

Lähirooka tapahtumissa

Jade Uljas

Lähirooka tapahtumissa

Lokakuu 2019

Matkailu- ja ravitsemisala

Restonomi (AMK), Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Kestävä gastronomia

Tekijä(t) Uljas, Jade	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Marraskuu 2019
	Sivumäärä 28	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Lähiruoka tapahtumissa		
Tutkinto-ohjelma Restonomi, Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Vaara, Elina		
Toimeksiantaja(t) Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio -yhteistyöhanke		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio -yhteistyöhanke, joka oli saanut palautetta, että Keski-Suomen isoissa tapahtumissa, kuten Neste Rally Finland -tapahtumassa ja Himoksen eri tapahtumissa ei ole tarjolla hyvää paikallista ruokaa. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, mikä merkitys ruoalla on tapahtumissa kävijöille, ja olisiko lähiruoalla ja paikallisilla tuotteilla kysyntää tapahtumissa.</p> <p>Määrällinen kyselytutkimus toteutettiin kansainvälisessä Neste Rally Finland 2019 -tapahtumassa 2. - 3.8.2019. Tiedonkeruu suoritettiin tableteilla olevalla sähköisellä Webropol-kyselyllä, johon vastaajat vastasivat itsenäisesti. Kyselyt suoritettiin pääosin Paviljongin huoltoparkilla, ja vastaajat valittiin satunnaisesti kävijöiden joukosta.</p> <p>Tuloksista kävi ilmi, että suurimmalle osalle vastaajista ruokailumahdollisuus tapahtumissa ja ruokapalveluiden laadukkuus olivat tärkeitä. Ruokapaikan valintaan vaikuttavista tekijöistä maku oli selvästi tärkein. Vastaajista suurin osa oli melko tyytyväisiä Neste Rally Finland -tapahtuman ruokatarjontaan, mutta moni jäi kaipaamaan monipuolisempaa tarjontaa. Lähiruoalle ja paikallisille tuotteille voisi olla kysyntää, sillä ne tulivat esille vastauksissa.</p> <p>Isot ja kansainväliset tapahtumat, kuten Neste Rally Finland olisivat hyvä tilaisuus paikallisille tuottajille saada tuotteitaan esille. Tapahtuman kävijöistä suuri osa on muualta Suomesta ja ulkomailta, joten keskisuomalaiset tuotteet voisivat olla heille sellaisia makuelämyksiä, joita he eivät tule toiste elämässään kokemaan.</p>		
Avainsanat Lähiruoka, paikallisuus, tapahtumaruokailu		
Muut tiedot		

Author(s) Uljas, Jade	Type of publication Bachelor's thesis	Date November 2019 Language of publication: Finnish
	Number of pages 28	Permission for web publication: x
Title of publication Local food in events		
Degree programme Degree Programme in Service Management		
Supervisor(s) Vaara, Elina		
Assigned by Coordination of Food Chain in Central Finland -cooperation project		
Abstract <p>The thesis was commissioned by the Coordination of Food Chain in Central Finland -cooperation project. Visitors at big events in Central Finland, like Neste Rally Finland and different events in Himos, have given feedback to the client on the fact that good local food is not served at these events. The purpose of the study was to investigate the importance of food to the visitors at the events and whether there would be a demand for local food and products.</p> <p>A quantitative survey was conducted at the international event of Neste Rally Finland 2019 2 August - 3 August 2019. The data collection was carried out with an electronic Webropol-survey on tablets. The respondents completed the survey independently. The surveys were mainly conducted in Paviljonki service park. The respondents were randomly selected from visitors.</p> <p>The results showed that the possibility of dining and the quality of food services at events were important to visitors. The taste of food was clearly the most important factor when it comes to the criteria that influence the choice of the dining place. Most of the respondents were quite satisfied with the food at the event, but many of them missed a more varied food offering. There could be a demand for local food and products, as they were mentioned in the responses.</p> <p>International and big events like Neste Rally Finland would be a good opportunity to the local producers to market their products. Most of Neste Rally Finland visitors are from other parts of Finland and abroad so the local products from Central Finland can be a unique and once in a lifetime taste experience for them.</p>		
Keywords/tags (subjects) Local food, locality, eating in events		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	3
1.1	Toimeksiantaja Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio -yhteistyöhanke	4
1.2	Tavoite ja tutkimuskysymykset	4
2	Ruuan merkitys tapahtumissa	5
2.1	Tapahtumatuotanto	5
2.2	Ravintolaruokailu Suomessa	6
2.3	Tapahtumaruokailu	7
2.4	Ruoka Keski-Suomen tapahtumissa	8
2.5	Ruokatrendit ja lähiruoka	9
3	Tutkimuksen toteutus	10
3.1	Neste Rally Finland	10
3.2	Tutkimus- ja tiedonkeruumenetelmät	11
3.3	Aineiston keruu ja analysointi	12
3.4	Tutkimuksen luotettavuus	13
4	Tutkimustulokset	13
5	Johtopäätökset ja pohdinta	16
	Lähteet	20
	Liitteet	22
	Liite 1. Kysely	22

Kuviot

Kuvio 1. Sukupuolten väliset erot ruokapaikan valintaan vaikuttavista tekijöistä..... 14

Kuvio 2. Eri ikäryhmien väliset erot ruokapaikan valintaan vaikuttavista tekijöistä... 15

1 Johdanto

Lähirooka ja paikallisuus kiinnostavat ihmisiä koko ajan enemmän. Yhä useammalle on tärkeää tietää, mitä syö; mistä ruoka ja tuotteet tulevat, minkälaisia tarinoita ja ihmisiä tuotteiden taustalla on. Lähirooka on koettu vaihtoehdoksi teolliselle ruokatuotannolle ja sen suosion kasvuun ovat vaikuttaneet vahvasti myös globaalit ruokakriisit. (Nelimarkka 2013, 6; Paloviita 2014, 9.) Yhtenä lähiruokaan liittyvistä haasteista on pidetty tiedon puutetta, mutta digitaalinen kehitys on mahdollistanut sen, että tuottajat ja kuluttajat löytävät toisensa entistä helpommin. Esimerkkinä mainittakoot Facebookissa toimivat REKO -lähirookarenkaat, joiden kautta tuottajat voivat myydä tuotteitaan suoraan kuluttajille. (Lento & Vuolahti 2019.) Tämä tosin vaatii aktiivisuutta niin tuottajalta kuin kuluttajaltakin. Heikkilän (2014) MTT:n koordinoiman Lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamista edistävät toimenpiteet -hankkeesta koostamassa raportissa ravintolat ja matkailuyritykset esitetään yhtenä potentiaalisena lähiruoan käytön lisäämisen väylänä. Hankkeessa haastatellut tuottajat kokivat, että tuote on helpompi myydä ravintolalle kuin suoraan kuluttajalle, sillä kuluttajamyynä vaatii enemmän esimerkiksi markkinointia. Kuluttajatkin saavat usein uutta tietoa tuotteista ravintolakokemuksen kautta, sillä ravintolat ovat usein avoimia kokeilemaan uusia tuotteita ja toimivat laadukkaiden raaka-aineiden ja tuotteiden puolestapuhujina ja markkinoijina. (Heikkilä 2014, 21-22.)

Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio -yhteistyöhanke eli KEKO on toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä. Se on saanut palautetta Keski-Suomen isojen tapahtumien ruokatarjonnan suppeudesta. Kävijät ihmettelivät, miksi isoissa tapahtumissa, kuten Neste Rally Finland -tapahtumassa ja Himoksen eri tapahtumissa, ei ole tarjolla paikallisia tuotteita ja lähiruokaa.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, kaipaavatko kävijät lisää paikallista tarjontaa tapahtumiin ja mikä merkitys ruualla on tapahtumissa kävijöille. Tutkimus toteutettiin Neste Rally Finland 2019 -tapahtumassa yhteistyössä Jyväskylän ammattikorkeakoulun Sport Business Management -opiskelijoiden kanssa, jotka

tekivät asiakastutkimusta myös tapahtuman järjestäjälle AKK Sports Oy:lle. Neste Rally Finland valikoitui tapahtumaksi suuruutensa ja kansainvälisyytensä vuoksi.

1.1 Toimeksiantaja Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio -yhteistyöhanke

Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio -yhteistyöhanke kehittää ja edistää Keski-Suomen ruokaketjun toimintaa, maaseudun yrittäjyyttä ja imagoa. Hankkeen tavoitteena on nostaa ruoka yhä vahvemaksi osaksi matkailupalveluja, ja pääteemat ovat kansainvälistyminen ja ruokamatkailu. Yhteistyöhanke toimii vastuutahona hanketoimija- ja kehittäjätahojen välisessä yhteistyössä ja suunnittelussa sekä koollekutsujana ja koordinaattorina erilaisissa tapahtumissa ja tilaisuuksissa. Tällaisia tapahtumia ja tilaisuuksia ovat esimerkiksi Talvipäivä, Ween Maan Wiljaa ja Keski-Suomen Maaseutugaala. Yhteistyöhanketta toteuttaa Jyväskylän ammattikorkeakoulun Liiketoimintayksikkö yhdessä MTK Keski-Suomen ja ProAgria Keski-Suomen kanssa. Hankkeen toiminta-aika on 2014 - 2020. (Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio -yhteistyöhanke n.d.)

1.2 Tavoite ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mitä mieltä asiakkaat ovat Neste Rally Finland -tapahtuman ruokatarjonnasta ja erityisesti siitä, kaipaavatko he enemmän paikallista tarjontaa tapahtumaan.

Tutkimuskysymykset:

1. Mitä mieltä kävijät ovat tapahtuman ruokatarjonnasta?
2. Onko paikallisille tuotteille ja lähiruualle kysyntää?
3. Oliko ruoka yksi motivaatio lähteä tapahtumaan?

2 Ruuan merkitys tapahtumissa

Ruokailutapoja, -tottumuksia ja -mieltymyksiä on yhtä paljon kuin ihmisiä. Kaikkien meidän täytyy syödä, ja toiset nauttivat siitä täysin siemauksin käyttäen kaikkia aistejaan, kun taas toisille se on vain välttämätön paha, jotta jaksaa taas. Tapahtumissa ruuan ja ruokailun merkitys voivat korostua, koska tarjonta ja ruokailuun käytettävä aika ovat usein melko rajalliset ja toisaalta ruokailu voi olla tärkeä osa tapahtumakokemusta.

2.1 Tapahtumatuotanto

Organisaatiot miettivät nykyään tapahtumien panos-tulos-suhdetta tarkkaan ja asettavat tapahtumilleen mitattavia tavoitteita. Myös asiakkaat miettivät yhä tarkemmin, mihin tapahtumiin osallistuvat. (Vallo & Häyrinen 2014, 8-9.)

Tapahtuman järjestäminen on prosessi, jossa on kolme vaihetta: suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja jälkimarkkinointivaihe. Suunnitteluvaihe on aikaa vievin vaihe, joka voi tapahtuman laajuuden mukaan kestää kuukausia tai jopa vuosia. Suunnittelu on aloitettava riittävän ajoissa, ja siihen kannattaa ottaa mahdollisimman aikaisin mukaan kaikki ne, jotka ovat tapahtuman toteutuksessa mukana. Suunnitteluvaiheessa mietitään tarkkaan, mikä on tapahtuman tavoite ja miksi tapahtuma järjestetään. Mitä tapahtumalla halutaan viestiä? Mikä on tapahtuman idea ja tema ja niihin pohjautuen sisältö ja ohjelma? Näitä suunnitellessa täytyy ottaa huomioon myös tapahtuman kohderyhmä: kenelle tapahtuma järjestetään. Organisaatiossa täytyy päättää myös, ketkä ovat tapahtuman vastuhenkilöt. (Mts. 161-164.)

Tapahtuman toteutusvaihe voidaan jakaa edelleen kolmeen vaiheeseen, jotka ovat: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Toteuttaminen vaatii saumatonta yhteistyötä, ja onnistumiseen vaikuttavat monet yksityiskohdat. (Mts. 168-171.) Suomessa ammattimaisuus tapahtumien järjestämisessä on lisääntynyt ja sitä myöten tapahtumien taso noussut. Perusasiat, kuten sujuvuus, tekniikka ja aikataulutukset alkavat olla jo itsestäänselvyksiä. (Mts. 8-9.)

Tapahtuman jälkeen alkaa jälkimarkkinointi, joka voi yksinkertaisuudessaan tarkoittaa kiitoskortin lähettämistä osallistujille ja esiintyjien muistamista. Yksi jälkimarkkinoinnin tärkeimmistä vaiheista on kerätä tapahtumasta palautetta ja työstää siitä yhteenveto. Saatua palautetta voidaan verrata suunnitteluvaiheessa asetettuihin tavoitteisiin ja hyödyntää seuraavan tapahtuman suunnittelussa. (Mts. 185-188.)

Vastuullista toimintaa pidetään nykyään yrityksen kilpailuetuna, mikä näkyy myös tapahtumien järjestämisessä. Kuten luvun alussa mainittiin, kävijät miettivät nykyään yhä tarkemmin mihin tapahtumiin osallistuvat. Erityisesti suurten massatapahtumien vaikutukset paikallisyhteisöön ja ympäristöön ovat merkittäviä, joten vastuullisilla toimintatavoilla tapahtuman järjestäjä voi viestiä kuluttajille yrityksen arvoista ja antaa vaihtoehdon valita vastuullisesti ja kestävästi toteutettu tapahtuma (Lindroos & Teriö 2012, 8). Vastuullisesti järjestetyssä tapahtumassa vastuullisuuden täytyy kattaa koko tapahtumaprosessi. Tapahtumissa tarjoiltavan ruuan suhteen se tarkoittaa koko ruokaketjua tuotannosta jätteiden kierrätykseen. Vastuullinen tapahtumanjärjestäjä esimerkiksi kannattaa kestäviä asiakassuhteita, suosii paikallisia tuotteita ja tuottajia tukien näin omavaraisuuden säilymistä, käyttää eri vuodenaikojen sesonkituotteita, minimoi pakkauksien ja kuljetusten määrän sekä lajittelee ja kierrättää jätteet oikein. (Mts. 34.)

2.2 Ravintolaruokailu Suomessa

Ulkona syöminen oli aiemmin erityistä. Sillä juhlistettiin merkkipäivää, tai ulos syömään lähteminen oli juhla itsessään. Nykyäänkin se on sitä, mutta ulkona syömisestä on myös tullut monille osa arkea. (Varjonen 2012.) Myös Kespron (2018) Ravintolaruokailun ja ulkona syömisestä tulevaisuus -tutkimuksen alussa pohditaan, mitä ulkona syömisellä nykyään tarkoitetaan. Perinteiset raja-aidat ovat murtumassa, kun ravintolat tulevat ruokakauppoihin, ravintolaruoka kuljetetaan koteihin ja musiikkifestiivaaleille mennään nauttimaan juomasta ja ruuasta. Ravintolaruokailu ei enää rajoitu vain merkkipäivien juhlistamiseen, vaan moni syö ulkona useamman kerran päivässä.

Tarjonta ja valinnanvara lisääntyvät jatkuvasti, ja toisaalta myös asiakkaiden tietoisuus ja odotukset ovat korkeampia kuin koskaan. (Ravintolaruokailun ja ulkona syömisestä tulevaisuus 2018.)

Tilastokeskuksen vuonna 2017 tehdystä vapaa-aikatutkimuksesta selviää, että ravintoloissa syöminen on viime vuosikymmenten aikana lisääntynyt, mutta esimerkiksi tansseissa käyminen ja ravintolaillanvietot muuten ovat vähentyneet. Kaupungeissa asuvat nuoret viihtyvät ravintoloissa ja kahviloissa eniten. Vähiten ravintoloissa käyvät eläkeläiset, mutta he ovat kuitenkin ainoa ikäryhmä, joka on lisännyt ravintoläkäyntejään. Tutkimuksessa tarkasteltiin ravintoloissa syömistä nimenomaan iltaisin ja viikonloppuisin. Vuonna 2017 ravintoloissa söi 59 % vastaajista, kun vuonna 2002 vastaava osuus oli 54 %. (Huomo 2019.)

Helsingin Sanomien artikkelissa (2019) käsitellään edellä mainitun tilastokeskuksen tutkimuksen lisäksi myös Mara ry:n aiheesta teettämää tutkimusta. Myös Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry:n teettämän ravintolaruokailun trenditutkimuksen 2018 mukaan ravintolaruokailu on kasvanut. Tutkimuksen mukaan vielä vuonna 1997 lähes 60 % ei ollut syönyt ravintolassa kertaakaan kahden viikon aikana, ja vuonna 2018 vastaava luku oli enää noin 20 %. Mara ry:n toimitusjohtaja Timo Lappi uskoo, että ravintoloissa syöminen on kasvanut, ja kasvaa edelleen, samaa tahtia kaupungistumisen kanssa. Hänen mukaansa ravintoloilla menee hyvin niillä paikkakunnilla, jonne nuoret muuttavat, kun taas muuttotappiokunnissa kaikenikäiset ravintolat ovat vaikeuksissa. (Valtavaara 2019.)

2.3 Tapahtumaruokailu

Tapahtumissa tarjoilut määräytyvät tapahtuman osallistujien, luonteen, teeman, ajankohdan, paikan ja tapahtuman keston mukaan. Tarjottavaa on oltava riittävästi sekä riittävän usein. Myös ajoituksella on suuri merkitys. (Vallo & Häyrinen 2014, 155.) Ruoka herättää myös paljon tunteita. Hyvänkin tapahtuman muistoa voi varjostaa huono ruokailukokemus. Ruoka on voinut olla asiakkaan mielestä esimerkiksi huonolaatuista tai ylihinnoiteltua. Toisaalta onnistunut ruokailukokemus voi jättää

todella positiivisen muistikuvan, vaikka tapahtuma muuten olisi ollut asiakkaan mielestä epäonnistunut. Tapahtuman järjestäjät haluavat varmasti myös asiakkaiden viiptyvän tapahtumassa mahdollisimman pitkään, joten siitäkin syystä ruokaan ja ruokailuun on syytä kiinnittää huomiota.

Retulainen (2016) haastatteli opinnäytetyössään Ruoan merkitys Satakuntalaisissa tapahtumissa tapahtumajärjestäjiä siitä, millainen rooli ruoalla heidän mielestään on tapahtumissa, minkälaista ruokaa kävijät arvostavat ja mikä on ruokatarjonnan rooli tapahtumissa tulevaisuudessa. Vastauksien perusteella voidaan tiivistetysti sanoa, että ruuan avulla voidaan houkutella asiakkaita tapahtumaan ja saada heidät viiptymään pidempään, kävijät toivovat saavansa tapahtumissa monipuolista suomalaista lähiruokaa ja ruokamatkailun ja erilaisten trendien nousemisen myötä ihmiset haluavat kokea uusia makuja ja ruokaelämyksiä.

2.4 Ruoka Keski-Suomen tapahtumissa

Keski-Suomessa järjestetään ympäri vuoden erilaisia ruokaan liittyviä tapahtumia. Tapahtumia on laidasta laitaan paikallisista toreista ja markkinoista valtakunnallisiin tilaisuuksiin. Yhtenä isoimmista mainittakoon Wemmin kevätmarkkinat ja Ween Maan Wiljaa -markkinatapahtuma sekä Kirja, Ruoka & Viini -messut (Festivaalit, kulttuuri- ja erikoistapahtumat Jyväskylän seudulla 2019). Maakunnissa järjestetään omia tapahtumia, kuten esimerkiksi Mänttä-Vilppulassa Mänttä Food Festival, Keuruulla kokokylän yhteinen piknik Syödään yhdessä ja Joutsassa erilaisia Pop-Up -ravintoloita (Menoinfo 2019).

Moni suomalainen osaa sanoa, mitkä ovat esimerkiksi Lapissa tai Itä-Suomessa perinteisiä ruokia, mutta keskisuomalaista ruokakulttuuria on monen vaikea määritellä, jopa keskisuomalaisten itse. Tämä lienee ymmärrettävää, sillä läntisen ja itäisen kulttuurialueen raja kulkee Keski-Suomen halki ja perinteisestä keskisuomalaisesta ruokakulttuurista löytyy piirteitä sekä läntisestä että itäisestä ruokakulttuurista (Tarnanen 2011, 13). Sesongin tuotteita Keski-Suomessa silti riittää ympäri vuoden. On erilaisia kaloja ja rapuja, sieniä, marjoja, riistaa ja kasviksia.

2.5 Ruokatrendit ja lähiruoka

Trendiksi voidaan kutsua pitkän ajanjakson kuluessa tapahtuvaa yleistä kehityssuuntaa. Trendit ohjaavat päätöksentekoa ja vaikuttavat esimerkiksi valintoihin, makuun ja arvostuksiin. Trendit ovat sellaisia nykyhetken piirteitä, joita voidaan suhteellisen helposti jäljittää tai ennakoida. Trendi ja megatrendi on usein vaikea erottaa, mutta megatrendin yhtenä piirteenä voidaan kuitenkin pitää sitä, että se sisältää globaalitason vaikutuksia. Trendejä ja megatrendejä tarkastelemalla voidaan ennakoida tulevaisuutta. (Rubin 2017.)

Kespron Ravintolailmiöt 2018 -tutkimuksen tulosten perusteella perinteiset suomalaiset ruokailutottumukset ovat murroksessa. Arki muuttuu yhä hektisemmäksi ja yhä useampi asuu yksin. Asiakkaat hakevat ravintoloista nopeita ja arkea helpottavia ratkaisuja. Yli kolmannes tutkimukseen haastatelluista ravintoloitsijoista uskoo toimitusten ja take away -annosten kasvavan. Kespron myyntijohtaja Osmo Pyhtinen sanoo tutkimusten osoittavan, että samaan aikaan ravintoloista haetaan yhä enemmän elämyksiä ja vastapainoa kiireelle. (Kespro ravintolailmiöt 2018 -tutkimus julkaistu –Ravintolaruokailu murroksessa 2017.)

Myös kansainvälisen alalla toimivan yhtiön Benchmarkin listaamissa ruokailuun liittyvissä trendeissä näkyvät samat asiat, joita on havaittu esimerkiksi aiemmin mainituissa Kespron tutkimuksissa. Kasvisruuan suosio kasvaa, ja jatkuvasti kehitellään uusia lihaa korvaavia kasvisproteiinivalmisteita. Ravintolat tarjoavat yhä kokonaisvaltaisempia kokemuksia, jotka ”todella ruokkivat sielua”, ja asiakkaat ovat myös entistä vaativampia. Moni noudattaa jotakin itselle räätälöityä dieettiä ja odottaa saavansa siihen sopivaa ruokaa myös ravintolasta. (Top ten dining trends for 2019. 2019.) Kasvisruoan ohella ilmastonmuutos on yksi aikamme isoimmista ja pitkäkestoisimmista kansainvälisistä trendeistä (Impiö & Nordlund 2019).

Ilmastonmuutoksen myötä vastuullisuus trendinä on noussut viime vuosina, ja se näkyy vahvasti myös ravintola-alalla. Asiakkaiden tietämys kasvaa jatkuvasti, ja sosiaalisen median kanavien avulla tieto välittyy nopeasti. Vastuullisuus, tai sen puute, on

asiakkaille yhä läpinäkyvämpää. Ravintola-alalla vastuullisuus on laaja kokonaisuus aina tuotantoketjusta henkilökunnan hyvinvointiin asti. (Ravintolaruokailun ja ulkona syömisen tulevaisuus 2018.)

Tuotantoketjun vastuullisuuteen liittyy vahvasti myös lähiruoka. Lähiruoka voidaan määritellä ruoaksi, joka on lähellä tuotettua, helposti jäljitettävää ja tuoretta. Sen matka tuottajalta kuluttajalle on lyhyt ja kulkee vain muutaman toimijan kautta. Näin ollen myös lisäaineita ja pakkaamista tarvitaan vähemmän. Yksi lähiruoan kuluttamiseen liittyvä tärkeä ominaisuus on edistää alueiden omaa ruokakulttuuria tuomalla esiin alueen raaka-aineita ja ruuanvalmistustapoja sekä paikallista osaamista. (Lindroos & Teriö 2012, 35; Lähiruoka tulee läheltä 2019.)

Tutkimusten mukaan kuluttajat ovat kiinnostuneita lähiruoasta, ja sen arvostuksen nousu on maailmanlaajuinen ilmiö (Lähiruoka Suomessa 2019). Australialaisen ja sveitsiläisen kuluttajakyselyn mukaan lähiruokaa pidetään erittäin ympäristöystävällisenä ja yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan kuluttajat pitävät lähiruokaa terveellisenä ja ravitsevana (Paloviita 2014, 49). Myös globaalit ruokakriisit ovat vaikuttaneet lähiruoan suosion kasvuun (Nelimarkka 2013, 6).

3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin määrällisenä kyselynä Neste Rally Finland 2019 -tapahtumassa.

3.1 Neste Rally Finland

Neste Rally Finland on FIA:n MM-sarjan osakilpailu, joka ajetaan Keski-Suomessa elokuun alussa. Tapahtuman keskuksena toimii Jyväskylä, jossa ralli järjestetään tänä vuonna jo 68. kertaa. Tapahtuma on Pohjoismaiden suurimpia vuosittaisia yleisötapahtumia ja kilpailijamäärältään myös yksi MM-sarjan suurimpia. Nopeat soratiet, näyttävät hypyt ja mahtavat järvimaisemat ovat tehneet Keski-Suomessa ajettavasta rallista maailmalla kuuluisan. Kilpailukeskus ja huoltoparkki sijaitsevat Jyväskylän

ydinkeskustassa Paviljongilla, Lutakon aukiolla. Tarjolla on paljon oheistapahtumia; erilaisia toiminta- ja näyttelypisteitä, podiumseremonioita sekä ravintolamaailma. (Neste Rally Finland 2019.)

Tutkimuksessa kysyttiin, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat Neste Rally Finland -tapahtuman ruokatarjontaan, ja kartoitettiin, millä kriteereillä he valitsevat ruokailupaikan ja ajattelevatko tai ottavatko he yleisesti huomioon jonkin tapahtuman ruokailumahdollisuudet/ruokatarjonnan tehdessään päätöstä osallistua tapahtumaan.

3.2 Tutkimus- ja tiedonkeruumenetelmät

Tieteellinen tutkimus on ongelmanratkaisua. Tutkimukset voidaan jakaa teoreettisiin ja empiirisiin tutkimuksiin. Teoreettisessa tutkimustavassa käytetään valmiina olevaa tietomateriaalia, kun taas empiirinen tutkimus on havainnoivaa. Empiirinen tutkimus perustuu teoreettisen tutkimuksen perusteella kehitettyihin menetelmiin ja voidaan jakaa edelleen kvantitatiivisiin eli määrällisiin ja kvalitatiivisiin eli laadullisiin tutkimuksiin. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan kartoitettua nykyinen tilanne. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? Kvantitatiivisen tutkimuksen aineiston keruussa käytetään yleensä tutkimuslomakkeita, joissa on strukturoidut eli valmiit vastausvaihtoehdot. Asioita kuvataan numeerisesti, ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoilla ja kuvioilla. (Heikkilä 2014, 12-15.)

Tutkimuksen aineiston kerääminen ja mittareiden laatiminen vaativat työtä. Kyselytutkimuksen aineiston voi kerätä monella tavalla. Nykypäivänä useimmiten käytetty tapa lienee verkkolomake. Verkkolomakkeessa on monia hyviä puolia, kuten vastaus-ten suora tallentuminen sähköiseen muotoon. (Vehkalahti 2008, 47-48.) Kyselytutkimuksen lomake on syytä suunnitella huolellisesti, sillä tutkimuksen onnistuminen riippuu lomakkeesta. Kysymysten tulee olla sisällöllisesti oikeita ja tilastollisesti mielekkäitä. Kuten aiemmin mainittiin, määrällisessä tutkimuksessa käytetään enimmäkseen strukturoituja kysymyksiä, mutta avoimiakin tarvitaan. Avointen kysymysten vastauksia on työläämpi käsitellä, mutta niiden avulla saadaan usein tutkimuksen

kannalta tärkeää tietoa, joka voisi muuten jäädä havaitsematta. Avoimia kysymyksiä käytetään silloin, kun vastausvaihtoehtoja ei haluta tai ei voida luetella. (Mts. 20-25.)

Tämän opinnäytetyön tiedonkeruu suoritettiin Webropol-kyselyllä, jossa suurin osa kysymyksistä oli strukturoituja. Joukossa oli myös kaksi avointa kysymystä, joilla kerrotettiin, oliko kävijöillä odotuksia tapahtuman ruokatarjonnan suhteen ja jäivätkö he kaipaamaan jotakin tietynlaista ruokaa.

3.3 Aineiston keruu ja analysointi

Tutkimuksen aineisto kerättiin pääosin Paviljongin huoltoparkilla. Kaksi vastausta saatiin myös Äänekosken erikoiskokeen katselupaikalta. Aineistoa kerättiin tapahtuman aikana perjantaina 2.8.2019 ja lauantaina 3.8.2019. Kyselyyn vastaajat vastasivat itse tabletilla olevalle lomakkeelle. Joissakin tapauksissa vastausten kerääjä kysyi ja kirjasi vastaukset. Vastauksia oli keräämässä perjantaina noin 10 opiskelijaa ja lauantaina 3 opiskelijaa.

Eryisesti lauantaina Paviljongin alueella oli selkeästi liikkeellä paljon perheitä ja isiä lasten kanssa. Aineistoa kerättiin paljon lapsiparkin lähetyviltä, sillä vanhemmilla oli hyvin aikaa vastata, kun lapset leikkivät. Näin saatiin paljon vastauksia myös naisilta.

Tutkimuksen (Liite 1.) alussa vastaajilta kysyttiin missä he ovat ruokailleet tai aikovat ruokailla tapahtuman aikana ja mitä he ovat syöneet tai aikovat syödä. Tutkimuksessa kartoitettiin, mitkä asiat ovat vastaajille tärkeitä, kun he valitsevat ruokailupaikkaa tapahtumissa yleisesti. Vastaukset annettiin asteikolla 1-5, jossa 1=ei lainkaan tärkeä ja 5=erittäin tärkeä. Tämän tuloksista tarkasteltiin miesten ja naisten välisiä eroja, sekä eri ikäryhmien välisiä eroja (alle 18- 34 vuotta, 35-54 vuotta ja 55- yli 64 vuotta). Myös tapahtumaan osallistumisen päätökseen vaikuttavien tekijöiden tuloksista tarkasteltiin sukupuolten ja eri ikäryhmien välisiä eroja.

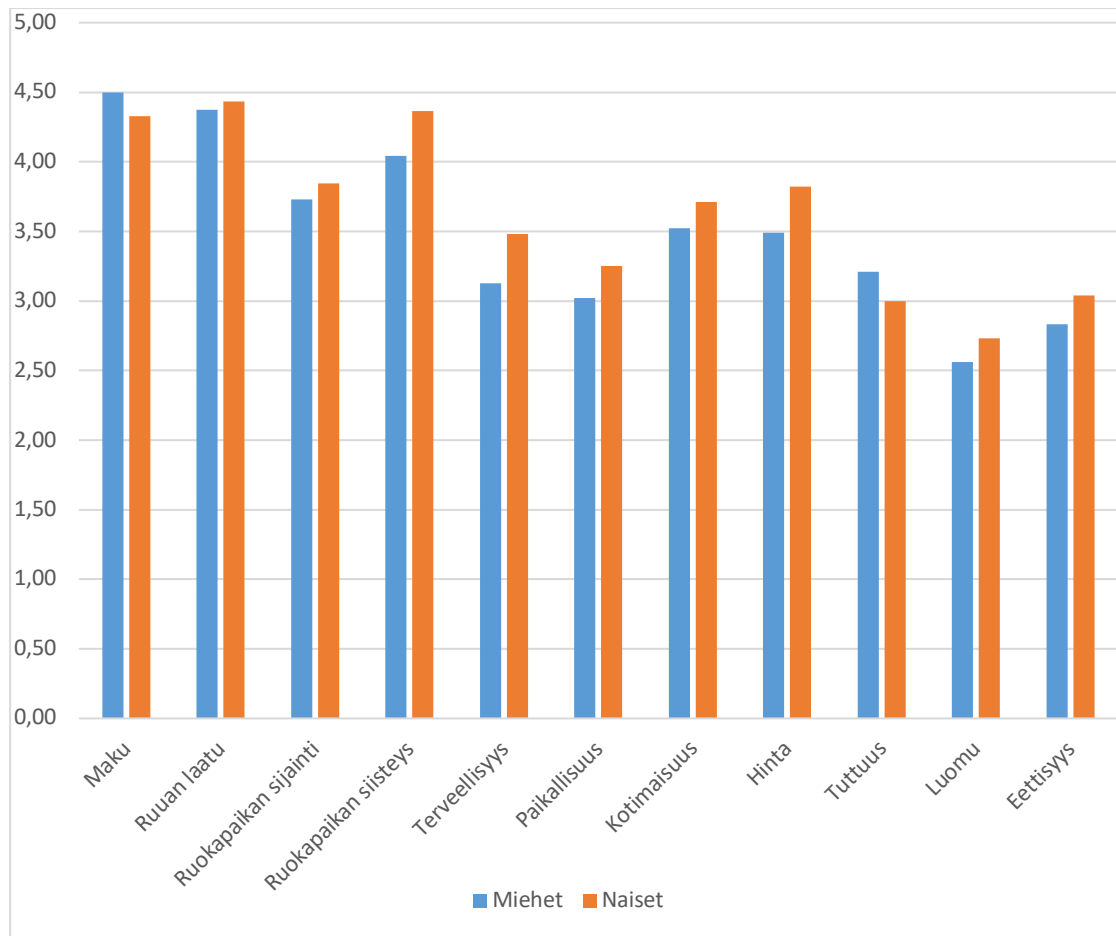
3.4 Tutkimuksen luotettavuus

Mielipiteiden, asenteiden ja arvojen tutkiminen ei ole helppoa, sillä tiedonkeruuseen, mittaamiseen ja tutkimuksen sisällöllisiin tavoitteisiin liittyy monia haasteita (Vehkalahti 2008, 12). Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat sekä mittaus että tiedonkeruu. Molemmat on syytä tehdä mahdollisimman hyvin, sillä ne ovat ainutkertaisia vaiheita. Tutkimuksen luotettavuudesta puhuttaessa erotetaan validiteetti, joka tarkoittaa mitataanko sitä, mitä piti, ja reliabiliteetti, joka tarkoittaa miten tarkasti mitataan. Validiteetti on tutkimuksen luotettavuuden kannalta ensisijainen, sillä reliabiliteetilla ei ole merkitystä, jos on mitattu väärää asiaa. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa myös otanta, jonka tärkeimmät käsitteet ovat perusjoukko ja otos. Perusjoukkoon kuuluvat ne, joista tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita ja otoksen muodostavat ne perusjoukkoon kuuluvat, jotka valikoituivat tutkimuksen vastaajiksi. Vastajien valinnassa on tärkeää, että jokaisella perusjoukkoon kuuluvalla on yhtä suuri mahdollisuus tulla valituksi. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat myös otoksen koko sekä vastausprosentti. (Mts. 40-44.)

4 Tutkimustulokset

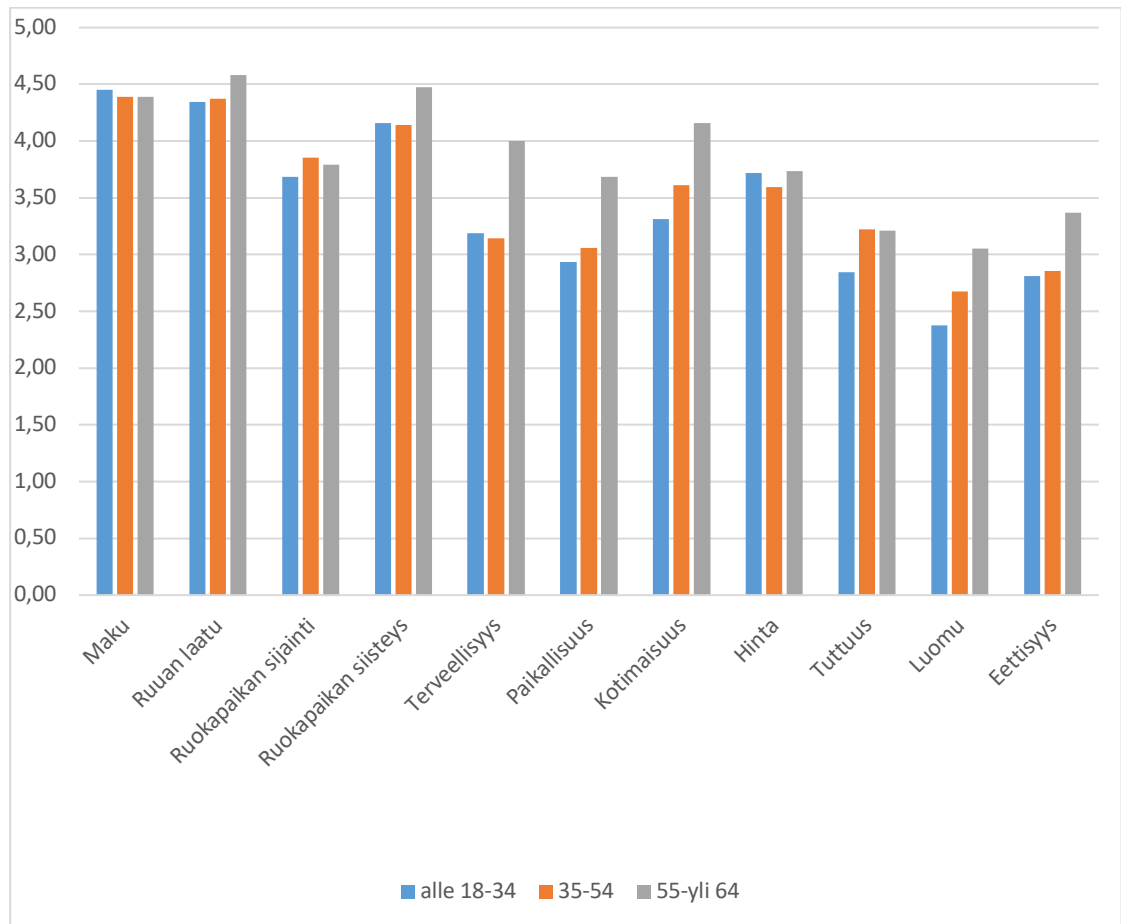
Tutkimukseen vastasi 100 henkilöä, joista 52 oli naisia ja 48 miehiä. Suurin osa vastaajista (33 %) oli 35-44 vuotiaita. Vastaajista 38 % prosenttia oli ostanut Rallipassin ja 36 % kertalipun Paviljongin alueelle. Suurin osa vastaajista (35 %) oli osallistunut Neste Rally Finland -tapahtumaan useammin kuin 8 kertaa. Vastaajista 58 % oli ruokaillut tai aikoi ruokailla Paviljongin huoltoparkin alueella.

Ruokapaikan valintaa mietittäessä maku oli selvästi tärkein kriteeri. Vastaajista 51 % piti sitä erittäin tärkeänä. Myös ruuan laatu oli 49,5 %:lle erittäin tärkeä. Vähiten tärkeimpänä vastaajat pitivät luomua. Vain 5 % vastaajista piti sitä erittäin tärkeänä ja 14 % ei pitänyt sitä lainkaan tärkeänä. Seuraavassa kuviossa on esitetty sukupuolten väliset erot keskiarvoina. Tuloksista tarkasteltiin myös eri ikäryhmien välisiä eroja.



Kuvio 1. Sukupuolten väliset erot ruokapaikan valintaan vaikuttavista tekijöistä.

Ainoa merkittävä ero sukupuolten välillä ($p < 0,05$) oli ruokapaikan siisteys ($p = 0,049$), jota naiset pitivät tärkeämpänä kuin miehet. Eri ikäryhmien välillä selkeät erot ($p < 0,05$) olivat ruuan terveellisyydessä ($p = 0,005$), paikallisuudessa/lähiruuassa ($p = 0,049$) ja kotimaisuudessa ($p = 0,017$). Näitä kaikkia asioita tärkeimpinä pitivät 55-vuotiaat ja sitä vanhemmat (ks. kuvio 2.).



Kuvio 2. Eri ikäryhmien väliset erot ruokapaikan valintaan vaikuttavista tekijöistä.

Ylipäättään ruokailumahdollisuudet sekä ruokapalveluiden laadukkuus koettiin tärkeiksi tapahtumissa. Vastaajista 13 % piti ruokailumahdollisuuksia tapahtumassa erittäin tärkeänä ja 46 % melko tärkeänä. Ruokapalveluiden laadukkuus oli selvästi tärkeintä. Erittäin tärkeänä sitä piti 15 % vastaajista ja melko tärkeänä 49 %. Luomuruoan saatavuus oli tässäkin vähiten tärkeä. Vain 1 % vastaajista piti luomuruoan saatavuutta erittäin tärkeänä ja jopa 21 % ei lainkaan tärkeänä.

Kun tarkasteltiin sukupuolten ja ikäryhmien välisiä eroja sen suhteen, mitä vastaajat pitivät tärkeänä ruokaan ja ruokailuun liittyvissä asioissa, merkittäväksi eroksi nousi

luomuruuan saatavuus, jota naiset pitivät tärkeämpänä kuin miehet ($p=0,012$). Eri ikäryhmien välillä ei ollut merkitseviä eroja.

Suurimmalla osalla vastaajista ei ollut ollut suuria odotuksia tai he vastasivat, että odotukset täyttyivät. Osa kaipasi monipuolisempaa valikoimaa, ja yksi vastaajista ihmetteli, missä ovat paikalliset yrittäjät. Vastaajista 43 % oli melko tyytyväisiä Paviljongin alueen palveluihin. Ruokapalveluiden laadukkuuteen olivat melko tyytyväisiä 34 % vastaajista ja erittäin tyytyväisiä 11 %. Suurin osa (35 %) vastasi neutraalisti, mutta toisaalta yksikään ei vastannut olevansa erittäin tyytymätön. Suullista palautetta tuli huonoista opasteista ruokapalveluiden suhteen Paviljongin alueella.

Vastaajista 24 % arvioi käyttävänsä 11 - 20 euroa ruokailuun Neste Rally Finland –tapahtuman aikana, ja 42 % vastaajista olisi ehkä halukkaita ostamaan ja liittämään ennalta maksettuja ruokia esimerkiksi Rallipassiin.

Kun kysyttiin, millaista ruokaa vastaajat jäivät kaipaamaan tapahtumassa, vain 24 henkilöä kertoi vastauksen. Vastaukset ovat hyvin sekalaisia. Osa totesi ”en tiedä” tai ”en mitään”. Tähän kysymykseen vastanneista pääosa kaipasi monipuolisempaa tarjontaa, sillä vastausten joukossa on mainittu esimerkiksi kasvisruoka, salaattiannokset, paikalliset tuottajat ja rallimakkara.

5 Johtopäätökset ja pohdinta

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä mieltä kävijät ovat tapahtuman ruokatarjonnasta, onko paikallisille tuotteille ja lähiruoalle kysyntää ja oliko ruoka yksi motivaatio lähteä tapahtumaan. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että kävijät olivat suurimmaksi osaksi melko tyytyväisiä Neste Rally Finland -tapahtuman ruokatarjontaan ja paikallisille tuotteille ja lähiruuallekin voisi olla kysyntää. Kahteen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen saatiin siis vastaus, mutta kolmas jäi tässä tutkimuksessa vastausta vaille. Neste Rally Finland -tapahtuman kävijöiden motivaatiot liittyvät todennäköisesti suurimmaksi osaksi autourheiluun eivätkä ruokaan.

Vastaajat kuitenkin kaipasivat selkeästi monipuolisempaa tarjontaa ja sen avulla voitaisiin saada myös ruoka ja ruokatuotteet yhdeksi motivaatioksi lähteä tapahtumaan. Osa vastaajista totesi haastattelutilanteessa, että tämänkaltaisessa tapahtumassa ei mietitä ruoan terveellisyyttä vaan syödään sitä mitä on tarjolla. Eräät äiti ja tytär taas toivoivat, että tarjolla olisi esimerkiksi salaattipöytä, jossa komponentit olisivat mahdollisimman erillään ja annokset voisi koota itse. He ovat niin monelle ruoka-aineelle allergisia, että joutuvat ottamaan aina omat eväät mukaan tapahtumiin. Moni olisi halunnut syödä myös makkaraa katsoessaan rallien tapahtumia ulkona näytöltä.

Kyselyyn vastaajista moni mainitsi myös, että Paviljongin alueella oli huonot ruokaopasteet. Kävijät eivät tieneetkään esimerkiksi mistä he saisivat kahvia tai ruokaa. Tähän asiaan kiinnitimme myös haastatteluja tehdessä huomiota kierrellessämme alueella. Laittamalla hyvät opastekyltit alueelle, voitaisiin jo huomattavasti parantaa kävijöiden kokemusta ja tehokkaalla markkinoinnilla voisi olla mahdollista saada enemmän näkyvyyttä tuottajille ja erilaisille tuotteille.

Yksi lähiruoan vahvuuksista on laatu, joka taas on ravintoloille tärkein raaka-aineen kriteeri. Ravintoloissa on myös ammattilaisia, jotka osaavat valmistaa esimerkiksi vähemmän tunnettuja ruhonosia ja tuottavat näille lisäarvoa. (Heikkilä 2014.) Tätä voisi hyödyntää myös tapahtumissa. Erityisesti isot ja kansainväliset tapahtumat kuten Neste Rally Finland, olisivat todella hyvä tilaisuus paikallisille tuottajille saada tuotteitaan esille. Esimerkiksi vuoden 2016 KasvuOpen -tapahtumasta saattoi kävijöille jäädä vahvasti mieleen sinne erikseen tehty Keski-Suomi -tori/-alue, jossa oli myynnissä keskisuomalaisia käsitöitä ja ruokatuotteita. Tämänkaltaisen Keski-Suomi -tori ja paikallisten tuottajien ruokakojut voisivat toimia myös Neste Rally Finland -tapahtumassa. Tapahtuman kävijöistä suuri osa on muualta Suomesta ja ulkomailta tulleita, joten keskisuomalaiset tuotteet voisivat olla sellaisia makuelämyksiä, joita he eivät tule toiste elämässään kokemaan.

Kuten Vallo & Häyrinen (2014) kirjassaan totesivat, tapahtuma määrittää tarjoilut. Ruokaa on oltava riittävästi, sitä on oltava tarjolla riittävän usein ja ajoituksella on merkitystä. Neste Rally Finland -tapahtuman huoltoparkilla ruokaa oli tarjolla koko ajan, mutta kävijöiden ruokailua rytmittivät rallin tapahtumat. Retulaisen (2016)

opinnäytetyössä Ruonan merkitys satakuntalaisissa tapahtumissa kävi ilmi, että ruonan avulla voidaan houkutella katsojia tapahtumaan ja saada heidät viipymään tapahtumassa pidempään. Tähän vaikuttavat luultavasti tapahtuman koko sekä sijainti/tapahtumapaikka. Mikäli tapahtuma kestää koko päivän, kävijät tarvitsevat luonnollisesti useamman aterian tapahtuman aikana. Tai, jos tapahtumapaikka on kaukana palveluista, tapahtumakokemuksen kannalta on tärkeää, että tapahtumasta saa ruokaa. Myös hinta-laatusuhteella, sekä valikoiman laajuudella on merkitystä. Neste Rally Finland -tapahtuman huoltoparkki sijaitsee lähellä Jyväskylän keskustaa, joten matka keskustan ravintoloihin ei ole pitkä. Alue on kuitenkin suljettu, ja sinne pääsee vain lipulla tarkastuspisteen/kassan kautta, joten uskon, että sillä on merkitystä. Moni kävijä varmaankin ruokailee mieluummin tapahtuma-alueella sen sijaan, että poistuisi keskustaan ja joutuisi sitten jonottamaan uudestaan sisäänkäyntiä. Paviljongin alueelle oli vain yksi sisäänkäyntiyväylä, ja jonot olivat välillä todella pitkät.

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa otanta ja sen tärkeimmät käsitteet eli perusjoukko ja otos. Tämän tutkimuksen perusjoukkoon kuuluivat Neste Rally Finland 2019 -tapahtuman kävijät. Otoksesta 98 % olivat Paviljongin huoltoparkin alueelta. Kysely suoritettiin Paviljongin alueella perjantaina ja lauantaina päiväsaikaan. Erityisesti lauantaina päivällä liikkeellä oli selkeästi paljon perheitä ja isä lasten kanssa. Vastauksia kerättiin paljon lapsiparkin lähetyvillä, sillä siinä vanhemmilla oli hyvin aikaa vastata. Näin saatiin myös naisilta paljon vastauksia, sillä ennako-oletuksena oli, että suurin osa kävijöistä on miehiä. Vastaajat valittiin satunnaisesti kävijöiden joukosta ja kaikilla oli periaatteessa yhtäläinen mahdollisuus tulla valituksi, mutta todennäköistä on, että suuri osa vastaajista on sellaisia, jotka olivat perheen kanssa liikkeellä. Tällöin otos ei vastaa täysin koko perusjoukkoa.

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa myös vastausprosentti. Tähän tutkimukseen vastasi 100 henkilöä. Tapahtuman kävijämäärään suhteutettuna vastaajien määrä on erittäin pieni. Vuonna 2017 Paviljongin alueella kestittiin neljän päivän aikana noin 61 000 rallivierasta ja koko tapahtuman katsojamäärät erikoiskokeineen oli noin 265 000 (Onnistunut Neste ralli julkaisi tapahtuman tunnusluvut 2017). Mikäli suhteutetaan vastaajien määrä vuonna 2017 Paviljongin alueella kävijöiden määrään, vastausprosentti jää alle yhden prosentin. Mikäli tiedonkeruuta olisi suoritettu

useampana päivänä ja huoltoparkin lisäksi myös erikoiskokeilla, oltaisiin saatu enemmän vastauksia ja otos vastaamaan paremmin koko perusjoukkoa. Toisaalta tässä tutkimuksessa oli tarkoitus saada selville, mitä mieltä kävijät ovat tapahtuman ruokapalveluista, ja niistä suurin osa sijaitsee Paviljongin alueella.

Tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa puhutaan myös validiteetista, eli onnistuttiinko mittamaan sitä mitä piti. Tässä tutkimuksessa tavoitteena oli selvittää mikä merkitys ruoalla on tapahtumassa kävijöille ja olisiko lähiruoalle kysyntää. Ruuan merkitystä kävijöille ja heidän mielipidettään tapahtuman ruokatarjonnasta onnistuttiin mielestäni mittaamaan hyvin, mutta lähiruoan suhteen olisi voitu onnistua paremmin.

Aineiston keruuseen Paviljongin alueella vaikuttivat myös Rallin tapahtumat. Kävijät kerääntyivät jo hyvissä ajoin ennen huoltotaukoa tallien aitojen vierelle odottamaan autojen saapumista. Tällöin osa malttoi vielä vastata kyselyyn, mutta siinä vaiheessa, kun autoja alkoi saapumaan huoltoalueelle, katsojat keskittyivät vain niihin.

Neste Rally Finland on potentiaalinen kehittämisen kohde. Tämän hetken isot trendit, kuten vastuullisuus, elämyshakuisuus ja itsensä korostaminen näkyvät kaikilla elämän osa-alueilla, myös ruokavalinnoissa, ja niitä olisi helppo käyttää hyödyksi ruokatarjonnassa erilaisia tapahtumia järjestettäessä.

Lähteet

- Heikkilä, L. 2014. Ruoka lähellä, kuluttaja kaukana? Näkökulmia lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamiseen. Raportti. MTT. Viitattu 1.11.2019.
<http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti154.pdf>
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uud.p. Helsinki: Edita.
- Huomo, M. 2019. Ravintoloissa syödään entistä enemmän - tansseissa käynnin suosio hiipunut. Tieto&Trendit. Viitattu 18.10.2019.
<http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/ravintoloissa-syodaan-entista-enemman-tansseissa-kaynnin-suosio-hiipunut/>
- Impiö, J. & Nordlund, K. 2019. Ruokatrendit 2019. Ruoka&Viini. Soppa365. Viitattu 19.10.2019. <https://www.soppa365.fi/artikkeli/artikkelit/ilmiot-ja-puheenaiheet/ruokatrendit-2019>
- Keski-Suomen maaseutuyrittäjyys. N.d. Aito Maaseutu Keski-Suomessa. Viitattu 13.6.2019. <https://www.aitomaaseutu.fi>
- Keski-Suomen ruokaketjun kordinaatio -yhteistyöhanke. N.d. Aito Maaseutu Keski-Suomessa. Viitattu 13.6.2019. <https://www.aitomaaseutu.fi/hankkeet/keko>
- Kespro Ravintolailmiöt 2018 -tutkimus julkaistu –ravintolaruokailu murroksessa. 2017. Kespro. Viitattu 18.10.2019. <https://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2017/kespro-ravintolatrendit-2018--tutkimus-julkaistu/>
- Lento, S. & Vuolahti, V. 2019. Lähiruoka osana kestävää paikallista ruokajärjestelmää. Viitattu 29.10.2019. <https://blog.hamk.fi/porkkanapuu/lahiruoka-osana-kestavaa-paikallista-ruokajarjestelmaa/>
- Lindroos, J. & Teriö, J. 2012. Vastuullisen ja kestäväen tapahtumatuotannon elementit. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.8.2019.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51169/JAMKJULKAISUJA1382012_web.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lähiruoka Suomessa. 2019. Ruokatieto Yhdistys ry. Viitattu 8.10.2019.
<https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokavisa-vastuullisuus-ruokaketjussa/paikallinen-hyvinvointi/lahiruoka-suomessa>
- Lähiruoka tulee läheltä. 2019. Ruokatieto Yhdistys ry. Viitattu 10.8.2019.
<https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokavisa-vastuullisuus-ruokaketjussa/paikallinen-hyvinvointi/lahiruoka-suomessa/lahiruoka-tulee-lahelta>
- Menoinfo. 2019. Keskisuomalainen 13.6.2019. Viitattu 13.6.2019.
<http://ksml.menoinfo.fi/events?begin%5Bdate%5D=13.06.2019>
- Nelimarkka, M. 2013. Ruokakriisit tuovat hyviä ja huonoja ruokautisia. Viitattu 29.10.2019. http://www.amko.fi/files/1313/6929/2761/Makela_2_2013_LR.pdf

Neste Rally Finland. 2019. Viitattu 14.6.2019. <https://www.nesterallyfinland.fi>

Onnistunut Neste ralli julkaisi tapahtuman tunnusluvut. 2017. Neste Rally Finland. Viitattu 30.10.2019. <https://www.nesterallyfinland.fi/info/uutiset/onnistunut-nesteralli-julkaisi-tapahtuman-tunnusluvut/>

Paloviita, A. 2014. Lähiruoan yhteiskunnalliset vaikutukset. Viitattu 29.10.2019. http://www.japary.fi/wp/wp-content/uploads/2015/11/Lähiruoan-yhteiskunnalliset-vaikutukset_Paloviita.pdf

Ravintolaruokailun ja ulkona syömisen tulevaisuus. 2018. Kespro. Viitattu 7.10.2019. <https://www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/ravintolaruokailun-ja-ulkona-syomisen-tulevaisuus>

Retulainen, E. 2016. Ruoan merkitys Satakuntalaisissa tapahtumissa. Opinnäytetyö, AMK. Satakunnan Ammattikorkeakoulu, matkailun koulutusohjelma. Viitattu 8.10.2019. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/114975/Retulainen_Ella.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rubin, A. 2017. Trendianalyysi tulevaisuudentutkimuksen menetelmänä. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu, Turun yliopisto. Viitattu 2.11.2019. <https://tulevaisuus.fi/metodit/toimintaympariston-muutosten-tarkastelu/trendianalyysi-tulevaisuudentutkimuksen-menetelmana/>

Tarnanen, S. 2011. Keski-suomalainen ruokakulttuuri. Selvitys keski-suomalaisesta ruokakulttuurista ja sen muutoksista. Ruokacentria. Viitattu 19.8.2019. <http://ruokacentria.com/wp-content/uploads/2013/09/Ruokakulttuurifinalsreen.pdf>

Top ten dining trends for 2019. 2019. Gault&Millau. Viitattu 19.10.2019. <https://www.gaultmillau.com/news/top-ten-dining-trends-for-2019>

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtumien järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Valtavaara, M. 2019. Ravintoloissa syöminen jatkaa kasvuaan, mutta yökerhoille ja pubeille trendi ei lupaa hyvää. Helsingin Sanomat 12.10.2019. Viitattu 18.10.2019. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006270897.html>

Varjonen, J. 2012. Syömisen ajat ja paikat. Hyvinvointikatsaus 3/2012. Tilastokeskus. Viitattu 7.10.2019. https://www.stat.fi/artikkelit/2012/art_2012-09-24_007.html?s=0

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Festivaalit, kulttuuri- ja erikoistapahtumat Jyväskylän seudulla. 2019. Visit Jyväskylä matkailuneuvonta. Viitattu 18.8.2019. www.visitjyvaskyla.fi

Liitteet

Liite 1. Kysely

Neste Ralli 2019 Kysely tapahtuman ruokapalveluista

1. Haastattelupaikka: (0 Pistettä)

- Paviljonki Huoltoparkki
- Erikoiskoe
- Jyväskylän keskusta

2. Missä kaikkialla olet ruokaillut tai aiot ruokailla Neste Ralli tapahtuman aikana? (0 Pistettä)

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Jyväskylän kaupunkialueen ravintolat
- Jyväskylän kaupunkialueen kahvilat
- Ruokapalvelut Paviljongin Huoltoparkissa
- Ruokapalvelut ja ruokapisteet erikoiskokeilla (ml. Harju)
- Huoltoasemien ruokapalvelut
- Majoituspaikan ruokapalvelut
- Itse valmistetut ruoat (esim. grillaaminen erikoiskokeen p-alueella)
- Muut ruokailupaikat, mitkä?

3. Mitä olet syönyt/aiot syödä ruokaillessasi tapahtumassa? (0 Pistettä)

Kirjoita avoimeen kenttään lyhyesti millaista ruokaa olet syönyt eri paikoissa. Mikä et ole ruokaillut kyseisessä paikassa, jätä avoin kenttä tyhjäksi.

- | | |
|---|----------------------|
| Jyväskylän kaupunkialueen ravintolat | <input type="text"/> |
| Jyväskylän kaupunkialueen kahvilat | <input type="text"/> |
| Ruokapalvelut Paviljongin Huoltoparkissa | <input type="text"/> |
| Ruokapalvelut ja ruokapisteet erikoiskokeilla | <input type="text"/> |
| Huoltoasemien ruokapalvelut | <input type="text"/> |
| Majoituspaikan ruokapalvelut | <input type="text"/> |
| Itse valmistetut ruoat | <input type="text"/> |
| Muut ruokailupaikat | <input type="text"/> |

4. Kuinka tärkeinä pidät seuraavia asioita valitessasi ruokailupaikkaa osallistuessasi tapahtumiin yleisesti? (0 Pistettä)

	1= Ei lainkaan tärkeä	2= Vähän tärkeä	3= Jokseenkin tärkeä	4= Melko tärkeä	5= Erittäin tärkeä
Maku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruon laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokapaikan sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokapaikan siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruuan terveellisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisuus / lähellä tuotettu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kotimaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuttuus (aiempi kokemus ruokapaikasta)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotannon luonnomukaisuus (luomu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotannon eettisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Kuinka merkittäviä alla mainitut seikat ovat sinulle tehdessäsi päätöstä tapahtumaan osallistumisesta? (0 Pistettä)

	1= Ei lainkaan tärkeä	2= Vähän tärkeä	3= Jokseenkin tärkeä	4= Melko tärkeä	5= Erittäin tärkeä
Ruokailumahdollisuudet tapahtumassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokapalveluiden monipuolisuus tapahtumassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokapalveluiden laadukkuus tapahtumassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisen/lähiruuan saatavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luomuruuan saatavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokapalveluiden hinta tapahtumassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Millaisia odotuksia sinulla oli ruokapalveluiden suhteen tässä tapahtumassa? Täyttävääkö odotuksesi? (0 Pistettä)

7. Kuinka tyytyväinen olet ruokapalveluihin Neste Rallin tapahtuma-alueilla? (0 Pistettä)

	1= Erittäin tyytymätön	2= Melko tyytymätön	3= Neutraali	4= Melko tyytyväinen	5= Erittäin tyytyväinen	0= En osaa sanoa
Paviljongissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erikoiskokeiden katselualueilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokapalveluiden hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokapalveluiden laadukkuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Kuinka paljon arvioit käyttäväsi rahaa ruokailuihin Neste Rallissa tapahtuma-alueilla? (0 Pistettä)

Tapahtuma-alueilla tarkoitetaan aluetta, johon on pääsy vain lippua vastaan

- En käytä lainkaan rahaa ruokailuihin tapahtuma-alueilla
- 1-10 euroa
- 11-20 euroa
- 21-40 euroa
- 41-60 euroa
- 61-100 euroa
- Yli 100 euroa

9. Olisitko halukas ostamaan ja liittämään ennakkoon maksettuja ruokia esimerkiksi Rallipassiin? (0 Pistettä)

- Kyllä, ehdottomasti
- Ehkä
- En
- En osaa sanoa

10. Millaista ruokaa jäit kaipaamaan tapahtumassa? (0 Pistettä)

VASTAAJAN TAUSTATIEDOT (0 Pistettä)**11. Ikä? (0 Pistettä)**

- Alle 18 vuotta
- 18-24 vuotta
- 25-34 vuotta
- 35-44 vuotta
- 45-54 vuotta
- 55-64 vuotta
- yli 64 vuotta

12. Sukupuoli? (0 Pistettä)

- Mies
- Nainen
- En halua sanoa

13. Millaista lippua käytät osallistuessasi tapahtumaan? (0 Pistettä)

- Rallipassi
- Biker's Pass
- Rally Rookie Pass
- Erikoiskoelippu (kertalippu)
- Paviljonki viikonloppuranneke
- Paviljonki kertalippu
- VIP-passi
- Joku muu lippu, mikä?

14. Kuinka monta kertaa aiemmin olette katsojana osallistuneet Suomen MM-ralliin? (0 Pistettä)

- Olin tänä vuonna ensimmäistä kertaa
- 1 kerran
- 2 - 4 kertaa
- 5 - 8 kertaa
- Useammin kuin 8 kertaa, kuinka monta: