Vuosina 1921–1931 venäläisiin kaupunkeihin tulivat pienet yksityiset ruokalot, joiden ansiosta venäläisen keittiön ruokavalikoima on huomattavasti laajentunut ja ruoan maku ja laatu ovat parantuneet. Muita radikaaleja muutoksia ei kuitenkaan tullut. Yleisimmät ruoat olivat stsi (kaalikeitto), keitetty naudanliha, tattaripuuro, karpalohyytelö ja tee sitruunan

kerä. 1980-luvulla Neuvostoliiton keittiössä näkyi kansainvälisyys, suvaitsevuus ja kaikkien Neuvostoliiton kansojen ruokaperinteiden ja -ominaisuuksien kunnioitus. (Akademik 2010.)

3.2 Muut ulkopuoliset vaikutukset venäläiseen keittiöön

Venäläinen ruokakulttuuri on saanut paljon vaikutteita ulkomailta ja hyvin kehittynyt vuosien saatossa. Myös muut kansat ja ulkomailta saadut perinteet ja ominaispiirteet ovat antaneet omaa vaikutuksensa venäläisen keittiön kehitykseen. (Ruokatieto 2018.) Näiden tekijöiden lisäksi Venäjä on saanut yhtä paljon vaikutteita myös ortodoksiselta kirkolta ja uskonnollisista juhlista (Geography of Russia 2018).

Ortodoksisuuden vaikutus näkyi eniten paastoamisessa. Ortodoksisen kalenterin mukaan paastopäiviä oli 200 vuodessa. Paaston aikana oli kiellettyä kananmunien, liha- ja maitotuotteiden syöminen. Ortodoksisen kirkon paastomääräysten vaikutuksesta kehitettiin laaja valikoima kasvis-, sieni-, kala-, marja- ja jauhuruokia. Pääraaka-aineina yleensä pidettiin viljaa, kaalia, naurista, hennettä, kurkkua sekä järvistä saatuja kaloja ja metsästä kerättyjä sieniä ja marjoja. Monipuolinen valikoima paasturuokia oli vallannut suuren osan venäläistä pöytää. (Geography of Russia 2018.)

Ortodoksisuuden mukana Venäjälle on tullut paljon uskonnollisia kansallisia juhlia. Monia ruokia syötiin vain tiettyjen uskonnollisten juhlien aikana. Uudenvuodenjuhla oli venäläisille tärkein juhla. Sitä juhlittiin perinteisesti kotona perheen ja ystävien kanssa samppanjaa juoden ja ruokaa nauttien. Uudenvuodenjuhlana jaettiin myös lahjoja. Venäläiset eivät juhloneet joulua, heille se oli rauhallinen perhejuhla. Joulupäivänä yleensä käytiin kirkossa, poltettiin tuohuksia ja vietettiin aikaa perheen kanssa. Pääsiäinen oli tärkein ortodoksisen uskonnon juhla, ja silloin syötiin maalattuja kananmunia, pashaa (rahkakakku) ja kulitsaa (pääsiäispullaa). Laskiaisena syötiin paljon blinejä erilaisten lisukkeiden kera. (Ruokatieto 2018.)

3.3 Tavat ja perinteet

Venäläinen ruokakulttuuri on todella monipuolinen ja siihen kuuluu paljon erilaisia tapoja ja perinteitä. Venäläisen keittiön tyypillisiksi ominaisuuksiksi lasketaan luonnon antimien käyttö. Venäläiset pitivät sienestämisestä, marjastamisesta ja kalastamisesta. Lapset opetettiin jo lapsuudessa tunnistamaan syötävät ja myrkylliset sienet. Sienet marinoitiin, suolattiin tai kuivattiin. Marjoista tehtiin hilloja ja kalat kuivattiin. Monet viljelivät vihanneksia omilla mökeillä. (Ruokatieto 2018.)

Kaikki perinteiset venäläiset keittiön ruoat valmistettiin pitkään kypsentämällä uunissa. Uuni on ollut talon sielu ja sydän. Se usein vei kolmanneksen tuvan pinta-alasta. Uunin ansiosta venäläisessä keittiössä on paljon paistettuja ja haudutettuja ruokia. (Lehmusoksa 1996, 6.) Runsas määrä ornamentteja ja kaikkea mahdollisia värejä oli tyypillistä venäläisen ruokapöydän koristeluun. Erityisen tärkeät olivat muoto ja värit ja kaikkea piti olla paljon. (Kaurinkoski 2010, 10.)

Perinteinen venäläinen ateria koostui kolmesta ruokalajista: kylmä alkupala, keitto ja pääruoka. Leipää syötiin aina kaikkien aterioiden kanssa. Hyytelöityä lihaa tai kalaa, suolattuja vihanneksia ja sieniä ja erilaisia salaatteja tarjottiin alkupalaksi. Yleiset lisukkeet alkupalojen kanssa olivat majoneesi, smetana, sinappi, piparjuuri ja erilaiset kastikkeet. Tärkeätä oli valita alkupalat niin, että ne sopisivat yhteen tarjottavan keiton tai pääruoan kanssa. (Zykina 2004, 10.) Keitto syötiin aina ennen pääruokaa. Tyypillisimpiä keittoja ovat borssi, seljanka, shsi (kaalikeitto) ja uha (kalakeitto). Jotkut ihmiset lisäävät keittoihinsa smetanaa. Pääruoaksi tarjottiin yleensä kalaa tai lihaa lisukkeineen. Yleisimmät lisukkeet olivat riisi, tattari, peruna, makaroni ja haudutettu kaali. Ruoan yhteydessä juotiin marjakeittoa, kiisseliä tai mehua. (Allbest 2013.)

Venäläisessä keittiössä on runsaasti erilaisia leivonnaisia, kuten kakkuja, piirakoita, pikkuleipiä ja pullia. Piirakoita täytettiin yleensä sienillä, lihalla ja kaalilla. Tunnetuimpia venäläisiä piirakoita ovat kurnik (kanapiirakka), kuljebjaka (pitkä umpipiirakka) ja rasstegai (avonainen piiras). Blinit ovat venäläisen keittiön

vanhimpia ruokia. Niiden leivonnassa käytettiin yleensä vehnä-, ruis-, tattari- tai hirssijauhoja ja tarjottiin smetanan, mädin, hunajan tai hillon kera. Aterian päätteeksi juotiin teetä. (Zykina 2010, 198.)

Venäläisten ruokailusäännöt ovat olleet melko tiukat. Koko perhe kokoontui pöydän äärelle ja jokaisella perheenjäsenellä oli oma istumapaikka pöydässä. Jokaisen ruokailijan piti tehdä ristinmerkki ennen pöytään istuutumista. Lautasten sijaan käytettiin isoja leipäpaloja. Nestemäiset kuumat ruoat tarjottiin yleensä isossa kulhossa, josta jokainen perheenjäsen otti itselle annoksensa. Pääruoat tarjottiin leikkeleinä yhteisellä isolla lautasella. Aterian aikana ei saanut koputtaa tai raapia lusikalla, heittää ruokien tähteitä lattialle, puhua kovalla äänellä tai nauraa. Leipälautasina käytetyt leivänpalat syötiin aterian päätteeksi. (Allbest 2013.) Ruokailun päättyessä kaikkien piti kiittää kodin isäntää tarjotusta ruoasta eikä koskaan saanut puhua pahaa ruoasta. Ruokailijat lopettivat yhdessä ruokailun ja nousivat ylös pöydästä yhtä aikaa. (Cultura menu 2015.)

Vieraanvaraisuus on venäläisille ominaista. Venäläisen perinteen mukaan vieraita piti kohdella sydämellisesti. Vieraan tullessa kylään, hänelle tarjottiin runsaasti erilaisia ruokia ja alkoholipitoisia ruokajuomia, kuten olutta, vodkaa ja venäläistä samppanjaa. (Saine-Laitinen 2011.) Vieras toivotettiin tervetulleeksi antamalla hänelle ruokailun aluksi leipää (karavai) ja suolaa, jotka symboloivat varakkuutta ja hyvinvointia. Talon vieraalta ei ikinä otettu rahaa. (EKO energia 2018.)

3.4 Venäläinen keittiö tänä päivänä

Nykyään ihmiset Venäjällä pystyvät ongelmitta kokeilemaan melkein minkä tahansa ruokaa. Monissa kaupungeissa on avattu kahviloita ja ravintoloita, joiden ruokalistalla on eri kansojen kansallisruokia. Tällä hetkellä Venäjällä kaikista suosituimpia ovat japanilainen, georgialainen, lähi-itämainen ja italialainen keittiö. Monissa ravintoloissa työskentelevät ulkomaalaiset kokit ja ravintolat erottuvat toisistaan tasoltaan ja hinnoiltaan. Mielenkiinto aitoon venäläiseen keittiöön on tänä päivänä todella suuri, jonka ansiosta Venäjällä on paljon perinteistä venäläistä ruokaa tarjoavia ruokapaikkoja. (Zykina 2004, 5.) Venäläinen keittiö

on muuttunut myös teknisen kehityksen vaikutuksesta vuosien saatossa. Nykyisin Venäjällä asuntojen keittiöt on varustettu monilla nykyaikaisilla kodinkoneilla ja -laitteilla, jotka merkittävästi helpottavat ruoanvalmistusprosessia. (Zykina 2004, 6.)

Venäjällä syntyneenä tunnen hyvin venäläistä kulttuuria. Vanhoja tapoja ja perinteitä noudatetaan tänäkin päivänä. Koko perhe kokoontuu saman pöydän ääressä joka päivä yleensä aamiaisen tai illallisen aikaan, jos siihen on mahdollisuus. Yksi vahvoista perinteistä, joka on siirtynyt vanhoista ajoista nykypäivään, on kokoontuminen juhlapäivänä perheen tai ystävien kanssa samaan paikkaan juhlan viettoon. Emännät laittavat runsaan pöydän erilaisia ruokia ja juomia. Ruoanvalmistus vie usein aikaa, sillä valmisruokia Venäjällä ei yleensä käytetä. Venäläiset kokoontuvat mielellään kotona, kun lähtevät ulos syömään. Venäläisille ruokailu on sosiaalinen tapahtuma. Pöydän ääressä venäläiset yleensä istuvat pitkään nauttien ruokia ja juomia sekä keskustelleen. (Ruokatieto 2018.)

Perinteinen ateriamalli on myös säilynyt vanhoista ajoista. Tänäkin päivänä perinteinen venäläinen ateria alkaa alkupalasta tai salaatista, jatkuu keittoon ja loppuu pääruokaan ja jälkiruokaan. Keitot ovat tärkeitä ruokia venäläisille ja niitä syödään paljon tänäkin päivänä. Myös leipään suhtaudutaan kunnioituksella ja sitä syödään kaikkien aterioiden kanssa. Venäläiset pitävät leipomisesta ja leivonnaisista. Emännät leipovat tänäkin päivänä paljon piirakoita, kakkuja, pullia sekä muita makeita ja suolaisia herkkuja. Ravintoloissa asioidessa venäläiset tilaavat ruoat perinteistä ateriamallia noudattaen: ensin alkupala tai salaatti, sitten keitto ja sen jälkeen pääruoka ja jälkiruoka. Juomaksi yleensä juodaan teetä, mehua tai vettä ilman jäitä. (Zykina 2004, 10.)

Ruokailusäännöt nykypäivänä eivät ole niin tiukat, kuin ne olivat vanhoina aikoina. Joitakin niistä noudatetaan tänäkin päivänä. Venäläisille on tyypillistä syödä ruoka loppuun, muuten se tarkoittaa epäkunnioitusta ruoan laittajaa kohtaan. Ruokailun jälkeen venäläinen aina kiittää ruoasta. Ruokailu aloitetaan ja lopetetaan yleensä yhtä aikaa. Vieraanvaraisuutta pidetään myös tärkeänä tänä päivänä. Venäläiset kutsuvat usein vieraita kylään syystä tai toisesta.

Vieraanvaraisuutta venäläiset näyttävät antamalla lahjoja tullessaan kylään, useimmiten lahjat ovat kakkuja, leivonnaisia, makeisia tai muita tultiaisia. (Cultura menu 2015.)

Monet venäläiset omistavat mökkejä, joissa he nauttivat sienten ja marjojen keräämisestä, kalastamisesta ja metsästyksestä. Paastoperinne on tänäkin päivänä aika vahva. Nykyaikaisen ortodoksisen kalenterin mukaan löytyy erilaisia paastoja, joiden aikana on kielletty tiettyjen ruokien syöminen. Kaikista tärkein paasto on suuri paasto, joka kestää 48 päivää. Silloin ei saa syödä kana-, kala-, liha- ja maitotuotteita tai -valmisteita ja kananmunia. Alkoholin nauttiminen on myös kielletty. Nykyään monet venäläiset noudattavat tätä paastoa ja heille se tarkoittaa kehon ja sielun puhdistamista ja vapautumista. (Pravoslavie 2018.)

4 Karjalainen ruokakulttuuri

4.1 Perusta ja keskeisimmät erityispiirteet

Karjala syntyi kahden valtion väliin, Ruotsin ja Venäjän välillä olevaan alueeseen. Maiden välinen taistelu Suomen ja Karjalan alueista jatkui satoja vuosia. Loppujen lopuksi Neuvostoliitto valtasi Suomelta koko karjalaisen alueen, joka on jo ehtinyt muodostaa omaa ainutlaatuista suomenkarjalaista identiteettiä. Karjalainen ruokakulttuuri kehittyi samalla karjalaisen elämäntavan mukaan historiallisen kehityksen aikana. (Stenros 1999, 6–8.)

Ruokatalous ja ruoan hankinta kuuluivat sekä miesten että naisten tehtäviin. Runsauden ja niukkuuden aikojen vuorottelujen pohjalta on muodostunut monipuolinen säilöntätalous. Karjalaisten yleisimpiä säilöntätapoja olivat muun muassa hapattaminen, jäädyttäminen, kuivattaminen, suolaaminen sekä kylmä- ja kuumasavustaminen. Maitotuotteiden säilöntämenetelmänä käytettiin piimättämistä. (Sallinen-Gimpl 1998, 8–10.)

Karjala tunnettiin Suomessa alueena, jossa kasviksia käytettiin paljon eri tavoin. Kaikista suosituimpia kasviksia olivat nauris, lanttu, tomaatti ja kurkku. Viljoista käytetyin oli talkkuna. Karjalassa oli myös paljon kalaruokia, mihin vaikuttaa sijainti Laatokan varrella. Liha- ja riistaruoikia oli myös runsaasti tarjolla. Niistä tunnetuimmat olivat karjalanpaisti, lintu- ja jänispaistit. Piirakoiden ja kukkojen täytteiksi käytettiin kypsytettyä lihaa ja kalaa sekä kasviksia ja viljoja, kuten ohra, riisi, hirssi, tattari, talkkuna, lanttu, nauris, kaali ja peruna. (Sallinen-Gimpl 1998, 10–11.)

Venäläisessä ja karjalaisessa ruokakulttuureissa on olemassa paljon yhteisiä piirteitä. Ortodoksisuuden vaikutuksesta karjalaiseen keittiöön ilmentyi runsas ja monipuolinen sienten, kasvien ja kalan käyttö, kukot ja piirakat sekä jauho- ja marjapuurot. Paastomääräysten vaikutuksesta myös karjalaisessa keittiössä on syntynyt runsas ja monipuolinen valikoima kasvisruokia. Karjalainen uuni oli melko samanlainen kuin venäläinen uuni. Siinä oli yhdistetty lämmitys ja ruoanvalmistus. Ruokavalmistuksen menetelmänä käytettiin ruokien hauduttamista uunissa, samalla tavalla kuin Venäjällä. (Lappalainen 2010, 9–11.)

Piirakat kuuluivat karjalaiseen elämäntapaan erottamattomasti ja niitä tehtiin ja syötiin paljon. Karjalaisen piirakan perusmalli on soikea, päältä avonainen ja ohutkuorinen. Piirakan kuoret leivottiin saatavilla olevasta viljasta: rukiista, ohrasta, vehnästä, talkkunasta, tattarista, riisistä tai hirssistä ja täyteenä käytettiin perunaa, muita kasviksia ja marjoja. Tyypillisiä karjalaisia piirakoita ovat karjalanpiirakka, tupinakukkonen, lanttusupikas, kukkonen, vatruska, sultsina ja tsupukka. Leipää kutsuttiin Jumalan viljaksi ja siihen suhtauduttiin kunnioituksella. Leipä asetettiin aina pohja pöytää vasten. Ortodoksisissa taloissa leikattu puoli leivästä laitettiin ikoniin päin. Myös sienten käyttö on peräisin Venäjältä. Karjalaiset pääosin keräsivät tatteja ja maiteroisia. (Lappalainen 2010, 12–14.)

4.2 Karjalainen keittiö tänä päivänä

Tänä päivänä karjalainen keittiö on hyvin tunnettu ja suosittu sekä Suomessa että Venäjän Karjalassa. Kun karjalainen pöytä katetaan, laitetaan tarjolle erilaisia

kaloja, riistaa, metsäsieniä sekä hapatettuja kasviksia. Karjalanpaistia, kukkoja, sultsinoita, pyöröjä, vatruskoita leivotaan runsaasti tänäkin päivänä. Kaikista tunnetuimmat ovat kuitenkin karjalanpiirakat ohra-, riisi- ja perunatäytteineen. Nykyään kaupoissa ympäri Suomen myydään karjalaiseen keittiöön kuuluvia herkkuja, kuten karjalanpiirakoita, paisteja, kukkoja, laatikoita ja patoja. Suomen ja Venäjän Karjaloiissa löytyy paikkoja, joissa voi maistella perinteistä karjalaista ruokaa ja tuntea karjalaisuuden ilmapiirin. (Folklore Suomifinland 2016.)

5 Ruokamatkailu

5.1 Yleistä ruokamatkailusta

Ruoalla on iso merkitys ihmisten elämässä. Se toimii ihmisen kehon polttoaineena. Nykyään ruoalla on myös sosiaalista merkitystä, sillä samalla tavataan ystäviä tai sukulaisia ruokailun ohessa ravintolassa tai kotona pöydän ääressä. Tutustuminen uusiin kulttuureihin ja maihin voi tapahtua myös ruoan kautta. Kun ruokailu tapahtuu uudessa maassa tai matkakohteessa, edes tavallisesta aterialta voi syntyä elämys (Hall, Shaples, Mitchell, Macionis & Cambourne 2011, 60.) Ruoan kautta matkailija pääsee kokeilemaan kohdemaan kulttuuria, paikallisuutta sekä tutustuu kohdemaan historiaan ja kulttuuriperintöihin. (Hook 2018.)

Ruokamatkailuksi kutsutaan sellaista matkailumuotoa, jonka päätarkoituksena on tutustuminen erilaisiin ruokiin ja ruokakulttuureihin sekä niistä nauttiminen (Lahtinen 2016, 9). Tänä päivänä ruokamatkailun suosio maailmassa kasvaa jatkuvasti ja siitä tulee trendikäs matkailun muoto. Ihmisiä kiinnostaa entistä enemmän oma terveys, hyvinvointi, ekologisuus, lähi- ja luomutuotteet. Myös ruokatrendit saavat ruokamatkailun kasvamaan ja tekevät siitä yhä suosituimman matkailumuodon. (Hook 2018.)

Minkälainen on sitten ruokamatkailijan profiili? Ruokamatkailijat etsivät autenttisuutta paikoista, joissa he vierailevat ruoan vuoksi. Heitä kiinnostaa ruoan

alkuperä ja valmistusvaiheet. Ruokamatkailijat tunnistavat gastronomian arvot ja jakavat omia ruokakokemuksia keskenään. Tällaiset matkailijat ovat kuitenkin aika vaativia, mutta samalla palveluita ja tuotteita arvostavia asiakkaita. Yleensä he kuluttavat paljon rahaa matkustaessa. (UNWTO 2012, 11–12.) Matkoillaan ruokamatkailija käy ruokanäyttelyissä, -messuilla, -festareilla ja muissa paikoissa, joissa tarkoituksena on ruokien maistaminen ja niistä nauttiminen. Ruokamatkailijoista suurin osa on ollut jo kauan harrastanut ammattimaisesti ruokamatkailua, mutta nykyisin suosio on kasvanut myös tavallisten matkustajien keskuudessa. (Lahtinen 2016, 9.)

5.2 Suomen ruokamatkailustrategia

Maa- ja metsätalousministeriön ja Visit Finlandin käynnistämässä ja rahoittamassa hankkeessa on luotu Suomeen ensimmäinen ruokamatkailustrategia vuosille 2015–2020. Hankkeessa on lisäksi ollut mukana Haaga-Helia ja muita ruoka- ja matkailualan toimijoita. Ruokamatkailustrategian tavoitteena on tehostaa yhteistyötä toimialan ja toimijoiden kesken, lisätä heidän kiinnostusta ruokamatkailusta, parantaa alan kilpailukykyä sekä tehdä ruoasta elämyksellinen ja tärkeä osa Suomen matkailua. Ruokamatkailustrategia täydentää Visit Finlandin strategiasarjaa, johon kuuluvat kulttuurimatkailu, hyvinvointimatkailu, luontomatkailu ja talvimatkailu. Strategiassa kirjattujen toimenpiteiden tarkoituksena on lisätä sekä suomalaisille että kansainvälisille matkailijoille tarkoitettujen ruokamatkailutuotteiden määrää. (Ruoka & matkailu -hanke 2013, 2.)

Ruokamatkailustrategian kehittämisen painopisteitä on kolme. Ensimmäinen on Taste of place – suomalaisuus ja suomalainen elämäntapa maistuvat, joka näkyy Pohjois-Karjalassa muun muassa karjalaisissa ruoissa, paikallistuotteiden ja suomalaisen elintarvikkeiden käytössä. Toinen painopiste on Pure pleasure – suomalainen puhdas ruoka tekee hyvää mielelle ja ruumille, johon sisältyy luomuja lähituotteiden suosio, runsas luonnonantimien käyttö, puhtaat ja tuoreet raaka-aineet sekä korkealaatuinen elintarviketeollisuus. Viimeisenä on Cool and creative from Finland – kansainvälisesti tunnustetut ruokailmiöt, jonka pääpainopisteet ovat Suomessa järjestetyt ruokamessut, globaalisesti tunnettu ja

Suomessa keksitty ravintolapäivä ja katuruoan lisääntyminen. (Ruoka & matkailu -hanke 2013, 13–14.)

5.3 Venäläinen asiakas ruokamatkailun näkökulmasta

Venäläiset arvostavat kaikkein eniten omaa perhettä ja lähipiiriä. He matkustavat mielellään perheensä tai hyvien ystäviensä kanssa. (Matikainen 2012, 10.) Matkustaessa toiseen maahan venäläiset pitävät itseään kohdemaan vieraina ja odottavat yksilöllistä palvelua. Tämän asiakaspalvelija voi helposti tehdä pelkällä katsekontaktilla ja hymyllä. Tuotetta tai palvelua myydessä pitää huomioida kaikkia seurueen jäseniä, ei pelkästään maksajaa. Venäläiset myös arvostavat, jos heidän lastaan huomioidaan. Sitä voi tehdä kuuntelemalla, hymyilemällä ja kysymällä lapselta erilaisia asioita. (Malankin 2012, 26.)

Ruokapaikkoihin tullessaan venäläiset haluavat yhtenäisen pöydän, johon mahtuu kaikki seurueeseen kuuluvat henkilöt. Jos sellaista ei ole, venäläiset eivät välttämättä jää ravintolaan, vaikka kaikki muut asiat miellyttäisivätkin heitä. Venäläisille on myös hyvin tärkeätä saada palvelua omalla äidinkielellään. Tällöin edes vähän venäjää osaava henkilökunta sekä mahdolliset venäjänkieliset ruokalistat ja opasteet tuovat lisää pisteitä venäläisiltä. He haluaisivat mennä ruokailemaan ravintolaan vasta kymmeneltä illalla, mutta suomalaisesta ravintolasta ei välttämättä enää saa ruokaa siihen aikaan tai ravintola on mennyt jo kiinni. Aktiivinen yöelämä on venäläisille normaalia. (Malankin 2012, 28.)

Venäläisen loman tärkeä osa on syöminen ja juominen. Venäläiset arvostavat paljon ruoan laatua, monipuolisuutta ja tuoreutta. Muihin kansoihin verrattuna venäläisille yllä mainitut tekijät ovat tärkeämpiä asioita kuin hinta. Ravintoloissa venäläiset yleensä tilaavat paljon erilaisia ruokia. Venäläisten ruokailuun yleensä kuuluu alkupala, keitto, pääruoka ja mahdollinen jälkiruoka. Leipä on ehdoton aterian osa ja teetä juodaan ruokajuomana. Ruokailu yleensä kestää muutaman tunnin. Samalla yleensä jutellaan ja nautitaan ruoasta ja juomista. Jos venäläinen on tyytyväinen ravintolassa saatuun ruokaan ja palveluun, hän jättää juomarahaa kiitoksena. (Matikainen 2012, 11–13.)

Venäläiset ovat hyvin sentimentaalinen kansa. Jos venäläinen on johonkin tyytymätön, hän aina tuo sen tavalla tai toisella esille. Hän myös ymmärtää ongelmien, vahinkojen ja unohduksien sattumisen ja antaa anteeksi, jos asiaa oikeasti pahoitellaan. Ongelmatilanteissa pystytään löytämään molemmille puolille sopiva ratkaisu ja hyvitykseksi yleensä käyvät ilmainen ruoka, juoma tai alennus. (Malankin 2012, 30.)

5.4 Ruokamatkat Suomeen

Venäläisten motiivit Suomeen matkustamiseen ovat hyvin erilaisia, mutta ruoka on silti erottamaton osa jokaista matkaa. Suurelle osalle venäläisiä matkailijoita ruoka ei kuitenkaan ole päämotiivi matkustaa Suomeen. (Jamkovaya 2015.) Venäjänkielisiä nettisivuja selaamalla ja erilaisia hakukoneita käyttämällä voi löytää muutamia venäläisiä matkatoimistoja, jotka myyvät venäläisille edes ruokamatkoja Suomeen.

Matkatoimistot sijaitsevat pääasiassa Moskovassa ja Pietarissa. Esimerkkejä venäläisten matkatoimistojen tarjoamista ruokamatkoista ovat muun muassa viinimatkat Mikkelin ja Puumalan viinipanimoihin, joissa valmistetaan uniikkeja lakka-, mustaherukka-, raparperi-, karpalo- ja koivunmahlaviinejä. ”Herkullinen Helsinki” on ruokamatka, jonka aikana matkailijat käyvät opastetulla kierroksella Helsingin keskustan ruokapaikoissa ja maistavat paikallisia ruokia ja juomia. Kenkäveron kartanoon tarjotaan luontoon liittyviä ruokamatkoja, joissa matkailijat voivat itse kerätä marjoja ja kalastaa ja nauttia niistä tehtyä ruokaa. (Jamkovaya 2015.) ”Juustomatkat Suomeen” -ruokamatkat sisältävät vierailut mautiloilla, joissa juustoa valmistetaan. Tämän tyyppisten matkojen kesto oli yhdestä päivästä kolmeen päivään. Hintaluokkaa on 110 €–129 € per matka yhdestä henkilöstä. Hinnat riippuvat matkoista ja ryhmänkoosta. Matkaan sisältyy ohjelman lisäksi kuljetukset sekä mahdollinen majoitus hotellissa aamiaisineen. (Tour-spb 2018.)

Venäläiset matkatoimistot suosittelevat kokeilemaan ruokamatkoja Suomeen. Tärkeimpänä syynä siihen on se, että suomalainen keittiö ei ole vielä tullut kansainväliseksi keittiöksi kuten esimerkiksi italialainen tai japanilainen. Aitoa

suomalaista keittiötä voi maistaa vain Suomessa. (Jamkovaya 2015.) Lisäksi venäläiset asiantuntijat väittävät, että venäläisille tuntemattomista suomalaisista ruoista, joita ovat muun muassa mustamakara, mämmi, kalakukko, leipäjuusto, salmiakki, lakritsi, raparperipiirakka, muikut, rössypottu ja kermanen kalakeitto syntyy aivan uskomaton ruokaelämys venäläiselle matkailijoille (Shirokova 2014.)

6 Ruokatrendit

6.1 Megatrendit, trendit ja heikot signaalit

Trendiksi kutsutaan sellaista piirrettä, jota on suhteellisen helppo ennakoida tulevaisuudessa. Trendin kuvaamiseksi voidaan käyttää myös sanoja virtaus, suuntaus ja kehityssuunta. Trendi hyvin paljon riippuu ajasta. Megatrendi on kehityksen suuri aalto ja ilmiöiden tai trendien joukko, jolla on selkeä kehityssuunta (Rubin 2018). Megatrendit sekä monet muut maailmalla tapahtuvat muutokset vaikuttavat myös ruokapalveluihin. Suurimmat ruoka-alan megatrendit ovat tällä hetkellä vastuullisuus, eettisyys ja ekologisuus. Voimakkaasti esillä ovat myös vegaanisuus, kasvissyönti ja raakaruoka, jotka ovat samalla ekologisia ja eettisiä valintoja. (Mäntysaari 2017.)

Heikot signaalit ovat merkkejä nousevista asioista, jotka voivat olla merkityksellisiä tulevaisuudessa (Sitra 2017). Tämänhetkisiä ruokapalveluiden heikkoja signaaleja ovat muun muassa ruoan hinnan nousu, ostosten vähentyminen, matkailun voimakas kasvu, lähiruoka, hävikkiin perustuva toiminta, syötävät hyönteiset ja eri ruokavalioiden yhdistäminen. Heikon signaalin esimerkkinä ravintola-alalla voidaan pitää casual-dining ja fine-dining käsitteiden sekoittamista. Myös fast-casual ravintolat ja vegaaniruokavaliot ovat kovassa nousussa. Ravintoloitsijat pyrkivät olemaan ajan tasalla trendien kanssa ja luovat aivan uusia reseptejä ja ruokia. Merkittävä vaikutus ruokapalveluihin on myös sote- ja maakuntauudistuksella, väestön ikääntymisellä, digitaalisuutella ja työn ulkoistamisella. (Mäntysaari 2017.)

Digitalisaatio ja teknologian kehitys vaikuttavat ruokapalveluiden tuotantoon ja tulevaisuuteen monin tavoin. Teknologian avulla on helppo tavoittaa asiakkaita ja antaa heille yksilöllistä palvelua. Esimerkiksi se, että ihmiset pystyvät internetin kautta katsomaan tiettyjen ravintoloiden aukioloajat ja ruokalistat sekä varaamaan pöydän ravintolasta ollessaan aivan toisessa kaupungissa tai toisessa maassa. Nykyään ihmiset pystyvät tilaamaan nettikaupoista ruokaa ja muita tavaroita kotiinkuljetuksineen. Teknologialaitteita kehitetään jatkuvasti, mikä nopeuttaa laitteiden toimintaa ja tehokkuutta. Kauppoihin ilmestyy yhä enemmän älykassoja sekä erilaisia hakukoneita. (Mäntysaari 2017.)

6.2 Suomalaiset ruokatrendit

Tässä opinnäytetyössä käsitellään ruokatrendejä ja ruokatrendillä tarkoitetaan maassa tapahtuvia ruokaan liittyviä ilmiöitä, jotka ovat pinnalla juuri nyt. Ruokatrendejä voidaan jakaa pitkäaikaisiin ja lyhytaikaisiin. Pitkäaikaiset ruokatrendit tarkoittavat jo pitkään pinnalla olleita ruokailmiötä, kun taas lyhytaikaiset ruokatrendit ovat kestoltaan lyhyitä. (Rubin 2018.)

Ruokatrendit kiinnostavat ihmisiä entistä enemmän. Etenkin omaan hyvinvointiin, terveyteen ja erilaisiin ruokavaliioihin panostaminen tulee ihmisille yhä tärkeämmäksi. Ruokatrendejä käsitellään myös monipuolisesti mediassa. Vuoden alussa erilaisten aikakauslehtien nettisivut julkaisevat artikkeleita ja raportteja tulevista ruokatrendeistä ja hittituotteista. Sosiaalisessa mediassa ja foorumeilla käydään keskustelua uutuuksista ja annetaan oma mielipide aiheista. (Eskola 2012, 5.) Aromilehti (2017) ja Meillä kotona (2018) -nettilehdet ovat julkaisseet artikkeleita koskien vuoden 2018 suomalaisia ruokatrendejä. Näitä artikkeleita pohjana käyttäen esittelen ruokailmiöt ja -tuotteet, jotka ovat Suomessa trendeinä vuonna 2018.

Pitkäaikaisiin vuoden 2018 ruokatrendeihin kuuluvat ruoan poliittisuus ja läpinäkyvyys, tasa-arvo ruokateollisuudessa, vaihtoehtoiset sokerit ja ruoan käyttö lääkkeenä. Ruoan poliittisuudella tarkoitetaan hävikin määrän vähentämistä ja kouluruokien tason kohentamista. Ruoan läpinäkyvyys tarkoittaa terveystietoisia kuluttajia, funktionaalista ruokaa, kalorilaskelmien ilmestymistä

ruokalistoihin sekä ravitsemustyöntekijöiden valmiutta kertoa asiakkaille raaka-aineista lisätietoja. Tasa-arvo puhuttaa työpaikoilla, ruoan tuotanto on luonnonmukaista ja koko ruokateollisuus muuttuu yhä reilummaksi. Sokerin korvikkeena käytetään juureksia, maissia, kasviksia ja hedelmiä. Monet ravintolat aloittavat tekemään yhteistyötä ravitsemustieteilijöiden kanssa. Lääkärit alkavat määrätä ruokavalioita ja suosittelevat terveysvaikutteisia ruokia entistä enemmän. (Aromilehti 2017.)

Lyhytaikaisiin vuoden 2018 Suomen ruokatrendeihin kuuluvat venezuelalainen täytetty maissileipä arepa, suolaiset jälkiruoat, leivän leipominen, intialaisen keittiön ruoat, uppopaistettu ruoka, monipuolinen sienten käyttö, hyönteisruoka ja syötävät kukat (Aromilehti 2017; Koivisto 2018). Suolaisia jälkiruokia ilmestyy ravintoloihin, esimerkkinä ovat kukkakaalin ja suklaan tai leivän ja jäätelön yhdistelmät (Aromilehti 2017). Leivän leipominen kotona tulee yhä suosituimmaksi. Tänä vuoden trendinä on erityisesti hapanjuurileivonta. (Koivisto 2018.)

Myös uppopaistetun ruoan suosio kasvaa vuonna 2018. Uppopaistetaan kanaa, perunaa, halloumi-juustoa ja munkkeja. (Aromilehti 2017.) Elintarvikkeiksi laillistettuja sirkkoja käytetään leivässä, granolassa, suklaassa ja keitoissa. Syötäviä kukkia on jo jonkin verran käytetty koristeena, mutta tänä vuonna kukkien käyttö lisääntyy erityisesti juomien valmistuksessa. Esimerkkejä tästä ovat muun muassa ruusuvesidrinkit ja hibiskusteejuomat. (Koivisto 2018.)

6.3 Venäläiset ruokatrendit

Ruokamatkailun suosio kasvaa koko ajan myös Venäjällä. Selaamalla ja tutkimalla erilaisia venäläisiä nettisivuja sekä käyttämällä erilaisia venäjänkielisiä hakukoneita olen löytänyt ruokatrendejä, jotka ovat pinnalla Venäjällä vuonna 2018. Myös venäläiset ruokatrendit voidaan jakaa pitkäaikaisiin ja lyhytaikaisiin trendeihin.

Pitkäaikaisiin ruokatrendeihin lasketaan terveellinen elämäntapa, vegaanisuus ja kasvissyönti, jätteen ruoanvalmistus, alkoholittomat juomat, ruoan

valmistaminen kotona ja ruoan käyttö lääkkeenä (Afisha Daily 2018; Restoranoff 2018). Venäläiset yhä enemmän panostavat omaan hyvinvointiin ja terveyteen. Tästä syystä Venäjälle on ilmestynyt paljon terveellistä ruokaa tarjoavia kauppoja ja ruokapisteitä. Lisäksi venäläisten ravintoloiden ruokalistoihin tulevat terveellistä ja vähäkalorista ruokaa sisältävät osiot. (Afisha Daily 2018.)

Maailmanlaajuiset trendit, kuten vegaanisuus ja kasvissyönnöni yleistyvät myös Venäjällä. Liha korvataan proteiinia sisältävillä kasviksilla ja ravintoloiden ruokalistoihin ilmestyy entistä enemmän vegaani- ja kasvisruokia. Jätteettömällä ruoanvalmistuksella tarkoitetaan koko tuotteen käyttöönottoa, muun muassa vihannesten kuorten käyttö ruoanvalmistuksessa. Ruoan käyttö lääkkeenä tulee myös trendiksi. Hyvänä esimerkkinä siihen ovat merilevät, joita lisäämällä omaan ruokavalioon voi rajoittaa lihan syönnöni sekä vähentää huonon kolesterolin vaikutuksia. Tämä tuote on myös suosittu vegaanien ja kasvissyönnöni kesken. (Restoranoff 2018.)

Terveellisen elämäntavan trendi ja rattijuopumuksen rangaistusten tehostaminen ovat johtaneet alkoholin käytön vähentämiseen. Ravintoloihin tulevat monipuoliset alkoholittomat juomalistat, joissa keskitytään raaka-aineiden tuoreuteen ja laatuun. Venäläiset seuraavat mielenkiinnolla ruoanvalmistusprosessia ravintolassa. Samalla ruoanvalmistus omin käsin kotona tulee trendiksi. Valmiiden aineiden kotiinkuljetus resepteineen keittiömestariilta ravintolaruokien valmistusta varten kotona saa yhä enemmän suosiota. (Restoranoff 2018.)

Lyhytaikaisia venäläisiä ruokatrendejä vuonna 2018 ovat meksikolaisen, intialaisen ja korealaisen keittiön suosio, uusia ruokia japanilaisesta ja italialaisesta keittiöstä, viinibaarien kasvu, fast-casual-ravintoloiden lisääminen ja hiilihydraattipitoiset ruoat (Afisha Daily 2018; Restoranoff 2018). Viinibaariksi kutsutaan pientä baaria, jossa on monipuolinen valikoima viinituotteita. Vuonna 2018 viinibaarien määrä kasvaa huomattavasti erityisesti venäläisissä suurkaupungeissa. (Afisha Daily 2018.)

Myös fast-casual -ravintoloiden suosio kasvaa Venäjällä. Fast-casual -tyyppinen ravintola on kohtuuhintainen ravintola, jossa nopean ruoanvalmistuksen lisäksi kiinnitetään erityistä huomiota ruoan tuoreuteen, aitousuuteen ja vastuullisuuteen (Laatikainen 2016). Monissa ravintoloissa aamiaiseksi tarjotaan puuroja, blinejä, rahkakakkuja, kananmunaruokia ja leipiä ja aamiaislistat ovat voimassa ympäri vuorokauden (Restoranoff 2018).

Ruokatrendit näkyvät erityisesti Moskovassa ja Pietarissa. Vuonna 2018 Venäjällä lisääntyy kala- ja merielävravintoloiden määrä. Yhä enemmän tulee tiettyyn teemaan kohdistuvia ravintoloita niin sanottujen ”yleisravintoloiden” sijaan. ”Yleisravintolalla” tarkoitetaan sellaista ravintolaa, jossa on tarjolla eri maiden keittiöt, karaoke ja muuta ohjelmaa samassa paikassa. Entistä enemmän tulee kiinnostusta viiniteemoihin, ja seurauksena siitä Venäjälle ilmestyy enemmän viinibaareja. (Afisha Daily 2018.)

7 Opinnäytetyön toteuttaminen

7.1 Menetelmälliset valinnat

Opinnäytetyössä käytetään sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusotetta. Kvantitatiivinen eli määrällinen analyysi pohjautuu aineiston kuvaamiseen numeroiden avulla (Jyväskylän yliopisto 2015a). Mittaamiseen perustuvasta menetelmästä syntyy lukuja sisältävä aineisto, jota analysoidaan tilastollisin menetelmin, useimmiten atk-ohjelmien avulla. Määrällistä tutkimusta voidaan pitää luotettavana, jos tutkimusaineisto on riittävän suuri ja edustava. (Vilpas 2018.)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmä, jonka avulla pyritään ymmärtämään ja analysoimaan sisällön laatua. Laadullinen tutkimus perustuu enemmän sanoihin kuin numeroihin. (Jyväskylän yliopisto 2015b.) Kun tutkimuksessa yhdistetään useita menetelmiä ja lähestymistapoja, voidaan puhua triangulaatiosta. Triangulaatio lisää myös tutkimuksen

luotettavuutta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a.) Opinnäytetyön laadullinen osuus koostuu tarkkailevasta havainnoinnista. Lisäksi kysymystä tarkastellaan laajan tietoperustan avulla.

Opinnäytetyön tavoitteena on, että tietoperustan ja kerätyn aineiston vuorovaikutuksesta syntyy yhtenäinen kokonaisuus. Aineistokeruumenetelminä toimivat lomakekysely sekä tarkkaileva havainnointi. Kyselyn avulla pyrittiin selvittämään venäläisten tietoisuutta suomalaisista perinneruoista, suhtautumista suomalaisia elintarvikkeita kohtaan, ruokamatkailu-käsitteen ymmärrystä sekä asiakastyytyväisyyttä Rosso-ravintolaan. Kyselystä saatiin lukuja analyysiä varten. Tarkkaileva havainnointi tapahtui omassa työpaikassa Rossossa. Havainnoinnin tarkoituksena oli saada sellaista tietoa venäläisistä, joka ei välttämättä tulisi ilmi kyselystä ja auttaisi ymmärtämään venäläisten käyttäytymistä eri tilanteissa. Opinnäytetyön määrällistä aineistoa analysoitiin laadullisesti.

7.2 Kyselyn laatiminen ja toteutus

Opinnäytetyön aineistokeruumenetelmänä käytettävän kyselyn tarkoituksena on saada tietoa venäläisten ruokamatkailusta Pohjois-Karjalassa Kalitka-hanketta varten sekä tehdä asiakastyytyväisyyskysely joensuulaiselle Rosso-ravintolalle. Sain mahdollisuuden kyselyn toteuttamiseen omassa työpaikassa Joensuun Rosso-ravintolassa. Työkokemukseni ansiosta huomasin, että Rossossa käy paljon venäläisiä asiakkaita ympäri vuoden, ja heillä on erilaiset matkustusmotiivit. Tämän takia Rosso osoittautui minulle erinomaiseksi paikaksi toteuttaa kysely. Lisäksi pystyin itse tekemään ja kontrolloimaan lomakkeiden jakeluprosessia sekä vastaamaan mahdollisiin vastaajien kysymyksiin.

Opinnäytetyön kohderyhmänä on venäläiset matkailijat, jotka käyvät Rossossa. Kyselylomakkeita annettiin kaikille venäläisille asiakkaille. He kuitenkin saivat itse päättää, haluavatko osallistua kyselyyn vai eivät halua. Oman taustani ansiosta tunnen hyvin venäläistä luonnetta ja kulttuuria. Kysely rajattiin koskemaan vain täysi-ikäisiä venäläisiä asiakkaita. Tällöin vastaajien vähimmäisikä on 18 ja enimmäisikä on 60. Kyselyjen jakaminen tapahtui 9.4–31.5.2018 (viikot 15–22).

Vastauksia toivottiin saatavan vähintään 50. Alustava aika kyselyn toteuttamiselle oli kuukausi, mutta sitä joudutettiin jatkamaan, koska ruplan kurssi laski ja venäläisten matkailijoiden määrä väheni. Tämä johti siihen, että en saanut riittävästi vastauksia ja vastaamisaikaa joudettiin pidentämään.

Kysely on luonteeltaan informoitu kysely, joka tarkoittaa sitä, että tutkija jakaa kyselylomakkeet henkilökohtaisesti sellaisessa paikassa, jossa hänen tavoittelema kohderyhmä on helposti tavoitettavissa. Jakamalla kyselylomakkeita tutkija kertoo tutkimuksen tarkoituksesta ja vastaa mahdollisiin tuleviin kysymyksiin. Vastaajat palauttavat omalla ajallaan täytettyjä kyselylomakkeita sovittuun joko tutkijalle itse tai sovittuun paikkaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 185–186.)

Kysely on neljä sivua pitkä ja siinä on 26 kysymystä. Kyselyssä käytettiin yleisimpiä kysymysmuotoja: avoimet kysymykset, monivalinta- ja strukturoidut kysymykset sekä asteikkoihin eli skaaloihin perustuvat kysymykset. Avoimia kysymyksiä käytetään ilmiön kartoittamiseen tutkimuksessa. Lisäksi niiden avulla voi saada esiin näkökulmia, joita tutkija ei alun perin edes ole ajatellut. (Kananen 2008, 25.) Avoimissa kysymyksissä esitetään kysymys ja jätetään tyhjää tilaa vastaukseen. Avoimet kysymykset ovat yleensä kvalitatiivisen tutkimuksen tukena. (Heikkilä 2008, 49.)

Monivalintakysymyksissä tutkija laatii kysymykset ja niihin valmiit vastausvaihtoehdot. Vastaaja merkitsee rastilla valmiin vastausvaihtoehdon tai useampia, jos se on sallittua. (Hirsjärvi ym. 2005, 188.) Sekamuotoinen kysymys tarkoittaa monivalintakysymystä, jossa on annettu vastausvaihtoehdona avoin vastaus. Avoimeksi vastaukseksi on hyvä lisätä ”Muu, mikä?”, jos ei olla varmoja siitä, että kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot ovat esitetty kysymyksessä. Strukturoiduksi kysymyksiksi kutsutaan vaihtoehdot antavia kysymyksiä. Niiden tarkoituksena on yksinkertaistaa vastausten tilastollista käsittelyä. (Heikkilä 2008, 52.)

Asteikkoihin perustuvissa kysymyksissä esitetään väittämiä, ja vastaaja merkitsee asteikkoon, kuinka paljon hän on samaa tai eri mieltä esitetyn

väittämän kanssa. Mieliä väittämissä käytetään Likertin 5–7 -portaista asteikkoa, jossa on useimmiten ”samaa mieltä” ja ”eri mieltä” -vastausvaihtoehdot. (Heikkilä 2008, 52–54.)

Tutkimuksen onnistumista tehostaa hyvin suunniteltu ja huolellisesti laadittu kysely. Lomakkeen pitää olla siisti, selkeä ja houkuttelevan näköinen, sillä se saa vastaajan tuntemaan, että kyselyyn vastaaminen on tärkeää. Kysymysten pitää edetä loogisesti ja ne tulee olla ryhmitelty selkeiksi kokonaisuuksiksi. (Heikkilä 2008, 48–49.) Tässä opinnäytetyössä käytetty kyselylomake on jaettu kahteen isoon osa-alueeseen: ensimmäinen osio tarkastelee opinnäytetyön keskeisimpiä tutkimusongelmia ja toinen osio on asiakastytyväisyyskysely Rosso-ravintolalle. Kyselylomakkeen alussa on saatekirje, jossa on lyhyesti esitetty kyselyn tarkoitus ja tavoitteet.

Saatekirjeen jälkeen kysytään vastaajien perustiedot ja matkustusmotiivit. Seuraavaksi tulee osio, jonka avulla pyrin selvittämään venäläisten tietoisuutta suomalaisista perinneruoista, heidän suhtautumistaan suomalaisia elintarvikkeita kohtaan sekä ymmärrystä ruokamatkailu-käsitteestä. Viimeinen osio on asiakastytyväisyyskysely Rosso-ravintolalle, joka on laadittu Rosson ravintolapäällikön toiveet huomioiden. Kyselylomakkeen kieli on venäjä (Liite 1). Kyselystä tehtiin myös suomenkielinen versio aineiston käsittelyn helpottamiseksi (Liite 2).

Venäjänkielinen kyselylomake testattiin neljällä testivastaajalla. Testivastaajien tehtävänä oli selvittää kyselylomakkeen selkeyttä, ymmärrettävyyttä ja toimivuutta. Testin tarkoituksena oli myös selvittää, kuinka kauan kyselyyn vastaaminen vie. Testaus suoritettiin kahta viikkoa ennen lomakkeiden varsinaisen jakamisen aloittamista. Kyselylomaketta korjattiin testivastaajilta saatujen palautteiden ja huomioiden perusteella. Testivastaajilla meni keskimäärin 10 minuuttia kyselyyn vastaamiseen.

Kyselylomakkeiden jakaminen Rossossa tapahtui silloin, kun venäläiset asiakkaat tulivat ravintolaan ja istuivat pöytään. Lomakkeet tuotiin ruokalistojen yhteydessä pöytään, ja ruokailijoita pyydettiin ystävällisesti vastaamaan

kyselyyn. Jaoin lomakkeita itse, jos olin töissä. Muina aikoina jakajina toimivat muut Rossossa työskentelevät tarjoilijat. He tutustuivat kyselylomakkeen suomenkielisen versioon ja pyysivät asiakkaita englanniksi osallistumaan kyselyyn. Kaikille kyselyyn vastanneille tarjottiin kiitoksena kupillinen teetä tai kahvia ja suklaakarkkeja. Siitä oli etukäteen sovittu Rosson ravintolapäällikön kanssa ja ilmoitettu muulle henkilökunnalle.

Lomakekyselyn vastausten käsittely tapahtui Excel-taulukkolaskentaohjelmassa. Kyselystä saadut vastaukset analysoitiin kuvioita ja taulukoita apuna käyttäen. Avoimien kysymysten sanallisista vastauksista laskettiin ensin samojen vastausten määrät. Tämän jälkeen vastaukset ja niistä saatujen vastausten määrät kirjattiin yhtenäiseen tiedostoon (Liite 3).

7.3 Tarkkailu ja oma havainnointi

Havainnoinnin eli observoinnin avulla voidaan saada tietoa tutkittavasta ilmiöstä sitä seuraamalla tai tekemällä havaintoja (Jyväskylän yliopisto 2015c). Tieteellinen havainnointi on systemaattista tarkkailua. Havainnointi voi olla joko itsenäinen tai sitä voidaan käyttää haastattelujen tai kyselyiden lisänä ja tukena. Havainnot kohdistuvat ihmisten toimintaan ja käyttäytymiseen, ja havainnoitsija saa siitä välitöntä ja suoraa tietoa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b.) Havainnoinnin dokumentoimisen tapoja ovat muistiinpanojen tekeminen, valokuvaaminen, äänittäminen ja videointi (Jyväskylän yliopisto 2015c).

Tässä opinnäytetyössä käytettiin tarkkailevaa havainnointia aineistokeruussa. Tarkkailevalla havainnoinnilla tarkoitetaan kohteen ulkopuolista havainnointia. Käytännössä se tarkoittaa, että tutkija ei osallistu tutkimuskohteen toimintaan, vaan hän tarkkailee asioita ulkopuolisesti. (Vilkkä 2006.) Grönforsen (1985, 90) mukaan tärkeätä on oppia katsomalla. Tarkkailevan havainnoinnin avulla voidaan tuoda lisää aineistoja määrälliseen tutkimukseen mittaamista varten (Uusitalo 1991, 90).

Havainnoinnista tulee onnistunut, jos tutkija osaa määritellä ennalta havainnointia tarvitsevat asiat ja piirteet tutkimuskohteessa (Uusitalo 1991, 90). Tutkijalla pitää

olla paljon taustatietoa tutkittavasta ilmiöstä ennen havainnoinnin aloittamista, jotta hän pystyisi saamaan tarkan käsityksen omista havainnoistaan. Lisäksi tutkijan pitää kiinnittää huomiota eleisiin, ilmeisiin, asentoihin ja liikkeisiin, ei pelkästään verbaalisiin asioihin. (Anttila 1996, 218–224.)

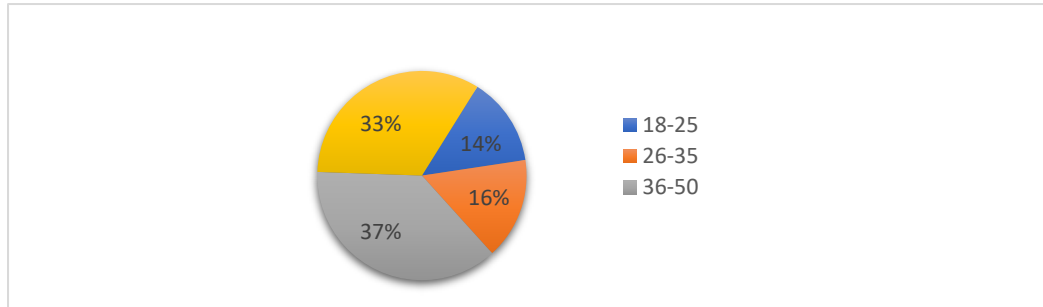
Tarkkaileva havainnointi on tapahtunut omalla työpaikalla Joensuun Rosso-ravintolassa. Olen työskennellyt Rossossa yli kaksi vuotta, jonka ansiosta minulta löytyy kokemusta venäläisistä asiakkaista. Olen myös paljon keskustellut venäläisten kanssa sekä töissä että vapaa-ajallani. Kuultuaan opinnäytetyöni aiheesta ja tarkoituksesta venäläiset asiakkaat ovat kertoneet minulle paljon hyödyllistä tietoa, joita olen käyttänyt hyväkseni tämän opinnäytetyön kirjoittamisessa.

Oma tausta on myös vaikuttanut merkittävästi. Olen syntynyt Venäjällä ja olen asunut siellä suurimman osan elämästäni, joten venäläinen kulttuuri ja luonne minulle on hyvin tuttu. Oman taustan, työkokemuksen ja havainnoinnin avulla pyrin antamaan tietoa venäläisten käyttäytymisestä suomalaisessa ravintolassa sekä määrittämään vain venäläisille kuuluvia ominaispiirteitä. Nämä tiedot ovat hyödyllisiä myös ruokamatkailun kannalta.

8 Kyselyn ja havainnoinnin tulokset

8.1 Vastaajien taustatiedot

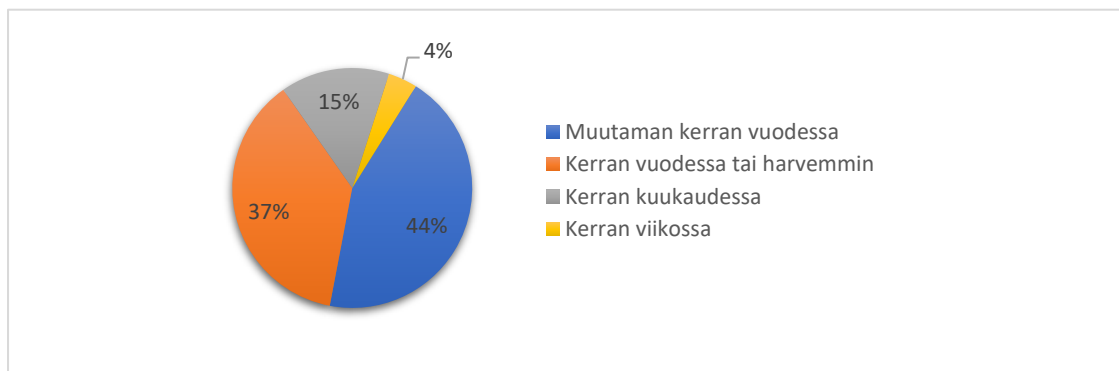
Kyselyyn osallistui kaiken kaikkiaan 102 henkilöä. Taustatietona kysyttiin vastaajien sukupuolta ja ikää. Vastaajista 58 % oli naisia ja 42 % miehiä. Kuvio 1 kertoo kyselyyn vastaajien ikäjakauman. Sen perusteella huomataan, että 70 % vastaajista kuuluvat ikäryhmiin 36–50 vuotta ja enemmän kuin 50 vuotta.



Kuvio 1. Kyselyyn vastaajien ikäjakauma. (n=102)

Vastaajat ovat luokiteltu myös asuinläninsä mukaan. Näin 62 % vastaajista oli Karjalasta, 25 % Pietarista tai Pietarin alueelta, 8 % Moskovasta tai Moskovan alueelta ja 5 % muista Venäjän kaupungeista (n=102). Muina kaupunkeina oli mainittu Vologda, Perm, Voronezh ja Kemin tasavalta. Tuloksista näkyy, että suurin osa vastaajista on tullut Suomen rajaa lähellä olevilta alueilta.

Seuraavaksi pyrittiin selvittämään, ovatko kyselyyn vastanneet vierailleet Joensuussa aikaisemmin. Vastaajista 76 % vastasi, että tämä on heidän ensimmäinen vierailunsa Joensuussa ja 24 % ilmoitti käyneensä Joensuussa aikaisemminkin (n=102). Seuraavaksi kysyttiin, kuinka usein vastaajat käyvät Joensuussa. Kuvio 2 kertoo, että suurin osa vastaajista käy Joensuussa aika harvoin. Lähes puolet vastaajista (44 %) käy Joensuussa muutaman kerran vuodessa, 37 % käy kerran vuodessa tai harvemmin, 15 % käy kerran kuukaudessa ja 4 % käy kerran viikossa.



Kuvio 2. Joensuussa vierailujen määrä. (n=102)

Seuraavat kysymykset selvittivät vastaajien matkan kestoa ja matkustusmotiiveja. Yli puolet vastaajista (58 %) ilmoitti matkansa kestoksi 2–4 päivää, kolmasosa (30 %) vastaajista oli yhden päivän matkalla, 7 % matkusti

Joensuuhun 5–7 päiväksi ja loput vastaajista yöpyivät Joensuussa yli viikon. Matkustusmotiiveiksi ovat selvästi nousseet ostokset ja turismi. Vähän alle puolet (42 %) vastaajista ilmoitti matkan tarkoitukseksi ostokset ja 40 % turismi, liikemiehiä oli 11 %, sukulaisten tai ystävien luona vieraili 4 % ja loput vastaajista ilmoittivat matkan tarkoitukseksi muun syyn, mutta tarkempia kommentteja tähän ei saatu.

8.2 Suomalainen ruoka

Vastaajien taustatietojen selvittämisen jälkeen kyselyssä oli suomalaista ruokaa ja ruokamatkailua käsittelevä osio. Kysymyksessä 8 selvitettiin, mitkä tekijät ovat venäläisten mielestä tärkeitä elintarvikkeiden ostamisessa omaan käyttöön. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin tuotteen koostumus, alkuperämaa, ravintosisältö, brändin tai valmistajan tunnettuus, suositukset, luomu- ja lähiruoka, halpa hinta tai tarjoustuote, tuotteen eettisyys, ympäristöä vähemmän kuormittava tuote sekä uudet makuelämykset. Kysymys on mielipidekysymys, joten siinä käytettiin 5 -portaista asteikkoa. Taulukko 1 kertoo tarkemmin kysymyksestä saaduista tuloksista.

Vastauksista käy ilmi, että elintarvikkeiden ostamisessa venäläisille tärkeimmät tekijät ovat luomu- ja lähiruoka, alkuperämaa, suositukset, halpa ruoka tai tarjoustuotteet, tuotteen eettisyys, uudet makuelämykset ja ympäristöä vähemmän kuormittavat tuotteet. Luomu- ja lähiruoka ovat tärkeitä kriteereitä elintarvikkeiden ostamisessa lähes kaikille kyselyyn vastanneille venäläisille. Tuotteen suositukset ovat myös tärkeitä lähes kaikille kyselyyn vastanneille venäläisille (90 %). Ympäristöä vähemmän kuormittavat tuotteet ja uudet makuelämykset ovat vähintäänkin melko tärkeitä lähes kaikille vastaajille (94 %).

Halpa hinta tai tarjoustuote kiinnostaa 87 % venäläisiä. Alkuperämaa on vähintäänkin melko tärkeä 82 %:lle vastaajista, mutta samalla sitä ei pidä tärkeänä 15 % vastaajista. Tuotteen eettisyys on myös osoittautunut tärkeäksi tekijäksi, mutta 15% vastaajista ei pidä sitä tärkeänä lainkaan. Ravintosisältö ja brändin tai valmistajan tunnettuus ovat tärkeitä yli 70 %:lle vastaajista, lähes kolmasosa ei pidä niitä niin tärkeinä elintarvikkeiden ostamisessa. Suurelle osalle

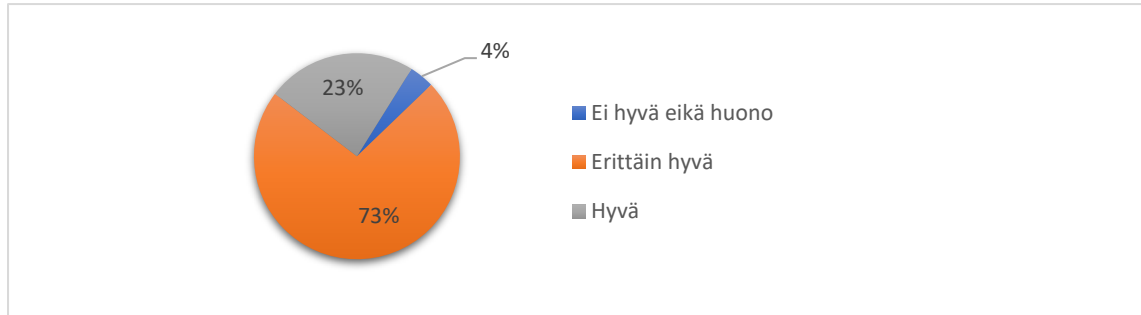
vastaajista tuotteen koostumus ei ole niin tärkeä ja 62 % pitää sitä melko tärkeänä.

Taulukko 1. Tärkeimmät tekijät elintarvikkeiden ostamisessa. (n=101)

	Ei lainkaan tärkeä	Ei kovin tärkeä	Melko tärkeä	Tärkeä	Erittäin tärkeä
Tuotteen koostumus	1%	1%	62%	6%	30%
Alkuperämaa	4%	14%	30%	22%	30%
Ravintosisältö	10%	19%	23%	22%	26%
Brändin / valmistajan tunnettuus	8%	25%	6%	31%	30%
Suosituks	4%	6%	22%	21%	47%
Luomuruoka	1%	1%	67%	9%	22%
Lähirooka (paikallisuus)	1%	4%	31%	31%	33%
Halpa hinta / Tarjoustuote	6%	7%	14%	42%	31%
Tuotteen eettisyys	12%	3%	16%	46%	23%
Ympäristöä vähemmän kuormittava tuote	5%	1%	43%	26%	25%
Uudet makuelämykset	1%	5%	29%	29%	36%

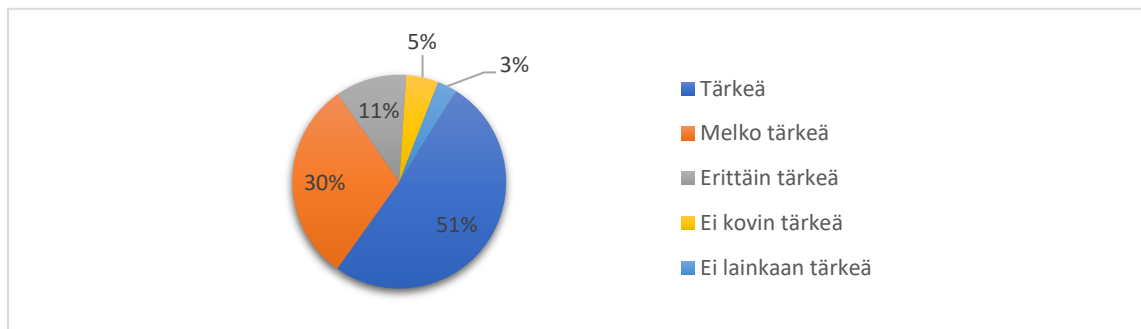
Seuraavassa kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan suomalaisten elintarvikkeiden laatua kokonaisuudessaan. Myös tässä kysymyksessä käytetään 5 -portaista asteikkoa. Kuvio 3 kertoo vastaajien mielipiteen suomalaisten elintarvikkeiden laadusta. Tulos on aika positiivinen. Kuten kuviosta nähdään, kaksi kolmasosaa vastaajista pitää suomalaisten elintarvikkeiden laatua erittäin hyvänä, lähes kolmasosa pitää niitä hyvänä ja loput vastaajista

pitävät ei hyvänä eikä huonona. Kyselyyn osallistujista kukaan ei pidä suomalaisia elintarvikkeita huonona tai erittäin huonona.



Kuvio 3. Suomalaisten elintarvikkeiden laatu. (n=102)

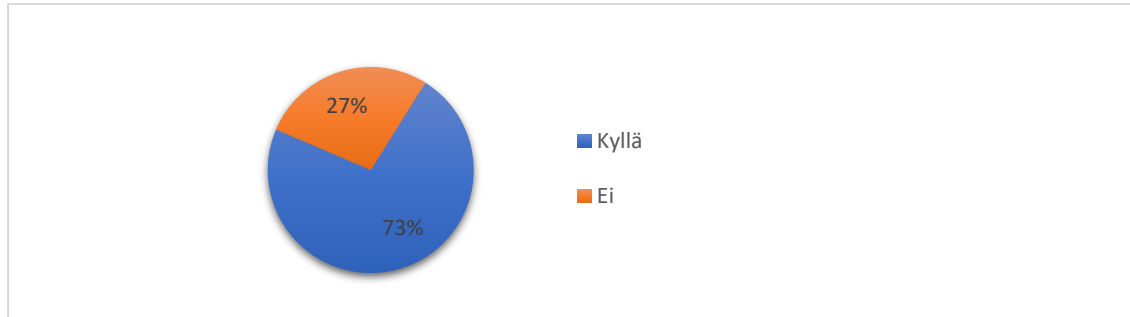
Kysymys 10 koskee paikallista ruokaa. Kysymyksessä kysyttiin paikallisen ruoan tärkeyttä matkakohteen valinnassa. Tulokset nähdään kuviosta 4 ja niistä tulee ilmi, että puolelle kyselyyn vastanneista paikallinen ruoka on tärkeä, yksi kolmasosa pitää sitä melko tärkeänä, erittäin tärkeänä pitää 11 % vastaajista, ”ei kovin tärkeä” -kohdan on valinnut 5 % ja vain 3 %:lle vastaajista paikallinen ruoka ei ole lainkaan tärkeä matkakohteen valinnassa.



Kuvio 4. Paikallisen ruoan tärkeys matkakohteen valinnassa. (n=99)

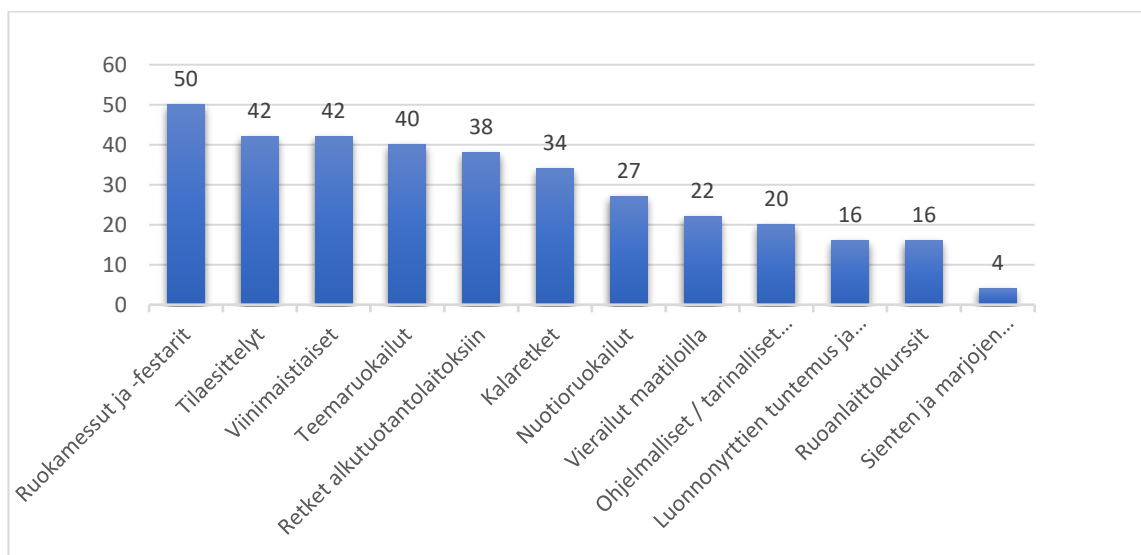
8.3 Venäläisten ruokamatkailu Pohjois-Karjalassa

Kysymyksessä 11 siirryttiin ruokamatkailua käsitteleviin aiheisiin. Kysymyksessä pyrittiin selvittämään venäläisten tietoisuutta ruokamatkailun käsitteestä. Kuviosta 5 näkyy, että kaksi kolmasosaa tuntee käsitteen ”ruokamatkailu” ja yhdelle kolmasosalle käsite on tuntematon.



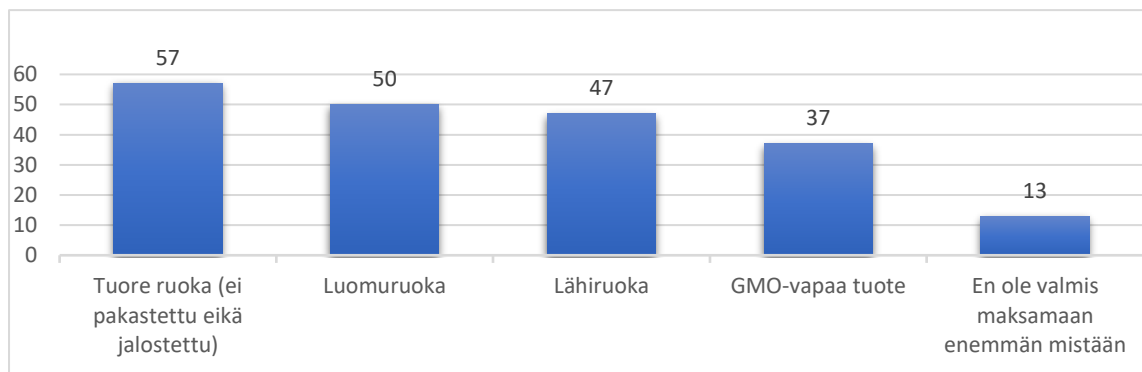
Kuvio 5. Vastaajien tietoisuus ”ruokamatkailu” -käsitteestä. (n=101)

Kysymyksessä 12 kysyttiin venäläisten kiinnostusta erilaisia ruokamatkailutuotteita kohtaan. Vastausvaihtoehtoina tarjottiin teemaruokailua, nuotioruokailua, tilaesittelyitä, viinimaistiaisia, sienten ja marjojen keräämistä, ruokamessuja ja -festareita, retkiä alkutuotantolaitoksiin, ohjelmallisia / tarinallisia ruokailuja, luonnonyrttien tuntemusta ja valmistamista ruoaksi, kalaretkiä, ruoanlaittokursseja ja vierailuja maataloilla. Kysymys oli monivalintakysymys ja vastaajat saivat valita useamman vastausvaihtoehdon. Kuvio 6 kertoo tuloksista. Siitä voidaan nähdä, että eniten venäläisiä kiinnostavat ruokamessut ja -festarit, joita kiinnostavana pitää 50 henkilöä, tilaesittelyitä ja viinimaistiaisia pitää mielenkiintoisena 42 henkilöä ja teemaruokailusta on kiinnostunut 40 vastaajaa. Vähiten venäläisiä kiinnostavat luonnonyrttien tuntemus ja niiden valmistus ruoaksi ja ruoanlaittokurssit, niitä pitävät mielenkiintoisina 16 henkilöä. Sienten ja marjojen kerääminen kiinnostaa vain 4 vastaajaa.



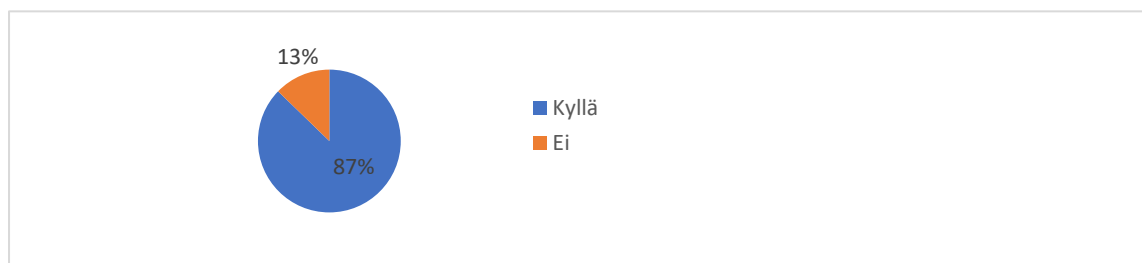
Kuvio 6. Kiinnostavimmat ruokamatkailutuotteet. (n=100)

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin venäläisiltä, mistä he ovat valmiina maksamaan enemmän. Kysymys on monivalintakysymys, jossa saa valita useamman vaihtoehdon. Vastausvaihtoehtoina olivat luomu- ja lähiruoka, tuore ruoka (ei pakastettu eikä jalostettu), GMO-vapaa tuote, joku muu tuote sekä en ole valmis maksamaan mistään. Kuvio 7 kertoo tulokset, joista näkyy, että tuoreesta ruoasta ovat valmiina maksamaan enemmän 57 henkilöä, luomuruoasta 50 vastaajaa, lähiruoasta 47 vastaajaa, GMO-vapaa tuote on tärkeä 37 henkilölle ja loput vastaajat eivät ole valmiita maksamaan enempää mistään. Vastausvaihtoehtona annettiin myös mahdollisuus kertoa omaa mielenpidettä, mutta tähän ei olla saatu yhtään vastausta.



Kuvio 7. Tekijät, joista venäläiset ovat valmiina maksamaan enemmän. (n=97)

Seuraava kysymys käsitteli venäläisten tietoisuutta suomalaisesta perinneruokakulttuurista. Tulokset nähdään kuviosta 8. Suurin osa vastaajista tuntee suomalaista perinneruokakulttuuria ja 13 % vastaajista ei tunne.



Kuvio 8. Suomalaisen perinneruokakulttuurin tuntemus. (n=102)

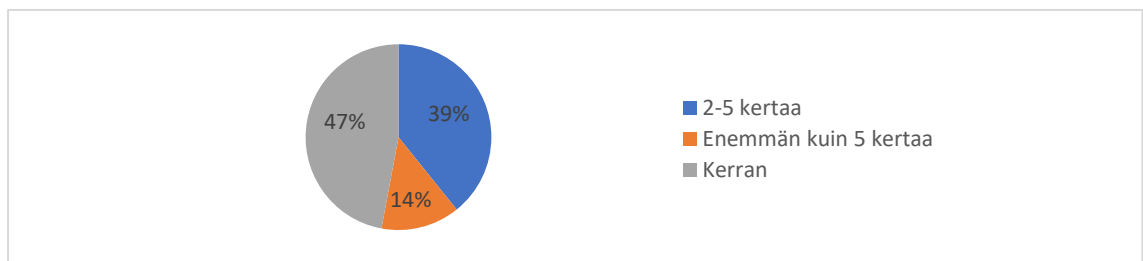
Kysymys 15 oli avoin kysymys. Siinä pyydettiin venäläisiä kuvaamaan perinteistä suomalaista ruokakulttuuria kolmella sanalla. Tämä kysymys oli viimeinen, joka liittyy ruokamatkailua käsittelevään osioon. Eniten mainintoja saivat sanat: herkullinen, luonnonläheinen ja kalaruokia sisältävä. Muita vastauksia, jotka

toistuvat jatkuvasti, olivat maukas, luomu, ekologinen, tuore, yksinkertainen, antoisa ja kallis.

Jotkut venäläiset käyttivät substantiiveja suomalaisen ruoan kuvaamista varten. Suosituimmat vastaukset ovat kala, marjat ja vihannekset. Näiden lisäksi jotkut venäläiset ovat kuvanneet perinteistä suomalaista ruokakulttuuria ruokatuotteilla. Näistä suosituimmat vastaukset ovat karjalanpiirakka ja lohikeitto. Muita vastauksia ovat puolukka, karpalo, hirvenliha, grillimakkara, piirakat, lohi ja jauhelihapihvit. 62 vastaajaa antoi kolmen sanan vastauksen, 26 vastaajaa kahden sanan vastauksen, 8 vastaajaa yhden sanan vastauksen ja 6 henkilöä jätti vastaamatta kysymykseen. (n=96)

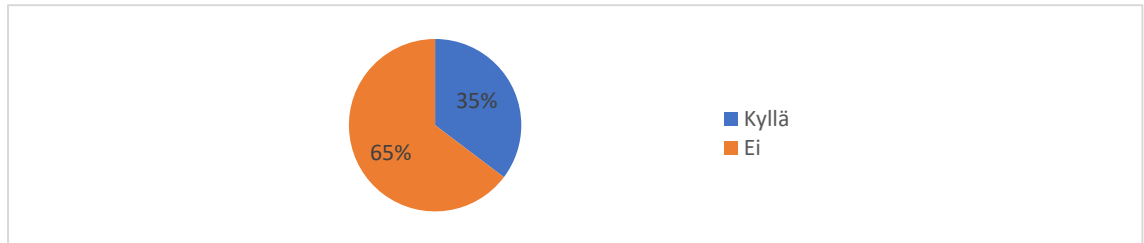
8.4 Rosso-ravintolan asiakastyytyväisyys

Kysymyksestä 16 alkaa asiakastyytyväisyyskysely Rosso-ravintolalle. Kysymykset 16–18 ovat taustakysymyksiä, joiden avulla saadaan tietää, miten venäläiset käyttävät kahvila- ja ravintolapalveluita Joensuussa vierailunsa aikana, miten tärkeää heille on suomalaisen ruoan saaminen joensuunlaisissa ruokapaikoissa sekä minkälaisia ruokapalveluita venäläiset haluaisivat saada tai kaipaavat Joensuussa. Nämä kysymykset ovat myös tärkeitä ruokamatkailun kannalta. Kuvio 9 näkyvät kysymyksen tulokset ja niistä tulee ilmi, että lähes puolet vastaajista käyttää kahvila- tai ravintolapalveluita vain kerran Joensuussa vierailunsa aikana, noin kolmasosa vastaajista käy ruokapaikoissa 2–5 kertaa ja loput vastaajia käy enemmän kuin 5 kertaa.



Kuvio 9. Kahviloissa tai ravintoloissa käynti Joensuussa vierailun aikana. (n=102)

Kuvio 10 kertoo suomalaisen ruoan vaikutuksesta ravintolan valinnassa. Näin yli puolelle venäläisistä suomalainen ruoka ei vaikuta ravintolan valintaan lainkaan ja kolmasosa vastaajista valitsee ravintolan suomalaisen ruoan ansiosta.



Kuvio 10. Suomalaisen ruoan vaikutus ravintolan valinnassa. (n=102)

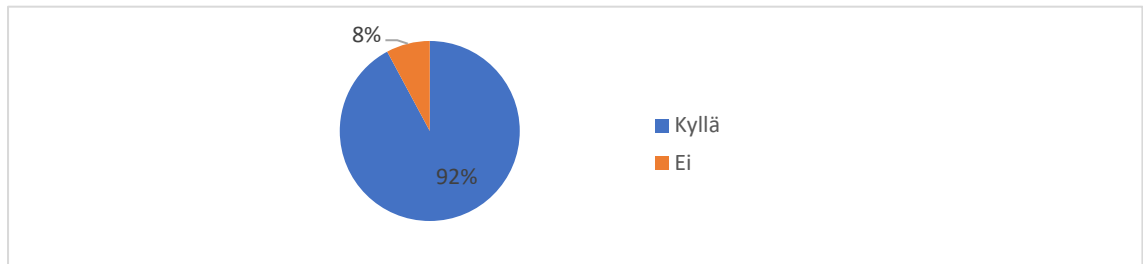
Kysymys 18 oli avoin kysymys. Siinä kysyttiin, minkälaisia ruokapalveluita venäläiset haluaisivat saada tai kaipaavat Joensuussa. Eniten venäläiset kaipaavat perinteistä suomalaista ruokaa tarjoavia ravintoloita. Toiseksi nousi ruokapaikat, joissa olisi tarjolla sushia ja wokeja. Kolmanneksi eniten mainintoja sai ravintoloiden pidennetyt aukioloajat. Näiden lisäksi saatiin paljon myönteisiä vastauksia, joissa venäläiset olivat sitä mieltä, että Joensuussa on riittävästi ruokapaikkoja jokaiseen makuun.

Kaikista vastaajista yli puolet (58) kertoi ehdotuksia ruokapalveluja kohtaan Joensuussa, kolmasosan (27) mielestä Joensuussa ei ole mitään parannettavaa, 8 vastaajaa ei osannut vastata tähän kysymykseen ja 9 vastaajaa ei antanut vastausta ollenkaan (n=94). Tarkemmin avoimet kommentit löytyvät liitteestä 3 Kyselystä saadut avoimet kommentit -osiosta. Kaikki avoimet kommentit on järjestetty suosituimmasta harvoin toistuvaan vastaukseen. Suluissa kirjoitetut luvut kertovat, kuinka monta vastaajaa on antanut juuri tämän vastauksen.

Kysymyksessä 19 kysyttiin, miksi venäläiset ovat valinneet tänään ravintola Rosson. Kysymys oli avoin kysymys. Kysymyksestä pyrittiin saamaan mahdollisimman ytimekkäitä vastauksia. Kaikista eniten venäläiset vastasivat, että Rosso on heidän lempiravintolansa ja siltä löytyy suosikkiannokset. Toiseksi toistuvin vastaus oli se, että ravintola Rosso kuuluu Rosso-ketjuun ja sen takia se on aina varma valinta jokaisessa suomalaisessa kaupungissa. Kolmanneksi tekijäksi nousi venäläisen ruokalistan saatavuus ja venäjänkielinen asiakaspalvelu Joensuun Rossossa. Muita vastauksia olivat hyvä sijainti, sukulaisten ja ystävien suosittelut, ystävällinen ja nopea asiakaspalvelu, herkullinen ruoka sekä lasten huomioiminen. Tarkemmin vastaukset löytyvät liitteestä 3 Kyselystä saadut avoimet kommentit -osiosta. Kysymykseen vastasi yhteensä 94 vastaajaa (n=94).

Kysymyksen 20 avulla haluttiin saada selville, mistä kautta venäläiset saivat tietoa Rosso-ravintolasta. Myös tämä oli avoin kysymys. Kaikista toistuvien vastaus on, että Rosso on varma valinta ja vastaajat ovat käyneet paikassa jo pitkään aikaa eivätkä muista, mistä kanavasta he ovat saaneet tietoa ravintolasta. Toiseksi yleisin vastaus oli sukulaisten ja ystävien suosittelut. Kolmanneksi ovat nousseet erilaiset tiedonvälityskanavat, kuten internet, mainokset ja hotellin vastaanottovirkailijat. Kysymykseen vastasi yhteensä 98 venäläisiä (n=98).

Kysymyksessä 21 kysyttiin konkreettisesti, ovatko venäläiset tyytyväisiä ravintola Rosson ruokavalikoimaan. Tulokset nähdään kuviossa 11. Niistä käy ilmi, että lähes kaikki vastaajat ovat tyytyväisiä ja 8% vastaajista tyytymättömiä Rosson ruokavalikoimaan.



Kuvio 11. Tyytyväisyys Rosso ravintolan ruokavalikoimaan. (n=102)

Kysymys 22 oli avoin kysymys. Sen avulla pyrittiin selvittämään, mitä venäläiset haluaisivat vaihtaa tai lisätä Rosso-ravintolan ruokalistaan. Ykkösasiaksi nousi kermainen lohikeitto, jota venäläiset kaipaavat ja haluavat takaisin ruokalistalle. Toiseksi nousivat pastat ja keitot. Venäläisten mielestä pastojen valikoima voisi olla huomattavasti monipuolisempi. Sama koskee keittoja, joita ruokalistalla ei ole lainkaan. Ainoa vaihtamiskohde ruokalistalla oli karitsa-annos. Muutaman venäläisten mielestä annos on liian hintava kokoonsa nähden ja se pitäisi ehdottomasti vaihtaa tai hintaa alentaa. Yksi kolmasosa kyselyyn vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että ruokalistassa ei ole mitään parannettavaa. Kysymykseen vastasi yhteensä 99 venäläisiä (n=99).

Seuraava kysymys käsittelee laajemmin Rosso-ravintolaa. Kysymyksessä pyydettiin venäläisiä arvioimaan tyytyväisyyteen vaikuttavia erilaisia tekijöitä, kuten ravintolan sijainti, sisustus, leikkipaikan saatavuus, hinta-laatusuhde, venäjänkielisen ruokalistan ja henkilökunnan saatavuus, siisteys, ruoan laatu ja

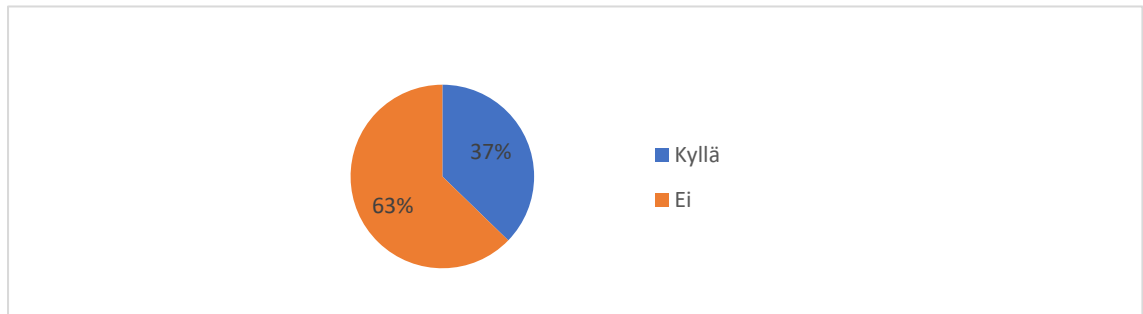
ravintolan aukioloajat. Kysymys on mielipidekysymys ja siinä käytetään 5-portaista asteikkoa. Taulukko 2 kertoo tarkemmin kysymyksestä saaduista tuloksista. Taulukosta näkyy selvästi, että venäläiset ovat yleisesti katsoen tyytyväisiä ravintola Rosson toimintaan ja sen tarjoamiin palveluihin. Toki löytyy muutama kohta, joissa vastauksena saatiin tyydyttävä vastaus. Nämä ovat muun muassa leikkipaikan saatavuus, hinta-laatusuhde ja sisustus. Niihin kohtiin ravintolan tulisi panostaa enemmän huomiota ja kehittää omaa toimintaa enemmän venäläislähtoisemmäksi.

Taulukko 2. Tyytyväisyyden tarkastelu Rosso ravintolassa. (n=101)

	Erittäin tyytymätön	Tyytymätön	Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Ravintolan sijainti	-	-	-	12%	88%
Sisustus	-	1%	8%	39%	52%
Leikkipaikan saatavuus	-	3%	20%	45%	32%
Hinta-laatusuhde	-	1%	24%	49%	26%
Venäjänkielisen ruokalistan saatavuus	-	-	1%	20%	79%
Venäjänkielinen asiakaspalvelu	-	1%	6%	19%	74%
Ravintolan siisteys	-	1%	2%	24%	73%
Ruoan laatu	-	2%	2%	23%	73%
Ravintolan aukioloajat	-	-	6%	38%	56%

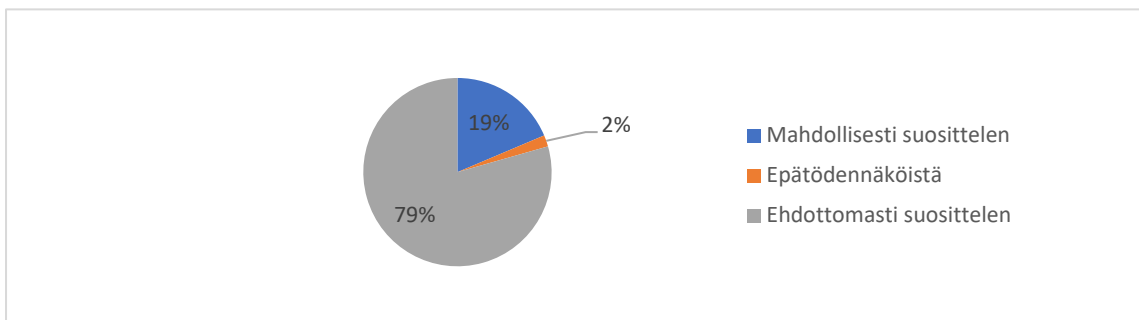
Kysymyksen 24 avulla haluttiin selvittää, miten paljon venäläiset käyttävät internet-palveluja ennen ravintoloissa käyntiä, esimerkiksi pöytävarauksen tekemiseen, aukioloaikojen ja ruokalistan selailuun ja ravintolan arvostelujen

lukemiseen. Kuvio 12 kertoo, että vain kolmasosa kyselyyn vastaajista käyttää internet-palveluja ravintolan valinnassa, yli puolet ei käytä niitä lainkaan.



Kuvio 12. Internet-palveluiden käyttö ennen ravintoloissa käyntiä. (n=98)

Seuraavassa kysymyksessä haluttiin saada selville venäläisten aikomusta suositella Rosso-ravintolaa sukulaisilleen ja ystävilleen. Kysymys on sekamuotoinen. Kuviosta 13 näkyy, että ehdottomasti suosittelee Rosso-ravintolaa muillekin 79 % vastaajista, mahdollisesti suosittelee 19 % ja epätodennäköisesti suosittelee vain 2 % vastaajista. Vastausvaihtoehtona annettiin myös mahdollisuus perustella, miksi ette suosittele kyseistä ravintolaa muille, mutta siihen ei saatu vastauksia.



Kuvio 13. Ravintolan suosittelu sukulaisille ja ystäville. (n=100)

Viimeisenä oli kysymys, jossa annettiin vastaajille mahdollisuus antaa omat kommentit, mielipiteet ja mahdolliset kehitysideat liittyen Rosso-ravintolaan ja sen toimintaan. Kommentteja tuli yllättävän paljon ja ne liittyivät eri aiheisiin. Suurin osa kommenteista oli positiivisia ja osassa oli parannusehdotuksia ravintolalle. Kaikki avoimet kommentit ovat koottu liitteeseen 3 Kyselystä saadut avoimet kommentit -osioon. Toistuvimmat kommentit koskivat pasta-annosten, keittojen ja koko ruokalistan monipuolisuutta ja lohikeiton ruokalistalle takaisin laittoa. Osa vastaajista pitää hinnat liian korkeina ja osa arvostaa venäjänkielisen ruokalistan ja palvelun saatavuutta. Kaiken kaikkiaan omia mielipiteitä Rosso-

ravintolaa kohtaan on jakanut 91 venäläistä (n=91), 11 vastaajaa jätti kommentoimatta kysymykseen.

8.5 Omat havainnot

Omat havainnot venäläisistä asiakkaista ravintolassa perustuvat työkokemukseeni Rosso-ravintolassa sekä omaan alkuperääni. Venäläiset eivät säästä rahoja ravintolassa asioidessaan. Heidän tilauksensa ovat aina monipuolisia sisältäen erilaisia juomia ja ruokia. Venäläiset noudattavat heidän perinteistä ateriamalliaan: aluksi he syövät alkupalat tai salaatin, sitten keiton ja sen jälkeen pääruoan ja jälkiruoan.

Venäläiset pitävät paljon kala- ja kanaruoista ja pihveistä. Hampurilaiset, pizzat ja ranskalaiset perunat eivät houkuttele venäläisiä ollenkaan. Kala-annosten suosio johtuu nimenomaan venäläisten käsityksestä suomalaisesta ruoasta. Tämä tukee myös kyselystä saatua tietoa. Ruokajuomaksi venäläiset yleensä ottavat teetä, vaikka suomalaisille tee on yleensä jälkiruokajuoma. Venäläiset eivät välitä virvoitusjuomista niin kuin suomalaiset. He tilaavat mielellään mehua tai vettä. Venäläisten mielestä jäät eivät kuulu juomiin, joten kaikkia juomia on suositeltava tarjota huoneenlämpöisenä ja ilman jäitä, varsinkin lapsille. Suomalaiset ovat kuitenkin tästä vähän eri mieltä.

Venäläisten kanssa työtä tehneenä olen havainnut, että he yleensä käyvät ravintolassa perheen tai ystävien kanssa. He istuvat pitkään ravintoloissa juomien, ruokien ja keskustelujen parissa. Heille on tärkeä oikeasti nauttia ruoasta ja omasta seurasta. Asiakaspalvelun pitää olla yksilöllistä. Tarjoilijan pitää olla ystävällinen ja hymyilevä. Venäläiset arvostavat todella paljon asiakaspalvelua omalla äidinkielellään, joten edes pari fraasia venäjän kielellä tekee asiakaspalvelusta erinomaista venäläisille. Lisäksi monet venäläiset asiakkaat ovat kertoneet, että he mielellään valitsevat ravintolan, jossa on saatavana joko venäjänkielinen ruokalista tai henkilökunta. Tämän ansiosta Joensuun ravintola Rosso on todella suosittu ravintola venäläisten keskuudessa.

Vaikka ruokamatkailu on vielä aika uusi matkailumuoto Venäjällä, monia venäläisiä se kiinnostaa entistä enemmän. Monet venäläiset haluavat nauttia aitoa suomalaista perinneruokaa Pohjois-Karjalassa vierailunsa aikana. He todella yllättyivät siitä, ettei Pohjois-Karjalasta löydy tämän tyyppistä ruokapaikkaa. ”Venäjän Karjalasta löytyy muutama perinteistä karjalaista ja venäläistä ruokaa tarjoava ravintola, miksi samanlaisia ei voi olla täälläkin?” Tätä kysymystä joutuu kuuntelemaan paljon myös omassa työpaikassa. Pohjois-Karjalasta kuitenkin löytyy Ilomantsissa sijaitseva Parpeinpirtti, joka tarjoaa aitoa suomalaista ruokaa. Omista keskusteluista venäläisten asiakkaiden kanssa kuitenkin selviää, että he eivät tiedä tästä paikasta ollenkaan ja kaipaavat suomalaista perinneruokaa tarjoavia ruokapaikkoja erityisesti Pohjois-Karjalan pääkaupunkiin, eli Joensuuhun ja sen lähistöön.

Työkokemuksestani saadut havainnot liittyvät myös venäläisten digipalvelujen käyttöön. Venäläiset eivät vielä ole kovin aktiivisia käyttämään digitaalisia palveluita ja internetiä etenkin ulkomailla vierailunsa aikana. Suurkaupungeissa, kuten Pietarissa ja Moskovassa, digitalisaatio on jo kuitenkin aika korkealla tasolla. Monet venäläiset käyttävät aktiivisesti internetiä kotimaassaan, varsinkin nuoret. Tietoa hakiessaan venäläiset käyttävät hakukanavina venäjänkielistä internetiä ja sosiaalista mediaa. Saapuessaan ulkomaille he pyrkivät saamaan tietoa omalla äidinkielellään matkanjärjestäjältä tai katsovat kohteen tiedot kotona etukäteen venäjänkielisistä internetistä.

Kuittien saaminen on myös tärkeä asia venäläisille. Tämän takia on suositeltava antaa aina kuitti. Venäjällä paljon käyneenä olen myös havainnut, että yhä monissa venäläisissä paikoissa on käytössä rajaton lähimaksu ja venäläiset käyttävät aktiivisesti sitä. Tämän takia lähimaksun saatavuus on melko tärkeä venäläisille myös ulkomailla asioidessaan. Monet venäläiset antavat juomarahoja, jos he ovat oikeasti tyytyväisiä saamaansa palveluun ja ruokaan. Juomarahosta ei tarvitse kieltäytyä, sillä venäläiset kiittävät tällä tavalla henkilökuntaa.

9 Pohdinta

9.1 Opinnäytetyön tulosten tarkastelu

Venäläiset ovat olleet Pohjois-Karjalan suurin matkustajaryhmä jo vuosia. Pohjoiskarjalaiset toimijat yrittävät muuttaa omaa toimintaansa enemmän venäläiset matkailijat huomioivammaksi vuosi vuodelta. Pohjois-Karjalassa on jo hyvin kehittynyt venäläisten ostosmatkailua ja turismia, mutta venäläisille suunnattu ruokamatkailu on vielä aika uusi asia.

Matkustaessaan ulkomaille venäläiset eivät unohda omia perinteitään. Ravintoloissa käydessään he tilaavat valtavan määrän ruokia eivätkä säästä rahoja. Ateriaan yleensä kuuluu alkuruoka tai salaatti, keitto, pääruoka ja jälkiruoka. Matikaisen (2012) tutkimustulosten perusteella ruokapaikan valintaan vaikuttavat vahvasti sukulaisten tai ystävien suosittelut. Myös ravintoloiden arvostelut internetissä ovat päteviä ruokapaikan valinnassa. (Matikainen 2012, 11–12.) Ollessaan ulkomailla venäläiset haluavat saada palvelua omalla äidinkielellään. Ravintoloissa on tärkeää olla ruokalista venäjäksi tai venäjää puhuvaa henkilökuntaa, jos ravintola haluaa venäläisiä asiakkaiksi. (Malankin 2012, 28.)

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksillä haluttiin selvittää venäläisten matkailijoiden mielipiteitä suomalaisista elintarvikkeista sekä siitä, mitkä tekijät heille ovat tärkeitä elintarvikkeiden ostamisessa omaan käyttöön. Lopputuloksena saatiin tietää, että venäläiset pitävät suomalaisia elintarvikkeita erittäin hyvinä ja korkealaatuisina. Kyselystä nousi myös esille, että venäläiset ostavat ensisijaisesti tuotteita, joista ovat aikaisemmin saaneet suosituksia. Suosituksia voi saada sukulaisilta, ystäviltä tai yleisfoorumeilta internetistä. Tätä tapaa jakaa tietoja keskenään kutsutaan Venäjällä *puskaradioksi*. Se on toimiva markkinointiväline, joka koskee aivan kaikkia toimialoja. (Matikainen 2012, 11–17.) Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että venäläinen ostaa ensisijaisesti hänelle suositeltuja tuotteita, vaikka voisi itse löytää parempia tuotteita. Omat havainnot

perustuvat myös siihen, että ravintoloissa venäläisiä yhä useammin kiinnostaa raaka-aineiden alkuperä ja tuoreus sekä annosten ravintosisällöt.

Venäläiset ovat kiinnostuneita omasta hyvinvoinnista ja terveydestä, siksi he pyrkivät ostamaan mahdollisimman terveellisiä elintarvikkeita. Venäläiset ovat valmiina maksamaan enemmän tuoreesta ruoasta, luomu- ja lähituotteista sekä GMO-vapaista tuotteista. Venäjällä toimivat markkinat, joista ihmiset saavat ostettua jalostamattomia ja pakastamattomia elintarvikkeita paikallisilta maanviljelijöiltä. Luomu- ja paikalliset tuotteet myös ovat venäläisten arvostamia tuotteita, sillä huoli omasta terveydestä ja paikallisten yrittäjien tukeminen tulee venäläisille entistä tärkeämmäksi asiaksi. Oman työkokemuksen ansiosta olen huomannut, että yhä useammin venäläinen ottaa kokeiltavaksi paikallisia tuotteita, jos semmoisia on tarjolla. Rossossa venäläiset maistavat mielenkiinnolla muun muassa paikallisen panimon oluita. Lisäksi venäläisiä kiinnostaa annoksissa käytettyjen lihojen ja kalojen alkuperät ja niiden tuoreus.

Venäläiset ovat kiinnostuneet siitä, mitä he ostavat ja syövät. Tuotteiden alkuperä, ravintosisältö ja lähi- ja luomutuotteet kiinnostavat heitä entistä enemmän. (Afisha Daily 2018.) Maailmaanlaajuiset megatrendit kuten vegaanisuus ja kasvissyönti ovat levittäytyneet myös Venäjälle (Restoranoff 2018). Kaupunkeihin perustetaan yhä enemmän vegaani- ja kasvisruokia tarjoavia ruokapisteitä. Lisäksi suurimmat terveellistä ruokaa myyvät kaupat laajentavat omia ketjujaan. Kauppoihin tulee yhä enemmän tuotteita paikallisilta tuottajilta. (Afisha Daily 2018.) Samaa venäläiset yrittävät löytää myös ulkomailta, joten tämän tyyppisten tuotteiden saatavuus suomalaisissa kaupoissa houkuttelee venäläisiä asiakkaita. Kaikki yllämainitut tekijät tulivat ilmi myös opinnäytetyöhön kuuluvasta kyselystä. Työskentelyni aikana Rossossa olen myös huomannut, että vegaanisten ja kasvissyöjien määrä on lisääntynyt viime vuosina. Lisäksi venäläiset tilaavat kasvis- tai vegaaniruokia, vaikka eivät kuulu vegaanien tai kasvissyöjien joukkoon.

Venäläisillä on suhteellisen heikko tietämys suomalaisesta perinneruokakulttuurista. Kyselystä kävi ilmi, että venäläisten mielestä suomalainen perinneruoka on herkullista, luonnonläheistä ja sisältää paljon

kalaruokia. Tunnetuimmat suomalaiset perinneruoat venäläisten keskuudessa ovat karjalanpiirakat ja lohikeitto. Muita ruokia, kuten laatikoita, paisteja tai ruisleipää ei oltu mainittu lainkaan. Venäläiset eivät kiinnitä erityistä huomiota suomalaisen keittiön alueellisiin ominaisuuksiin, heillä on vain yleiskäsitys suomalaisesta perinneruokakulttuurista.

Kyselyn tuloksista käy myös ilmi, että venäläiset kaipaavat Joensuuhun suomalaisia perinneruokia tarjoavia ruokapaikkoja. Ei kukaan kyselyyn vastanneista tiennyt semmoista paikkaa Pohjois-Karjalan alueella, vaikka yksi löytyykin Ilomantsista. Tämän takia suomalaisten perinneruokien saatavuus tällä hetkellä ei kuitenkaan ole tärkeä syy ravintolan valinnassa suurelle osalle kyselyyn vastanneista. Työkokemukseni ansiosta olen havainnut, että venäläiset usein ottavat lohikeiton tai kala-annoksen tilatessaan ruokaa ravintolassa. Venäläismatkailijoiden kanssa käymistä keskusteluistani on käynyt ilmi, että he haluavat suomalaisia perinneruokia tarjoavia ruokapaikkoja nimenomaan Joensuuhun ja sen lähistöön.

Yksi tutkimusongelman kysymyksestä oli venäläisten ruokamatkailutilanteen selvittäminen Pohjois-Karjalan alueella. Kyselystä saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, että suurelle osalle venäläisiä ruokamatkailu-käsite on tuttu, mutta vielä melko uusi asia. Venäläiset eivät ole tällä hetkellä valmiita tulemaan ruokamatkailuasiakkiksi Pohjois-Karjalaan ja koko Suomi vaikuttaa heille aika tuntemattomalta maalta ruokamatkailun kannalta. Pohjois-Karjalasta löytyy kuitenkin potentiaalia ja resursseja tulla venäläisille asiakkaille ruokamatkailukohteeksi. Alueen luonto, järvet ja metsät, raaka-aineiden puhtaus ja tuoreus, paikalliset tuotteet ja luomuruoka sekä ainutlaatuinen karjalainen henki ovat Pohjois-Karjalan vetovoimatekijöitä myös ruokamatkailun näkökulmasta. Venäläisille tuntemattomista suomalaisista perinneruoista voi syntyä aivan unohtumaton ruokaelämys (Shirokova 2014).

Kyselystä tuli myös ilmi, että venäläiset ovat kiinnostuneet erilaisista ruokamatkailupalveluista, kuten ruokamessuista ja -festareista, tilaesittelyistä, viinimaistiaisista ja teemaruokailuista kun taas sienten ja marjojen kerääminen ei kiinnostaa venäläisiä lainkaan, sillä samaa he voivat tehdä omassa

kotimaassaan. Menestyksellistä ja elämyksellistä venäläisten ruokamatkailua Pohjois-Karjalaan voi luoda tarinoiden, oppimisen ja erilaisten ruokatuliaisten kautta sekä tutustumalla paikalliseen ruoantuotantoon (Hook 2018).

Ravintola Rosso vaikuttaa venäläisten mielestä mukavalta ravintolalta. Rossossa venäläiset pitävät ravintolan ilmapiiristä, sijainnista, sisustuksesta, ruoan laadusta ja lapsien huomioon ottamisesta. Venäläiset ovat yleisesti tyytyväisiä Rosson ruokalistan valikoimaan, mutta silti kaipaavat monipuolisuutta varsinkin pastojen ja keittojen suhteen. Venäjänkielisen ruokalistan ja henkilökunnan saatavuuden venäläiset matkailijat katsovat Rosson suureksi eduksi muihin joensuulaisiin ravintoloihin verrattuna.

Lisäksi kyselyn avulla pyrittiin selvittämään, kuinka aktiivisesti venäläiset käyttävät digitaalisia palveluita ravintolassa asioidessa. Yli puolet vastaajia ei käytä niitä ollenkaan ja pitää niitä tarpeettomana. Roaming, langattoman yhteyden ja nykyaikaisten laitteiden puute saattaa vaikuttaa venäläisten digitaalisten palveluiden käyttämiseen ulkomailla aika paljon. Pitää myös ottaa huomioon kyselyyn vastaajien keski-ikä, joka on 36–50 vuotta. Monet tähän ikäluokkaan kuuluvat eivät käytä internet-palveluja ollenkaan. He käyvät mielellään paikan päällä katsomassa ravintolan ja tutustumassa sen ruokalistaan.

Aineistokeruusta saatujen tulosten pohjalta on todettavissa, että venäläiset käyttävät venäjänkielisiä hakukanavia hakiessaan jotakin tietoa ollessaan vielä kotimaassaan. Tätä asiaa on tärkeää tietää kaikille toimijoille, jotka haluavat venäläisiä asiakkaiksi. Toimijoiden kannattaa tehdä yhteistyötä venäläisten matkanjärjestäjien kanssa markkinoidessaan omaa toimintaansa tehokkaammin venäläisille matkailijoille. Myös venäjänkielisten kanavien hyödyntäminen tehostaa yrityksen markkinointia Venäjälle ja lisää huomattavasti uusia venäläisiä asiakkaita. Erilaiset kampanjat ja tarjoukset houkuttelevat venäläisiä, joten nämä voivat tulla myös toimiviksi markkinointikeinoiksi venäläisten saamiseksi asiakkaiksi.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli koota toimeksiantajalle tietopaketti venäläisistä matkailijoista, joita tarkastellaan ruokamatkailun näkökulmasta. Kalitka-hankkeen tulisi ottaa huomioon opinnäytetyöstä nousseet venäläisten ruokamatkailun kehittämiseen vaikuttavat mahdollisuudet ja haasteet. Toimenpiteitä siihen voisivat olla ruokamatkailutuotteiden ja -tarjonnan lisääminen Pohjois-Karjalassa, venäjänkielisten opasteiden, ruokalistojen ja työntekijöiden saatavuuden parantaminen, Pohjois-Karjalan alueellisten resurssien hyödyntäminen, venäläisten luonteen ja käyttäytymisen huomioon ottaminen, venäläisten mielenkiinnon lisääminen tarjousten ja kampanjoiden avulla sekä alueen markkinointi ja aktiivinen yhteistyö venäläisten toimijoiden kanssa.

Rosso-ravintola saa asiakastytyväisyyskyselyn tuloksista tietoa, mihin asioihin ravintolan kannattaa panostaa saadakseen asiakkaikseen yhä enemmän venäläisiä matkailijoita. Ravintolan kannattaisi muun muassa markkinoida itseään venäjänkielisessä internetissä ja ruokalistaa voisi monipuolistaa tekemällä virallisen listan rinnalle vaihtuvan ruokalistan, joka olisi suunnattu nimenomaan venäläisille matkailijoille.

Kalitka-ruokamatkailuhanke on aloittanut toimintansa marraskuun alussa, joten tämä opinnäytetyö toimii hyvänä pohjatietona hankkeen jatkotutkimus- ja kehitystyössä. Muutaman vuoden päästä voisi tutkia uudelleen myös, miten venäläisten ruokamatkailu on kehittynyt Pohjois-Karjalassa. Lisäksi Rosso-ravintolassa voisi tehdä uuden asiakastytyväisyyskyselyn venäläisille asiakkaille.

9.2 Kyselyn onnistuminen

Kyselyn onnistumiseen tietojen kerääjänä vaikuttavat kolme edellytystä: vastaaja ymmärtää kysymykset oikein, vastaajalla on kysymysten edellyttämät tiedot ja vastaaja haluaa antaa sitä tietoa eteenpäin. Jotta kyselystä tulisi onnistunut, tulee näiden kolmen seikan täytyä jokaisessa kyselyn kysymyksessä. Kyselylomakkeen pitää olla hyvin suunniteltu ja oikean kohderyhmän tulee olla selkeästi määritetty. (Heikkilä 2008, 47–48.) Kyselyn onnistumista varten kyselyä

esitestattiin ennen varsinaista kyselyä ja testaajilta saatujen palautteiden pohjalta tehtiin tarvittavat muutokset kyselylomakkeeseen. Kyselylomake on laadittu yhteistyössä ohjaavan opettajan, toimeksiantajana toimivan Kalitka-hankkeen projektipäällikön ja Rosson ravintolapäällikön kanssa heidän toiveet ja ehdotukset huomioon ottaen.

Toivomani vastausten vähimmäismäärä kyselyssä oli 50. Viikolla 15 Rossossa kävi yllättävän vähän venäläisiä ja viikolla 17 ja 18 venäläisiä asiakkaita ei käynyt Rossossa ollenkaan. Tämän asian selittää tuolloin heikko ruplan kurssi, jonka takia venäläisten matkustaminen Suomeen oli huomattavasti vähäisempää. Ruplan kurssi pysyi heikkona koko huhtikuun ajan. Parin viikon sisällä sain yhteensä alle 20 vastausta. Tämä ei olisi tehnyt tutkimuksestani luotettavaa, enkä itse ollut tyytyväinen vastausten määrään. Päätin keskustella asiasta ohjaavan opettajan kanssa ja yhdessä päätimme jatkaa kyselylomakkeiden jakamista vielä toukokuun ajan. Oman taustani ja työkokemuksesta saatujen havaintojeni perusteella ennakoin myös, että toukokuussa Suomeen tulee paljon venäläisiä heidän kansallisjuhlien ja vapaapäivien vuoksi. Toukokuun puolella välissä sain asettamani vastausten määrän täyteen, mutta päätin jatkaa vielä lomakkeiden jakamista. Jaoin lomakkeita 31.5.2018 saakka ja siihen mennessä sain yhteensä 102 vastausta.

Kokonaisuudessaan sain kaksinkertaisesti enemmän vastauksia kuin asettamani tavoite. Vaikka kyselyn toteuttamisen aikaväliä jouduttiin pidentämään ja opinnäytetyön aikataulutusta muuttamaan, se oli loppujen lopuksi hyödyllinen ja positiivinen asia. Erityisen käyttökelpoisia toimeksiantajalle ja Rosson johdolle ovat vapaisiin kohtiin tulleet vastaukset ja avoimet kommentit, joihin saatiin paljon vastauksia. Venäläiset vastasivat kyselyyn aktiivisesti ja innolla kuultuaan kyselyn tavoitteesta ja opinnäytetyön aiheesta.

Kyselylomakkeiden jakamisprosessin aloittamisen aikana pelkäsin, että kysely on liian pitkä eivätkä venäläiset jaksaisi siihen vastata. Kyselylomakkeiden analysointivaiheessa yllätyin siitä, että venäläiset ovat vastanneet melkein jokaiseen kysymykseen. Siitä voidaan päätellä, että venäläisten kiinnostus tutkimuksen aihetta kohtaan ja halu osallistua kyselyyn olivat suuret. Venäläiset

ovat myös antaneet suullista palautetta kyselystä ja opinnäytetyön aiheesta. Osa oli positiivisia palautteita ja joiltakin tuli parannusehdotuksia ja kehitysideoita tutkimusta varten. Saatujen suullisten palautteiden pohjalta voin todeta, että venäläiset pitivät kyselyä ja opinnäytetyön aihetta ajankohtaisena, mielenkiintoisena ja hyödyllisenä.

9.3 Luotettavuuden tarkastelu

Tutkimuksen laatua voidaan yleensä arvioida reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Reliabiliteetilla arvioidaan tutkimuksen pätevyyttä eri olosuhteissa. Reliabiliteetti tarkoittaa sitä, miten luotettavasti käytetty mittari mittasi sitä, mitä haluttiin mitata. Validius tarkastelee tutkimuksen pätevyyttä. Toisin sanoen validiudella tarkastellaan, mittasiko tutkimus, mitä sen piti mitata sekä testataan mittarin toimivuutta. Reliaabelius ja validius muodostavat yhdessä tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Kun otos edustaa sisältöä ja satunnaisvirheitä on vähän, kokonaisluotettavuus on hyvä. (Vilka 2014, 149–154.)

Opinnäytetyössä on esitetty laaja tietoperusta. Tutkimuksessa on käytetty luotettavia ja ajankohtaisia lähteitä sekä suomen että venäjän kielellä. Aineisto kerättiin erilaisia hakukoneita ja hakukanavia käyttäen molemmilla kielillä. Suurin osa kerättyä aineistoa oli venäjän kielellä. Pidin erityisen tärkeänä, että käyttäisin vain luotettavia lähteitä, sillä Shakhnovichin (2017, 70) mukaan Venäjän internetissä löytyy paljon vääränlaista tietoa ja plagiointia sisältäviä lähteitä johtuen Venäjän yleisestä journalistisesta kulttuurista. Venäjän kielellä olevat tietolähteet olen kääntänyt omin sanoin suomen kielelle. Lähteisiin on viitattu tekstissä huolellisesti. Lähdeluettelo on laadittu yksityiskohtaisesti sekä internet-että kirjalllähteitä käyttäen. Tutkimus julkaistaan Theseus.fi -sivustolla, joten se on täysin julkinen asiakirja.

Koko opinnäytetyönprosessin ajan on kiinnitetty huomiota huolellisuuteen ja tarkkuuteen. Kyselylomake on tehty alusta loppuun itse sekä venäjän että suomen kielellä. Suunnitteluprosessissa kehitettiin lomaketta ohjaavan opettajan ja Rosson ravintolapäällikön kanssa, jotta kysely vastaisi selvittävää asiaa. Kyselylomaketta testattiin ennen jakamisen aloittamista ja korjattiin testaaajilta

saatujen palautteiden mukaisesti. Saatekirjeessä on pyydetty suostumus käyttää kyselystä saatuja tietoja opinnäytetyössä.

Tutkimukseen osallistuvien tiedot suojataan ja tiedot käsitellään luottamuksellisesti eikä tietoja luovuteta ulkopuolisille. Kyselyssä ei tarvitse mainita mitään henkilökohtaista tietoa. Vastaajat vastaavat kyselyyn itsenäisesti ja omassa rauhassa. Kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista eikä kieltäytyminen vaikuttanut millään tavalla asiakkaiden palvelujen saamiseen ravintolassa. Vastaajia kohdeltiin tasa-arvoisesti ja arvokkaasti. Kyselystä saadut tulokset analysoin avoimesti ja rehellisesti. Kyselytulokset julkaistiin analysoinnin jälkeen sellaisenaan kuin ne ovat. Tulosten analysoinnin ja opinnäytetyön viimeistelyn jälkeen kyselylomakkeet tuhotaan.

9.4 Oma ammatillinen kehittyminen

Opinnäytetyön prosessi on osoittautunut minulle haastavaksi, mutta samalla mielenkiintoiseksi asiaksi. Materiaalien löytäminen ei ole osoittautunut vaikeaksi asiaksi, vaikka alussa siltä näytti. Tietoperustan etsimisessä käytin enimmäkseen venäjänkielisiä internet-lähteitä, jotka olisivat mahdollisimman uusia ja luotettavia. Kyselyn laatiminen oli yksi haastavimmista asioista opinnäytetyön kirjoittamisen aikana. Selasin paljon erityyppisiä kyselyitä ennen kuin sain laadittua omani. Kysely koostuu kahdesta isosta osa-alueesta, joten lyhyen kyselyn tekeminen ei ollut mahdollista. Käännökset venäjän kieleltä suomen kielelle olivat myös haastavat, mutta mielestäni lopuksi ne onnistuivat aika hyvin. Vaikeuksia tuli myös siitä, että suomi ei ole minun äidinkieleni. Tämän vuoksi minulla meni kaksinkertaisesti enemmän aikaa opinnäytetyön kirjoittamiseen.

Opinnäytetyön kirjoittaminen on ollut mielenkiintoinen ja hyödyllinen minulle opiskelijana, työntekijänä ja myös ihmisenä. Se opetti minua etenemään kohti asetettuja tavoitteita esteistä huolimatta. Kyselylomakkeiden jakamisen aikavälin pidentäminen ja koko opinnäytetyön aikataulun muuttaminen ovat lisänneet stressiä. Venäläiset ottivat kuitenkin innolla lomakkeita vastaan, ja heiltä löytyi oikeasti kiinnostusta tulla osaksi venäläisiin turisteihin kohdistuvaa tutkimusta. Se on taas antanut voimia ja motivaatiota tehdä työtä loppuun. Opinnäytetyön

kirjoittamisen aikana sain paljon itselleni uusia ja hyödyllisiä tietoja. Oman työn, opinnäytetyön ja muiden koulutehtävien yhdistäminen on antanut minulle mahdollisuuden oppia ajanhallintaa, joka on osoittautunut minulle oikeasti tärkeäksi asiaksi ja kehittänyt minua ihmisenä parempaan suuntaan.

Lähteet

- Afisha Daily. 2018. Mitä tapahtuu ravintolamaailmassa vuonna 2018? Eksperttien mielenpiteet.
<https://daily.afisha.ru/eating/7846-cto-budet-s-restoranami-v-2018-godu-mneniya-restoratorov-povarov-konsultantov/>. 7.3.2018.
- Akademik. 2010. Neuvostoliiton keittiö.
https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_pohlebkina/179/Советская. 5.2.2018.
- Allbest.ru. 2013. Perinteisen venäläisen keittiön historia ja ominaispiirteet.
https://knowledge.allbest.ru/cookery/2c0b65625a3ad78b5d53b89521306c26_0.html. 3.2.2018.
- Anttila, P. 1996. Tutkimisen taito ja tiedonhankinta. Taito-, taide ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. Helsinki: Akatiimi Oy.
- Aromilehti. 2017. Suklaata ja kukkakaalia – tässä ovat ensi vuoden ruokatrendit.
<https://aromilehti.fi/artikkelit/suklaata-ja-kukkakaalia-tassa-ovat-ensi-vuoden-ruokatrendit/>. 2.3.2018.
- Cultura Menu. 2016. Ruokailusäännöt Venäjällä.
<https://cultura.menu/kultura/istoriya/pravila-povedeniya-za-stolom-narusi/>. 6.2.2018.
- EKO energia. 2018. Vieraanvaraisuus Venäjällä.
<http://ecolm.ru/katalog/slavyanskoe-verovanie/gostepriimstvo-na-rusi>. 4.2.2018
- Eskola, S. 2012. Ruokatrendien vaikutukset kahvilatuotetarjontaan vuonna 2012. Tampereen ammattikorkeakoulu. Palvelujen tuottamisen ja Johtamisen koulutusohjelma.
- Folklore Suomifinland. 2016. Itä-Suomalainen ruokaperinne.
<http://folkloresuomifinland.fi/uutiset/ita-suomalainen-ruokaperinne/>. 5.3.2018.
- Geography of Russia. 2018. Ortodoksisuuden vaikutus venäläiseen keittiöön.
<https://geographyofrussia.com/vliyanie-xristianstva-na-russkuyu-kuxnyu/>. 5.2.2018.
- Grönfors, M. 1985. Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. 2. painos. Helsinki: Wsoy.
- Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourna, B. 2011. Food Tourism Around The World. 2. uud. p. New York: Routledge.
http://www.e-julkaisu.fi/haaga-helia/ruokamatkailustrategia_20152020/#pid=2. 27.2.2018.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uud. p. Helsinki: Edita.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 11.p. Helsinki: Tammi.
- Hook, T. 2018. Suomalainen luonto ja luonnontuotteet matkailun vetovoimatekijänä. Arktiset Aromit.
<https://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3625>. 30.9.2018.
- Jamkovaya, L. 2015. Ruokamatkailu Suomessa. E-Finland.ru.
<http://e-finland.ru/travel/route/gastronomicheskii-turizm-v-finlyandi.html>. 30.9.2018.

- Jyväskylän yliopisto. 2015a. Määrällinen analyysi.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/maarallinen-analyysi>. 15.11.2018.
- Jyväskylän yliopisto. 2015b. Laadullinen tutkimus.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>. 15.11.2018.
- Jyväskylän yliopisto. 2015c. Havainnointi eli observointi.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/havainnointi-eli-observointi-osallistuminen-ja-kenttaetyoe>. 15.11.2018.
- Kananen, J. 2008. Kvantti. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 89.
- Karelia Expert Matkailupalvelu Oy. 2018. Pohjois-Karjalan matkailutilastot heinäkuu 2018.
<http://www.kareliaexpert.fi/hankkeet-ja-tilastot/matkailun-tilastotietoa/>. 24.9.2018.
- Kaurinkoski, K. 2010. Venäläinen ruokapöytäni. Helsinki: Artprint Oy.
- Koivisto, S. 2018. Vuoden 2018 kiinnostavimmat ruokatrendit: kotisirkkoja, syötäviä kukkia ja hapankaalin näyttävä paluu! Meillä kotona.
<https://www.meillakotona.fi/artikkelit/vuoden-2018-kiinnostavimmat-ruokatrendit-kotisirkkoja-syotavia-kukkia-ja-hapankaalin-naytta-paluu>. 2.3.2018.
- Kuking. 2018. Perinteisen venäläisen keittiön historia.
http://kuking.net/11_122.htm. 3.2.2018.
- Käkelä, J. 2012. Venäläiset matkailijat Suomessa: kulttuurierot ja niiden merkitys matkailualalla. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Laatikainen, O. 2016. Uusi trendi leviää ravintolamaailmassa – “Tulossa huomattava ilmiö myös Suomessa”. Savon sanomat.
<https://www.savonsanomat.fi/kotimaa/Uusi-trendi-leviää-ravintolamaailmassa---Tulossa-huomattava-ilmiö-myös-Suomessa/725504>. 7.3.2018.
- Lahtinen, S. 2016. Lähiruoka elävöittämissä ruokamatkailua. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Lappalainen, H. 2010. Karjalaisen ruokaperinteen erityispiirteitä. Teoksessa Stenros, M. (toim.). Karelia a la carte. Helsinki: A la carte kirjat, 8–14.
- Lehmusoksa, R. & Lehmusoksa, R. 1999. Keisarillisen Pietarin keittiö. Helsinki: Otava.
- Malankin, M. 2012. Venäläiset matkailun asiakkaina. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Tutkimuksia ja raportteja. Opinnäytetyö. 28.9.2018.
- Matikainen, O. 2012. Venäläisten vapaa-ajanmatkailijoiden ravintolaruokailu Helsingissä. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon ko. Opinnäytetyö. 28.9.2018.
- Mäntysaari, A. 2017. Heikot signaalit ennakoivat ruokapalvelujen muutoksia. 14.12.2017.
blogit.jamk.fi/turbinaattori/2017/12/14/heikot-signaalit-ennakoivat-ruokapalvelujen-muutoksia/. 9.3.2018.

- Pasanen, K. & Pesonen, J. 2016. Venäläiset matkailijat Suomessa. Potentiaaliset asiakkaat Saimaan alueella. Itä-Suomen yliopisto. Matkailun opetus- ja tutkimuslaitos. Saimaa Destination 2020-hanke. Raportti.
- Pravoslavie.ru. 2018. Suuri paasto: historia, merkitys, ruokailusäännöt ja pappien vastaukset. <https://pravoslavie.ru/34088.html>. 13.11.2018.
- Raappana, Paavo. 2018. Kalitka-hanke. victoriia.krasnova@edu.karelia.fi. 5.10.2018.
- Restoranoff.ru. 2018. Gastronomiset trendit vuonna 2018. restoranoff.ru/sp/trends/articles/produkty/gastronomicheskije-trendy-2018/. 7.3.2018.
- Ruoka & matkailu -hanke. 2013. Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia 2015-2020. Helsinki: Haaga-Helium ammattikorkeakoulu. http://www.e-julkaisu.fi/haaga-helia/ruokamatkailustrategia_2015-2020/#pid=1. 27.2.2018.
- Rubin, A. 2018. Trendianalyysi tulevaisuudentutkimuksen menetelmänä. Tulevaisuus.fi. <https://tulevaisuus.fi/metodit/toimintaympariston-muutosten-tarkastelu/trendianalyysi-tulevaisuudentutkimuksen-menetelmana/>. 14.11.2018.
- Ruokatieto. 2018. Venäjä. <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/ruokakulttuurit-naapurimaissamme/venaja>. 3.2.2018.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. Triangulaatio. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. https://www.fsd.uta.fi/metodit/maopetus/kvali/L2_3_2_4.html. 19.11.2018.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006b. Havainnointi. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. https://www.fsd.uta.fi/metodit/maopetus/kvali/L6_4.html. 15.11.2018.
- Saine-Laitinen, H. 2018. Vieraanvarainen Venäjä. Meillä kotona. <https://www.meillakotona.fi/artikkelit/vieraanvarainen-venaja>. 4.2.2018.
- Sallinen-Gimpl, P. 1998. Karjalan perinneruokia. Helsinki: Karjalan liitto ry.
- Shakhnovich, A. 2017. Mitä suomalaisesta ruoasta, ruokakulttuurista ja Suomen ruokamatkailusta kirjoitetaan venäjäksi? Haaga-Helium ammattikorkeakoulu. Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Shirokova, S. 2014. Epätavanomaiset suomalaiset ruoat. E-finland.ru. <http://e-finland.ru/travel/general/neobychnye-finskie-bluda.html>. 19.11.2018.
- Sitra. 2017. Megatrendit 2017. <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/#megatrendit-2017>. 9.3.2018.
- Slavyanskaya kultura. 2016. Perinteisen venäläisen keittiön historia. <http://slavyanskaya-kultura.ru/kuhnja/istorija-tradicionnoi-russkoi-kuhni.html>. 5.2.2018.
- Stenros, M. 1999. Carelia a la carte. Lahti: Studio Avec Audiovisual Ky.

- Tilastokeskus. 2018. Majoitustilasto. Ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset vähenevät 4,6 prosenttia syyskuussa.
https://www.stat.fi/til/matk/2018/09/matk_2018_09_2018-11-08_tie_001_fi.html. 14.11.2018.
- Tour Spb. 2018. Ruokamatkat Suomeen Pietarista.
<http://tour-spb.ru/Finland/Gastronomic>. 30.9.2018.
- UNWTO. 2012. Global trends in food tourism.
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414819.1>. 6.3.2018.
- Uusitalo, H. 1991. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan. 2. panos. Porvoo: Wsoy.
- Vilka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.
<http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-havainnoi.pdf>. 27.11.2018.
- Vilka, H. 2014. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.
<http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>. 15.11.2018.
- Vilpas, P. 2018. Kvantitatiivinen tutkimus. Metropolia ammattikorkeakoulu.
<https://users.metropolia.fi/~pervil/kvantsu/Moniste.pdf>. 19.11.2018.
- Visit Finland. 2016. Ulkomaalaisten matkailijoiden rahankäyttö kasvoi lähes 40% vuonna 2017.
<http://www.visitfinland.fi/news/ulkomaisten-matkailijoiden-rahankaytto-kasvoi-yli-20-vuonna-2017/>. 24.9.2018.
- Zykina, O. 2004. Venäläinen keittiö. Helsinki: Alfamer Oy.

Kyselylomake venäjän kielellä

Уважаемые гости города Йоэнсуу!

Мы были бы очень благодарны, если бы Вы уделите немного времени для ответов на вопросы данной анкеты. Полученные данные помогут в исследовании отношения русских туристов к финской еде и гастрономическому туризму в целом в регионе Северная Карелия. Также опрос поможет развитию сервиса и работы ресторана Россо, учитывая пожелания русских туристов. Данный опрос является частью дипломной работы, которая осуществляется в Университете прикладных наук Карелия. Поручителем данной дипломной работы является проект «Калитка», цель которого – развитие гастрономического туризма между Россией и Финляндией. Опрос проводится анонимно, полученные данные обрабатываются конфиденциально. Готовая дипломная работа будет опубликована в онлайн-библиотеке Theseus. Ответы на вопросы займут не более 10 минут. В благодарность хотим предложить Вам чашечку кофе или чая за счет ресторана.

1. Ваш пол: Мужчина Женщина
2. Возраст: 18-25 26-35 36-50 больше 50
3. С какого региона России Вы прибыли?
- Санкт-Петербург / Ленинградская область
- Москва
- Карелия
- Другой регион, какой? _____
4. Это Ваш первый визит в г. Йоэнсуу? Да Нет
5. Как часто Вы бываете в г. Йоэнсуу?
- Раз в неделю
- Раз в месяц
- Несколько раз в год
- Раз в год или реже

6. Какова продолжительность Вашей поездки?

- 1 день (без размещения на ночь)
- 2-4 дня
- 5-7 дней
- больше недели

7. Цель Вашей поездки:

- Шоппинг
- Туризм
- Бизнес
- Посещение родственников или друзей
- Другое, что? _____

8. Какие из нижеперечисленных факторов важны для Вас при покупке

продуктов питания? (1 – совсем не важно, 2 – практически не важно, 3 – отчасти важно, 4 – важно, 5 – очень важно)

<i>Состав продукта</i>	1	2	3	4	5
<i>Страна производитель</i>	1	2	3	4	5
<i>Калорийность</i>	1	2	3	4	5
<i>Известность бренда производителя</i>	1	2	3	4	5
<i>Рекомендации / отзывы</i>	1	2	3	4	5
<i>Натуральный продукт</i>	1	2	3	4	5
<i>Продукт местного производства</i>	1	2	3	4	5
<i>Дешевая цена / скидки / акции</i>	1	2	3	4	5
<i>Этичность потребления продукта</i>	1	2	3	4	5
<i>Экологичный продукт</i>	1	2	3	4	5
<i>Новые вкусовые ощущения</i>	1	2	3	4	5

15. Опишите традиционную финскую кухню в трех словах.

16. Как часто Вы посещаете рестораны и кафе во время Вашего пребывания в городе Йоэнсуу?

Один раз

2-5 раз

более 5 раз

17. Влияет ли на Ваш выбор наличие финских блюд в ресторане?

Да

Нет

18. Каких услуг и товаров (касающихся продовольствия) Вам не хватает в г. Йоэнсуу?

19. По какой причине Вы сегодня выбрали ресторан Россо?

20. Откуда Вы узнали о нашем ресторане?

21. Устраивает ли Вас ассортимент предлагаемых блюд?

Да

Нет

22. Что бы Вы хотели изменить, какие блюда добавить в меню нашего ресторана?

23. Дайте, пожалуйста, общую оценку ресторану Россо на основе нижеизложенных утверждений.

(1 – очень плохо, 2 – плохо, 3 – средне, 4 – хорошо, 5 – отлично)

<i>Месторасположение</i>					
<i>ресторана</i>	1	2	3	4	5
<i>Интерьер ресторана</i>	1	2	3	4	5
<i>Наличие игровой</i>					
<i>площадки для детей</i>	1	2	3	4	5
<i>Соотношение</i>					
<i>цена - качество</i>	1	2	3	4	5
<i>Наличие меню</i>					
<i>на русском языке</i>	1	2	3	4	5
<i>Наличие русско-</i>					
<i>говорящего персонала</i>	1	2	3	4	5
<i>Чистота в ресторане</i>	1	2	3	4	5
<i>Качество</i>					
<i>приготовленных блюд</i>	1	2	3	4	5
<i>Часы работы ресторана</i>	1	2	3	4	5

24. Используете ли Вы какие-либо интернет ресурсы перед походом в ресторан (просмотр часов работы или меню, бронирование столика, отзывы и т.д.)

Да

Нет

25. Посоветовали бы Вы ресторан Россо своим друзьям и родственникам?

Определенно да

Возможно

Вряд ли

Определенно нет

Не уверен(а)

Если нет, то почему? _____

26. Другие пожелания и замечания, касающиеся работы ресторана Россо:

Благодарим Вас за ответы и желаем приятного времяпровождения в городе Йоэнсуу! 😊

Kyselylomake suomen kielellä

Hyvät matkailijat,

Olisimme todella tyytyväisiä, jos vastaisitte kyselyymme. Kyselystä saadut vastaukset auttavat tutkimaan venäläisten matkailijoiden mielenpiteitä suomalaiseen ruokaan ja ruokamatkailuun liittyen. Vastauksenne myös auttavat kehittämään ravintola Rosson toimintaa ja asiakaspalvelua venäläisten turistien mieltymyksiä huomioon ottaen. Kysely on osa Karelia-ammattikorkeakoulussa tehtävää opinnäytetyötä. Toimeksiantaja on Kalitka-hanke ja hankkeen tarkoitus on kehittää ruokamatkailua Suomen ja Venäjän välillä. Vastaaminen kyselyyn tapahtuu nimettömänä ja vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Opinnäytetyö julkaistaan verkkokirjasto Theseuksessa. Kyselyyn vastaamiseen menee noin 10 minuuttia. Kiitoksena vastaamisesta tarjoamme Teille kupillisen kahvia tai teetä.

1. Sukupuoli: Mies Nainen
2. Ikä: 18-25 26-35 36-50 enemmän kuin 50
3. Mistäpäin Venäjää olette tulleet Joensuuhun?
- Pietari / Pietarin alue
- Moskova
- Karjala
- Muu alue, mikä? _____
4. Oletteko aiemmin käyneet Joensuussa? Kyllä Ei
5. Kuinka usein käytte Joensuussa?
- Kerran viikossa
- Kerran kuukaudessa
- Muutaman kerran vuodessa
- Kerran vuodessa tai harvemmin

6. Matkanne kesto:

- 1 päivä (ilman majoitusta)
- 2-4 päivää
- 5-7 päivää
- yli viikko

7. Matkanne tarkoitus:

- Ostokset
- Matkailu
- Liiketoiminta
- Sukulaisten tai ystävien luona vierailu
- Muu, mikä? _____

8. Mitkä alla mainituista tekijöistä ovat teille tärkeät elintarvikkeiden ostamisessa?

(1 – ei lainkaan tärkeä, 2 – ei kovin tärkeä, 3 – melko tärkeä, 4 – tärkeä, 5 – erittäin tärkeä)

<i>Tuotteen koostumus</i>	1	2	3	4	5
<i>Alkuperämaa</i>	1	2	3	4	5
<i>Ravintosisältö</i>	1	2	3	4	5
<i>Brändin / valmistajan tunnettuus</i>	1	2	3	4	5
<i>Suosituksset</i>	1	2	3	4	5
<i>Luomuruoka</i>	1	2	3	4	5
<i>Lähiruoka (paikallisuus)</i>	1	2	3	4	5
<i>Halpa hinta / tarjoustuote</i>	1	2	3	4	5
<i>Tuotteen eettisyys</i>	1	2	3	4	5
<i>Ympäristöä vähemmän kuormittava tuote</i>	1	2	3	4	5
<i>Uudet makuelämykset</i>	1	2	3	4	5

9. Arvioikaa suomalaisten elintarvikkeiden laatua kokonaisuudessaan.

(1 – erittäin huono, 2 – huono, 3 – ei hyvä eikä huono, 4 – hyvä, 5 – erittäin hyvä)

- 1 2 3 4 5

10. Kuinka tärkeänä pidätte paikallista ruokaa matkakohteen valinnassa?

- Erittäin tärkeänä
 Tärkeänä
 Melko tärkeänä
 Ei kovin tärkeänä
 Ei lainkaan tärkeänä

11. Onko käsite "ruokamatkailu" teille tuttu? Kyllä Ei

12. Mistä seuraavista ruokamatkailutuotteista olette kiinnostuneet?

Valitkaa sopivat vaihtoehdot.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Teemaruokailut | <input type="checkbox"/> Retket alkutuotantolaitoksiin |
| <input type="checkbox"/> Kalaretket | <input type="checkbox"/> Ohjelmalliset/tarinalliset ruokamatkat |
| <input type="checkbox"/> Viinitilojen ja panimoiden tilaesittelyt | <input type="checkbox"/> Ruoanlaittokurssit |
| <input type="checkbox"/> Vierailut maataloilla | <input type="checkbox"/> Sienten ja marjojen kerääminen |
| <input type="checkbox"/> Viinimaistiaiset | <input type="checkbox"/> Ruokamessut ja -festarit |
| <input type="checkbox"/> Nuotioruokailut | |
| <input type="checkbox"/> Luonnonyrttien tuntemus ja valmistaminen ruoaksi | |

13. Mistä seuraavista olisitte valmiita maksamaan enemmän?

- Luomuruoka
 Lähiruoka
 Tuore ruoka (ei pakastettu eikä jalostettu)
 GMO-vapaa tuote
 Joku muu, mikä? _____
 En ole valmis maksamaan enemmän mistään

14. Tunnetteko suomalaista perinneruokakulttuuria? Kyllä Ei

15. Kuvatkaa perinteistä suomalaista keittiötä kolmella sanalla.

16. Kuinka usein käytte ravintoloissa tai kahviloissa Joensuussa vierailunne aikana?

- Kerran 2-5 kertaa enemmän kuin 5 kertaa

17. Vaikuttaako ravintolan valintaan se, että siellä tarjotaan suomalaista ruokaa?

Kyllä

Ei

18. Mitä ruokapalveluja haluaisitte saada / kaipaatte Joensuussa?

19. Miksi olette valinneet tänään ravintola Rosson?

20. Mistä saitte tietoa ravintolastamme?

21. Oletteko tyytyväinen ravintolan ruokavalikoimaan?

Kyllä

En

22. Mitä haluaisitte vaihtaa tai lisätä ravintolamme ruokalistaan?

23. Kuinka tyytyväisiä olette Rosso ravintolassa seuraaviin asioihin?

(1 – erittäin tyytymätön, 2 – tyytymätön, 3 – neutraali, 4 – tyytyväinen, 5 – erittäin tyytyväinen)

<i>Ravintolan sijainti</i>	1	2	3	4	5
<i>Sisustus</i>	1	2	3	4	5
<i>Leikkipaikan saatavuus</i>	1	2	3	4	5
<i>Hinta-laatusuhde</i>	1	2	3	4	5
<i>Venäjänkielisen ruokailan saatavuus</i>	1	2	3	4	5
<i>Venäjänkielinen asiakaspalvelu</i>	1	2	3	4	5
<i>Ravintolan siisteys</i>	1	2	3	4	5
<i>Ruoan laatu</i>	1	2	3	4	5
<i>Ravintolan aukioloajat</i>	1	2	3	4	5

24. //Käytättekö Internet-palveluja ennen ravintolaan saapumista (esim. aukioloaikojen ja ruokalistojen selailu, pöytävaraus, ravintoloiden arvostelut yms)?

Kyllä

En

25. Aiotteko suositella ravintolaamme sukulaisillenne ja ystävillenne?

Ehdottomasti suosittelen

Mahdollisesti suosittelen

Epätodennäköistä

En suosittelen

Jos ette suosittelen, niin miksi?

26. Muut huomautukset ja toiveet liittyen ravintola Rossoon ja sen toimintaan:

Paljon kiitoksia vastauksistanne ja toivotaan mukavaa ajanviettoa Joensuussa! 😊

Kyselystä saadut avoimet kommentit

Suluissa mainitut luvut tarkoittavat vastaajien määrää. Moni vastaaja on antanut enemmän kuin yhden vastauksen.

18. Mitä ruokapalveluja kaipaisitte / haluaisitte saada Joensuuhun?

- Ravintolat, joissa on tarjolla perinteinen suomalainen ruoka (36)
- Sushia ja wokkeja (29)
- Ravintoloiden pidennetyt aukioloajat (27)
- Enemmän ruokapaikkoja, joista saa kotiruokaa. Mielestäni Joensuussa on liikaa paikkoja, jotka tarjoavat pikaruokaa (12)
- Ravintoloissa enemmän karitsa ja hirvenliha annoksia (9)
- Merenantimia ja kalaruokia enemmän (6)
- Kaikki hyvin. Joensuussa löytyy kaikkea jokaiseen makuun (27)
- En osaa sanoa (8)

19. Miksi olette valinneet tänään ravintola Rosson?

- Rosso on minun suosikkiravintola. Aina käyn Rossossa Joensuussa vierailunu aikana (36)
- Ravintolasta löytyy suosikki annokset (27)
- Ravintolasta löytyy ruokalista venäjäksi sekä venäjänkielinen henkilökunta (26)
- Rosso on aina varma valinta ympäri Suomea ja paras valinta Joensuussa (22)
- Sukulaisten ja ystävien suosittelut (22)
- Sijainti, löytyy aivan keskustassa sekä hotellista on sisäänpääsy ravintolalle (19)
- Käytiin joskus Rossossa muualla Suomessa, oli hyvä asiakaspalvelu ja ruoka maistui (17)
- Herkullinen ruoka, raaka-aineet tuoreet ja ruoka herkullinen ja täyttävä (16)
- Nopea ja ystävällinen asiakaspalvelu (13)
- Lapsia hyvin huomioidaan (12)

- Kotoisa ja mukava paikka (11)
- Lohikeiton takia (8)
- Oli nälkä (3)
- Kävelin vaan ohi (1)

20. Mistä saitte tietoa ravintolastamme?

- En enää muista, käytiin pitkään aikaan sitten ensimmäistä kertaa. Meille Rosso on varma valinta ympäri Suomea (41)
- Sukulaisten tai ystävien suosittelu (27)
- Internet-kanavat (12)
- Mainokset (11)
- Vastaanottovirkailijalta (5)
- Kävelin vaan ohi (2)

22. Mitä haluaisitte vaihtaa tai lisätä ravintolamme ruokalistaan?

- Lohikeitto takaisin ruokalistaan (30)
- Keitot ruokalistaan (29)
- Pastojen valikoima monipuolisimmin (25)
- Ruokalista olisi voinut olla monipuolisimmin (17)
- Enemmän kala-annoksia (8)
- Karitsa annos vaihtoon. Liian hintava kokoonsa nähden (3)
- Kaikkea riittävästi, jokainen löytää sopivaa omaan makuun (35)

23. Muut huomautukset ja toiveet liittyviä Rosso ravintolaan ja sen toimintaan:

- Pasta-annosten monipuolisuus
- Lohikeitto takaisin listaan!
- Keittoja enemmän
- Ruokalista olisi voinut olla monipuolisimmin
- Liian korkeat hinnat
- Venäjänkielinen ruokalista ja henkilökunta on iso plussa

- Kaikki hyvin, tykätään paljon ravintolastanne
- Enemmän venäjää osaava henkilökunta (koska raja on lähellä)
- Suklaakakku on loistava, meidän jälkiruoka suosikki!
- Menestystä Rossolle ja henkilökunnalle
- Hammastikkuja voisi laittaa pöydälle
- Käytiin muissa Rossossa ympäri Suomea, mutta teillä on paras ruoka ja palvelu
- Tuntuu kotoisalta kun henkilökunta puhuu venäjää, toivoisimme enemmän venäjää osaavaa henkilökuntaa
- Aina nopea ja ystävällinen palvelu, edes kiire tilanteissa
- Lapsia on aina hyvin huomioitu
- Meidän annos oli väärin tehty, saimme hyvän hyvityksen, kiitos siitä. Tullaan uudestaan
- Salaattipöytä on hyvä, joskus löytyy jopa kaksi niitä
- Voisi laittaa myös hedelmiä salaattipöytään
- Ravintola kaipaa vähän uudistusta (vanhat penkit ja pöydät)
- Yksilöllinen palvelu
- Keittiö pystyy toteuttamaan meidän toiveet
- Karitsa-annos liian hintava kokoonsa nähden. Ehdottomasti vaihtoon!
- Italialainen tarjoilija on kiva ja hauska, tulee italialainen tunnelma
- Mukava paikka, hyvä ruoka, loistava palvelu
- Enemmän jälkiruokia
- Löytyy lastenleikkipaikka, lapsilla ei ole koskaan tylsää. Tämän vierailumme aikana tarjoilija toi myös piirustuspaperia ja värikynät, kiitos siitä! Lapsemme oli todella tyytyväinen ja tykkäsi entistä enemmän ravintolastanne
- Musiikki sopii tunnelmaan
- Saa hyvää ja herkullista ruokaa myös erityisruokavalioita noudattavat ihmiset
- Kaikki hyvin, ei ole mitään lisättävää. Menestystä teille!
- Ruispohja pizzassa on kiva yllätys
- Minun allergiat olivat huomioitu annoksen valmistuksessa. Sain aivan loistavan ruoan ja palvelun! Iso kiitos siitä!!!
- Ammattitaitoinen henkilökunta
- Ilmainen WiFi

- Huomasimme, että kesällä terassilla istuvat asiakkaat koiran kanssa ja koiralle oli tarjottu vettä. Kiva kun saa tulla ravintolaan oman koiran kanssa. Venäjällä ei sellaista ole olemassa
- Mielestäni salaattipöytä voisi olla parempi ja monipuolisempi
- Ei jäitä juomiin!
- Ensimmäistä kertaa Joensuun Rossossa. Aivan loistava ravintola muiden Rossoihin verrattuna
- Kiva kun sain maistella paikallisen olutpanimon tuotteita. Enemmän paikallisuutta myös ruokiin
- Lohi-annokset todella maukkaita suosittelimme valkoviinin kanssa
- Isot annokset, maha tuli täyteen
- Tiramisua takaisin jälkiruokiin
- Ruoka valmistuu nopeasti