HAAGA-HELIA
ammattikorkeakoulu

Ruoalla on merkitystä kotimaan matkalla

Jennifer Rajainmäki

Opinnäytetyö
Hotelli- ja ravintola-alan
liikkeenjohdon koulutusohjelma
5.12.2013

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

Tiivistelmä

5.12.2013

Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Tekijä **Jennifer Rajainmäki**	**Aloitusvuosi** **2009**
Opinnäytetyön nimi Ruoalla on merkitystä kotimaan matkalla	**Sivu- ja liitesivumäärä** 55+5
Ohjaajat **Jaakonaho Kristiina, Havas Kristiina**	

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, millaista ruokaa suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallaan. Tarkoituksena oli myös selvittää, missä kotimaan matkailijat haluavat syödä ja miten sekä millä perusteella he valitsevat ruokapaikan. Tämä opinnäytetyö on toteutettu osana suurempaa RUOKA&MATKAILU -hanketta, jossa rahoittajina toimii HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu ja maa- ja metsätalousministeriö.

Matkailun kysynnästä täysin tai lähes riippuvaisia matkailutoimialaan kuuluvia yrityksiä vuonna 2009 oli Suomessa 27 700 ja niiden liikevaihto oli yhteensä 13,5 miljardia euroa. Näistä yrityksistä koostuu Suomen matkailuklusteri. Vuoden 2008 taantumasta huolimatta Suomessa kotimaan matkailu on pysynyt ennallaan tai jopa lisääntynyt.

Ruoan merkitys matkailussa on parhaimmillaan ainutlaatuisia ja mieleenpainuvia elämyksiä. Kun paikallinen ruoka on osa onnistunutta matkakokemusta ja on siis yhä useammin kriteeri jopa matkakohteen valinnassa, asettaa se sen yhdeksi suurimmista kilpailutekijöistä matkakohteiden välillä.

Tässä tutkimuksessa on käytetty kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimusaineisto on kerätty puolistrukturoidun kyselylomakkeen ja havainnoinnin avulla. Kyselyyn vastasi 101 henkilöä ja havainnoitavina oli 28 henkilöä. Kyselyn tulokset on analysoitu käyttämällä Webropol tiedonkeruu- ja analysointi järjestelmää ja havainnointiaineisto sisällön analyysia käyttäen.

Vastaajista suurin osa oli 26–45-vuotiaita naisia. Suomalaiset kotimaan vapaa-ajan matkailijat haluavat syödä terveellistä ravintola- ja kotiruokaa mieluiten siistissä ja paikallisessa ravintolassa. Ravintola löydetään useimmiten tuttavien ja muiden suositusten- sekä vanhojen tottumusten perusteella tai Internetistä. Ruoalla on tutkimuksen mukaan melko paljon merkitystä ja lähi- ja paikallisruoka on joskus tai usein yksi ruokapaikan valintakriteereistä.

Suomen matkailuyritysten tulisi kiinnittää huomiota ruokatuotteiden terveellisyyteen, ruokapaikkojen siisteyteen ja paikalliseen omaleimaisuuteen. Yleistyvien mobiililaitteiden takia www- sivut tulisi löytyä myös mobiiliverkosta. Koska kotimaan matkailijat liikkuvat useimmiten autolla, ruokapaikkojen olisi hyvä sijaita suosittujen kulkuyhteyksien varrella.

Asiasanat
Kotimaanmatkailu, matkailija, ruoka, ruokamatkailu

HAAGA-HELIA
University of Applied Sciences

Abstract

5.12.2013

Degree programme in Hotel- Restaurant and Tourism Management

Author(s) Jennifer Rajainmäki	**Year of entry** **2009**
The title of thesis Food has significance on domestic travels	**Number of report pages 55+5**
Advisor(s) Jaakonaho Kristiina, Havas Kristiina	

The aim of this thesis is to research what types of foods Finnish people like to eat during their domestic trips in their free time. Another aim is to also find out where domestic travelers want to eat and why they choose to eat there. This thesis has been done as a part of the larger FOOD&TRAVEL project, where HAAGA-HELIA University of Applied Scienses and the Ministry of Forestry and Agriculture act as funders.

Companies which relied wholly or partially on the demand for other companies working in the traveling sector in Finland were 27,700 companies in 2009 and their combined revenue that year was 13,5 billion Euros. Regardless of the economic downturn in 2008 domestic travel in Finland has stayed at the same level or even increased. Food in travel is at best unique and unforgettable experiences. When local food is a part of a successful traveling experience, and more often is an important criterion in the selection of a location, this places it as one of the biggest competitive factors between travel locations.

Both the qualitative and quantitative research methods have been employed in this thesis. Research material has been gathered through the use of a half-structured questionnaire and through observations. 101 people answered the questionnaire and 20 people were used in observations. The results of the questionnaire have been analyzed by using the Webropol information gathering and analysis program, and using the analysis of the observation material.

Out of the people who answered the questionnaire 65 percentage were women. The ages of the people ranged between 26 and 45 years old for the most part. Finnish people want to eat healthy restaurant and home-made food in their domestic travels, preferably in local and clean restaurants. Restaurants were often found through acquaintances and based other recommendations, through old habits or from the Internet. According to the aforementioned research food has a fairly large importance, and local food is sometimes or often one of the criteria used to choose a location.

Based on the results Finnish travel companies should focus their attention on the healthiness of food items, the cleanliness of eateries, and relishing the original traits of different regions. Due to mobile devices becoming more and more common web pages should also be accessible through these devices. Because domestic travelers more often than not travel via car, eateries would benefit from being near popular travel routes.

Domestic tourism, tourist, food, food tourism

Sisällys

1 Johdanto 1

2 Kotimaanmatkailu Suomessa 3

3 Ruoan valintaan vaikuttavat tekijät 8

3.1 Suomalaisten ruokailutottumukset pääpiirteittäin 10

3.2 Ruoan rooli kotimaan matkailussa 13

3.3 Ravintolan valintaan vaikuttavat tekijät 14

3.4 Lähi- ja paikallisruoan merkitys kotimaan matkailussa 16

4 Tutkimuksen toteuttaminen 19

4.1 Tutkimusmenetelminä kysely ja havainnointi 20

4.2 Tutkimuksen eteneminen 21

4.3 Aineiston analysointi 24

5 Tulokset 25

5.1 Vastaajista suurin osa oli 26–45-vuotiaita naisia 25

5.2 Suomalaiset haluavat hyvää ja terveellistä koti- ja ravintolaruokaa 30

5.3 Ruoalla on melko paljon merkitystä kotimaan matkailijalle 35

5.4 Havainnointi Ravintola Salvessa ja Härmän kylpylän ravintolassa 36

6 Johtopäätökset ja pohdinta 38

6.1 Vastaajien profiili 38

6.2 Ruoan nykyiset trendit näkyvät tuloksissa 40

6.3 Johtopäätöksiä havainnoinnista 44

6.4 Matkailuyritysten ruoka- ja matkailutuotteiden kehittämisehdotukset 44

6.5 Työn luotettavuus 46

6.6 Oman työn arviointi 48

Lähteet 50

Liitteet 55

Liite 1. Kyselylomake 55

Liite 2. Havainnointitaulukko 60

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on osa isompaa RUOKA&MATKAILU hanketta, jonka rahoittajana toimii HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu ja Maa- ja metsätalousministeriö. Hankkeessa on tarkoitus hakea konkreettisia työkaluja sekä malleja kaikille Suomen matkailuyrityksille ja matkailun toimijoille niiden ruoka ja matkailutuotteiden kehittämiseksi. Tietoa voidaan hyödyntää myös esimerkiksi matkailumarkkinoinnissa ja ruokamatkailun kehittämisessä.

Tässä opinnäytetyössä tulen selvittämään, minkälaista ruokaa suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkoillaan. Tarkoituksenani on saada vastauksia siihen, mitä ja missä suomalaiset haluavat syödä. Tutkin myös, miten ja millä perusteella he valitsevat ruokapaikan. Opinnäytetyössäni tulen myös selvittämään kuinka suuri merkitys ruoalla on kotimaan vapaa-ajan matkoilla. Lisäksi tutkin, onko lähi- ja paikallisruoalla merkitystä ruokapaikan valinnassa.

Tietoperustassa käsittelen kotimaan matkailua käsitteenä ja sen nykytilaa. Kotimaan matkailun suosio on kasvamassa ja mielestäni kotimaan matkailijoiden tarpeita ja haluja ruokaa kohtaan ei välttämättä tiedosteta tarpeeksi matkailumarkkinoinnissa. Seuraavaksi esittelen aikaisempia tutkimuksia ruoan valintaan vaikuttavista tekijöistä. Tietoperustassa käyn läpi suomalaisten ruokailutottumuksia pääpiirteittäin. Esittelen myös aikaisempia tutkimuksia ravintolana valintaan vaikuttavista tekijöistä. Lisäksi aion selvittää ruoan merkitystä matkailussa ja ruokamatkailua sekä lähiruokaa käsitteenä.

Tutkimuksen olen rajannut siten, että haluan selvittää ainoastaan mitä suomalaiset haluavat syödä kotimaan matkallaan. Tarkoituksenani ei ole selvittää mitä suomalaiset haluavat syödä muina aikoina. Tässä opinnäytetyössä hyödynnän määrällistä ja laadullista tutkimusmenetelmää. Käytän kahta tutkimusmenetelmää niiden toistensa tukemiseksi. Aineiston kerään kyselylomakkeen ja havainnoinnin avulla. Kyselylomakkeen laadin hyödyntämällä aineiston keruu- ja analysointimenetelmää Webropolia ja havainnointia varten teen havainnointitaulukon.

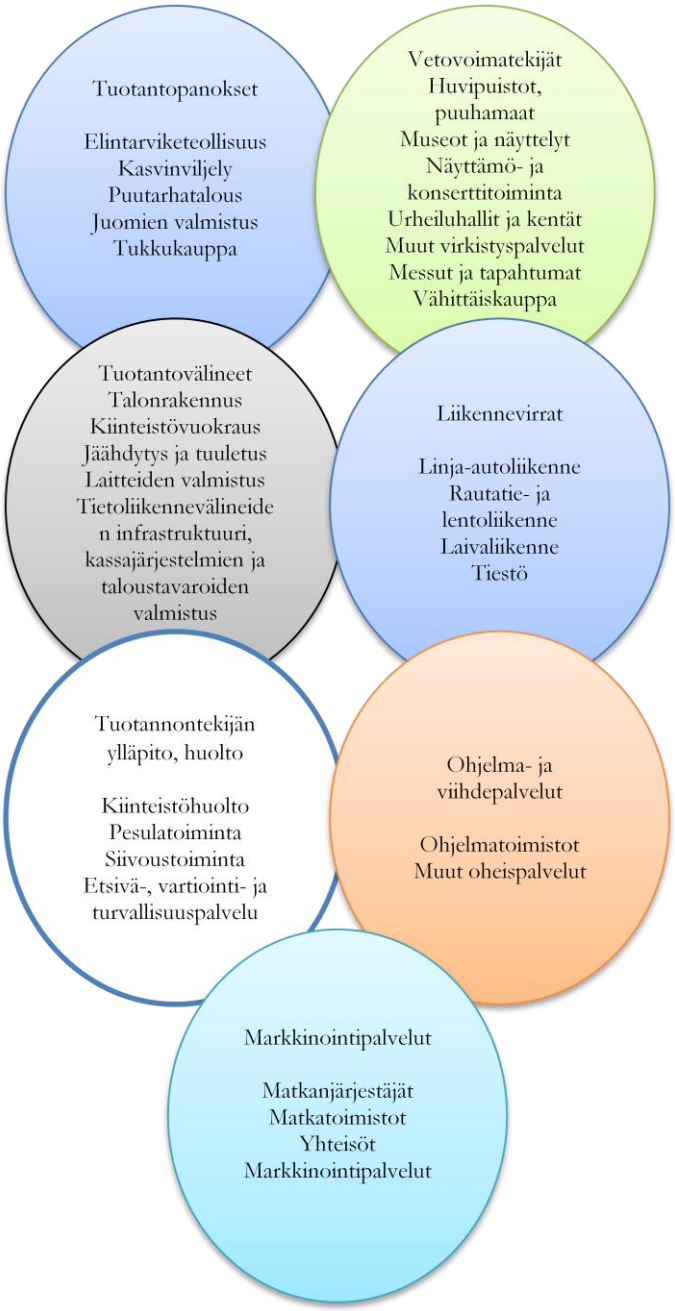
Aineiston kerään tiedonkeruumatkojen avulla. Ne suuntautuvat eripuolelle kesäistä Suomea; Helsinkiin, Poriin, Härmään ja Tampereelle. Kyselyn tulokset analysoin Webropolilla. Havainnoinnin aineiston analysoin sisällön analyysiä käyttäen.

Lopuksi teen saamistani tuloksista johtopäätöksiä ja peilaan niitä tietoperustassa esitettyihin aikaisempiin tutkimuksiin. Esitä myös konkreettisia kehitysehdotuksia Suomen matkailuyritysten ruoka- ja matkailutuotteiden kehittämiseksi.

2 Kotimaanmatkailu Suomessa

Kotimaanmatkailu on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat asuinmaassaan oman tavanomaisen elinympäristönsä ulkopuolelle ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan liikematkan tai vapaa-ajan vuoksi tai jossakin muussa tarkoituksessa (Tilastokeskus 2013a). Tässä opinnäytetyössä haluan erityisesti keskittyä tutkimaan kotimaan vapaa-ajan matkailua. Vapaa-ajan matkalla tarkoitetaan tavanomaisen elinpiirin ulkopuolelle tehtyä matkaa, jonka päätarkoituksena on ajanviete, virkistys, lomanvietto, harrastukset tai esimerkiksi rentoutuminen. Tyypillistä vapaa-ajan matkalle on se, että matkan tekijä maksaa yleensä matkasta aiheutuneet kustannukset itse. Vapaa-ajan matkaksi luokitellaan kaikki ne matkat, jotka eivät ole työ- tai kokousmatkoja. Mökkimatkat, risteilyt ja päivämatkat sekä vierailut sukulaisten ja tuttavien luona luetaan vapaa-ajan matkoiksi. (Tilastokeskus 2013c.)

Käsite kotimaanmatkailu voidaan lukea yhdeksi laajaksi toimialojen kokonaisuudeksi. Keskeisimpiä matkailun toimialoja ovat ravitsemus- ja majoitusala sekä henkilöliikenne. Merkittäviä toimialoja ovat myös matkatoimistoala ja erilaiset vetovoimaisuutta lisäävät toimialat, kuten tapahtuman järjestämistä ja muita aktiviteettejä tarjoavat yritykset. Myös vähittäiskauppa-ala ja pienkäsityöteollisuus oheispalveluita tarjoavina aloina voidaan laskea matkailun toimialoiksi. Sen mikä loppujen lopuksi lasketaan matkailun toimialaksi, riippuu matkailijoista. Kaikki matkailijoiden käyttämät palvelut kuuluvat periaatteessa matkailun toimialaan. Joka tapauksessa osa palveluista palvelee myös lähialueen väestöä. (TEM 2011a, 8-9.) Alla olevassa kuviossa kuvataan hotelli- ja ravintola-alan tuki- ja lähitoimialat (kuvio 1).



Kuvio 1. Hotelli- ja ravintola-alan tuki- ja lähitoimialat (TEM 2011a, 8-9).

Matkailun kysynnästä täysin tai lähes riippuvaisia matkailutoimialaan kuuluvia yrityksiä vuonna 2009 oli Suomessa 27 700 ja niiden liikevaihto oli yhteensä 13,5 miljardia euroa. Näistä yrityksistä koostuu Suomen matkailuklusteri. Matkailun toimiala työllisti vuonna 2009 verotustietojen mukaan 97 500 työntekijää. Matkailun osuus Suomen bruttokasantuotteesta on 2,3 prosenttia. (TEM 2011b, 9.)

Matkailun toimialoista majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalveluyritysten henkilöstömäärä on noin 58 900 ja se on suurin Uudellamaalla, missä on myös alan suurin liikevaihto.

Seuraavaksi eniten henkilökuntaa alueittain työllistää Pirkanmaa, Varsinais-Suomi ja Lappi. Osa-aikaisuus, kausiluonteisuus ja vuokratyövoima ovat leimallista alalla. Ohjelmapalveluiden työpaikat ovat nuorison suosiossa, mutta suurin työllistäjä on kuitenkin ravitsemisala. Vuosi ennen taantumaa alalla koettiin työvoimapulaa etenkin Etelä-Suomessa ja Pohjois-Suomen matkailukeskuksissa, joka sittemmin tasoittui taantuman myötä. Kohtaanto, eli työvoiman kysynnän ja tarjonnan tasapaino on kuitenkin matkailun toimialoilla parempi kuin esimerkiksi teollisilla toimialoilla. (TEM 2011c, 14–17.)

Yleisimpiä ammatteja alalla ovat ravitsemusliikkeiden ammatit eli kokit ja tarjoilijat. Yleisiä ammatteja ovat myös matkavirkailijat ja matkaoppaat. Suurin tarve on yleisimmille ammateille eli kokeille ja tarjoilijoille etenkin matkailukeskeisille alueille. Rekrytointiongelmien syynä saattaa olla tarpeeksi ammattitaitoisen henkilökunnan löytymättömyys sekä hankalat työajat ja -matkat. Työllisyyden odotetaan nousevan vuoteen 2025 mennessä noin 6-7 prosenttia ja työntekijöistä saattaa tulla yhä suurempi pula. (TEM 2011c, 14–17.)

Matkailun toimialan yrityksiä sijaitsee eniten Uudellamaalla. Se johtuu kuitenkin siitä, että siellä sijaitsee suurin osa ravintoloista, kun esimerkiksi suurin osa majoitusliikkeistä sijaitsee pohjoisen matkailukeskuksissa. Ravintolaliiketoiminta painottuu suurimmaksi osaksi Uudellemaalle, sillä vahvoilla majoitusliiketoiminnan alueilla ravintolaliiketoiminta sisältyy majoitusliikkeeseen. Toimialan yritykset sijoittuvat suurimmaksi osaksi Uudelle maalle myös siellä sijaitsevien urheilu- ja kuntokeskuksien takia, joita perustetaan koko ajan yhä enemmän. Vahvoja majoitusliiketoiminnan alueita ovat myös Uusimaa, Varsinais-Suomi, Pohjois-Pohjanmaa ja Etelä-Savo. (TEM 2011d, 18.)

Yrityskannan muutoksia matkailun toimialoista tapahtuu eniten ravintola-alalla. Ravintolan lyhyen elinkaaren takia(jopa noin kolme vuotta) ravintoloita perustetaan enemmän kuin niitä lopetetaan. Edelläkävijäyritykset eivät jää odottamaan liikeidean kulumista vaan tekevät nopeasti uusia konseptimuutoksia tai perustavat uuden ravintolan ennen vanhan lopettamista. Toisiksi eniten muutoksia on tapahtunut ohjelma- ja liikuntapalveluyrityksissä, joita on perustettu lisää, mutta toisaalta lopetettu entistä enemmän. (TEM 2011e, 19.)

Vuoden 2008 taantumaan asti Suomen matkailu on ollut nousupainotteista. Vuoden 2008–2009 taantumasta huolimatta jotkut matkailun toimialat ovat jatkaneet noususuhdannettaan, kun toisten toimialojen kehitys on heikentynyt. Viimeisimmät indeksit ovat vuodelta 2011. Esimerkiksi urheilutoimintaa, kuntokeskuksia ja huvi- ja teemapuistoja edustavat alat ovat olleet vahvassa kasvussa. Myös matkatoimistoala oli kasvattanut toimialan kehitystään toisiksi vahvimpana. Hotellialalla oli ollut heikoin kehitys ja muu majoitustoiminta on vahvistunut ennen sitä. (TEM 2011c, 12.)

Vuonna 2010 suomalaiset yöpyivät kotimaassaan 14,3 miljoonaa vuorokautta ja vuonna 2009–2010 kotimainen matkakysyntä kasvoi neljä prosenttia. Majoituskysynnästä noin 66 prosenttia on vapaa-ajan kysyntää ja 34 prosenttia on työmatkailuun tai muuhun liittyvää kysyntää. Suurimman kokonaisvolyymin majoitusvuorokausissa alueittain omaavat Uusimaa, Varsinais-Suomi, Lappi, Pirkanmaa, Pohjois-Pohjanmaa ja Keski-Suomi. (TEM 2011f, 21.)

Taru Tamminen (2013) kuvailee artikkelissaan Suomalainen matkustaa innokkaasti vapaa-ajallaan, suomalaisten matkailun arkipäiväistyneen ja monipuolistuneen viime vuosikymmeninä. Vuoteen 2008 asti jatkunut talouskasvu ja hyvinvoinnin lisääntyminen on vaikuttanut suomalaisten matkailun lisääntymiseen. Vuonna 2008 alkanut taantumakaan ei saanut suomalaisia vähentämään matkailuaan. Vastoin kaikkien talousasiantuntijoiden ennakkokäsityksiä, suomalaiset matkustivat lähes entiseen tapaansa. Asiantuntijat olivat ennustaneet matkailun vähenevän etenkin ulkomaille ja kotimaanmatkailun lisääntyvän. Arjen harmaudesta haluttiin matkustaa kuitenkin yhä innokkaammin ulkomaille. Vuodesta 2008 vuoteen 2009 kotimaanmatkailu maksullisissa kohteissa kuten hotelleissa ja vuokramökeissä oli hienoisessa laskussa. Näytti siltä, että taantuman mukana tuoma lisääntynyt matkailun kysyntä oli suuntautunut ainoastaan ulkomaanmatkailuun, siis vastoin kaikkia odotuksia. (Tilastokeskus 2013b.)

Vuoden 2010 keväällä kotimaanmatkailu kuitenkin näytti taas kiinnostavan suomalaisia. Toukokuu oli poikkeuksellisen lämmin ja se saattoi innostaa kotimaanmatkailuun. Vuoden 2010 lämmin toukokuu näytti lisäävän kotimaanmatkailua edellisvuoden toukokuusta yli 50 prosenttia. Kesäkuussa kotimaanmatkailu taas väheni, kunnes helteisenä heinäkuuna kotimaanmatkailu lähti taas nousuun. Kotimaanmatkailu oli suosittua

myös elokuussa, jolloin oli vuodenaikaan nähden myös poikkeuksellisen lämmin sää. Lämpimän kesän ansiosta kotimaanmatkailu lisääntyi vuoden 2010 heinä- elokuussa 35 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. (Tilastokeskus 2013b.)

Suomalaiset matkustavat kotimaassaan eniten heinäkuussa. Kotimaanmatkailijat arvostavat suomalaista järvimaisemaa, mutta eivät karta kaupunkejakaan kesäisenä matkakohteena. Kesän kaupunkimatkakohteista esimerkiksi Turku, Tampere ja Helsinki sijaitsevat veden äärellä. Suomalaiset kaupungit eivät muutenkaan ole varsinaisesti valtavia metropoleja, joten luonnon läheisyyden voi helposti tuntea myös kesällä kaupunkikohteessa. (Tilastokeskus 2013b.)

Vuonna 2009 ja 2010 Suomi oli kotimaanmatkailijoille myös hyvä talvilomakohde, sillä lunta riitti koko talven. Lappi on suomalaisille suosittu lomakohde ympäri vuoden, mutta suosittuus on huipussaan kevättalvella, kun on laskettelukauden sesonki. Tähän mennessä Kittilä ja Kuusamo ovat olleet suomalaisten suosituimpia matkailukohteita, mutta Pohjois- Pohjanmaa ja Lappi ovat kasvattaneet suosiotaan vuosi vuodelta. (Tilastokeskus 2013b.)

Aiemmille sukupolville maksulliset lomamatkat olivat taloudellisista syistä lähes mahdottomia. Muun muassa matkailun halpeneminen ja halpalentoyhtiöiden rantautuminen Suomeen on mahdollistanut jokaiselle suomalaiselle vähintään yhden maksullisen lomamatkan vuodessa. Jokainen suomalainen teki vuonna 2010 keskimäärin 3 lomamatkaa, joista keskimäärin 1,5 matkaa tehtiin kotimaassa. Kaikille suomalaisille maksullinen lomamatka ei ole välttämätön, vaan etenkin kesällä suositaan mökkeilyä ja sukulointia. Suomalaiset matkustavat yhä enemmän, sillä matkailu lisää hyvinvointia ja on konkreettinen keino päästä lomalla pois arjen ympyröistä ja hektisyydestä. Usein ihmiset tarvitsevatkin rentoutuakseen täysin uuden ympäristön, jottei arkiympäristö muistuttaisi velvollisuuksista ja tekemättömistä asioista. (Tilastokeskus 2013b.)

3 Ruoan valintaan vaikuttavat tekijät

Ruoan valinnassa aistit asettuvat ensisijaiseen rooliin. Ne ovat linkki ihmisen sisäisten tuntemusten ja ulkomaailman välillä. Aistit ohjaavat käyttäytymistämme sekä vaikuttavat elintoimintoihimme ja niiden perusteella valitsemme muun muassa sen, mitä haluamme syödä. Haju- ja makuaistin käyttö on ollut korvaamattoman tärkeää havaitessamme ruoan ravintokelpoisuuden. Koska nykyään viranomaiset pitävät huolta kaupassa myytävän ruoan ravintokelpoisuudesta, valitaan ruoka lähinnä mieltymysten mukaan. Länsimaisen kuluttajan ei siis tarvitse tavallisesti pitää huolta ruoan syömäkelpoisuudesta. Kuluttajan tulee ainoastaan huolehtia tuotteen viimeisestä käyttöpäivästä. . (Parkkinen & Sertti 2006, 6–10; Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 10–11.)

Koska länsimaisen kuluttajan valinnan mahdollisuudet lisääntyvät koko ajan, aistinvaraisen laadun merkitys kasvaa. Suomessa, korkean elintason maassa, ruoka on monipuolista, pitkälle kehitettyä ja yhä useammin terveysvaikutteista ja tuotteita löytyy laaja valikoima lähes koko maailman alueelta. Ruokaa ei valita enää pelkästään ravinnon tarpeen-, vaan yhä enemmän mieltymysten mukaan. Hyvinvoinnin myötä voidaan usein myös päättää missä ja milloin syödään. (Parkkinen & Sertti 2006, 6–10; Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 10–11.) Toisaalta kaikilla ei välttämättä ole mahdollisuutta valita ruokaansa omien arvojen ja mieltymysten mukaan. Kuluttajien roolit ovat moninaiset riippuen yhteiskunnallisesta asemasta tai vaikkapa vain kiinnostuksen asteesta. Osa kuluttajista voi vapaasti valita tarjolla olevista elintarvikkeista omaan maailmankatsomukseen sopivimmat tuotteet, kun toisaalla osa tyytyy tai joutuu tyytymään edullisempiin massatuotannon elintarvikkeisiin. (Mäkelä 2010, 12.)

Ruoan valintaan vaikuttaa usein myös omaksuttu ruokakulttuuri. Ruokakulttuuri on suuri osa maan kulttuuria ja sen piirteet omaksutaan yleensä jo lapsena. Ruokakulttuuri voi olla maakohtaista, mutta myös perheiden sisällä vallitsevat ruokailutottumukset omaksutaan helposti ja ne vaikuttavat suuresti yksilön mieltymyksiin ruoasta läpi elämän. Myös elinympäristö vaikuttaa ratkaisevasti ruoan valintaan. Taloudellinen tilanne, teknologinen kehitys ja elintarviketeollisuuden kehittyminen määräävät tarjontaa. Media ja mainonta tunnetusti ohjailevat ihmisten mielihaluja myös ruoan suhteen. Kansainvä-

listymisen seurauksena perinteinen ruokakulttuuri on pirstoutunut ja syömisestä on tullut yleismaailmallinen ilmiö. (Parkkinen & Sertti 2006, 10–11.)

Maiden ruokakulttuuri on lähes aina sidoksissa maan luontoon ja ilmastoon. Suomi on Euroopan pohjoisin maatalousmaa ja Suomessa kasvukausi kestää ainoastaan 120–180 päivää, kun useissa Euroopan maissa se on jopa puolet pidempi. Suuret lämpötilavaihtelut, halla, kuivuus ja runsaat sateet tekevät Suomesta haastavan maatalousmaan. Kylmissä talvissa on hyvätkin puolensa, sillä kylmyys puhdistaa maaperää ja pitää poissa tuholaiseläimet. Omaleimaista suomessa on toisaalta se, että useat lajikkeet on jalostunut ja jalostettu niin, että ne osaavat käyttää hyväksi Suomen lämpimiä kesäöitä ja kasvavat jopa siis öisin. Yli puolet Suomen pinta-alasta on metsää, jolloin suuri osa ravinnosta saadaan myös metsistä. Metsistä saadaan marjoja, sieniä ja riistaa. Suomelle omaleimaista on se, että metsän antimet on kaikkien saatavilla ja niiden nauttiminen on sallittua kaikille jokamiehen oikeudella. Suomi tunnetaan myös tuhansien järvien maana ja järvissämme asuu runsaasti hyväksi ravinnoksi kelpaavia kaloja. (Ruokatieto yhdistys 2013a.)

Suomalainen ruokakulttuuri kuulee usein moitteita siitä, ettei sillä varsinaisesti ole muuta omaleimaista ruokalajia kuin mämmi. Tämä johtuu siitä, ettei Suomelle ole varsinaisesti kehittynyt omaleimaista ruokakulttuuria, koska se on elänyt muutoksessa lähes aina. Maamme itsenäistymisestä ei ole vielä sataa vuottakaan ja jatkuva kansainvälinen kauppa, maahanmuutto ja matkailu ovat vaikeuttaneet oman ruokakulttuurin leimaantumista. Tyypillistä maiden ruokakulttuureille on myös, että ne ovat usein hyvin samankaltaisia kuin naapurimaiden. Suomi on siis saanut paljon vaikutteita sekä Itä- että Länsinaapurista. Suomi on vaihdellut aika ajoin sekä yltäkylläisyyden ja niukkuuden välillä. Varsinkin sota ja huonot satovuodet ovat aiheuttaneet ajoittain jopa nälkää näkemistä. Sota-ajan jälkeen elintarvikesäännöstelyn poistuttua alkoi rakennemuutos myös ruuan suhteen. Ruoan saatavuuden muuttuminen niukkuudesta yltäkylläisyyteen on tuonut mukanaan myös huonoja puolia kuten liikalihavuutta ja sydän- ja verisuonisairauksia. Ei siis ole ihme, että Suomi on terveyttä edistävien tuotteiden valmistamisessa yksi edelläkävijöistä. (Ruokatieto Yhdistys 2013b.)

3.1 Suomalaisten ruokailutottumukset pääpiirteittäin

Suomalaisten ruokailutottumukset vaihtelevat suuresti perheittäin ja jopa yksilöittäin. Laaja valikoima elintarvikkeissa, hyvinvoinnin lisääntyminen ja etenkin elämäntyylien variaatioiden laajuus mahdollistavat yhä yksilöllisempiä ruokailutottumuksia. Useimmilla kuitenkin viikko rytmittyy siten, että arkena syödään nopeasti ja viikonloppuna nähdään enemmän vaivaa ruoanlaitossa. Osa ihmisistä ei kuitenkaan osaa tai halua valmistaa ruokaansa itse edes viikonloppuisin, joten he päätyvät ulkona syömiseen tai valmisruokien käyttöön. Viikonloppuisinkaan ruoanlaittoon harvemmin nähdään liian suurta vaivaa. Arkiseen ruoanlaittoon tuovat vaihteluita erilaiset juhlapyhät kuten, joulu pääsiäinen tai juhannus, jolloin ruokalajit ovat perinteisesti samoja vuodesta toiseen. Myös erilaisten juhlatilaisuuksien ruokailuun panostetaan tavallista enemmän. (Parkkinen & Sertti 2006, 10–11.)

Yksittäisten ihmisten ruokailutavat kuitenkin vaihtelevat suurestikin tilanteiden mukaan. Ruoka on ihmisille henkilökohtainen asia ja siihen suhtaudutaan usein tunteella. Ravinto on mielen ja kehon polttoaine. Nykyihmisen käsitykset terveellisestä ja epäterveellisestä ohjailevat ruokavalintoja ja joillekin, nykyään yhä useammille, eettiset ja ekologiset näkökulmat ovat hyvin merkittäviä. Ruoan tuotantotavan huomioon ottaminen ja eläintuotteista kieltäytyminen ovat monille periaatteen asia ja ovat usein kannanotto myös muihin yhteiskunnallisiin kysymyksiin. Toiset saattavat kokea jonkin tietyn ruoka-aineen välttämättömäksi ravintoaineeksi ja toiset kokevat sen myrkyksi. (Parkkinen & Sertti 2006, 10–11.)

Suomalaiset syövät pääasiassa kolme ateriaa päivässä: aamiaisen, lounaan ja päivällisen. Aamiaisella suomalaiset syövät yleensä voileipää, puuroa, kanamunia, muroja tai jogurttia. Aamiainen voi koostua yhdestä tai useammasta edellä mainitusta. Lounaaksi syödään yleensä keittoa, salaattia, voileipää tai pastaa. Päivällinen koostuu yleensä lihasta tai kalasta ja lisukkeena on yleensä riisiä, pastaa tai perunaa. Myös erilaiset laatikot ovat yleisiä suomalaisten ruokapöydissä. Suomalaiset syövät useimmiten ainoastaan yhden ruokalajin per ateria. (Consumer lifestyles 2012, 1-5.)

Suomalaisen ruoan perusraaka-aineita ovat liha, kala, peruna, vihannekset, maito, marjat ja sienet. Tyypillistä suomalaisessa ruoassa on myös se, että ruoanlaitossa ei käytetä paljon mausteita. Myös laktoosittomat maitotuotteet ovat tyypillisiä tuotteita suomalaisten jääkaapeissa, sillä yhä useampi kärsii laktoosi-intoleranssista. Nykyään ajanpuutteen takia valmisruoat ovat yhä suositumpia. Sen sijaan, että valmistettaisiin ateria tuoreista raaka-aineista, valitaan usein valmisruoka, joka on minuuteissa valmis näkemättä itse vaivaa. Valmisruoat saattavat olla senkin takia suosittuja joidenkin suomalaisten keskuudessa, sillä valikoimasta löytyy runsaasti suomalaisia perinneruokia kuten erilaisia laatikoita. (Consumer lifestyles 2012, 1-5.) Kuitenkin perinteiset arvot ovat taas nousussa ja ihmiset haluavat taas käyttää enemmän aikaa ruoanlaittoon. Suomalaisten mieluisimpia arkiruokia vuonna 2012 olivat paremmuusjärjestyksessä pihvi, paistettu kala, lihapullat, pizza, uunikala, makaronilaatikko, lasagne, munakas, lämpimät voileivät ja jauhelihakastike (Ruokatieto Yhdistys 2013c).

Vuonna 2008 alkaneen taantuman seurauksena suomalaisten ravintoloissa käyminen väheni vuosina 2009–2010. Ihmiset alkoivat käyttää halvempia pikaruokapalveluita tasokkaampien ravintoloiden sijaan. Ensin pikaruoan kuten hampurilaisten kysyntä nousi, mutta sitten alettiin hakea epäterveelliselle pikaruoalle terveellisempää vaihtoehtoa. Tähän väliin terveellisemmillä pikaruokaketjuilla kuten Picnicillä ja Subwayllä oli loistava markkinarako. Vuoden 2010 jälkeen etenkin suurimmissa kaupungeissa kuten Helsingissä, Turussa ja Tampereella suomalaiset alkoivat suosia taas täydenpalvelun ketjuravintoloita. Pelkkien viikonloppujen sijaan ravintolassa alettiin käydä myös keskellä viikkoa. Suomalaiset ovat viime vuosina alkaneet kiinnostua eritoten ulkomaalaisesta eksoottisesta ravintolaruoasta. Kysyntä on kova etenkin aasialaiselle ruoalle. (Consumer lifestyles 2012, 1-5.)

Tutkimusten mukaan suomalaiset ovat maailman innokkaimpia kahvin kuluttajia. Suomalainen nauttii kahvia 11 kiloa vuodessa, siis per henkilö. Suomalaisten kahvinkulutuksen epäillään nousseen korkeaksi Suomessa kieltolain aikaan. Kahvin siis epäillään korvanneen alkoholin niin sanottuna sosiaalisten tilanteiden rentouttajana. Kun kieltolaki poistui, ei alkoholi kuitenkaan korvannut kahvia. Suomalainen kahvinkulutus on siis täysin omaa luokkaansa. Kahvia ei juoda pelkästään aamuisin päästäkseen paremmin liikkeelle, vaan sitä juodaan etenkin töissä pitkin päivää. Suomalaiset ovat alkaneet

saada kahvinjuontiin vaikutteita myös maailmalta esimerkiksi hakemalla kahvin matkalla töihin tai istuakseen kahvilassa kahvilla lukemassa lehteä tai surffaamalla netissä. Trendikäs kahvilakäyttäytyminen ei ole saavuttanut kuitenkaan vasta kuin pienen osan kuluttajista. (Consumer lifestyles 2012, 1-5.)

Suomalainen välipalakulttuuri on muuttumassa terveellisempään suuntaan. Lapsille on ollut jo kauan tapana tarjota välipalaksi voileipää ja pillimehua. Välipalat etenkin lapsille ovat usein aamiaisen kaltaisia. Aikuisten epäterveelliset välipalat kuten sipsit, suklaapatukat ja karkit ovat vaihtuneet tai ainakin vaihtumassa terveellisimpiin vaihtoehtoihin, kuten pähkinöihin, hedelmiin, proteiinipatukoihin ja maitosuklaan sijasta tumaan suklaaseen. Myös erilaiset smoothiet välipalana ovat nousseet suosioon. Suomalaisten asenteet ruokaa kohtaan ovat muuttuneet siten, että terveellisyydellä on yhä enemmän merkitystä ruoan valinnan kannalta. Suomalaiset ovat alkaneet suosimaan kokojyvätuotteita ja etenkin vihannesten kulutus on lisääntynyt. (Consumer lifestyles 2012, 1-5.)

Suomalaiset ostavat yhä enemmän tuotteita, jotka ovat valmistettu mahdollisimman luonnonmukaisesti. Esimerkiksi lisä- ja säilöntäaineita on alettu välttää. Myös tuotteiden ekologisuudella ja kotimaisuudella on alkanut olla suuri merkitys suomalaisten kuluttajien keskuudessa. Taloudellisesta taantumasta huolimatta kuluttajat pyrkivät ostamaan ekologisemman ja luonnonmukaisemmin tuotetun vaihtoehdon. Luomu- ja paikallisruoka näyttää saaneen myös pysyvän jalan sijan suomalaisten suosiossa. Luomu- ja paikallisruoan kysyntä kasvaa entisestään ja suomalaiset ovat valmiita maksamaan siitä ehkä hiukan kalliimpaa hintaa aluksi ja lisäämään niiden tuotteiden käyttöä, jotta siitä tulisi helpommin saatavilla olevaa. Suomalaiset ovat alkaneet kiinnittämään enemmän huomiota myös tuotteiden eettisyyteen, alkuperään ja tuotantoon. Erilaiset kansainväliset sertifikaatit kuten Reilun Kaupan merkki alkavat tulemaan tunnetuksi yhä useammalle suomalaiselle. (Consumer lifestyles 2012, 1-5.)

Johanna Mäkelä, Kjersti Lillebo ja Minna Lammi tutkimuksessaan Nordic Young health: Possibilities and barriers for new, healthy concepts in the fast food sector (2011) tutkivat nuorten pohjoismaalaisten ruokatottumuksia. Pohjoismaiden yksi huolestuttavimmista terveysuhkista on etenkin lasten ja nuorten kasvava ylipaino. Yksi syistä tähän on se, että lapset syövät yhä useammin kodin ulkopuolella lähes poikkeuksetta

pikaruokaloissa. Tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa uutta tietoa ja tarjota ratkaisuja miten nuorille voitaisiin tarjota terveellistä ruokaa, joka olisi helposti saatavilla. Tutkimuksen paradoksina huomattiin olevan se, että kasvavasta rasvaisten ja sokeripitoisten ruokien kulutuksesta huolimatta nuoret kertovat välttävänsä syömästä epäterveellisesti. Paradoksi saattaa johtua siitä, etteivät nuoret välttämättä tiedä syömiensä pikaruokatuotteiden olevan niin epäterveellisiä. Nuorilla on selvästi kiinnostusta terveellisempien vaihtoehtojen ostamiseen, mutta ne tuntuvat tällä hetkellä olevan vaikeasti saatavilla, tai nuoret eivät tunnista niitä. Nuoret tuntuvat suosivan etenkin sellaisia ruokia, jotka voi syödä kävellessä tai ajaessa. Tästä syystä tutkimuksen tavoitteena on tarjota ratkaisuja oikeasti terveellisempien pikaruokatuotteiden kehittämiseksi. (Lillebo, Mäkelä & Lammi 2011. 6-12.)

3.2 Ruoan rooli kotimaan matkailussa

2000- luvulla turismissa tapahtui suuria muutoksia, sillä matkailijat alkoivat kaivata ja etsiä uusia ja erilaisia lomakohteita, kuin ennen. Lomakohteen tulisi tarjota ainutlaatuisia kokemuksia, eikä suositut ja ruuhkaiset matkakohteet eivät enää kiinnostaneet. Matkailijoiden asenteet ja tarpeet olivat muuttuneet. Tavanomaisesti näöllä viidestä aistista oli suurin merkitys matkailijalle, jolloin se jätti muut neljä aistia turhaan varjoonsa, eikä matkailija käyttänyt muita aistejaan tarpeeksi. Nyt matkailijat kuitenkin ovat alkaneet vaatimaan matkoja, joissa muutkin aistit otetaan yhtä vahvasti käyttöön. Esimerkiksi matkakohteen tunnelmalla ja paikallisella ruokakulttuurilla on enemmän merkitystä matkakohteen valinnassa kuin ennen.(López-Guzmán, Tomás, Sánchez-Canizares & Sandra 2012, 1-4.)

Etenkin tutustumalla paikalliseen ruokakulttuuriin, matkailija pystyy rakentamaan paremman kokonaiskäsityksen paikallisesta elämäntavasta, kuin pelkästään tarkkailemalla ympäristöä yhden aistin varassa. Paikallinen ruokakulttuuri saattaa antaa matkailijalle laajaa tietoa myös kohteen kulttuurista, talouden-, ja ympäristön tilanteesta.
Ruoka siis vaikuttaa suuresti matkailijan mielikuvaan matkakohteesta, sillä jokaisella yhteisöllä on yksilöllinen ruokakulttuuri. Voidaan siis katsoa, että hyvän ruoan avulla voidaan vaikuttaa suuresti matkailijan näkemykseen matkan onnistumisesta. Ruoan merkitys matkailussa on parhaimmillaan ainutlaatuisia ja mieleenpainuvia elämyksiä (Havas & Jaakonaho 2013, s. 6-7). Kun paikallinen ruoka on osa onnistunutta matka-

kokemusta ja on siis yhä useammin kriteeri jopa matkakohteen valinnassa, asettaa se sen yhdeksi suurimmista kilpailutekijöistä matkakohteiden välillä. (López-Guzmán, Tomás, Sánchez-Canizares & Sandra 2012, 1-4.)

Hu Xing-bao, Su Quin ja Zhang Ying-sha (2012) tutkimuksessaan Research into the Motivations and Contents of Domestic Tourists kertovat että ruoka ei ole varsinaisesti yksi matkalle lähtemisen perusteista, mutta ruoalla on paljon painoarvoa matkan suunnitteluvaiheessa, kun matkalle on jo päätetty lähteä. Myös tämä tutkimus tukee ajatusta siitä, että paikallisella ruoalla on merkitystä matkakohteen vetovoimaisuudessa. Cheng-Fei Leen Wei-Ming Oun ja Husn-I Huangin (2009) tutkimuksessa ruoka oli sijalla viisi, kun listattiin seitsemän tärkeintä vetovoimatekijää kotimaan matkailijalle. Matkakohteen vetovoimaisuus vaikuttaa suuresti matkakohteen valintaan, tyytyväisyysodotuksiin, matkustamiseen uudelleen samaan matkakohteeseen ja myös siihen kuinka paljon matkakohteessa käytetään rahaa tai kuinka pitkään vierailu kestää (Lee, Ou, & Huangi 2009.)

3.3 Ravintolan valintaan vaikuttavat tekijät

Frank Cullenin (2004) tutkimuksessa selvitettiin ravintolan valintaan vaikuttavia tekijöitä. Perusteellisessa tutkimuksessa selvitettiin eri kohderyhmiltä mitkä asiat vaikuttivat heidän ravintolan valintaan. Tuloksissa tuli ilmi muun muassa se, ettei matkustustaustalla ollut merkittävää vaikutusta ravintolavalintaan. Kuitenkin usein Aasiassa matkustaneet ihmiset valitsivat useimmin japanilaisen ravintolan. Tutkimuksessa huomattiin myös se, että ihmiset jotka eivät olleet koskaan matkustaneet kotimaansa ulkopuolelle, kuuluivat yleensä alempaan yhteiskuntaluokkaan ja asettivat hinnan yhdeksi tärkeimmistä kriteereistä ravintolan valinnassa. (Cullen 2004.)

Frank Cullenin (2004) tutkimuksessa ravintolassa syöminen oli jaoteltu kahteen eri tarkoitukseen, ravintolassa syömiseen sosiaalisen tapahtuman vuoksi tai ulkona syömiseen vaihtoehtona ruoan laitolle kotona. Molemmissa tapauksissa voidaan huomata yhtäläisyyksiä tärkeimpien kriteerien joukossa. Molemmissa tapauksissa ruoan laatu, ruoan tyyppi, siisteys ja sijainti olivat viiden tärkeimmän kriteerin joukossa. Ravintolan maine ylsi ainoastaan sosiaalisen tapahtuman takia ravintolassa syömisessä viiden kärkeen, kun

taas hinnalla oli merkitystä vain ulkona syömiseen vaihtoehtona ruoan laitolle kotona. (Cullen 2004.)

Iällä huomattiin olevan väliä ravintolan valinnassa. Nuoret 25–29-vuotiaiden huomattiin olevan naimisissa tai ainakin useimmiten asuivat kumppaninsa kanssa, joten heillä oli kahdet tulot. Tuolla ikäryhmällä ei vielä yleensä ollut lapsia, joten heillä oli myös vähemmän velvollisuuksia ja sitä myöten enemmän aikaa sosiaaliselle elämälle ja rahan vapaampaan käyttöön. Tämän ikäluokan edustajat suosivat yleensä italialais-, kiinalais- tai ranskalaistyyppisiä ravintoloita Myös muut etniset ravintolat ja bistrot ovat tämän ikäisten mieleen. (Cullen 2004.)

30–39-vuotiaat ovat yleensä vastanaineita ja heillä on pieniä lapsia, jolloin tutkimuksen mukaan ravintolan sijainnilla on suuri merkitys ravintolan valinnassa. Ravintola tulisi olla mahdollisimman lähellä. Huolimatta tämän ikäryhmän kasvaneista menoista asuntolainan ja lasten myötä, he kuuluvat yhä suurempien rahankuluttajien joukkoon. 30–39-vuotiaat suosivat tutkimuksen mukaan samantyyppisiä ravintoloita kuin 25–29-vuotiaat, mutta suosivat myös pihviravintoloita. (Cullen 2004.)

Keski-ikäiset naimisissa olevat lapselliset, 40–49-vuotiaat ovat säästeliäämpiä ja käyvät huomattavasti harvemmin ulkona syömässä. Tämän ikäluokan edustajat tykkäävät edeltäjiensä lailla syödä ranskalais-, kiinalais- ja italialaistyyppisissä ravintoloissa, mutta ovat lisänneet listalleen myös merenelävä tarjoavat ravintolat. Tämän ikäiset ovat myös hintatietoisempia kuin edeltäjänsä, joten hinta on yleensä yksi heille tärkeä kriteeri ravintolan valinnassa. (Cullen 2004.)

50–59-vuotiaiden rahat eivät enää yleensä kulu lapsiin, koska he ovat useimmiten jo muuttaneet pois kotoa. Tällöin he eivät vaikuta enää heidän päätökseen ulkona syömisestä. Tämän ikäiset eivät suosi enää etnisiä ravintoloita, vaan käyvät mielellään amerikkalaistyyppisissä ravintoloissa tai pizzerioissa. Tämän ikäiset ihmiset ovat kuitenkin valmiita kuluttamaan eniten rahaa syödessään ulkona sosiaalisen tapahtuman vuoksi. Yli 60-vuotiaat pariskunnat suosivat useimmiten matalahintaisia ruokapaikkoja ja kuluttavat vähiten rahaa ulkona syömiseen.(Cullen 2004.)

Jinkyung Choin ja Jinlin Zhaon (2010) tutkimuksessa Factors Influencing Restaurant Selection in South Florida: Is Health Issue One of the Factors Influencing Consumers' Behavior When Selecting a Restaurant? selvisi, että yhä useampi ihminen kiinnittää ruoan terveellisyyteen ja ravitsevuuteen huomiota. Vähän yli puolet vastanneista oli sitä mieltä, että terveellinen ruoka oli erittäin tärkeä tai tärkeä asia ja 60 prosentille vastaajista ruoan ravitsevuus oli joko erittäin tärkeä tai tärkeä asia, kun he söivät ulkona. Tutkimuksen johtopäätöksenä on siis se, kuten aikaisempienkin tutkimusten mukaan, että ruoan terveellisyydellä on väliä ravintolan valinnassa.(Choin, & Zhao 2010).

MARA:n 2012 tilastojen mukaan Suomessa on tällä hetkellä ainakin 10 391 ravitsemusliikettä. Tässä luvussa ovat mukana anniskeluravintolat (A ja B), olutravintolat ja kahvilat (C) ja muut kahvilat. Henkilöstöravintoloita ei ole laskettu mukaan.(MARA 2013). Ravitsemusliikkeitä sijaitsee eniten uudella maalla ja varsinkin pääkaupunkiseudulla. Autolla matkustaville kotimaan vapaa-ajan matkustajille on Suomen maanteiden varsilla ympäri maata erityyppisiä liikennemyymälöitä kuten esimerkiksi ABC- ravintoloita. ABC- ravintoloita on Suomessa yhteensä 107 kappaletta (ABC- ketju 2013). ABC-myymälät on jättänyt sijaintinsa ja monipuolisuutensa ansiosta varjoonsa monia pienempiä, idyllisempiä ja markkinoinniltaan heikompia ruokapaikkoja.

3.4 Lähi- ja paikallisruoan merkitys kotimaan matkailussa

"Lähiruoka on ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria." (Lähiruokaselvitys 2012.) Lähi- ja paikallisruoka voidaan siis periaatteessa katsoa samaksi asiaksi. Se on tuotettu oman alueen raaka-aineista, ja se markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. Uusin määritelmä kattaa pienimmätkin elintarvikealan yritysten erikoistuotteet, jotka omalla alueellaan ovat lähiruokaa. Niitä voidaan toki myydä eri kanavissa muuallakin Suomessa. (Havas & Jaakonaho 2013,61.)

Lähiruoan periaatteena on antaa työtä ja toimeentuloa sekä kerryttää verotuloja omalla alueella. Sen lisäksi lähiruoka lisää kuluttajien vaihtoehtoja elintarvikevalinnoissa ja mahdollistavat ruoan helpon jäljitettävyyden sekä lähiruoka tuote antaa tuottajalle kasvot tuotteen takana. Lähiruoan hyvinä puolina on myös se, että se lisää alueen alkutuotannon elinvoimaisuutta uusien markkinamahdollisuuksien kautta. Tuotantoketju lyhe-

nee kun asiakkaat löytyvät läheltä. Kun ruoka tuotetaan lähellä, kuluttajien tarpeiden muutoksiin pystytään vastaamaan nopeasti. Koska lähiruoan elintarvikeketju on lyhyempi, jäljitettävyys paranee ja täten pystytään helpommin valvomaan elintarvikkeiden alkuperää ja merkintöjä. Tämä ehkäisee väärinkäytöksiä elintarvikeketjussa ja edistää siten elintarviketurvallisuutta. Lähiruokatuote valikoimassa tuo myös lisäarvoa kauppojen, ammattikeittiöiden ja matkailun liiketoimintaan. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013.)

Lähiruoka myös avaa ruoantuotannon vastuullisia toimintatapoja, sillä sen avulla voidaan muun muassa edistää alkuperäislajikkeiden säilymistä ja luonnon monimuotoisuuden säilymistä. Lähiruoka auttaa kehittämään suomalaista, alueellista ruokakulttuuria. Lähiruoan suosion nousu edistää pienyrittäjien liiketoimintaa, sillä mitä lähempänä tuote saadaan kaupaksi sieltä missä se on tuotettu, sitä halvemmaksi se tulee yrittäjälle. Lähiruoan suosittuuden kasvun myötä, myös kotimaisia maatiaislajikkeita, marjoja ja sieniä aletaan käyttää yhä enemmän. Maan oman luonnon lajikkeiden käyttö lisää myös maakuntien ja koko maan omavaraisuutta. Luonnontuotteiden kuten marjojen ja sienien käyttö edistää myös kestävää kehitystä, sillä ne kasvavat luonnossa ilman minkäänlaista tuotantopanostusta.(Maa- ja metsätalousministeriö 2013.)

Lyhyet jakeluketjut ovat yksi lähiruoan perusperiaatteista. Lyhyet jakeluketjut lisäävät tuottajien ja kuluttajien vuorovaikutussuhdetta. Ne lisäävät tuotteiden läpinäkyvyyttä ja luovat luottamussuhteita, sillä kuluttajan on helpompi selvittää tuotteen alkuperä. Lyhyet jakeluketjut takaavat tuottajille tuotteistaan myös oikeudenmukaisemman hinnan, sillä mitä lyhyempi jakeluketju, sitä vähemmän välikäsiä. Myös kuluttajat ovat kiinnostuneita maksamaan lähiruokatuotteista, sillä silloin he tietävät kenelle tuotteesta maksettu raha menee. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013.)

Lähiruoalla on myös haasteensa. Suurimmat ongelmat liittyvät pienten erien kuljetuksen ja varastoinnin kannattavuuteen. Matalat katteet, tuoretuotteiden lyhyt säilyvyys, lämpötilasäätely, toimitusrytmit ja pienet toimituserät tekevät lähiruokaelintarvikkeiden logistiikasta haastavampaa. Yksi haasteista lähiruoan jatkojalostustoiminnalle on henkilöresurssit. Monet lähiruokayritykset ovat henkilöstöltään pieniä perheyrityksiä, jopa yhden henkilön yrityksiä. Toimintaa ei kuitenkaan voida laajentaa ilman lisähenkilökun-

taa, mutta tarpeeksi pätevän lisähenkilökunnan palkkaaminen on pienelle yritykselle kuitenkin aina haaste, sillä osaavuudesta ja sitoutuneisuudesta ei voida saada takeita. Moni lähiruokayritys profiloituu myös yrittäjän persoonaan tarinoineen, jolloin yrityksen jatkajan löytäminen on vaikeaa. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013.)

Mitä merkitystä lähi- ja paikallisruoalla sitten on kotimaan matkailussa? Vaikka ruoka ei olisikaan matkan päätarkoitus, matkailijat arvioivat matkailukohteen laatua usein ruoan kautta, sillä laadukas ruoka on aina osa matkailun palveluketjua. Paikallisruoka tarjoaa matkailijalle mahdollisuuden muodostaa käsityksiä matkailukohteesta pelkän ruoan perusteella. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013.)

Ruokamatkailu, jolloin matkan päämotiivina on ruoka ja sen kautta koetut elämykset, on kasvamassa. Matkailijat ovat ymmärtäneet, että ruokamatkailu ja makuaisti tarjoaa mahdollisuuden tutustua paikallisiin elämäntapoihin ja kulttuureihin eritavalla kuin tavallinen matkailu. Ruokamatkailu on siis nouseva trendi ja tästä syystä maakuntien tulisi nähdä paikallisruoka mahdollisuutena oman maakuntansa profiloimiseen matkailukohteena. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013.) Lähiruoka ainutlaatuisuutensa ansiosta voidaan helposti katsoa yhdeksi alueen vahvimmista vetovoimatekijöistä (Fullagar, Markwell & Wilson, 2012, 71).

Elämyksellisimmissä paikoissa asiakas voi myös itse osallistua ruoan hankintaan ja valmistamiseen. Asiakkaat saavat itse kalastaa, marjastaa ja sienestää, minkä jälkeen he voivat valmistaa aterian hankkimistaan raaka-aineista. Lähiruoka, itse tehty ruoka ja autenttisuus ovat sitä, mitä kuluttajat tällä hetkellä haluavat. (Havas & Jaakonaho 2013, 6–7.)

4 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimus tehtiin osana isompaa HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun RUOKA&MATKAILU-hanketta, joissa rahoittajina toimivat HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu sekä maa- ja metsätalousministeriö. RUOKA&MATKAILU-hankkeessa analysoitiin 14 yhteistyöyritystä. Hankkeen tarkoituksena oli hakea konkreettisia työkaluja sekä malleja kaikille Suomen matkailuyrityksille ja matkailun toimijoille niiden ruoka ja matkailutuotteiden kehittämiseksi. Tietoa voidaan hyödyntää myös esimerkiksi matkailumarkkinoinnissa ja ruokamatkailun kehittämisessä. (RUOKA&MATKAILU 2013).

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaista ruokaa suomalaiset haluavat syödä kotimaan matkoillaan. Tutkin myös lähi- ja paikallisruoan merkitystä kotimaanmatkailijoille. Tämä tutkimus toteutettiin kesällä 2013. Tutkimuksen tavoitteena oli vastata seuraaviin kysymyksiin.

Pääongelma:

- Millaista ruokaa suomalaiset haluavat syödä kotimaan matkoillaan?

Alaongelmat:

- Millainen merkitys ruoalla on kotimaan matkailijalle?
- Millainen merkitys lähi- ja paikallisruoalla on kotimaan matkailijalle?
- Mitä kotimaanmatkailija haluaa syödä matkallaan?
- Missä kotimaanmatkailija haluaa syödä matkallaan?

Vastaukset pää- ja alaongelmiin selvitin kyselylomaketutkimuksen ja havainnoinnin avulla. Tavoitteenani oli hankkia tietoa, jota Suomen matkailuyritykset voivat käyttää ruoka- ja matkailutuotteidensa kehittämisessä. Tutkimuksessa tarkoituksenani oli selvittää suomalaisten tottumuksia, toiveita, haluja ja tapoja ruokailun suhteen kotimaan vapaa-ajan matkoillaan. Tutkimuksessa minun ei ollut tarkoitus saada tietoa suomalaisten ruokailusta muina aikoina. Sitä tuntui kuitenkin tarpeelliselta selvittää tutkimuksen viitekehyksessä, sillä halusin tietää suomalaisten ruoan valintaan vaikuttavia tekijöitä, jotta

voisin ymmärtää paremmin tutkimustuloksia. Tutkimuksessa halusin saada selville konkreettisia esimerkkejä siitä, mitä kotimaan vapaa-ajan matkalla halutaan syödä.

4.1 Tutkimusmenetelminä kysely ja havainnointi

Toteutin tutkimuksen hyödyntämällä kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvalitatiivisella tutkimustyypillä pyritään selvittämään, kuvaamaan, tulkitsemaan ja ymmärtämään inhimillistä toimintaa. Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä halutaan saada suuresta kohderyhmästä mahdollisimman edullisesti luvuiksi muunnettua tietoa. (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2013.)

Aineiston keräsin kyselyn ja havainnoinnin avulla (liite 1. ja liite 2). Päämenetelmänä oli kuitenkin kysely ja havainnointi oli täydentävänä tutkimusosana. Kyseiset menetelmät mielestäni sopivat tutkimusongelman selvittämiseen hyvin. Kaikkien kyselyyn vastanneiden tuli olla vastaushetkellä kotimaan vapaa-ajan matkalla. Kyselyt ja havainnointia tein kesäisen Suomen suosituissa lomakohteissa ja tapahtumissa. Kotimaan vapaa-ajan matkalla olevat vastaajat olivat todennäköisesti parhaassa mielentilassa kyselyyn vastaamista varten. (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2013.)

Tutkimuskohteet tavoitin tekemällä tiedonkeruumatkoja eri puolelle kesäistä Suomea. Matkat tein kesän 2013 aikana Poriin Pori Jazzeille, Ala-Härmään Power Park:iin, Helsinkiin Suomenlinnaan ja Tampereelle Särkänniemeen kesä-elokuun välisenä aikana. Tiedonkeruun tein kyselynä, jossa on sekä avoimia, että suljettuja kysymyksiä. Kyselyssä on suurimmaksi osaksi avoimia kysymyksiä. Avointen kysymysten avulla vastaaja pystyi vastaamaan omin sanoin, jolloin sain syvällisempää tietoa. Suljetut kysymykset saattaisivat olla tämän tyyppisessä kyselyssä liian johdattelevia.

Lisäksi tein havainnointia tiedonkeruumatkoillani kahdessa eri kohteessa, joissa suomalaiset matkailijat todennäköisesti syövät. Havainnointi on huolellista, hyväksyttyjen metodien mukaan toteutettua ja tarkkaa havainnointia tutkimuskohteesta. Tietoisella havainnoinnilla tarkoitetaan tutkijan huomion suuntautumista koko tutkimuskohteeseen. Tässä työssä käytin metodina tarkkailevaa havainnointia, jolloin havainnointi perustuu ainoastaan näköhavaintoihin osallistumatta itse havainnoitavan toimintaan.

(Vilkka 2006, 1,43). Havainnoinnin tavoitteena oli saada tietoa ihmisten todellisesta käyttäytymisestä saadakseni vahvistusta siihen, mitä suomalaiset haluavat syödä kotimaan matkallaan. Havainnoin avulla pyrin selvittämään suomalaisten ruokailuun liittyviä mieltymyksiä kotimaan matkalla. Havainnoinnin avulla pystyin saamaan todellisempaa tietoa siitä, mitä kohderyhmä syö, kuin esimerkiksi pelkän kyselyn avulla. Havainnoitavana oli ravintolan valikoima, mitä suomalaiset kotimaan matkailijat syövät, kenen kanssa he syövät, kuinka kauan he syövät ja kuinka paljon rahaa he keskimäärin kuluttavat ruokailuun. Suoritin havainnointia Helsingissä ravintola Salvessa ja Yli-Härmässä Härmän kylpylän ravintolassa. Havainnointipaikoiksi pyrin valitsemaan sellaisia ruokailupaikkoja, joiden valikoimaan kuuluu sekä lähi- että paikallistuotteita.

4.2 Tutkimuksen eteneminen

Aloitin opinnäytetyöni toukokuussa 2013. Opinnäytetyöni tutkimusprosessi alkoi poikkeuksellisesti kyselylomakkeen ja havainnointitaulukon laatimisella ja tutkimusaineiston keräämisellä. Kyselyn ja havainnoinnin tein ennen viitekehyksen laatimista, sillä olosuhteet vaativat sitä. Aineisto oli tarkoitus kerätä vuoden 2013 kesällä, joten aikaa viitekehyksen tekoon ei ennen sitä ollut. Kyselylomakkeen (liite 1.) laadin Webropol tiedonkeruu- ja kyselyohjelman avulla ja havainnointitaulukon (liite 2.) laadin Microsoft Wordin avulla. Kyselyyn oli tarkoitus saada ainakin sata vastausta.

Kyselylomakkeen ja havainnointitaulukon laadin tutkimusongelman perusteella. Kyselylomakkeeseen pyrin laatimaan sellaisia suljettuja että avoimia kysymyksiä, joiden avulla saisin tutkimusongelmaan parhaiten vastauksen. Kysymyksiä mietittiin yhdessä myös toimeksiantajan kanssa. Haastattelukysymyksistä pyrin muodostamaan selkeitä, mutta en liian johdattelevia. Kyselylomake on jaoteltu kolmeen eri teemaan: taustatietoihin, ruokaan liittyviin kysymyksiin ja ruoan merkitykseen liittyviin kysymyksiin. Ensimmäiseksi kyselylomakkeessa kysytään taustatietokysymyksiä, kuten ikää, sukupuolta ja perheen kokoa. Mielestäni kysymys perheen koosta oli tärkeä, sillä yli kahden hengen perheessä on yleensä alaikäisiä lapsia ja lapsilla on iso merkitys siihen mitä ruokaa syödään. Myös sukupuoleen liittyvä kysymys oli mielestäni tärkeä, sillä sukupuolten väliset, ruokaan liittyvät toiveet ja halut saattavat erota radikaalistikin. Matkan aktiviteetteihin liit-

tyvä kysymys oli myös mielestäni ratkaiseva, sillä tiettyjä aktiviteetteja tekevät ihmiset luultavasti myös syövät tietyllä tavalla.

Taustatietokysymysten jälkeen kysyttiin ruokaan liittyviä kysymyksiä, kuten mitä ruokaa ja missä vastaajat halusivat kotimaan vapaa-ajan matkallaan syödä ja miten kyseinen ruokapaikka löydetään ja valitaan. Yksi kyselyn tärkeimmistä kysymyksistä lienee, millaista ruokaa vastaaja haluaa syödä, sillä se vastaa suoraan pääongelmaan. Harkitsin tarkkaan myös muut ruokaan liittyvät kysymykset, sillä halusin saada selville, missä suomalaiset kotimaan vapaa-ajan matkailijat mielellään syövät ja miten he valitsevat ruokapaikan.

Viimeisenä vastaajilta kysyttiin ruoan merkitystä kotimaan vapaa-ajan matkailussa. Tässä osiossa esitettiin kolme kysymystä: kuinka paljon rahaa vastaaja käyttää yhdessä päivässä per henkilö, kuinka suuri merkitys ruoalla on vastaajalle kotimaan vapaa-ajan matkalla ja onko lähi- ja paikallisruoka yksi ruokapaikan valintakriteereistä. Vastaajan rahankäytöstä pystytään ehkä päättelemään ruoan merkitystä. Tämän tutkimuksen alaongelmaa, millainen merkitys lähi- ja paikallisruoalla on kotimaan matkailijalle, pyritään selvittämään kysymällä onko lähi- ja paikallisruoka yksi ruokapaikan valintakriteereistä.

Aluksi pidin kyselyt haastatteluina, mutta lopulta päädyin siihen, että vastaajat itse täyttävät kyselyn. Huomasin, että kun vastaaja täyttää itse kyselyn, hän pystyy heti silmäilemään kyselyn alusta loppuun ja saa rauhassa miettiä vastauksiaan. Kun tein haastatteluja, vastaajat eivät tienneet seuraavasta kysymyksestä mitään ja he eivät siksi osanneet vastata yhtä syvällisesti. Huomasin vastaajilla olevan myös enemmän epäselvyyksiä kysymyksiä kohtaan silloin kun haastattelin, verrattuna siihen, kun he saivat itse täyttää. Huomasin tiedonkeruutavan vaihtamisessa myös käytännön etuja. Yli sadan ihmisen haastatteleminen olisi vienyt todella paljon aikaa, kun taas uudella tyylillä kyselyyn voi vastata samaan aikaan useampi henkilö.

Tutkimusaineiston keräämisen aloitin Helsingistä. Tein ensimmäiseksi kyselyn Suomenlinnassa kesäkuussa 2013. Suomenlinnan valitsin yhdeksi aineistonkeräys kohteeksi, sillä se on tunnetusti suosittu matkailukohde niin ulkomaalaisten, kuin suomalaistenkin keskuudessa. Siellä uskoin tavoittavani suuren määrän mahdollisia kyselyyn vastaajia. Ai-

noastaan Suomenlinnassa tein kyselyn suoritettiin haastatteluina. Suomenlinnassa aineiston keräämiseen meni puolipäivää. Kuten kaikissa tiedonkeruukohteissa, vastaajien tuli olla suomalaisia kotimaan vapaa-ajan matkallaan.

Tein myös havainnointia Helsingissä Ravintola Salvessa kesäkuussa 2013. Ravintola Salve on yli sata vuotta vanha helsinkiläinen kalaravintola. Ravintola sijaitsee Helsingin Hietalahdessa, Kampin kupeessa. Ravintola tarjoilee kotimaista tuoretta kalaa lähes päivittäin. (Ravintola Salve 2013.) Valitsin Ravintola Salven havainnointikohteeksi, sillä he mainostavat ruokalistallaan tarjoiltavan tuoretta paikallista kalaa lähes joka päivä. Havainnointikohteeni ruokalistoilla tuli olla myös paikallisia raaka-aineita. Kuitenkaan juuri sinä päivänä kun havainnoin siellä, tuoretta kalaa ei ollut saatavana. Havainnointi osoittautuikin odotettua haastavammaksi. Minun oli vaikea tietää mitä asiakkaat söivät, sillä en nähnyt läheskään kaikkia annoksia. Jos olisin kysynyt asiakkailta tarvittavia tietoja, se ei olisi ollut enää havainnointia vaan kysely. Sain kuitenkin idean kysyä henkilökunnalta ravintolan pöytäkartan ja asiakkaiden välilaskut, joista sain tarvittavat tiedot havainnointia varten. Ravintolan henkilökunta osoittautui yhteistyökykyisiksi.

Seuraavaksi tein tiedonkeruumatkan Poriin Porin Jazzeille heinäkuussa 2013. Porin Jazzit ovat kansainvälisesti tunnettu Jazz festivaali, joka houkuttelee niin ulkomaalaisia, mutta etenkin suomalaisia matkailijoita, joten ajattelin tavoittavani kohderyhmäni täällä hyvin. Porissa keräsin aineistoa kyselyiden avulla kahtena eri päivänä muutaman tunnin ajan: ensin lauantaina alkuillasta ja seuraavaksi sunnuntaina iltapäivästä. Porissa päätin kokeilla toista kyselyyn vastaamistyyliä haastattelun sijaan ja se osoittautui toimivammaksi.

Kolmannen tiedonkeruumatkan tein Pohjanmaalle Ala-Härmän Power Parkiin elokuussa 2013. Power Park on koko perheen monipuolinen elämyspuisto, joka houkuttelee kaikenikäisiä suomalaisia kotimaan matkailijoita. Tiedonkeruuseen Power Parkissa meni noin kaksi tuntia, sillä oli kaunis päivä ja ihmiset vastasivat mielellään kyselyihin.

Pohjanmaalla Yli-härmässä oli toinen havainnointikohteeni. Valitsin havainnointipaikaksi Yli-Härmän kuntokeskuksen á la carte -ravintolan, sillä ruokalistalta löytyy runsaasti lähialueen raaka-aineista valmistettuja annoksia. Kyseisessä ravintolassa tarjoiltiin

havainnointi-iltana buffetpöydän antimia kello seitsemään asti illalla. Seitsemän jälkeen tarjoiltiin á la cartea ja pizzabuffet. Havainnointini oikeastaan vesittyi pizza- buffetin olemassaoloon, sillä lähes jokainen asiakas valitsi mieluummin pizzan kuin á la carte annoksen. Kolmen tunnin aikana ainoastaan kaksi eri seuruetta valitsi á la carte annoksen. Havainnointini ravintolassa hankaloitui myös henkilökunnan yhteistyökyvyttömyyteen. En voinut toimia tarvittavien havainnointitietojen saamiseksi samalla tavalla kuin Ravintola Salvessa, sillä he eivät suostuneet toimittamaan minulle pöytäkarttaa, eikä kahden seurueen välilaskuja. He perustelivat päätöksensä yksityisyyden suojalla. Ravintolan linjaus oli se, etteivät he halua paljasta asiakkaan annosvalintaa eikä ravintolalaskun hintaa. Sain kuitenkin naapuripöytien tilaamisen yhteydessä lopulta selville heidän tilaamansa annokset ja siten hinnat.

Viimeisen, päivän kestäneen, tiedonkeruumatkan tein elokuussa 2013 Tampereelle Särkänniemeen. Särkänniemen elämyspuisto houkuttelee kesäisin sijaintinsa ja monipuolisuutensa ansiosta suomalaisia kotimaan matkailijoita ympäri Suomea. Särkänniemi oli jo loppukesästä melko hiljainen, mutta kyselyyn vastaajia kuitenkin riitti.

4.3 Aineiston analysointi

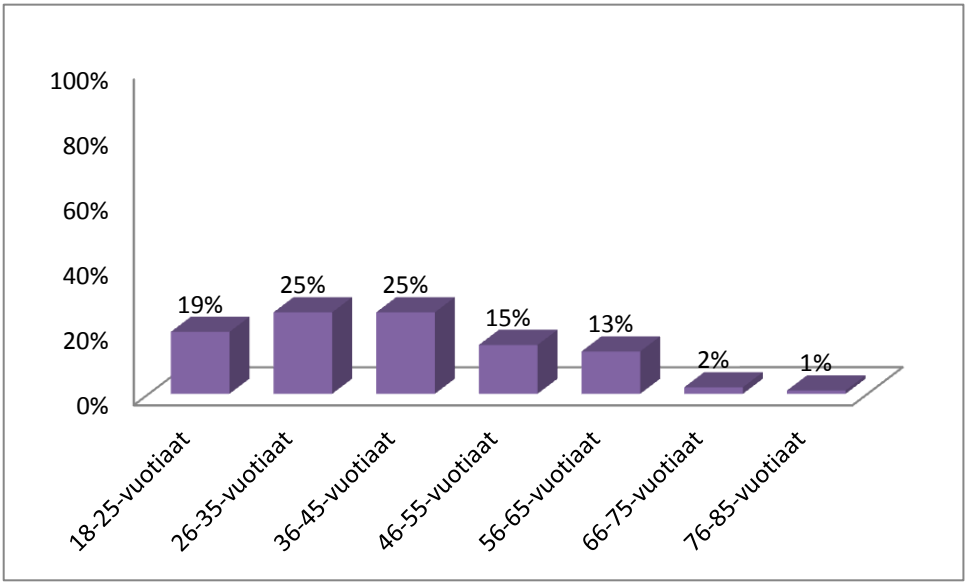
Kaiken aineiston kerättyäni, aloitin viitekehyksen kirjoittamisen. Vasta viitekehyksen kirjoitettuani ryhdyin analysoimaan aineistoa, joka koostui kyselyistä ja havainnoinnista. Kyselyn analysoinnissa käytin Webropol tiedonkeruu ja aineiston analysointisovellusta. Ensin syötin kaikkien 101 vastaajien vastaukset Webropoliin ja sen jälkeen laskin tarvittavat keskiarvot ja ryhmittelin vastaukset ristiintaulukointia varten. Ryhmittelyn jälkeen sain tuloksista prosenttiosuuksia, jotka vein Exceliin. Tein Excelillä kuvioita keskeisistä tuloksista. Havainnoinnista saamani aineiston analysoin sisällön analyysin avulla. Sisällön analyysissä minun tuli tarkastella aineistoa eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsien ja tiivistäen. Sisällön analyysi on tekstin sisällön kuvailua. (KvaliMOTVa 2012). Tutkin aineistosta, toistuuko jokin tietty asia useammalla ruokailijalla, onko tietyn ikäisten ihmisten tilauksissa yhtäläisyyksiä tai käyttääkö esimerkiksi perheelliset enemmän rahaa kuin perheettömät. Kirjasin kaikki yhtäläisyydet paperille ja jos huomasin tuloksissa jotain poikkeavaa tai ennalta arvaamatonta käytöstä, kirjasin myös sen ylös.

5 Tulokset

Tässä opinnäytetyön osiossa esittelen tutkimustulokset. Tulokset sain analysoimalla kyselystä ja havainnoinnista saamani aineiston. Esittelen kyselyn aineiston sen kolmen teeman mukaisesti. Ensimmäiseksi esittelen vastaajat ja taustatietoja, seuraavaksi käsittelen ruokaan liittyvistä kysymyksistä saamiani vastauksia ja kolmanneksi käyn läpi ruoan merkitykseen liittyviä tuloksia. Havainnoinnista esitän sisällön analyysin avulla tekemäni tiivistetyn kuvauksen tuloksista. Kyselyyn vastanneita oli kaikkiaan 101 henkilöä ja havainnoitavia seurueita oli Ravintola Salvessa yhdeksän ja Yli-Härmän kylpylän ravintolassa kolme. Johtopäätökset ja pohdinta- osiossa vertaan saamiani tuloksia viitekehyksessä esiteltyihin aikaisempiin tuloksiin.

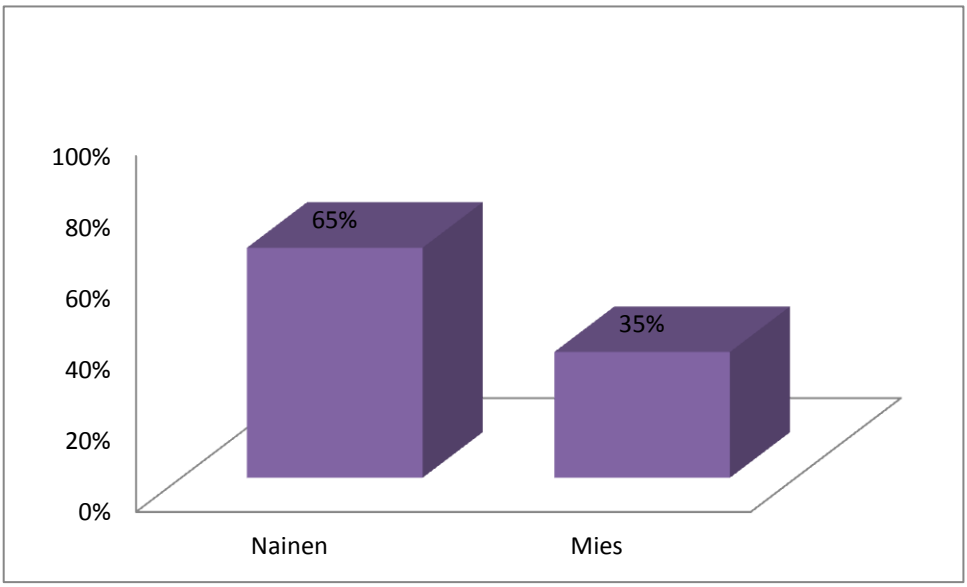
5.1 Vastaajista suurin osa oli 26–45-vuotiaita naisia

Suurin osa vastaajista oli 26–46-vuotiaita. Vastaajien iän keskiarvo oli 40 vuotta. Nuorin vastaaja oli 8 vuotta ja vanhin vastaaja oli 79 vuotta. Alla olevasta kuviosta voidaan huomata suurimmat ikäryhmät, jotka ovat 26–35 ja 35–46-vuotiaat 25 prosentin enemmistöillä. Seuraavaksi suurin ikäryhmä on 18–25-vuotiaat nuoret aikuiset (kuvio 2).



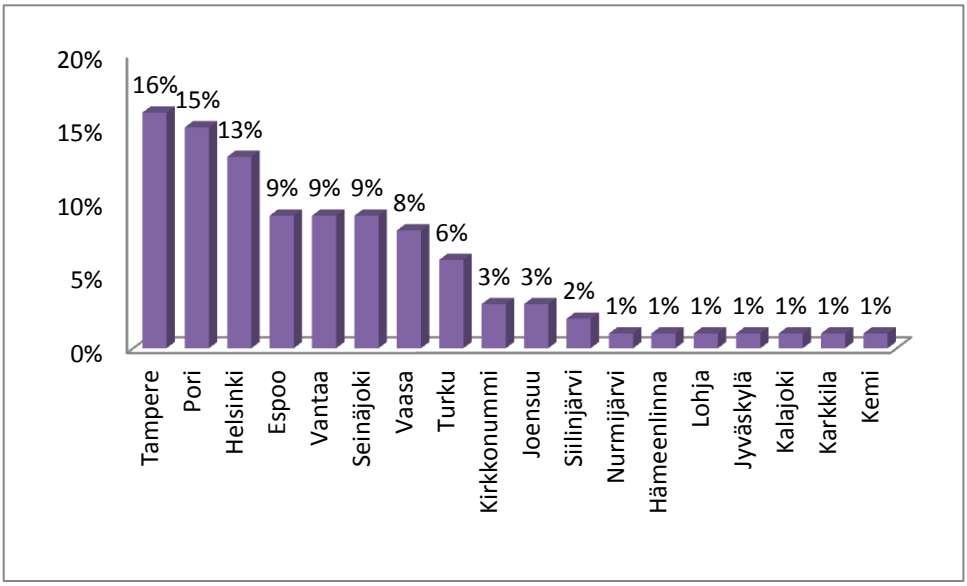
Kuvio 2. Ikäryhmät (n=100)

Vastaajista 65 prosenttia oli naisia. Miesten ja naisten välisissä vastauksissa ei ollut huomattavasti eroja. Suurimmat erot löytyivät, kun vertaili esimerkiksi ikäryhmiä ja perheen kokoa (kuvio 3).



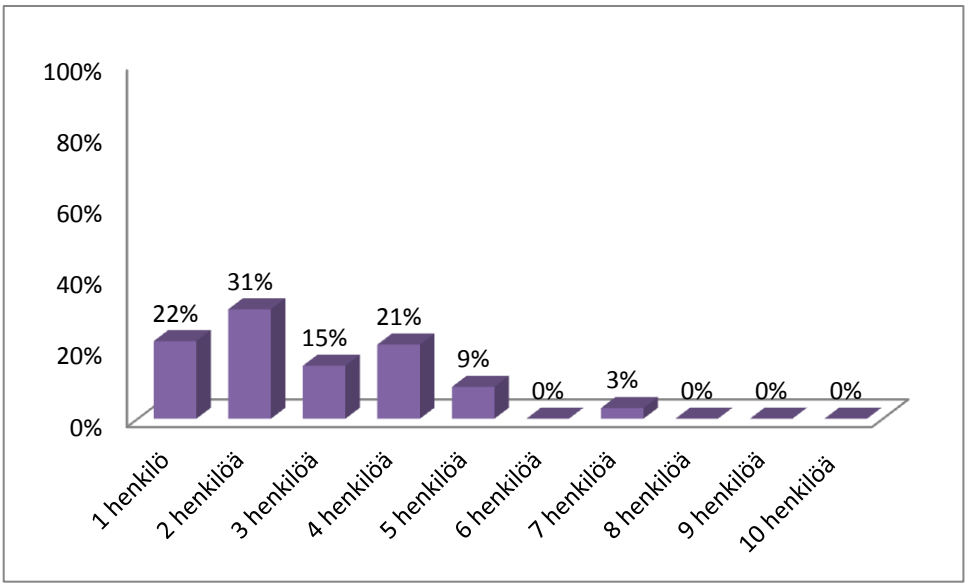
Kuvio 3. Vastaajien sukupuoli (n=99)

Alla olevasta kuviosta nähdään, että huomattava osuus vastaajien kotipaikkakunnista sijaitsi lähellä kyselyn suorittamispaikkaa tai samassa kaupungissa, kuten Pori, Vaasa, Seinäjoki, Tampere ja Helsinki (kuvio 4).



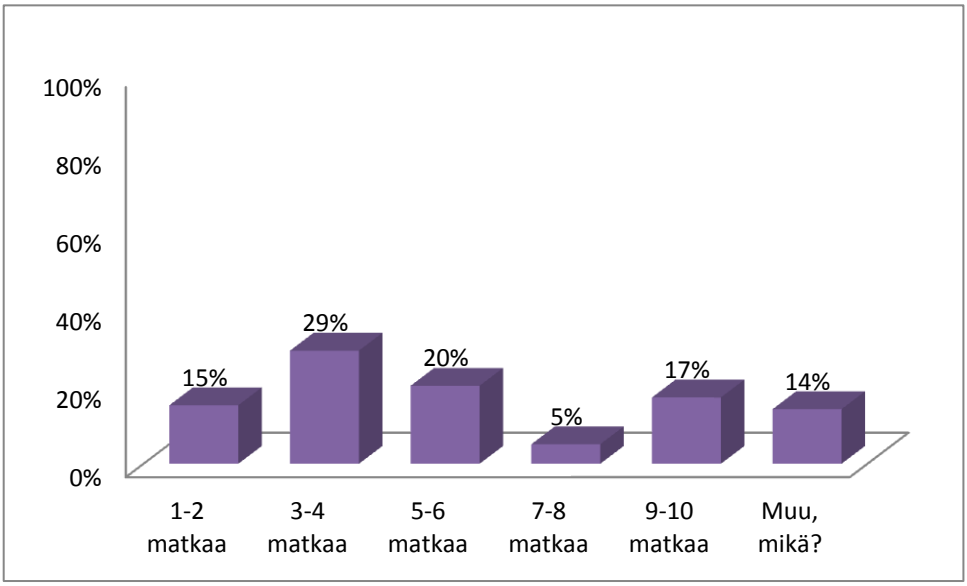
Kuvio 4. Vastaajien kotipaikkakunnat (n=100)

Suurin osa vastaajista oli perheettömiä (22 %) tai perheeseen kuului kaksi henkilöä (31 %). Neljähenkisiä perheitä oli 21 prosenttia ja kolmihenkisiä perheitä oli ainoastaan 15 prosenttia vastaajista. Viiden hengen perheitä oli 9 prosenttia ja seitsemän hengen perheitä vain 3 prosenttia vastanneista. Yli seitsemän hengen perheitä ei ollut lainkaan. Alla olevassa kuviossa kuvataan vastaajien perheen kokoa. Keskimääräinen perheiden koko oli 2,76 henkilöä (kuvio 5).



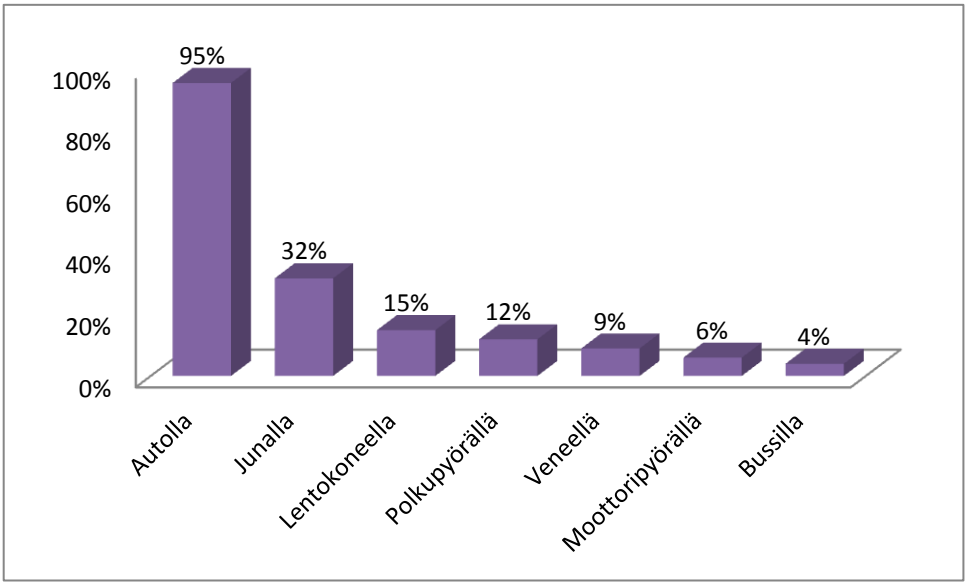
Kuvio 5. Vastaajien perheen koko (N=101)

Vastaajista 29 prosenttia tekee noin 3–4 kotimaan vapaa-ajan matkaa vuodessa. Seuraavaksi eniten matkoja tehtiin 5–6 kertaa vuodessa ja kolmanneksi eniten tehtiin 9-10 matkaa vuodessa. Vain 5 prosenttia oli vastannut tekevänsä 7–8 matkaa. Kysymyksen vaihtoehtoon *Muu, mikä?* oli vastattu silloin, kun henkilö teki yli kymmenen matkaa vuodessa. Neljä vastaajaa vastasi tekevänsä jopa sata kotimaan vapaa-ajan matkaa vuodessa. Tuloksista pystyin erittelemään myös sen, kuinka monta matkaa tietyt ikäryhmät keskimäärin tekevät. 18–25-vuotiaat tekevät eniten 3–4 matkaa vuodessa, kun taas 26–35-vuotiaat tekevät selkeällä vastaajien enemmistöllä 9–10 matkaa vuodessa. 36–45-vuotiaat tekevät enimmäkseen 5–6 matkaa vuodessa ja keski-ikäiset 46–55-vuotiaat tekevät ainoastaan 1–2 matkaa vuodessa. 56–65-vuotiaat olivat lähes kaikki vastanneet tekevänsä enemmän kuin kymmenen kotimaan vapaa-ajan matkaa vuodessa. Sitä vanhemmat olivat vastanneet tekevänsä vain 1–2 vapaa-ajan matkaa vuodessa. Alla olevassa kuviossa on esitelty kotimaan vapaa-ajan matkojen määriä (kuvio 6).



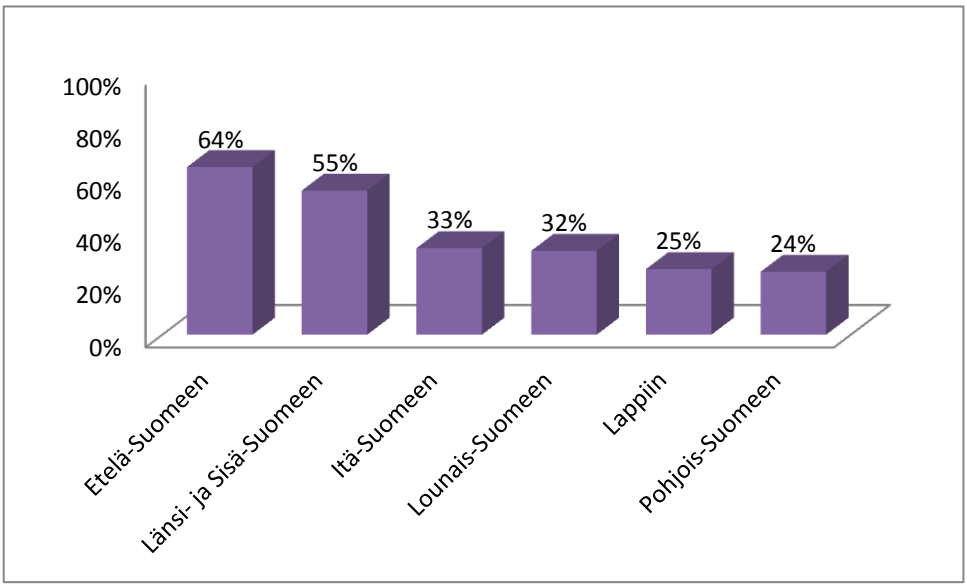
Kuvio 6. Kotimaan vapaa-ajan matkojen määriä vuodessa (n=100)

Tuloksista ilmeni, että lähes poikkeuksetta vastaajat käyttivät autoa kulkuvälineenä kotimaan vapaa-ajan matkoillaan. 95 prosenttia vastaajista vastasi käyttävänsä autoa matkallaan. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon, mutta auto oli valittu lähes jokaisessa kyselyssä. Seuraavaksi suosituin kulkuväline oli juna, jota 32 prosenttia sanoi käyttävänsä kulkuvälineenä matkallaan. Lentokoneen kulkuvälineeksi kotimaan vapaa-ajan matkalla oli valinnut lähes 15 prosenttia vastaajista. Tulosten mukaan autoa kulkuvälineenä pääsääntöisesti käytti erityisesti 26–35 ja 36–46-vuotiaat. Auton käytön lisäksi junaa suosivat 18–25-vuotiaat ja bussia taas 56–65-vuotiaat (kuvio 7).



Kuvio 7. Kulkuvälineiden käyttö kotimaan vapaa-ajan matkalla (N=101)

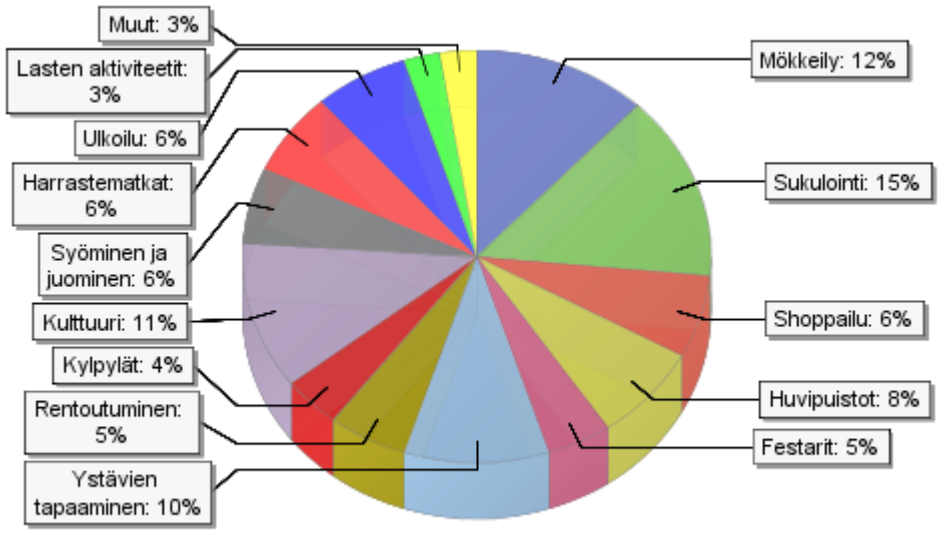
Kyselyn tulosten mukaan eniten matkustettiin Etelä-Suomeen. Länsi- ja Sisä-Suomi oli seuraavaksi suosituin matkustuskohde. Yli puolet kyselyyn vastanneista oli vastannut matkustavansa näihin paikkoihin. Lounais-, Itä-, Pohjois-Suomeen ja Lappiin matkustettiin suunnilleen saman verran. Vähiten matkustettiin Pohjois-Suomeen (kuvio 8).



Kuvio 8. Mihin päin Suomea matkustetaan useimmiten kotimaan vapaa-ajan matkalla (N=101)

Kun vastaajilta kysyttiin, mitä asioita he tekevät kotimaan vapaa-ajan matkoillaan, 15 prosenttia vastasi sukuloinnin. Sukulointi näyttäisi siis olevan suosituin syy kotimaan vapaa-ajan matkailuun. Sukulaisten luona käymisen lisäksi suosittuja kotimaan vapaa-ajan matkalle lähtemisen syitä olivat muun muassa mökkeily, jonka oli vastannut 12 prosenttia. Kulttuurin kokemisen oli vastannut 11 prosenttia ja ystävien tapaamisen 10 prosenttia. Kulttuurin kokemisella tarkoitetaan tässä yhteydessä erilaisissa kulttuuritapahtumissa käymistä, musiikki- ja konserttitapahtumia, maaseutuperinne matkoja, nähtävyyksien katselua, taidenäyttelyitä, museoihin tutustumista ja teatterissa käymistä. Alla olevassa kuviossa esitellään myös muut suositut kotimaan matkalla tehtävät asiat (kuvio 9). Perheettömät vastasivat useimmiten sukuloinnin ja ystävien tapaamisen. Myös kahden hengen perheet olivat vastanneet sukuloinnin, mutta niiden lisäksi myös kulttuurin ja mökkeilyn. Kolmen hengen perheet, joissa on jo lapsi, olivat useimmiten vastanneet sukuloinnin, kun kysyttiin mitä asioita kotimaan vapaa-ajan matkalla tehdään. Neljän hengen perheet, joissa oli kaksi lasta, olivat eniten vastanneet huvipuistoissa käynnin.

Myös viiden hengen perheet olivat vastanneet useimmiten huivipuistoissa käynnin. Sitä suuremmat perheet olivat vastanneet harrastematkat, rentoutuminen ja mökkeily.



Kuvio 9. Kotimaan matkalla useimmin tehtävät asiat (N=101)

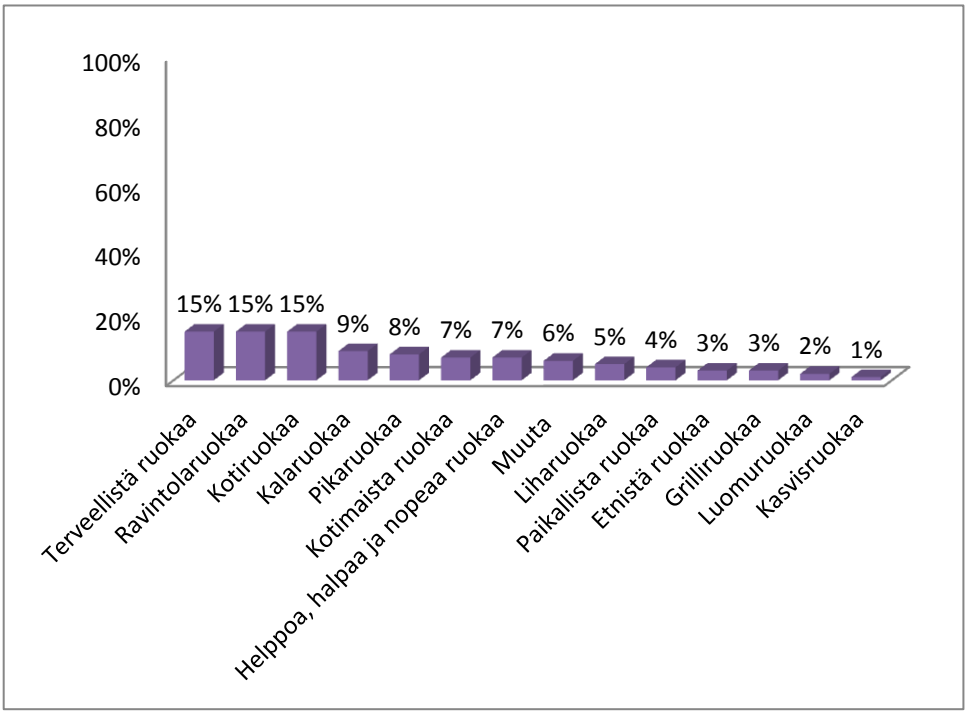
5.2 Suomalaiset haluavat hyvää ja terveellistä koti- ja ravintolaruokaa

Ensimmäinen ruokaan liittyvä kysymys oli, millaista ruokaa vastaaja haluaa syödä, kun hän on kotimaan vapaa-ajan matkalla. Tuloksista ilmeni kolme selkeästi suosituinta vastausta, jotka olivat terveellistä ruokaa, ravintolaruokaa ja kotiruokaa. Terveellistä ruokaa haluttiin syödä ravintolassa ja kotiruokaa haluttiin syödä joko kotitalouksissa tai ravintolassa. Kalaruokia halusi syödä 9 prosenttia vastaajista ja 8 prosenttia halusi syödä pikaruokaa. Osa vastaajista ei missään nimessä halunnut syödä pikaruokaa ja toiset taas eivät välittäneet huolehtia ruoasta, kunhan se oli saatavilla helposti ja nopeasti. Sellaista ruokaa arvostettiin kuitenkin paljon, mikä oli terveellistä, mutta helposti saatavilla.

> ”Hyvää ruokaa. Kohtuuhintaista, laadukasta, toisinaan nopeaa. Terveellistä ruokavaliota pyrin pitämään myös matkoilla.”

> ”Kala- tai kasvisruokaa, ei pikaruokaa. En syö lihaa/kanaa. Ruuan tulee olla herkullista, kohtuuhintaista, terveellistä ja helposti saatavilla.”

Myös nykyajan trendit näkyvät vastauksissa. Ruoan terveellisyys ja paikallisuus sekä luomuruoka näkyivät vastaajien mielipiteissä nyt, kun luultavasti aikaisemmin ne eivät olisi näkyneet. Terveellistä ruokaa halusivat syödä etenkin 56–75-vuotiaat. Kuviossa on esitelty, millaista ruokaa vastaajat haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkoillaan (kuvio 10).



Kuvio 10. Millaista ruokaa suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkoillaan (N=101)

Kyselyn mukaan suomalaiset syövät mieluiten ravintolassa, kun he ovat kotimaan vapaa-ajan matkalla. Enemmistö, eli 59 prosenttia vastaajista kertoi haluavansa syödä ravintolassa. Analysoinnin aikana erittelin erikseen ravintolan ja pikaruokaravintolan. Tässä kyselyssä ravintolaksi katsotaan kaikki casual- tyyppisestä ravintolasta fine diningiin. Useammassa vastauksessa mainittiin, että mieluiten halutaan syödä paikallisessa ravintolassa. Siistissä ravintolassa, oli myös usein toistuva vastaus. Jotkut kuvailivat ravintoloita myös adjektiiveilla, kun kysyttiin missä he haluavat syödä, esimerkiksi:

”Siistissä ravintolassa.”

”Kauniissa, hyvin pidetyissä, persoonallisissa ravintoloissa.”

”Ravintolassa, keskitason ravintola.”

”Eri kulttuuriravintoloissa, esim. Intia, Kreikka, ym. Elämyksiä, uusia makuja haetaan.”

”Siistissä ja hyväpalveluisessa ravintolassa.”

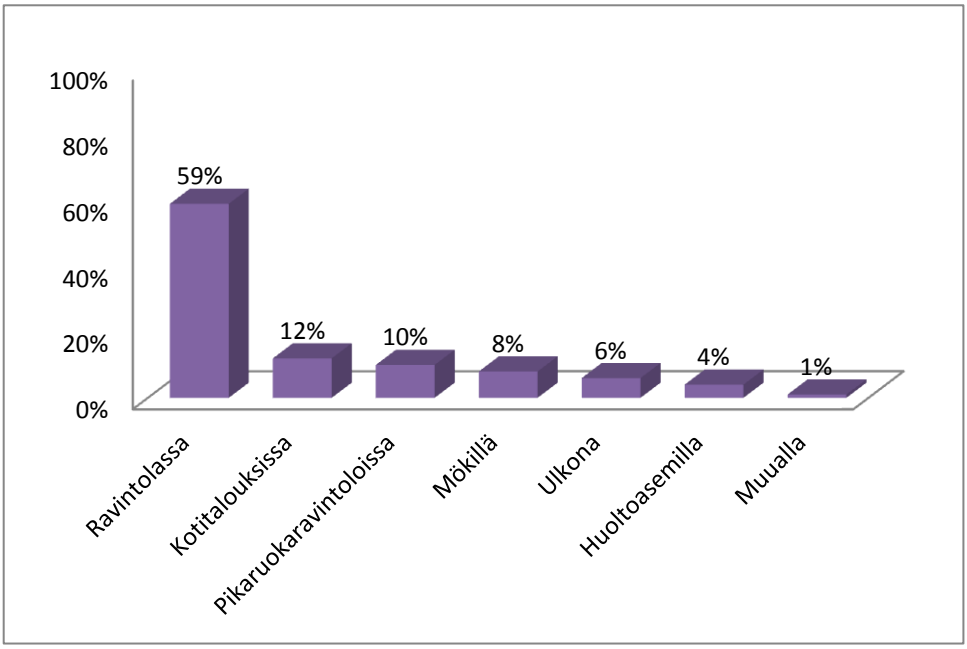
”Jossain paikallisessa ravintolassa.”

”Pienissä paikallisravintoloissa, en mieluusti ketjuruokaloissa sillä haluan tutustua paikalliseen kulttuuriin.”

”Hienoissa ja erilaisissa ravintoloissa. Elämyshakuisuus.”

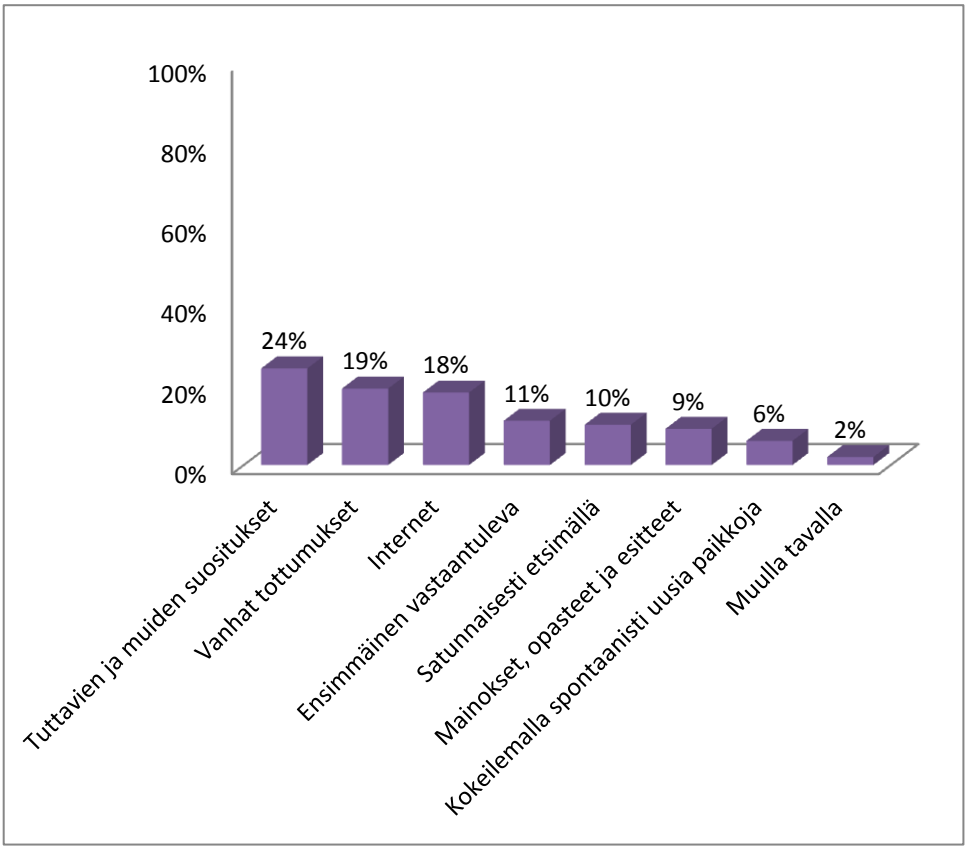
Seuraavaksi suosituimpia ruokailupaikkoja olivat kotitaloudet (12 %), pikaruokaravintolat (10 %) ja ruoanlaitto mökillä (8 %). Jotkut olivat vastanneet haluavansa syödä ulkoilmassa, leiriytymispaikalla tai retken yhteydessä eväitä tai ulkona grillatessa. Jotkin kokivat helpoimmaksi syödä maanteiden varsilla sijaitsevilla huoltoasemilla kuten ABC-ravintoloissa. Kuusi vastaajaa oli erikseen vastannut haluavansa syödä ABC- ravintolassa. Yksi prosentti ei osannut sanoa missä he mieluummin haluaisivat syödä (kuvio 11).

Vastauksista erottui, että vähiten ravintolassa halusivat syödä isot perheet ja kolmen hengen perheet. Isot perheet söivät mieluiten mökillä, huoltoasemilla tai ulkona maastossa. Pikaruokaravintolassa söivät mieluiten viiden hengen perheet.



Kuvio 11. Missä suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallaan (N=101)

Vastaajilta kysyttiin, miten he löytävät mieluisan ruokapaikan ja neljäsosa (24 %) vastaajista sanoin löytävänsä sen tuttavien ja muiden suositusten perusteella. Vastauksista kävi ilmi, että useammin naisille tuttavien ja muiden suositukset merkitsivät enemmän kuin miehille. Mitä suurempi perheen koko oli, sitä vähemmän tuttavien ja muiden suosituksilla oli väliä. Useat (19 %) vastaajista sanoivat menevänsä sinne vanhaan tuttuun paikkaan, jossa ovat ennenkin olleet. Tämän taas vastasivat useimmin miehet. Myös moni sanoo löytävänsä ruokapaikan Internetistä erilaisilta sivustoilta, kuin esimerkiksi www.eat.fi tai www.tripadvisor.com sivuilta. 11 prosenttia kertoo valitsevansa ensimmäisen vastaantulevan ravintolan sen enempää miettimättä ja 10 prosenttia sanoo etsivänsä sitä satunnaisesti esimerkiksi kaupungilla. Jotkut (9 %) sanoivat löytävänsä ruokapaikan helpoiten erilaisten mainosten, opasteiden ja esitteiden avulla. 6 prosenttia haluaa spontaanisti vain kokeilla uusia ruokapaikkoja. Useimmiten isot perheet olivat kokeilunhaluisia. Alla olevassa kuviossa nähdään miten vastaajat löytävät ruokapaikan kotimaan vapaa-ajan matkallaan (kuvio 12).

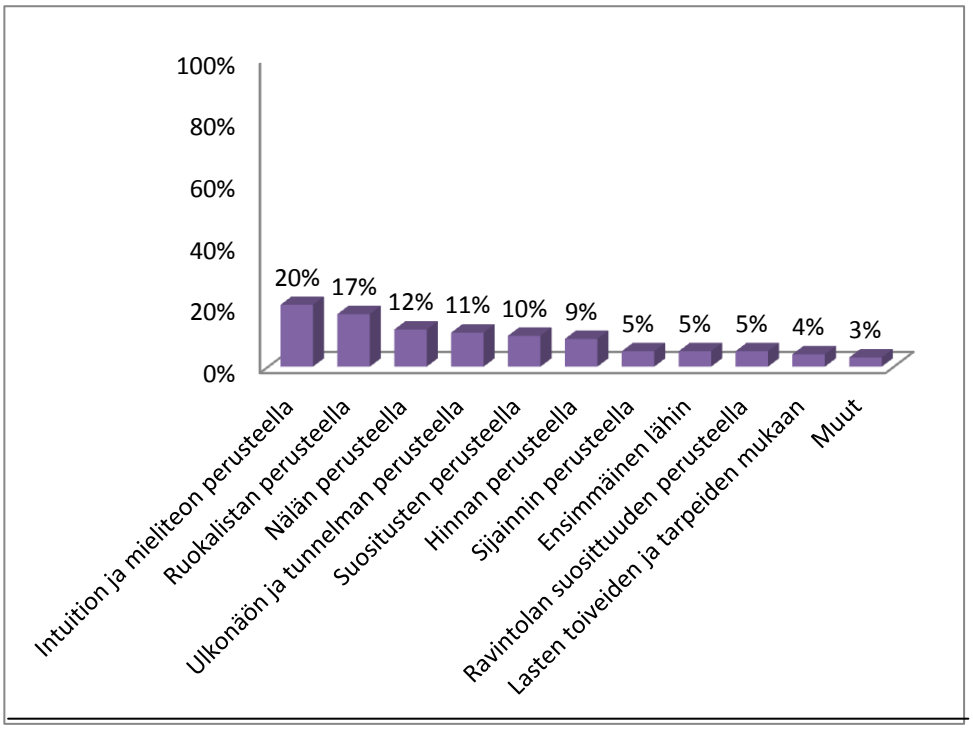


Kuvio 12. Miten suomalaiset löytävät ruokapaikan kotimaan vapaa-ajan matkalla. (N=101)

Viimeisenä ruokaan liittyvänä kysymyksenä oli, millä perusteella vastaaja valitsee ruokapaikan kotimaan vapaa- ajan matkalla. 20 prosenttia vastaajista valitsee sen intuition ja mieliteon mukaan. 17 prosentille ruokalista oli tärkeä kriteeri ruokapaikkaa valitessa. Ruokalista oli tärkeä kriteeri etenkin suurille perheille ja naisille. 12 prosenttia kertoi ruokapaikan valinnan riippuvan siitä, minkälainen nälkä sattui juuri sillä hetkellä olemaan.

> ”Nälän perusteella. Jos pieni nälkä, salaattipaikka käy. Jos kova nälkä, valitsen kunnollisen ruokapaikan”

Ulkonäkö ja tunnelma sekä suositukset ja hinta vaikuttavat vastaajien mukaan suunnilleen saman verran ravintolaa valittaessa. Ulkonäkö ja tunnelma olivat selkeästi tärkeämpiä naisille kuin miehille. Vähän vähemmän ravintolan valintaan vaikuttavat sijainti, ravintolan imago tai esimerkiksi lasten tarpeet ja toiveet. Alla olevassa kuviossa kuvataan asiakkaiden ravintolan valintaan vaikuttavia tekijöitä (kuvio 13).



Kuvio 13. Millä perusteella suomalaiset valitsevat ravintolan (n=98)

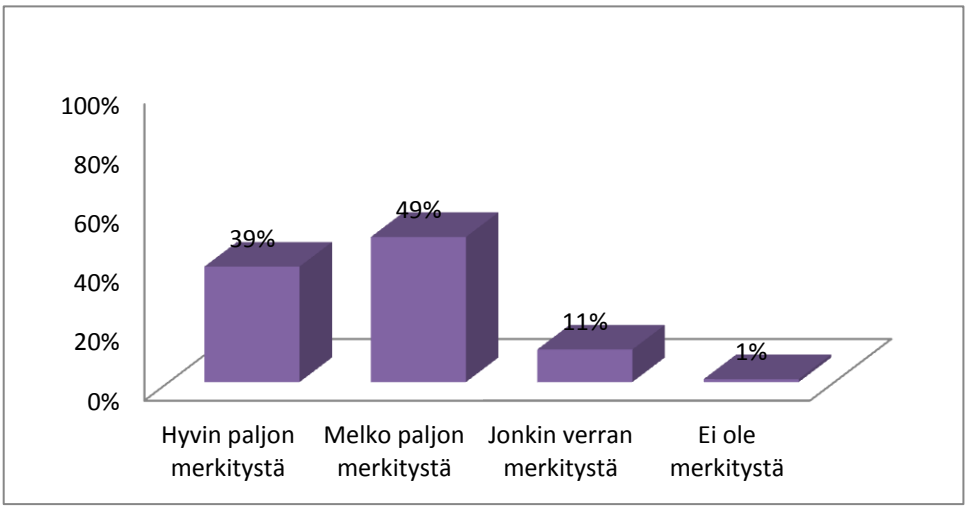
5.3 Ruoalla on melko paljon merkitystä kotimaan matkailijalle

Suomalaiset kotimaan matkailijat käyttävät ruoka- ja ravintolapalveluihin kotimaan vapaa-ajan matkoillaan keskimäärin 34 euroa päivässä per henkilö. Kotimaan matkalla käytetään vähintään 10 euroa ja enintään 100 euroa päivässä ruoka- ja ravintolapalveluihin (kuvio 14). Vähiten rahaa ruoka- ja ravintolapalveluihin käyttävät isot perheet. Mitä useampi henkilö perheessä on, sitä vähemmän rahaa per henkilö he käyttävät. Eniten käyttävät rahaa kahden hengen perheet, joissa ei vielä ole lapsia. Miehet ja naiset näyttävät kyselyn mukaan käyttävän suunnilleen saman verran rahaa ruoka- ja ravintolapalveluihin per päivä kotimaan vapaa-ajan matkoillaan.

	Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani
Kuinka paljon käytät rahaa ruoka- ja ravintolapalveluihin päivässä per henkilö kotimaan vapaa-ajan matkallasi?	10	100	34	30

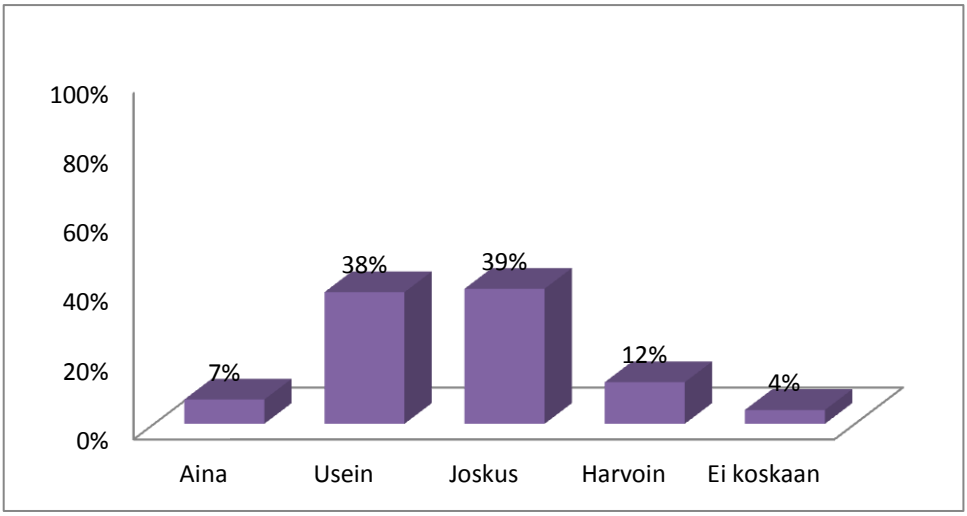
Kuvio 14. Rahan käytön tunnuslukuja kotimaan vapaa-ajan matkalla (n=98)

Kuviosta 15 on kuvattu sitä, kuinka paljon merkitystä ruoalla on vastaajalle kotimaan vapaa-ajan matkalla. Lähes puolet, eli 49 prosenttia kyselyyn vastanneista kertoi ruoalla olevan melko paljon merkitystä kotimaan vapaa-ajan matkallaan. 39 prosentille vastaajista ruoalla oli hyvin paljon merkitystä kotimaan matkalla. 11 prosentille ruoalla oli jonkin verran merkitystä ja ainoastaan 1 prosentille ruoalla ei ollut merkitystä (kuvio 15).



Kuvio 15. Ruoan merkitys kotimaan vapaa-ajan matkalla (n=100)

Kuviossa 16 esitellään tuloksia siitä, onko lähi- ja paikallisruoka vastaajille yksi ruokapaikan valintakriteeri kotimaan vapaa-ajan matkalla. Enemmistö, eli 39 prosenttia on vastannut lähi- ja paikallisruoan olevan joskus yksi ruokapaikan valintakriteeri. Seuraavaksi eniten, 38 prosenttia on vastannut lähi- ja paikallisruoan olevan usein yksi ruokapaikan valintakriteereistä. 12 prosenttia vastasi sen olevan harvoin valintakriteeri ja 7 prosenttia vastasi aina. Vain neljä prosenttia vastasi, ettei se ole koskaan yksi ruokapaikan valintakriteeri (kuvio 16).



Kuvio 16. Lähi- ja paikallisruoka yksi ruokapaikan valintakriteeri kotimaan vapaa-ajan matkalla (n=100)

5.4 Havainnointi Ravintola Salvessa ja Härmän kylpylän ravintolassa

Ravintola Salvessa havainnoitavia seurueita oli yhdeksän ja havainnoitavia ihmisiä oli yhteensä 20. Havainnoitavissa seurueissa oli keskimäärin 1–5 henkilöä. Useimmiten ihminen oli joko yksin tai kahdestaan jonkun toisen seurassa. Havainnoitavien henkilöiden keski-ikä oli noin 40 vuotta. Nuorin havainnoitava oli noin 25 vuotta ja vanhin noin 75 vuotta. Havainnoitavien henkilöiden ikä on arvio.

Havainnoitavat suosivat ruoan valinnassa ruokalistan suosikkeja, kuten erilaisia leikkeitä, salven lihapullia ja paistettua ahventa. Havainnoitavien ruoan valinnassa kiinnitin huomiota siihen, että kun kyseessä oli vähintään eläkeikäinen pariskunta, he molemmat ottivat aina saman annoksen. Kuudessa seurueessa yhdeksästä ruoan yhteydessä tilattiin

myös alkoholijuomia, kuten olutta tai viiniä. 20 havainnoitavasta ainoastaan yksi ihminen tilasi alkuruokaa. Alkuruokaa tilannut henkilö ruokaili ravintolassa yksin. Olutta tilattiin useimmiten silloin, kun ruokailtiin yksin tai kaksin. Olutta tilanneet olivat jokaisessa tapauksessa miehiä. Viiniä tilasivat useimmiten yli kolmen henkilön seurueet tai pariskunnat.

Seurueet kuluttivat rahaan noin 50 euroa per pöytä. Seurueet, missä oli enemmän ruokailijoita, kuluttivat enemmän rahaa. Yksi ruokailija käytti rahaa keskimäärin 25–35 euroa. Seurueet ruokailivat keskimäärin reilun tunnin ajan (1,25h). Pisimpään viihtyivät nuoret 25–35-vuotiaat kahden hengen seurueet, jotka ruokailivat ja seurustelivat ravintolassa noin kaksi tuntia. Lyhimpään viihtyi ravintolassa yksin ruokailleet, jotka selvisivät ravintolasta jopa puolessa tunnissa.

Härmän kylpylän ravintolassa havainnoitavana oli ainoastaan kolme seuruetta. Ravintolassa oli samaan aikaan pizza-buffet, jonka enemmistö valitsi ravintolan lähiruokamenun sijaan. Ensimmäiseen seurueeseen kuului kaksi noin 25-vuotiasta naista. Toisessa seurueessa oli noin 50-vuotias pariskunta ja viimeisessä seurueessa oli noin 30-vuotiaat vanhemmat ja heidän noin kaksi- ja neljävuotiaat lapsensa.

Ensimmäisen seurueen naiset söivät molemmat talon hampurilaisaterian ja joivat vettä. 50-vuotias pariskunta ottivat molemmat alkuun kaksi isoa olutta ja pääruoaksi talon pippuripihvin ja pullon punaviiniä. Kolmannen seurueen mies otti ruokajuomaksi ison oluen ja nainen ison siiderin. Lapsille tilattiin ruokajuomaksi pienet maidot. Perhe ei tilannut alkuruokia. Pääruoaksi mies tilasi pippuripihvin ja nainen tilasi opera pizzan. Vanhemmalle lapselle tilattiin makkaraperunat. Nuoremmalle ei tilattu mitään, vaan hänelle syötettiin pilttiä.

Ensimmäinen seurue kulutti noin 30 euroa rahaa, eli 15 euroa per henkilö. Toinen seurue kulutti yhteensä 85 euroa, eli 42,5 euroa per henkilö. Kolmannen seurueen lasku oli yhteensä 60 euroa. Jokainen seurue ruokailee ja seurustelee ravintolassa noin kahden tunnin ajan, myös lapsiperhe. Ravintolassa on lasten leikkipaikka, jossa kolmannen seurueen lapset viettävät suurimman osan ajasta.

6 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyöni tein osana HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun toteuttamaa RUOKA&MATKAILU-hanketta. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää suomalaisten tottumuksia, toiveita, haluja ja tapoja ruokailun suhteen kotimaan vapaa-ajan matkoillaan. Halusin myös selvittää, millainen merkitys lähiruoalla on kotimaan vapaa-ajan matkailijalle. Tavoitteenani oli saada sellaista tietoa, mitä Suoman matkailuyritykset voivat käyttää niiden ruoka- ja matkailutuotteidensa kehittämisessä. Tietoa voidaan hyödyntää myös esimerkiksi matkailumarkkinoinnissa ja ruokamatkailun kehittämisessä.

6.1 Vastaajien profiili

Kotimaanmatkailijat ovat tärkeä ja yllättävän suuri asiakassegmentti, joten Suomen matkailuyritysten tulisi ottaa myös heidän tarpeitaan huomioon. Kotimaanmatkailijat ovat myös aina jossain päin Suomea niitä paikallisia, joiden mielipiteellä on suomalaiselle kuin ulkomaisellekin matkailijalle paljon painoarvoa.

Tutkimuksen aineiston keräsin kyselyiden ja havainnoinnin avulla. Kyselyyn vastasi yhteensä 101 henkilöä, joista huomattavan suuri osa, eli 65 prosenttia oli naisia. Kyselyt suoritettiin siten, että menin paikan päälle tiedonkeruukohteeseen ja pyysin satunnaisesti ihmisiä vastaamaan kyselyyn. Voi olla, että suurin osa kyselyyn vastanneista oli naisia sen takia, että he useimmin suostuivat vastaamaan kyselyyn. Osa syynä saattaa olla myös siinä, että naiset useammin liikkuivat isommissa seurueissa keskenään, jolloin sain aina useamman vastauksen naiselta kerrallaan. Miehet liikkuivat useimmin joko yksin, kahdestaan tai perheensä kanssa. Usein myös kun kysyin perheeltä, niin heistä ainoastaan yksi, perheen äiti, vastasi kyselyyn. Vastaajien kotipaikkakunta oli useimmiten sama, tai ainakin hyvin lähellä, missä olin suorittamassa kyselyä. Tämä oli siitä huolimatta, vaikka pyrin valitsemaan sellaisia matkailukohteita, missä päättelin käyvän kotimaan matkailijoita ympäri Suomea. Voi olla, että kyselypaikan läheisen sijainnin takia se houkutteli useimmiten kuitenkin kyseisen paikkakunnan asukkaita. Yleisin perhekoko oli

kaksi henkilöä. Useimmiten kahden henkilön talous on pariskunta, joilla ei ole vielä lapsia. Saattaa, olla että he valikoituivat vastaajiksi usein sen takia, koska heillä oli enemmän aikaa keskittyä vastaamiseen, kuin perheillä joissa oli lapsi.

Eniten kotimaan vapaa-ajan matkoja vastasi tekevänsä 56–65-vuotiaat. Seuraavaksi eniten matkoja teki 26–35-vuotiaat. 56–65-vuotiaat ovat luultavasti osa eläkkeellä ja omat lapset ovat jo aikuisia, joten kotimaassakin ehditään ja jaksetaan matkustaa. Useimmat tämän ikäiset olivat vastanneet sukuloinnin sellaiseksi asiaksi mitä he tekevät, kun lähtevät kotimaan vapaa-ajan matkalle. 26–35-vuotiaat myös tapaavat sukulaisiaan sekä ystäviään kotimaan vapaa-ajan matkalla.

Tuloksista ilmenee, että auto on suosituin kulkuväline kotimaan vapaa-ajan matkalla. Kyselyssä sai valita kulkuneuvoista ne kaikki, joita käyttää kotimaan- vapaa-ajan matkallaan. Auto on luultavasti suosittu sen takia, että Suomi on pinta-alaltaan melko pieni maa ja kotimaassamme on erinomainen tieverkosto. Autoilijoille on teiden varsilla tarjolla myös runsaasti palveluita. Esimerkiksi perheellisille auto on luultavasti helpoin kulkuväline, sillä sen avulla pystyy matkustamaan omin ehdoin ja lähdöt sekä tauot pidetään silloin kun on tarve. Samat syyt lienevät myös muilla autolla liikkuvilla. Junat ja bussit ovat todennäköisesti niiden suosiossa, joilla ei ole ajokorttia ja niillä jotka joutuvat matkustamaan pitkän matkan yksin. Myös iäkkäät ihmiset suosivat enemmän julkisia kulkuneuvoja, sillä autoilu on heille liian raskasta. Autoteiden varsilla siis liikkuu suurin osa kotimaan vapaa-ajan matkailijoista, jonne kannattaisi keskittää myös ruoka- ja ravintolapalveluita.

Yleisin asia mitä kotimaan vapaa-ajan matkoilla tehdään, on sukulaisten ja ystävien tapaaminen, mikä mielestäni oli odotettavissa oleva tutkimustulos. Kotimaassa monella ihmisellä asuu ympäri Suomea sukulaisia ja tuttavia, joten kotimaan matka suuntautuu usein heidän luokseen. Jos matkan pääosallinen syy ei ollut sukulaisten ja ystävien tapaaminen, usein kuitenkin matkan jossain vaiheessa käydään kyläilemässä joko tuttuja tai sukulaisia. Myös mökkeily oli suosittu tekeminen kotimaan vapaa-ajan matkalla.

6.2 Ruoan nykyiset trendit näkyvät tuloksissa

Tutkimustuloksista ilmeni, että suurin osa vastaajista haluaa mieluiten syödä terveellistä koti- tai ravintolaruokaa. Mielestäni tutkimustulos oli sinänsä hiukan yllättävä, sillä en odottanut ruoan terveellisyydellä olevan niin paljon painoarvoa vapaa-ajan matkalla. Aiemmasta tutkimuksesta (Consumer lifestyles 2012, 1-5) ilmenee, että ruoan terveellisyydellä on nykyään yhä enemmän merkitystä suomalaisille, mutta yllättävää on se, että siihen halutaan selkeästi kiinnittää huomiota myös lomaillessa. Jinkyung Choi ja Jinlin Zhao (2010) olivat tutkineet ravintolan valintaan vaikuttavia tekijöitä ja noin 60 % vastaajista oli kertonut ruoan terveellisyydellä olevan merkitystä ruokapaikan valinnassa. Tämä tukee saamani tutkimustulosta siitä, että suomalaiset kotimaan vapaa-ajan matkailijat haluavat syödä terveellistä ruokaa. Terveellisyys saattaa korostua vastauksissa myös sen takia, että enemmistö vastaajista oli naisia.

Useat vastaajista myös kertoivat haluavansa syödä luomuruokaa, paikallista ruokaa tai kotimaista ruokaa. Tutkimuksessa Consumer lifestyles (2012) myös kerrotaan suomalaisten kiinnittävän yhä enemmän huomiota ruoan alkuperään ja eettisyyteen. Toisaalta osa vastaajista kertoi haluavansa syödä helppoa ja nopeaa ruokaa. Ruokailun toivottiin sujuvan vaivattomasta sen enempää miettimättä. Suuriperheiset ja nuoret 18–25-vuotiaat vastasivat eniten haluavansa syödä pikaruokaa tai helppoa ja nopeaa ruokaa. Suurten perheiden pitää luultavasti budjetin takia pyrkiä syömään mahdollisimman halvalla ja suuren joukon takia ravintoloissa käyminen voi olla vaivalloista, aikaa vievää ja kallista. Nuoret vastaajat saattavat suosia pikaruokaa myös sen edullisuuden takia. Nuoret eivät myös välttämättä halua kuluttaa liikaa aikaa ruokailuun. Toisaalta pitää ottaa huomioon myös se, että kaikilla ei ole varaa valita tarjolla olevista elintarvikkeista omaan maailman katsomukseensa sopivimpia tuotteita kuten lähi- tai luomuruokaa, vaan joutuu tyytymään edullisempiin vaihtoehtoihin (Mäkelä 2010,12).

Luulen, että vastaajat välillä myös vastasivat vallitsevan trendin mukaan, terveellistä ruokaa tai lähi- ja luomuruokaa, vaikka käytäntö ei sitä tarkoittaisikaan. Kyselyssä oli kuitenkin tarkoitus selvittää minkälaista ruokaa matkailijat haluaisivat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallaan. Sellaista ruokaa arvostetaan nykyään ja sellaiselle ruoalle olisi selvästi kysyntää myös kotimaan matkailussa. Edellisissä tutkimuksissa on selvitetty

ruoan merkitystä kotimaan matkailussa ja todettu sen suuren merkityksen kohteen vetovoimatekijänä. López-Guzmán, Tomás, Sánchez-Canizares ja Sandra (2012) tutkivat ruokamatkailua Cordobassa ja totesivat paikallisella ruoalla olevan merkittävää painoarvoa matkakohteen kilpailutekijänä.

Vastaus ”ravintolaruokaa” siihen minkälaista ruokaa halutaan syödä saattaa kuulostaa leväperäiseltä ja liian moniulotteiselta vastaukselta, mutta mielestäni se kertoo paljon. Se kertoo muun muassa sen, että lomalla halutaan vapaata ruoanlaitosta ja luksusta arkeen. Lomalla halutaan selvästi nauttia ruoasta eikä se ole pelkästään päivittäistä ravintoa.

Kysymykseen missä halutaan syödä, selkeä enemmistö (59 %) vastasi ravintolassa. Ainoastaan 12 % vastaajista sanoi haluavansa syödä pikaruokaravintolassa. Suurin osa vastaajista näyttäisi haluavan ruokailun olevan arkiruokailusta poikkeavaa. Useammassa vastauksessa toistuu asiat kuten siisteys ja paikallisuus. Uskon, että ihmiset antavat paljon painoarvoa ravintolan siisteydelle, sillä se kertoo ravintolan tasosta yleensä paljon. Frank Cullen (2004) tutki ravintolan valintaan vaikuttavia tekijöitä Dublinissa ja tutkimuksessa ravintolan siisteys oli sijalla viisi kun listattiin valintaan liittyviä tärkeimpiä kriteereitä. Tutkimustulokseni siis tukevat Cullenin (2004) aiemmin saamia tutkimustuloksia.

Useat vastasivat myös haluavansa syödä paikallisessa ravintolassa. Kotimaan matkailijat syövät siis mielellään paikallista ruokaa. Paikallisuudella vastaajat saattavat tarkoittaa joko ainoastaan paikallista ravintolaa tai paikallista ravintolaa, jossa tarjoillaan paikallista ruokaa. Paikallinen ruoka koetaan merkitykselliseksi luultavasti sen takia, että paikallisen ruoan kautta matkailijat arvioivat koko matkakohteen laatua ja voivat muodostaa käsityksiä matkakohteesta pelkän ruoan kautta (Maa- ja metsätalousministeriö 2013). Lähiruokaselvityksen (2012) mukaan ruokamatkailu on kasvamassa. Matkailijat ovat ymmärtäneet, että ruokamatkailu ja makuaisti tarjoavat mahdollisuuden tutustua paikallisiin elämäntapoihin ja kulttuureihin eritavalla kuin tavallinen matkailu. Ruokamatkailu on siis nouseva trendi ja tästä syystä maakuntien tulisi nähdä paikallisruoka mahdollisuutena oman maakuntansa profiloimiseen matkailukohteena. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013.)

Ruokapaikka löydettiin useimmiten tuttavien ja muiden suositusten tai vanhojen tottumusten perusteella tai Internetistä. 24 % vastaajista kertoi löytävänsä ravintolan muiden suositusten perusteella. Tämä tarkoittaa mielestäni sitä, että mitä enemmän hyviä ravintolakokemuksia ravintola asiakkaalleen tarjoaa, sitä enemmän se houkuttelee itselleen asiakkaita. Ainoastaan yhden, asiakkaan näkökulmasta epäonnistuneen ravintolakokemuksen ansiosta ravintola saattaa menettää kymmeniä asiakkaita. Sama asia pätee mielestäni myös siihen, miksi vanhojen tottumusten perusteella mennään aina uudelleen samaan paikkaan. Tässä tapauksessa asiakaskokemus ei välttämättä ole niin tulen arka, sillä asiakas on kokenut ruokapaikan jo aiemmin hyväksi. Asiakas saattaa ikään kuin antaa ravintolan tekemät virheet helpommin anteeksi. Vakiopaikkojen takia ravintoloiden tulisikin keskittyä houkuttelemaan mahdollisimman paljon uusia asiakkaita. Laaja kanta-asiakasryhmä on ravintolalle unelmatilanne. Tuloksista ilmeni erikoinen ristiriita sen suhteen että vastausten mukaan miehet löytävät ruokapaikan useammin vanhojen tottumusten perusteella kuin naiset, mutta samaan aikaan ovat myös innokkaampia kokeilemaan uusia ruokapaikkoja kuin naiset.

Monet vastaajista kertoivat löytävänsä ruokapaikan Internetistä. Internetistä se löydettiin hakupalvelu Googlen tai esimerkiksi Eat.fi- sekä Tripadvisor.fi sivustoilta. Yhä useampi matkailija käyttää nykyään Internetiä hyväkseen löytääkseen ruokapaikan, eikä käyttäjien määrä ole ainakaan vähentymässä. Internetiin on nykyään helppo päästä melkein mistä vain lisääntyvien mobiililaitteiden ansiosta, kuten matkapuhelimien ja tabloid- tyyppisten laitteiden avulla. Melkein kaikilla on nykyään Internet-palvelu puhelimessa, joten nettiin päästään vaivattomasti esimerkiksi myös tien päällä tai kaupungilla liikkuessa. Kun nälkä iskee, etsitään puhelimella houkutteleva ruokapaikka ja mennään sinne. Mitä helpommin paikka löytyy mobillilaitteilla, sitä todennäköisemmällä syyllä asiakkaatkin löytävät sinne kotimaan vapaa-ajan matkallaan.

Ravintolan valintaan vaikuttivat tutkimukseni mukaan eniten intuitio ja mieliteko, ruokalista sekä nälän suuruus. Intuitio ja mieliteko ovat mielestäni odotettava tutkimustulos. Kun ollaan vapaa-ajan matkalla, ei syömistä välttämättä suunnitella liikaa. Syömistä mietitään vasta nälän tullen ja ravintola valitaan mieliteon mukaan. Ruokalista menee mielestäni samaan kategoriaan mieliteon mukaan. Ruokalistaa vilkaistaan ja päätetään

olisiko siellä jotain itselleen sopivaan. Ruokalistalla oli tutkimustulosten mukaan eniten merkitystä isoille perheille ja naisille. Nämä molemmat saattavat selittyä sillä, että ruokalistalta tulisi löytyä jotain sopivaa myös perheen pienimmille. Naiset saattavat yleensä huolehtivat lasten syömisestä. Erikoista oli se, että hinta ei näyttänyt olevan yksi tärkeimmistä kriteereistä ravintolaa valittaessa. Frank Cullenin (2004) tutkimuksessakin hinnalla oli ainoastaan silloin merkitystä, kun ravintolaan mentiin arkena vaihtoehtona ruoanlaitolle.

Jos hinnalla ei ollut vastaajien mukaan suurta merkitystä ravintolan valinnassa, minua ihmetyttää se, miten vähän rahaa ruokailuun keskimäärin käytetään per päivä. Vastausten mukaan rahaa käytetään päivässä per henkilö noin 34 euroa. Tämä luku on kaikkien vastausten keskiarvo. Voi olla, että vastaajat eivät tajunneet sisällyttää lukuun kaikkia päivän aikana käytettyjä ruoka- ja ravintolapalveluita, vaikka kyselyssä pyydettiin.

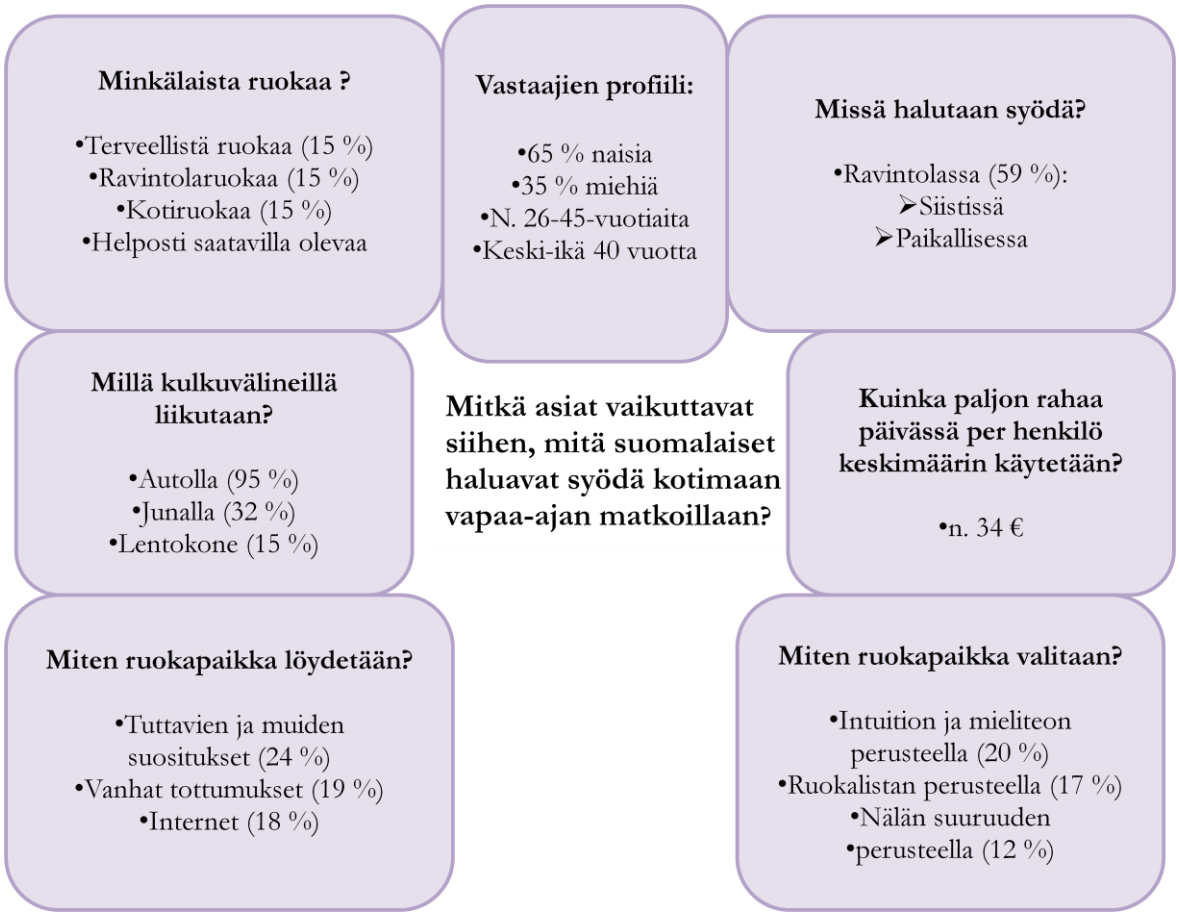
Tutkimuksen mukaan ruoalla on hyvin paljon tai melko paljon merkitystä vapaa-ajan matkalla, mikä mielestäni oli odotettava tutkimustulos. Etenkin kun ruokamatkailu on kasvamassa ja ruoan laatuun sekä alkuperään kiinnitetään yhä enemmän huomiota. Lähi- ja paikallisruoka oli yksi ruokapaikan valintakriteeri usein tai joskus. Tämä mielestäni viittaa myös ruokamatkailun kasvuun ja ruoan kautta koettujen elämyksien lisääntyneeseen suosioon. Paikallisruoka koetaan elämykselliseksi ja sen arvoa on alettu ymmärtämään. Sitä halutaan lisääntyneessä määrin tukea myös kotimaan vapaa-ajan matkalla. Lähiruokaselvityksen (2012) mukaan kaikesta Suomessa syötävästä ruoasta kahdeksan prosenttia on lähi- ja paikallisruokaa. Erikoista mielestäni on kuitenkin se, että osa niistä jotka vastasivat haluavansa syödä pikaruokaa, vastasivat myöhemmin lähi- ja paikallisruoan olevan yksi ruokapaikan valintakriteeri ja ruoalla oli heille suuri merkitys kotimaan vapaa-ajan matkalla. Tämä saattaa toisaalta viitata siihen, että kyseisten ihmisten arvomaailma on erilainen, kuin miten he käytännössä toimivat. Lähi- ja paikallisruokaa saatetaan arvostaa, mutta keinoja sen tukemiseksi on vaikea toteuttaa. Voi olla, että osa kokee sen liian kalliiksi budjetilleen tai vaikeasti saatavilla olevaksi.

6.3 Johtopäätöksiä havainnoinnista

Havainnointiosuudesta saamani tulokset jäivät melko suppeiksi. Koska oli arkipäivä, Ravintola Salvessa ihmiset eivät sen takia luultavasti käyttäneet merkittävästi alkoholia ruokaillessa. Ravintola Salvessa ei ollut myös ainoatakaan lasta. Luultavasti nämä johtuivat havainnoinnin ajankohdasta, sillä Ravintola Salve on suosittu paikallinen ravintola helsinkiläisten keskuudessa ja he luultavasti suosittelisivat sitä kysyttäessä. Härmän kylpylässä havainnointini jäi vähäiseksi sen takia, että siellä tarjoiltiin samaan aikaan pizzabuffet. Pizzabuffetissa ei ollut erikseen mainintaa kylpylän ravintolan Internetsivuilla, joten en tiennyt siellä olevan sellaista. Johtopäätökseksi tästä kuitenkin voin vetää sen, että sillä hetkellä kotimaan matkailijoita kiinnosti enemmän edullinen ja helposti saatavilla oleva pizzabuffet, kun ravintolan lähiruokamenu.

6.4 Matkailuyritysten ruoka- ja matkailutuotteiden kehittämisehdotukset

Alla olevassa kuviossa (kuvio 17) on koottu ne keskeisimmät asiat, mitkä vaikuttavat siihen, mitä, missä ja miten suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallaan. Näitä asioita kannattaa suomen matkailuyritysten tarkkailla, sillä kuviosta he saavat ehkä neuvoja ja vinkkejä ruoka- ja matkailupalveluidensa kehittämiseksi. Suomalaiset haluavat syödä terveellistä koti- ja ravintolaruokaa mieluiten siistissä paikallisessa ravintolassa. Suomen ravintola- ja matkailuyritysten kannattaisi kehittää ruokatuotettaan siten, että ruokalistalta löytyisi runsaasti terveellisiä annosvaihtoehtoja. Ruoan ei tarvitse kotimaan vapaa-ajan matkailijoiden mielestä olla kovin monimutkaista, vaan yksinkertaisuuskin käy. Siisteys kertoo asiakkaalle ravintolan tasosta, joten ravintolan siististä ensivaikutelmasta tulisi pitää huolta. Paikallisuus vetää kotimaan matkailijoita puoleensa, joten paikallinen omaleimaisuus olisi varmasti valttia.



Kuvio 17. Mitkä asiat vaikuttavat siihen, mitä suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallaan.

Ravintolan he löytävät tuttavien ja muiden suositusten avulla, vanhojen tottumusten perusteella tai Internetistä. Hyvään asiakaspalveluun siis kannattaa panostaa ja pitää huoli siitä, että asiakas lähtee tyytyväisenä ravintolasta. Jos sattuu virheitä, mieluummin hyvittää liikaa kun liian vähän. Kanta-asiakkaistaan tulee myös aina pitää hyvää huolta. Ruoka- ja matkailupalveluiden tarjoajien kannattaa pitää huoli siitä, että he löytyvät vaivattomasti Internetistä myös mobiililaitteilla. Ruokapaikka loppujen lopuksi valitaan intuition ja mieliteon sekä ruokalistan perusteella riippuen onko iso vai pieni nälkä. Koska kotimaan matkailijat liikkuvat useimmiten autolla, ravintolat sijaitsevat luultavasti sellaisen matkan päässä, mihin autolla helposti pääsee. Järkevää olisi myös keskittää ruoka- ja ravintolapalveluita isojen maanteiden tai ainakin yleisimmin käytettyjen teiden varsille. Esimerkkiyrityksistä ravintolaketju ABC- on todennäköisesti onnistunut muun muassa oikein sijoitettujen myymälöidensä ansiosta. Kotimaanmatkailijat käyttävät ruoka- ja ravintolapalveluihin keskimäärin 34 euroa päivässä per henkilö, joten kannattaa panostaa mieluummin edulliseen hinta-laatusuhteeseen, kuin tarjota liian kalliita luksus-

tuotteita. Edellä mainitut asiat olivat saaduista tutkimustuloksistani tekemiäni johtopäätöksiä.

6.5 Työn luotettavuus

Kaikissa tutkimuksissa tulisi myös arvioida niiden luotettavuutta. Tässä opinnäytetyössä on käytetty kahta eri tutkimusmenetelmää, määrällistä ja laadullista, joten luotettavuutta tulee tarkastella molemmista näkökulmista. Määrällinen tutkimusmenetelmä oli kyselylomake, johon vastasi 101 henkilöä. Kyselylomakkeessa oli kuitenkin suljettujen kysymysten lisäksi myös avoimia kysymyksiä. Avoimet kysymykset viittaavat laadulliseen tutkimusmenetelmään, sillä analysointivaiheessa vastaukset analysoidaan käyttämällä laadullisen tutkimuksen analysointimenetelmää, ryhmittelyä. Varsinaisesti laadulliseen tutkimukseen opinnäytetyöni viittaa siinä, että toisena aineiston keruumenetelmänä oli havainnointi. Varsinainen laadullisen tutkimuksen menetelmä työssäni oli kuitenkin havainnointi.

Määrällisen tutkimuksen luotettavuutta yleensä mitataan tarkastelemalla sen validiteettia ja reliabiliteettia. Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksessa sitä, että onko tutkimusongelmaan saatu vastaus ja reliabiliteetilla tutkimuksen pysyvyyttä ja toistettavuutta. Nämä muodostavat yhdessä mittarin kokonaisluotettavuuden. Edellä mainittujen lisäksi luotettavuutta tarkastellaan myös sellaisten asioiden valossa, kuten onko esimerkiksi kyselyn aineiston käsittelyssä tapahtunut huolimattomuusvirheitä. (Tuomi 2007, 149–150).

Tutkimukseni on validi, sillä päätutkimusongelmaan ja alaongelmiin on tutkimuksessa saatu vastaus. Kyselylomakkeen kysymykset oli mielestäni suunniteltu hyvin saadakseni haluamani vastaukset. Oli myös viisasta tehdä kyselylomakkeeseen avoimia kysymyksiä, sillä näin kysely ei ollut liian johdatteleva ja ihmisten haluista voitiin saada ensikäden tietoa. Kysely oli avointen vastausten takia haastavampi analysoida, mutta mielestäni se kannatti ja haluttuja vastauksia saatiin. Toisaalta kyselylomakkeen muokkaamisella olisi voitu saada joihinkin kysymyksiin tarkempia vastauksia. Esimerkiksi kysyttäessä ”Missä haluat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallasi?” olisi voitu saada tarkempia vastauksia, jos olisi pyydetty mahdollisimman tarkkaa vastausta.

Tutkimukseni reliabiliteetti ei luultavasti ole paras mahdollinen. Tulokset riippuvat luultavasti talouden tilanteesta ja vallitsevista trendeistä. Toisaalta jos tutkimus toteutettaisiin uudestaan jo ensi kesänä, tutkimustulokset olisivat luultavasti samankaltaisia. Kyselylomakkeeni on mielestä uudelleen käytettävissä, sillä sen avulla saatiin vastaus tutkimusongelmaan. Toisaalta reliabiliteettia parantaa se, että olen tehnyt tarkan kuvauksen tutkimuksen etenemisestä ja sitä noudattamalla tutkimus pystyttäisiin toistamaan uudelleen. Tutkimukseni on siinä mielessä luotettava, että aineisto on käsitelty ja analysoitu huolella. Luotettavuutta saattaa taas heikentää analysointi- ja tiedonkeruu ohjelma Webropol, joka saattoi pyöristää joitain vastauksia väärin.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta mitataan eri tavalla kuin, määrällisen. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden mittaamisessa puhutaan muun muassa uskottavuudesta tai vastaavuudesta, siirrettävyydestä, luotettavuudesta, varmuudesta, riippuvuudesta, vakiintuneisuudesta tai vahvistettavuudesta. (Tuomi 2007, 149–150).

Laadullisesti tutkimukseni oli luotettava ainakin kyselylomakkeen avointen kysymysten osalta. Mietin tarkkaan ryhmittelyperusteitani ja mielestäni päädyin oikeisiin tapoihin ryhmitellä vastauksia. Toisaalta tuloksista olisi saatu tarkempia, jos vastaukset olisivat olleet tarkempia. Luotettavuutta lisää eniten se, että olen kuvannut tarkasti sen, miten tutkimus tehtiin. Havainnointi laadullisena tutkimuksen osana olisi mielestäni voinut onnistua paremmin. Jotta havainnointi tutkimuksen osana olisi ollut tarpeeksi luotettava, olisi havainnoitavia pitänyt olla paljon enemmän. Havainnoinnin tarkoituksena oli saada todenmukaisempaa tietoa siitä, mitä ihmiset oikeasti kotimaan vapaa-ajan matkoillaan syövät, kuin kyselylomakkeen avulla. Nyt tutkimuksen tulokset jäivät sen verran pieniksi, etteivät ne ole tarpeeksi luotettavia tukemaan kyselyn tuloksia. Jälkikäteen katsottuna olisin tehnyt havainnoinnin toisin. Ensinnäkin olisin varannut sille enemmän aikaa. Toisekseen minun olisi kannattanut soittaa havainnointipaikkoihini etukäteen. Soittamalla olisin voinut varmistaa ravintoloiden yhteistyön kanssani havainnoinnin suhteen.

Tutkimukseni kokonaisluotettavuutta kuitenkin tukee se, että minulla on kaksi eri tutkimusmenetelmää, joiden oli tarkoitus tukea toisiaan. Kahden eri tutkimusmenetelmän yhdistämistä kutsutaan yksinkertaiseksi triangulaatioksi. Tarkoituksena on siis saada

työlle moninäkökulmaisuutta ja paradigmaisuutta. Tällä ilmiöllä voidaan myös aikaan saada sitä, että eri tutkimusmenetelmillä saadaan samoihin kysymyksiin erilaisia vastauksia. (KvaliMOTVb 2012).

Jatkotutkimusaiheet voisivat liittyä syvemmin tutkimaan lähi- ja paikallisruoan merkitystä kotimaan matkailussa. Tässä tutkimuksessa aihetta ainoastaan sivutaan, mutta olisin esimerkiksi itse kiinnostunut tekemään ja tietämään lisää kyseisestä aiheesta.

6.6 Oman työn arviointi

Tämän opinnäytetyön tekeminen oli iso ja raskas prosessi, mutta samalla inspiroiva ja motivoiva. Koin ehdottomasti tämän opinnäytetyön tietoperustan kirjoittamisen työn raskaimmaksi osuudeksi. Tietoperustan kirjoittamiseen toi haasteita se, että kirjoitin sen vasta sen jälkeen, kun tutkimusaineisto oli hankittu. Jos jälkeenpäin voisin jotain tehdä toisin, olisin jättänyt koko syksyn aikaa aineiston käsittelylle ja hoitanut tietoperustan kirjoittamisen keväällä. Ainoastaan olosuhteiden pakottamana työntekojärjestys oli suoritettava näin, koska sain opinnäytetyön aiheen vasta toukokuussa ja aineistoa piti lähteä keräämään jo kesäkuussa. Tietoperustan kirjoittamisessa haasteelliseksi itselleni huomasin lähteiden etsimisen. Aikaisempien tutkimusten etsiminen osoittautui minulle haasteellisemmaksi kuin olin arvellut. Tämän työn aikana olen kuitenkin kehittynyt todella paljon lähteiden etsimisen suhteen.

Tyytyväinen olen myös kyselylomakkeeseeni, sillä sen avulla sain haluttuja vastauksia tutkimusongelmiin. Kyselylomake oli mielestäni riittävän pitkä, mutta napakka. Kesällä kohtaamistani yksityiselämäni haasteista huolimatta tiedonkeruumatkoja oli hauska tehdä ja ne sujuivat kivuttomasti.

Aineiston analysointi oli mielestäni yksi työn mielekkäimpiä osioita. Näin paljon vaivaa taulukoiden ja kuvioiden tekemiseen ja avointen kysymysten ryhmittelyyn. Mielestäni olen esittänyt keskeisimmät tutkimustulokset ja havainnollistanut niitä erilaisin kuvioin. Johtopäätösten tekeminen ja kirjoittaminen oli ehdottomasti opinnäytetyön palkitsevin osio. Siinä osiossa sain kirjoittaa kaikki ne ajatukset päästäni ja erilaisilta muistilapuilta kokonaisuudeksi, joita olen miettinyt kesän alusta, aineiston keruusta lähtien. Mielestäni

onnistuin esittämään ratkaisuja Suomen matkailuyritysten ruoka- ja matkailutuotteen kehittämiseksi.

Lähteet

Choi, J. & Zhao, J. 2010. Factors Influencing Restaurant Selection in South Florida: Is Health Issue One of the Factors Influencing Consumers' Behavior When Selecting a Restaurant? Journal of Foodservice Business Research, 13, 3. p. 237–251.

Consumer lifestyles 2012. Consumer Lifestyles in Finland. Eating habits. Luettavissa: http://www.portal.euromonitor.com/Portal/Handlers/accessPDF.ashx/Consumer_Lifestyles_in_Finland.pdf?c=31\PDF\&f=X-197895-21086831.pdf&saveAsName=Consumer_Lifestyles_in_Finland&code=lZMu7O45N4CYLOLr7jvVGH/9elo%3d. Luettu: 1.10.2013.

Cullen, F. 2004. Factors Influencing Restaurant Selection in Dublin. Journal of Food Service Business Research, 7. 2, p. 53–85.

Fullagar, S., Markwell, K. & Wilson, E. 2012. Slow Tourism. Experiences and Mobilities. Channel View Publications. Bristol.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2013. MyNet. Opiskelu. Opinnäytetyö, AMK. Ohjeet raportointiin ja menetelmiin. Opinnäytetöiden sisältö- ja menetelmä ohje. Luettavissa: https://mynet.haaga-helia.fi/fi/opiskelu/opinnaytetyo-amk/raportointiohjeet/Pages/default.aspx. Luettu 10.8.2013.

Havas, K & Jaakonaho, K. 2013. Evästä Matkailuun. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Multiprint Vantaa.

Hu, X-b., Su, Q. & Zhang, Y-s. 2012. Research into the Motivations and Contents of Domestic Tourists. Luettavissa: http://ezproxy.haaga-helia.fi:2184/ehost/detail?vid=3&sid=7c14bf28-033d-4ef9-9923-4c04804fc29a%40sessionmgr113&hid=128&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=hjh&AN=83767919. Luettu: 28.10.2013.

Kurunmäki, S., Ikäheimo, I., Syväniemi, A-M. & Rönni, P. 2012. Lähiruokaselvitys Ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012-2015. Luettavissa: http://www.mmm.fi/attachments/mmm/julkaisut/muutjulkaisut/65w1I3c5F/Lahiruokaselvitys_valmis.pdf. Luettu: 10.9.2013.

KvaliMOTVa 2012. Sisällönanalyysi. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html. Luettu: 23.11.2013.

KvaliMOTVb 2012. Triangulaatio. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_4.html. Luettu: 20.11.2013.

Maa- ja metsätalousministeriö 2013. Lähiruokaa –tottakai. Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Juvenes Print.

MARA 2013. Hotelli- ja ravintola-alan taskutilasto 2012. Luettavissa: http://www.mara.fi/ext/cms3/attachments/taskutilasto-2012.pdf. Luettu 11.11.2013.

Mäkelä, J. 2010. Ruoan kulutuksen tulevaisuus. Maa- ja metsätalousministeriö. Helsinki. Luettavissa: http://www.mmm.fi/attachments/mmm/tiedotteet/5qZTFTgQg/Huomisen_ruoka_-_kansallisen_ruokastrategian_taustaraportti.pdf. Luettu: 28.10.2013.

Mäkelä, J., Lillebo, K. & Lammi, M. 2011. Nordic Young health: Possibilities and barriers for new, healthy concepts in the fast food sector. Nordic Innovation. Oslo. Luettavissa: http://www.nordicinnovation.org/Global/_Publications/Reports/2012/2011_04%20Nordic%20YoungHealth_web.pdf. Luettu: 28.10.2013.

Lee, C-F., Ou, W-M. & Huangi, H-I. 2009. A Study of Destination Attractiveness through Domestic Visitors' Perspectives: The Case of Taiwan's Hot Springs Tourism Sector. Luettavissa: http://ezproxy.haaga-helia.fi:2184/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7c14bf28-033d-4ef9-9923-4c04804fc29a%40sessionmgr113&vid=4&hid=128. Luettu: 28.10.2013.

López-Guzmán, Tomás, Sánchez-Canizares & Sandra. 2012. Culinary tourism in Cordoba (Spain). British Food Journal 114.2. s. 168–179.

Parkkinen, K. & Sertti P. 2006. Avain ravitsemukseen. 2. painos. Otava. Helsinki.

Ravintola Salve 2013. Ruokalista. Luettavissa:
http://www.ravintolasalve.fi/ruokalista2011.html. Luettu: 19.9.2013.

RUOKA & MATKAILU 2013. Mistä on kyse. Luettavissa
http://ruokajamatkailu.wordpress.com/mista-kyse/. Luettu 8.5.2013.

Ruoka-Suomi 2013. Lähiruoka ja luomuohjelmien erikoisnumero 3. Luettavissa:
http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/lehti/tiedote-3-2013.pdf. Luettu: 16.9.2013.

Ruokatieto Yhdistys ry 2013a. Pohjoinen ulottuvuus. Ruokakulttuuri. Luettavissa:
http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/pohjoinen-ulottuvuus. Luettu: 18.10.2013.

Ruokatieto Yhdistys ry 2013b. Vieraasta omaksi. Ruokakulttuuri. Luettavissa:
http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/pohjoinen-ulottuvuus. Luettu: 18.10.2013.

Ruokatieto Yhdistys ry 2013c. Suomalaisten suosikkiruoat. Ruokakulttuuri. Luettavissa:
http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/pohjoinen-ulottuvuus. Luettu: 18.10.2013.

Tilastokeskus 2013a. Käsitteet ja määritelmät. Luettavissa:
http://www.stat.fi/til/smat/kas.html. Luettu: 23.9.13.

Tilastokeskus 2013b. Suomalainen matkustaa innokkaasti vapaa-ajallaan. Artikkelit. Luettavissa: http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-09-26_006.html. Luettu: 1. 10.2013.

Tilastokeskus 2013c. Käsitteet ja määritelmät. Luettavissa:
http://www.stat.fi/til/smat/kas.html. Luettu: 23.9.13.

Tuomi, J. 2007. Tutki ja lue. Johdatus tieteellisen tekstin ymmärtämiseen. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Tuorila, H., Parkkinen, K. & Tolonen, K. 2008. Aistit ammattikäyttöön. WSOY. Helsinki.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2011a. Toimialaraportti 9/2011. Matkailu. Luettavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1424/Matkailu_2011_web.pdf. Luettu 16.10.2013.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2011b. Toimialaraportti 9/2011. Matkailu. Luettavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1424/Matkailu_2011_web.pdf. Luettu 16.10.2013.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2011c. Toimialaraportti 9/2011. Matkailu. Luettavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1424/Matkailu_2011_web.pdf. Luettu 16.10.2013.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2011d. Toimialaraportti 9/2011. Matkailu. Luettavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1424/Matkailu_2011_web.pdf. Luettu 16.10.2013.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2011e. Toimialaraportti 9/2011. Matkailu. Luettavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1424/Matkailu_2011_web.pdf. Luettu 16.10.2013.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2011f. Toimialaraportti 9/2011. Matkailu. Luettavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1424/Matkailu_2011_web.pdf. Luettu 16.10.2013.

Uusi Härmän kylpylä 2013. À la Carte**.** Luettavissa: http://www.harmankylpyla.fi/alacarte4. Luettu: 29.9.2013.

Vilkka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki. s. 1,43.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Millaista ruokaa suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkoillaan?

Kyselyn tavoitteena on selvittää, mitä suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkoillaan. Tavoitteena on saada vastauksia seuraaviin ala-ongelmiin:

Millainen merkitys ruoalla on kotimaan vapaa-ajan matkailijalle?
Millainen merkitys lähi- ja paikallisruoalla on kotimaan vapaa-ajan matkailijalle?
Mitä kotimaan vapaa-ajan matkailija haluaa syödä matkallaan?
Missä kotimaan vapaa-ajan matkailija haluaa syödä matkallaan?

TAUSTATIETOKYSYMYKSET

1. Oletko vapaa-ajan matkalla?

○ Kyllä
○ En

2. Syntymävuosi

_____

3. Mikä on kotipaikkakuntasi?

_____

4. Sukupuoli

◯ Nainen

◯ Mies

5. Perheen koko

_____

6. Kuinka monta kotimaan vapaa-ajan matkaa teet keskimäärin vuodessa?

◯ 1-2

◯ 3-4

◯ 5-6

◯ 7-8

◯ 9-10

Muu, mikä?

◯ _____

7. Millä kulkuvälineillä matkustat kotimaan vapaa-ajan matkoillasi?

☐ Autolla

☐ Junalla

☐ Lentokoneella

☐ Moottoripyörällä

☐ Veneellä

Muu, mikä?

☐ _____

8. Mihin päin Suomea matkustat kotimaan vapaa-ajan matkoillasi?

☐ Etelä-Suomeen

☐ Lounais-Suomeen

☐ Länsi- ja Sisä-Suomeen

☐ Itä-Suomeen

☐ Pohjois-Suomeen

☐ Lappiin

9. Mitä asioita teet kotimaan vapaa-ajan matkoillasi?

_____

_____

_____

RUOKAAN LIITTYVÄT KYSYMYKSET

10. Minkälaista ruokaa haluat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallasi? Miksi?

_____

_____

_____

11. Missä haluat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallasi? Miksi?

_____

_____

_____

12. Miten löydät ruokapaikan kotimaan vapaa-ajan matkallasi?

_____

_____

_____

13. Miten valitset ruokapaikan kotimaan vapaa-ajan matkallasi? Miksi?

_____

_____

_____

RUOAN MERKITYS

14. Kuinka paljon käytät rahaa ruoka- ja ravintolapalveluihin päivässä per henkilö kotimaan vapaa-ajan matkallasi?

_____

Kommentoi seuraavia ruokailuun kotimaan vapaa-ajan matkalla liittyviä väittämiä.

15. Ruoka on minulle suuressa roolissa ja ruoan laadulla on minulle merkitystä kotimaan vapaa-ajan matkallani.

- ○ Hyvin paljon merkitystä
- ○ Melko paljon merkitystä
- ○ Jonkin verran merkitystä
- ○ Ei ole merkitystä
- ○ Muu, mikä?
  _____

16. Lähi- ja paikallisruoka on minulle yksi ruokapaikan valintakriteeri.

- ◯ Aina
- ◯ Usein
- ◯ Joskus
- ◯ Harvoin
- ◯ Ei koskaan

Muu, mikä?

- ◯ _____

Liite 2. Havainnointitaulukko

Havainnointitaulukko

Havainnoin avulla pyrin selvittämään, mitä suomalaiset haluavat syödä kotimaan vapaa-ajan matkallaan. Havainnoinnin avulla voin saada todellisempaa tietoa siitä, mitä kohderyhmä syö, kuin esimerkiksi kyselyn avulla.

Aion havainnoida sitä, minkälainen valikoima ravintoloissa ja muissa ruokapaikoissa on, mitä suomalaiset syövät, kenen kanssa he syövät ja kuinka kauan he syövät. Aion myös havainnoida, kuinka paljon rahaa he keskimäärin kuluttavat ruokailuun.

Tulen havainnoimaan eripuolella kesäistä Suomea, Helsingissä, Tampereella, Ala-Härmässä ja Porissa. Suoritan havainnointia kohteiden lähiympäristössä sijaitsevissa ruokailupaikoissa. Havainnointipaikoiksi pyrin valitsemaan sellaisia ruokailupaikkoja, joiden valikoimaan kuuluu sekä lähi- että paikallistuotteita.

	Helsinki/Ravintola Salve	Ala-Härmä/ Härmän kylpylä
Havainnointipaikan kuvaus	Ravintola Salve on yli sata vuotta vanha helsinkiläinen kalaravintola. Ravintola sijaitsee Helsingin Hietalahdessa Kampin kupeessa. Ravintola tarjoilee kotimaista tuoretta kalaa lähes päivittäin.	Härmän kylpylä sijaitsee Etelä-Pohjanmaalla Ylä-Härmässä. Härmän kylpylän yhteydessä on Härmän kuntokeskus. Härmän kylpylän linjaus on siis terveelliset elämäntavat. Ravintolan kolmesti vuodessa vaihtu-

		valta ruokalistalta löytyy monipuolinen valikoima lähialueella tuotetuista raaka-aineista valmistettuja ruokalajeja.
Päiväys ja kellonaika	16.6.2013 Klo 18.00-20.00	7.8.2013 Klo 18.30-
Mitä on tarjolla, millainen valikoima?	Ravintola Salven ruokalistalla on pääosin kalaa, mutta Salvella on myös laaja liharuokien valikoima. Salven suosituimmat annokset ovat Salven silakat ja Salven pannu.	Ravintola luonnehtii ruokalistaansa lähiruokamenuksi. Ruokalajit ovat siis valmistettu maakunnan omista raaka-aineista. Ruokalistan ruoille vaihtoehtona ravintolassa on iltaisin pizza- buffet.
Millainen asiakas, noin ikä, sukupuoli, seurueen koko?	Asiakas 1: Vanha pariskunta 70-80 vuotiaita Asiakas 2: Nuori pariskunta n. 30 vuotiaita, Vanhempi pariskunta n 50 vuotiaita, yksi n. 60 vuotias nainen	Asiakas 1: Kaksi n. 25 naista. Asiakas 2: Pariskunta n. 50-vuotiaita Asiakas 3: Aikuiset n 30- vuotiaita ja kaksi lasta n. 2 ja 4- vuotiaita.

	Asiakas 3: kaksi noin 40 vuotiasta miestä Asiakas 4: n. 30 vuotias mies Asiakas 5: kaksi n. 25 vuotiasta naista Asiakas 6: yksi n. 35-40 vuotias mies Asiakas 7: pariskunta n. 50- vuotiaita Asiakas 8: kaksi n. 25-30- vuotiasta naista Asiakas 9: yksi n. 25-30 vuotias nainen ja kaksi n. 25-30- vuotiasta miestä	
Mitä asiakas ostaa?	Asiakas 1: 2 x Wiener leike, 1 lasi punaviiniä Asiakas 2: 2x kos-	Asiakas 1: 2x Talon XL- hampurilaisateria ja vettä juomaksi

	kenlaskijan pihvi, 1 grillipihvi, 1 salven pannu, 1 paistettua ahventa, 1 pullo punaviiniä Asiakas 3: 1 lihapullat, 1 wieninleike, iso limu, 1 pullo valkoviiniä Asiakas 4: 1 pullo olutta, alkupala suolakurkut, salven silakat Asiakas 5: 2 x paistettua ahventa Asiakas 6: 1 pullo olutta, wienin leike Asiakas 7: 2 pullo olutta, 2 x pariloitua maksaa Asiakas 8: iso lohikeitto ja salven lihapullat Asiakas 9: 1 merellinen pyttipannu	Asiakas 2: 2x iso olut ja Agoston viinipullo, 2x talon pippuripihvi Asiakas 3: 1 iso olut, 1 iso siideri, 2 pientä maitoa, 4v. lapselle makkaraperunat, äidille operapizza ja isälle pippuripihvi

Minkä verran asiakas käyttää suunnilleen rahaa?	Asiakas 1: 60,00 € Asiakas 2: 157,50 € Asiakas 3: 40,60 € Asiakas 4: 32,60 € Asiakas 5: 49,40 € Asiakas 6: 25,50 € Asiakas 7: 51,20 € Asiakas 8: 33,70 € Asiakas 9:19,20 €	Asiakas 1: 30,00 € Asiakas 2: 85,00 € Asiakas 3: 60,00 €
Kauanko asiakas asioi? Mitä tekee?	Asiakas 1: Syövät keskustelematta keskenään n. 1 tunnin Asiakas 2: Syövät ja seurustelevat n. puolentoista tunnin ajan Asiakas 3: syövät	Asiakas 1: Syövät ja seurustelevat n. kahden tunnin ajan. Asiakas 2: Syövät ja seurustelevat n. kahden tunnin ajan. Asiakas 3: Syöttä-

	ja seurustelevat n. 45 minuutin ajan Asiakas 4: syö yksin ja ruokailee noin tunnin ajan Asiakas 5: syövät ja seurustelevat n. kahden tunnin ajan Asiakas 6: syö melko rivakasti n. 30 minuutin ajan Asiakas 7: syövät ja seurustelevat n. puolentoista tunnin ajan Asiakas 8: syövät ja seurustelevat pitkään n. kahden tunnin ajan Asiakas 9: yksi ihminen syö, muut ovat seurana. Viihtyvät n. puolentoista tunnin ajan	vät ensin lapset ja sitten syövät itse. Lapset leikkivät syötyään leikkipaikalla. Ruokailevat n. kahden tunnin ajan.