

Tiia-Maria Tuominen

PERINNERUOKA JA RUOKAELÄMYKSET SATAKUNNAN  
RUOKAMATKAILUSSA

Matkailun koulutusohjelma  
2017

Tuominen, Tiia-Maria  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma  
Joulukuu 2017  
Sivumäärä: 52  
Liitteitä: 1

Asiasanat: ruokamatkailu, perinneruoka, elämyksellisyys, ruokaelämys

---

Tutkimustehtävänä oli tutkia satakuntalaisen perinneruoan osuutta ruokamatkailutoimijoiden yrityksissä ja miten he luovat ruokaelämyksiä asiakkailleen. Lopputulokseen pääseminen edellytti vastausta myös seuraaviin kysymyksiin: Miten perinneruokia oli mahdollisesti päivitetty ja mikä olo heidän mielestään Satakunnan vahvuus ruokamatkailussa? Tavoitteena oli saada alustavaa tietoa nykypäivän satakuntalaisesta ruokakulttuurista maakunnan ruokamatkailustrategiaa varten.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Haastateltavana oli yhdeksän ruokamatkailutoimijaa eri puolilta Satakuntaa. Haastattelut suoritettiin marraskuun 2017 alussa ja suurin osa niistä tehtiin puhelimitse.

Tulosten perusteella satakuntalaiset ruokamatkailutoimijat yhdistivät satakuntalaisen perinneruoan lähellä tuotettuun ruokaan ja laadukkaisiin paikallisiin raaka-aineisiin. Runsas ruoantuottajien määrä maakunnassa oli haastateltavien mielestä Satakunnan etu ruokamatkailussa. Haastateltavat käyttivät mahdollisimman paljon lähiruokaa ruokatuotannossa ja tämän kautta perinteiset satakuntalaiset maustukset olivat osana alueen ruokamatkailua. Suurin osa pyrki tuomaan perinteisiä ruokia uudella tavalla esille. Ruokaelämyksiä he loivat asiakkailleen kertomalla paikan historiasta ja panostamalla kuuntelemaan asiakkaan mieltymyksiä ruoan suhteen.

## TRADITIONAL FOOD AND CULINARY EXPERIENCES IN SATAKUNTA REGION'S CULINARY TOURISM

Tuominen, Tiia-Maria

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

December 2017

Number of pages: 52

Appendices: 1

Keywords: culinary tourism, traditional food, culinary experience

---

Research problem was to find out how Satakunta region's traditional food appears in area's businesses that provide culinary tourism and how they offer culinary experiences to their customers. This research's aim was to get preliminary knowledge of Satakunta region's food culture for the national strategy of culinary tourism.

Research method was qualitative and semi structured interview. In total there were nine interviewees around Satakunta area. Interviews were made in the beginning of November in 2017 and most of them were done over the phone.

According to the results interviewees link Satakunta region's traditional food to local food and to local high quality products. They use a lot of these elements in their food making process and some try showcasing the traditional flavors in a new way. Satakunta's asset in their opinion is the locally produced products. Culinary experiences they create by telling about location's history and by listening the customer's preferences about food.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSTEHTÄVÄ JA TUTKIMUKSEN TAVOITE.....	6
3	TUTKIMUKSEN TILAAJA.....	6
4	RUOKAMATKAILU .....	7
4.1	Ruoka osana matkailua .....	7
4.2	Ruokamatkailustrategia.....	10
5	SUOMALAISEN JA SATAKUNTALAISEN PERINNERUOAN JUURET .....	12
5.1	Perinteisten raaka-aineiden ja valmistustapojen esittely.....	14
5.2	Satakuntalaiset pidot .....	18
6	ELÄMYSTEN TUOTTAMINEN.....	20
6.1	Elämyskolmio .....	20
6.1.1	Elämystuotteen elementit .....	22
6.1.2	Elämyskolmion kokemuksen tasot .....	23
6.2	Tarinan avulla elämys .....	24
6.2.1	Tarinalähtöinen yritys.....	24
6.2.2	Matkailutuotteiden tarinat .....	26
7	TUTKIMUSMENETELMÄ .....	26
7.1	Laadullinen tutkimus .....	27
7.2	Teemahaastattelu.....	28
7.3	Aineiston suuruus.....	29
7.4	Sisällönanalyysi .....	30
8	TUTKIMUSTULOKSET.....	31
8.1	Perinteinen satakuntalainen ruokakulttuuri.....	33
8.2	Satakuntalaiset perinneruoat ruokatuotannossa .....	34
8.3	Perinneruokien muokkaus ja sen haasteet.....	36
8.4	Satakunnan vahvuudet ruokamatkailussa .....	38
8.5	Ruokaelämysten luominen.....	40
9	YHTEENVETO .....	42
10	LUOTETTAVUUS .....	45
11	POHDINTA.....	47
	LÄHTEET.....	50
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyö käsittelee satakuntalaisen perinneruoan näkyvyyttä tämän päivän ruokamatkailutoimijoiden yrityksissä ja sitä miten ruokaelämykset näkyvät heidän tuotteissaan. Ruokamatkailu on kasvava osa matkailualaa ja Visit Finland on käynnistänyt siihen liittyvän strategian vuonna 2015 (Visit Finland www-sivut 2017).

Tutkimustehtävänä on selvittää miten satakuntalainen perinneruoka ja siihen oleellisesti yhdistettävät maut näyttäytyvät satakuntalaisten ruokamatkailutoimijoiden yrityksissä. Ovatko he mahdollisesti muokanneet perinteisiä ruokia jotenkin tähän päivään sopivaksi ja millaisia haasteita perinteisten makujen päivittäminen tuo mukanaan? Tämän lisäksi selvitetään ruokamatkailutoimijoiden näkemyksiä maakunnan vahvuuksista ruokamatkailun kannalta ja kysytään heidän näkemystään siitä miten ruokaelämyksiä luodaan asiakkaille. Tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa nykypäivän satakuntalaisesta ruokakulttuurista, jotta Visit Finlandin aloittamaa ruokamatkailustrategiaa olisi helpompi viedä eteenpäin maakunnassa.

Tutkimusaihe on rajattu käsittelemään satakuntalaisia perinneruokia. Tutkimus tehdään käyttämällä laadullisen tutkimuksen teemahaastattelu menetelmää. Päädyin teemahaastatteluun, koska tutkimukseni aiheella on selkeitä osioita, joihin haastattelu voidaan jakaa. Lisäksi saan tällä tavoin kerättyä mahdollisimman laadukkaita vastauksia, koska haastatteleamalla henkilökohtaisesti pystyn tarvittaessa selventämään kysymystä tai esittämään lisäkysymyksiä.

Tutkimuksen toimeksiantajana on Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmä. Tutkimusryhmän tavoitteena on matkailuelinkeinon liiketoimintaosaamisen ja -mallien sekä alan verkostojen, tuotteiden ja palvelujen kehittäminen Satakunnan alueella (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2017).

## 2 TUTKIMUSTEHTÄVÄ JA TUTKIMUKSEN TAVOITE

Tutkimustehtävänä on tutkia miten satakuntalainen perinneruoka näkyy satakuntalaisten ruokamatkailutoimijoiden yrityksissä ja miten he huomioivat elämyksellisyyden tuotteissaan. Lopputulokseen pääseminen edellyttää vastausta myös seuraaviin kysymyksiin: Miten perinteisiä makuja ja ruokia on mahdollisesti tuotu tähän päivään sekä mitä se vaatii yritykseltä? Mitkä ovat Satakunnan vahvuudet ruokamatkailuyrittäjien näkeminä?

Tavoitteena on saada tietoa nykypäivän satakuntalaisesta ruokakulttuurista, jotta ruokamatkailustrategiaa olisi helpompi viedä eteenpäin maakunnassa. Tutkimuksessa selviää perinneruoan merkitys yrityksissä ja ruokamatkailutoimijoiden näkemyksiä perinteisen ruoan elämyksellisyydestä.

Tutkimus on rajattu satakuntalaisiin perinneruokiin ja haastateltavana on vain Satakunnan alueen ruokamatkailutoimijoita. Jokaisella haastateltavalla on kuitenkin oma käsitys perinteisestä satakuntalaisesta perinneruoasta, joten sen tarkka rajaaminen on vaikeaa. Tämän tutkimuksen teoreettisessa osassa kerrotaan Satakuntaan yhdistettävistä perinteisistä raaka-aineista sekä valmistusmenetelmistä, ja sitä voidaan pitää rajaukselle suuntaa antavana.

## 3 TUTKIMUKSEN TILAAJA

Tutkimuksen toimeksiantajana on Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmä. Tutkimusryhmän tavoitteena (Satakunnan ammattikorkeakoulun [www-sivut](#) 2017) on matkailuelinkeinon liiketoimintaosaamisen ja -mallien sekä alan verkostojen, tuotteiden ja palvelujen kehittäminen Satakunnan alueella. Toimintaan kuuluu alueellisten verkostojen luominen ja koordinointi, erilaisten matkailuyrittäjyyden muotojen tukeminen ja laadukkaiden matkailupalveluiden edistäminen maakunnassa.

Tutkimusryhmälle tärkeää on matkailuyrittäjien liiketoimintaosaamisen kehittäminen kaikilla osa-alueilla. Kehittämisessä hyödynnetään asiakasymmärrystä ja asiakkaiden osallistamista. Matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmä pitää maaseudun vetovoimatekijöitä, kuten luontoa ja lähiruokaa resursseina, joiden avulla saadaan luotua kokonaisvaltaisia hyvinvointia edistäviä palveluja. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2017.)

## 4 RUOKAMATKAILU

Ruokamatkailu on yksi matkailun kasvavista osa-alueista (Visit Finland www-sivut 2017). Seuraavaksi tarkastellaan mitkä kaikki voidaan luetella ruokamatkailuksi ja millaisia haasteita ruokamatkailuun liittyy. Lopuksi tutustutaan ruokamatkailustrategiaan, jonka määritelmää ruokamatkailusta käytetään pohjana tässä tutkimuksessa.

### 4.1 Ruoka osana matkailua

Suurin osa matkailijoista ja matkailun ammattilaisista mieltää gastronomian ja kulinarisen matkailun samaa tarkoittaviksi asioiksi. Jotkut taas mieltävät gastronomia termiin sisältyvän ”fine dining” merkityksen, mikä tarkoittaa korkeatasoista ruoanlaittotaitoa ja hienoja laadukkaita raaka-aineita. Ruokamatkailu voidaan käsittää matkailuna, jossa turisti vierailee kohteessa kokeillaakseen kohteelle ominaisia ruokatuotteita. Tarjotun ruokatuotteen tulisi olla matkakohteelle ainutlaatuinen eli vahvasti kohteeseen sidottu. (Povey 2011, 234.)

Tämän päivän yhteiskunnassa gastronomia on entistä tärkeämpi osa identiteettimme muodostumista. Ruoka ja kulttuuri ovat vahvasti yhteydessä toisiinsa. Alueen ruoka ja juoma ovat syvästi kytköksissä paikalliseen maaperään ja ilmastoon. Kun matkailija syö paikallisesti tuotettua ja kasvatettua ruokaa, hän suorastaan nauttii itse matkakohdetta. Alueelliset makuprofiilit, etiketti ja alueelliset reseptit ovat enimmäkseen johdettu jatkuvasta vuorovaikutuksesta muodin, traditioiden, kulttuurin

ja ilmaston kanssa. Kaikki keittiöt ja gastronomiset perinteet on luotu yhdistämällä raaka-aineita ja tekniikoita, jotka on saatu eri kulttuureista, etnisistä vaikutteista ja historiasta. Näihin taas on vaikuttanut tuotteiden saatavuus ja tietotaito. Ruoka on se osa kulttuuriperintöä, jonka voi kirjaimellisesti sisäistää ja imeä itseensä. (Povey 2011, 233-243.)

Ruoka voi olla matkailijalle joko ensisijainen tai toissijainen syy matkalle. Jotkut matkustavat pelkästään kohteen ruoan vuoksi ja toisille se ei ole itse syy matkaan, mutta samalla he etsivät autenttisia ruokaelämyksiä, minkä perusteella he arvioivat koko matkakohdetta. (Povey 2011, 233-234.) Ihmiset ovat aiempaa kiinnostuneempia ruoanvalmistuksesta, erilaisista raaka-aineista ja ruokatrendeistä niin kotonaan kuin matkustaessaan (Yeoman 2008). Ihmiset haluavat kokea ruokailuelämyksiä ja sitä tarjoaa ruokamatkailu, joka sitoo yhteen ruoan, paikalliset tuottajat, tarinat ja paikalliskulttuurin. Kun nämä asiat ovat yhdistettynä, saadaan kohteeseen tuotua mielenkiintoa ja luotua kohteelle vahva profiili. (Havas & Jaakonaho 2013, 6.)

Ruoka voidaan yhdistää useaan eri matkailumuotoon. Hyvinvointimatkailussa ruoan alkuperä, terveellisyys ja nautinnollisuus korostuvat. Kulttuurimatkailussa ruokaa lähestytään kulttuurin kautta. Tällaisia voi olla esimerkiksi suomalaiset ruoanlaittotavat ja ruokaperinteet. Kesän luontomatkailuun liittyvät ruokailu luonnossa ja luonnon antimet. Talvimatkailussa korostuvat talven teemaruokat ja talvisesongin juhlapyhien ruokaperinteet. (Hunry for Finland www-sivut 2016.)

Ruokamatkailu ei ole pelkkää ravintolaruokailua. Siihen voi kuulua vierailua maatiloilla tai ruoka- ja juomafestivaaleilla. Ruokamatkailua voidaan toteuttaa kokoamalla pakettimatkoja erilaisten teemojen ympärille tai matkareittien osana. Esimerkiksi Isosta-Britanniasta löytyy teereitti, makkarareitti ja viinireitti. Naapurimaa Ruotsissa pääsee hummerisafarille. Ruokamatkailun trendiksi riittää pieni hittituote. Ruokamatkailukohteessa ei tarvitse olla tarjota monen ruokalajin ateriaa vaan yritys voi menestyä tuotteella, jota ei löydy paikallisesta marketista. (Ruokatieto yhdistys ry www-sivut 2007.)



Ruokamatkailulla voidaan kasvattaa syrjäseutujen turismia ja maaseudun taloutta. Ne alueet, joilla on ruokailullisia valtteja voivat helposti kehittää ruokareittejä, ruokafestivaaleja ja nostattaa alueen ruokaimagoa. Ruoka voidaan myös liittää osaksi jotakin suurempaa tapahtumaa ja saada näin ruoka osaksi matkailua. Tämän lisäksi ruokatapahtumat ja -juhlat lisäävät yhteisön ylpeyttä ja parantavat paikallista elämää. (Povey 2011, 234.)

Niin läheltä kuin kaukaakin saapuvia matkailijoita kiinnostaa suomalaisen ruoan puhtaus, paikallisuus ja niihin liittyvät tarinat. Suomalaisen ruokamatkailun kompastuskiviä ovat kuitenkin keskeneräinen tuotteistaminen ja näkymätön markkinointi. Alasta kiinnostuneet yrittäjät eivät välttämättä tunnista, mikä tekee omasta ruokakulttuurista esittelemisen arvoisen. (Ruokatieto yhdistys ry www-sivut 2014.)

Vuonna 2014 tehdyssä tutkimuksessa, jossa selvitettiin suomalaisen ruokamatkailun haasteita ja mahdollisuuksia, ruokamatkailun ongelmiksi nousivat kunnollisten opasteiden puute teidenvarsilla, verkkosivujen suppeus, oheispalvelujen puute tai niiden huono tiedotus. Matkailijat olisivat halunneet enemmän ruokaan liittyvää tekemistä ja mahdollisuuden ostaa kotiin vietäviä ruokatuotteita sekä raaka-aineita suoraan tuottajilta. (Ruokatieto yhdistys ry www-sivut 2014.) Isoimmat haasteet liittyvät kuitenkin asiakasymmärryksen lisäämiseen, tuotteistamiseen, kannattavuuden parantamiseen ja lähiruoan hyödyntämiseen (Ruokatieto yhdistys ry www-sivut 2013).

Ruokamatkailussa Suomen erikoisuutena voidaan pitää idän ja lännen kohtaamista ruokalautasella. Tämän lisäksi maakunnilla on omat vahvat ruokaperinteet ja erinomaiset luonnon raaka-aineet, joita pyritään hyödyntämään. (Ruokatieto yhdistys ry www-sivut 2008.) Ruokamatkailua tarjoavat yrittäjät eivät ota tarpeeksi tehoja irti neljästä vuodenaikasta. Sama koskee suomalaista superruokaa ja villiruokaa, jotka voitaisiin ottaa laajempaan käyttöön. (Ruokatieto yhdistys ry www-sivut 2013.) Villiruokiin kuuluvat lukuisat suoraan luonnosta saatavat raaka-aineet, kuten marjat, sienet, yrtit sekä kala ja riista (ELO-säätiö www-sivut 2017). Superruoka tai superfood termeillä tarkoitetaan erityisen terveelliseksi havaittuja ruoka-aineita. Suomessa tällaisia ovat, esimerkiksi mustikka, tyrni ja ruis (Mänttari 2014).

Matkailun markkinointimateriaaleissa suomalainen ruoka ei ole ollut näkyvästi esillä. Ulkomaalaisten matkailijoiden tuntemus suomalaisesta ruokakulttuurista on heikko ehkä juuri tästä syystä. Suomalaisen ruoan koetaan olevan laadukasta, terveellistä, turvallista, tuoretta, autenttista ja perinteistä. Ruoka on maukasta, mutta ei kovinkaan mausteista ja siinä näkyy paikallisuus. Raaka-aineet tulevat läheltä. (Havas & Jaakonaho 2013, 16.)

Asiakasymmärrys on tärkeä osa suunniteltaessa ruokamatkailutuotteita. Hyvän palvelumuotoilun pohja on asiakasymmärryksen kasvattaminen ja selkeyttäminen. Tietoa asiakkaista voidaan kerätä tutkimuksilla ja havainnoinnilla. Suunniteltaessa ulkomaalaisiin vetoavaa ruokamatkailutuotetta on saatava selville potentiaalisten asiakkaiden näkemykset, toiveet ja mielikuvat suomalaisesta ruoasta. (Havas & Jaakonaho 2013, 11.)

#### 4.2 Ruokamatkailustrategia

Maa- ja metsätalousministeriön Lähiruoka-ohjelma ja Visit Finland ovat Suomen ensimmäisen ruokamatkailustrategian käynnistäjiä ja rahoittajia. Ruokamatkailustrategia on käynnistetty vuonna 2015 ja se päättyy vuonna 2020. Strategian on tarkoitus täydentää Visit Finlandin jo olemassa olevaa strategiasarjaa, joiden avulla linjataan kansallisella tasolla koko elinkeinon kehittämistyön suuntaviivat ja päämäärä. Sarjaan kuuluu kulttuurimatkailu, hyvinvointimatkailu, luontomatkailu ja talvimatkailu. Visiona on saada ruoka tärkeäksi ja elämykselliseksi osaksi Suomen matkailua. Missiona on saada ruoka- ja matkailutoimijat laajasti mukaan. (Visit Finland www-sivut 2017.)

Suomen ruokamatkailustrategian tarkoituksena on määrittää ruokamatkailun kehittämiseksi yhteinen päämäärä sekä roolittaa ruokamatkailun toimijoita ja aktivoida kansallista verkostoa. Tarkoituksena on myös kehittää ruokamatkailua Suomessa kärkivetoisesti ja viestittää laajasti eri toimijoille ja asiakkaille Suomen ruokamatkailusta ja kärkituotteista. Tavoitteena on Suomen matkailun

vetovoimaisuuden kasvaminen sekä saada suomalainen identiteetti ja kulttuuri kehittymään sekä kytkeytymään vahvasti monien eri elinkeinojen kehittämiseen. Strategian avulla Suomen matkailun ja elintarvikealan kilpailukyky paranee. Samalla se myös lisää toimialojen ja toimijoiden menestystä sekä tuloksellinen yhteistyö lisääntyy. Viimeisenä tavoitteena on vahvistaa suomalaisten ja matkailijoiden arvostusta suomalaista ruokaa ja ruokakulttuuria kohtaan. (Havas, Adamsson & Sievers 2015, 10.)

Ruokamatkailuun liittyvät oleellisesti tarinat, paikallisuus ja puhtaus. Ruokaa voidaan nauttia niin ravintoloissa kuin paikallisten kodeissa, katuruokakojuissa tai luonnossa. Matkailijat voivat valmistaa paikallisia herkuja ohjatusti, tutustua alueen raaka-aineisiin ruokamatkailureittien avulla, osallistua ruoan ympärille rakennettuihin tapahtumiin, vieraila juustoloissa sekä pienpanimoissa. Matkailutuotteesta saadaan elämyksellinen, kun matkailija osallistetaan ja hän pääsee oppimaan uutta. (Havas ym. 2015, 4.)

Ruokamatkailustrategian kohderyhmä on sama kuin Suomen kansainvälisen matkailumarkkinoinnin pääkohderyhmä eli modernit humanistit. Heistä erottuu kolme suomalaiselle matkailuyrittäjälle tärkeintä segmenttiä: kulttuurifanit, aktiiviset perheet ja pariskunnat. Kulttuurifanit ovat suurin ryhmä ja heitä kiinnostaa eniten paikallinen elämäntapa ja siihen liittyvät perinteet sekä historia. Aktiiviset perheet on toiseksi isoin segmentti ja he haluavat lomallaan kokea kohteen parhaimmat palat. Tämän vuoksi he tutustuvat hyvin kohteen tarjoamiin mahdollisuuksiin. Modernit humanisti-pariskunnille matka Suomeen on kuin seikkailu tuntemattomaan. (Visit Finland 2014, 39.)

Modernien humanistien arvoissa ja asenteissa korostuvat kiinnostus uusiin kulttuureihin ja ilmiöihin. He ovat jo vierailleet perinteisissä matkakohteissa ja haluavat kokea jotain uutta. Tämän kohderyhmän edustajat ovat aktiivisia ja monipuolisia. Heille tärkeimpiä kiinnostuksen kohteita ruokamatkailun osalta ovat paikallinen elämäntapa, ruokakulttuuri ja ruokalajit. (Havas ym. 2015, 12.)

## 5 SUOMALAISEN JA SATAKUNTALAISEN PERINNERUOAN JUURET

Suomalaisen ruokakulttuurin pohjalta löytyvät sidokset niin itään kuin länteen. Olemme olleet vuoroin Ruotsin ja Venäjän vallan alla. Tämä näkyy ruoanvalmistustavoissa ja raaka-aineiden käytössä. Esimerkiksi osa valmistustavoista on rantautunut Suomeen Ruotsin puolelta ja ne ovat pikkuhiljaa levinneet muun muassa Satakuntaan. Satakuntalaisessa keittokirjassa mainitaan, että ensin ruokia on valmistettu kartanoissa, joiden jälkeen uusi resepti on siirtynyt eteenpäin maataloihin. Myös keittokirjoja on ensin tullut Ruotsin puolelta ja vastaavasti Venäjän vallan aikana saatavilla oli venäläisiä keittokirjoja. Ruoka onkin osa suomalaista kulttuuria ja kansakuntamme historiaa. (Valonen, Arha, Uusivirta & Tuulos 1969, 35-40.)

Vanhaa suomalaista ruokataloutta tutkittaessa voidaan huomata ettei ole sellaisia ruokalajeja, joita ei olisi käytössä joko naapurialueella tai toisen valtakunnan puolella. Asiaa voivat sekoittaa ruokatalouden piiriin kuuluvat erikoissanat, joita käytetään samasta ruoasta. Tästä esimerkkinä voidaan mainita Satakunnassa käytetty kakko, joka on hiivaleipä ja sallatti, joka yleisemmin tunnetaan nimellä rosolli. (Valonen ym. 1969, 11.)

Paikallisruokiin on vaikuttanut alueella vallitseva ympäristö ja olosuhteista johtuvat raaka-aineet. Satakunnassa tällaisia vaikuttavia tekijöitä ovat olleet meri, jokilaaksot, järvisuudut ja metsäalueet. Ruoissa nämä näkyvät paikkakuntaan sidottuina herkkuina. Satakunnassa tällaisia ovat olleet Kokemäenjoen Lammaistenlahden lohi ja siika, Nakkilan nahkiaiset sekä Tyrvään juustot. (Valonen ym. 1969, 11-14.)

Itä-Suomeen verrattuna Satakunnassa on ruoanvalmistuksessa suosittu enemmän lieden ja kattilan käyttöä kuin uunia. Vastaavasti pohjanmaalaisia ja satakuntalaisia erottaa neljä tekijää: kutut, ravut, puutarhatuotteet ja iso sahtikuurna. Hämeen, Varsinais-Suomen ja Satakunnan eroavaisuudet ovat pieniä. (Valonen ym. 1969, 12-14.) Eroavaisuuksissa näkyy niin historialliset kuin alueelliset tekijät. Idässä on saatu enemmän vaikutteita venäläisestä keittiöstä, jonka perinteisiin kuuluu ruoan valmistaminen uunissa (Suomi-Venäjä seuran [www-sivut](http://www.svseura.fi)). Pohjanmaalla taas ei ole

kasvatettu vuohia eivätkä ravut ole viihtyneet pohjoisessa. Etelämpänä puutarhojen ja kasvimaiden käyttö nousee esille perinteisissä ruuissa. (Valonen ym. 1969, 12-13.)

1900-luvulle tullessa ruokakulttuuri muuttui nopeasti. Leipäviljan viljelystä siirryttiin lypsykarjan pitoon ja teknologian kehityksen ansiosta rautatiet ja höyrylaivat toivat aiempaa enemmän ja nopeammin kuivaelintarvikkeita kaukaakin. Kuivattuja luumuja ja rusinoita käytettiin usein ruokalajeissa ja riisi ilmestyi pitopöytien ruokiin. Ruokakulttuurin muutos ja uudet raaka-aineet näkyivät ensin juuri juhlaruoissa. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003, 19.)

Suomen itsenäisyyden alkaessa erilaisten valistus- ja neuvontajärjestöjen avulla edistettiin kasvien viljelyä. Näiden vaikutuksesta puutarhat yleistyivät ja niissä kasvatettiin omenapuita sekä musta- ja punaherukkapensaita. Samalla porkkanan, punajuuren, kurkun ja tomaatin viljely kasvoi, mutta niitä käytettiin vähän eikä niitä syöty raakana. Kehityksen katkaisi sotavuodet ja elintarvikkeiden säännöstely. Säännöstelyn seurauksena monet tuotteet katosivat kaupan hyllyiltä. Pulavuosien jälkeen alettiin käyttämään runsaasti sokeria ja rasvaa. 1950-luvulla elintarvikevalikoima oli vielä niukkaa ja perheiden tavallinen ateria koostui perunasta, kastikkeista, laatikoista ja keitoista. Leipä kuului maidon ohella osaksi ateriaa. 1960-luvulla jugurtin ja juustojen käyttö lähti nousuun, kun taas vastaavasti viljan ja viljatuotteiden kulutus laski. Elintason noususta kertoo lihan kulutus, joka lähti tasaiseen nousuun 1950-luvulta lähtien. (Mäkelä ym. 2003, 22-27.)

Ruokakulttuurin muotoutumiseen vaikuttavat monet eri tekijät, kuten yhteiskunnan rakenne, poliittinen järjestelmä ja talous. Nykypäivänä kuluttaja voi valita entistä suuremmasta tuotevalikoimasta ja seurata erilaisia ruokatrendejä. Suhtautuminen ruoan kypsentämiseen on ollut muutoksessa. Ennen ruoka on aina pitänyt kuumentaa sen tekovaiheessa, esimerkiksi porkkanat on keitetty ja marjoista tehty kiisseli. Nykyään voimme nauttia niitä myös raakana eikä se ole mitenkään oudoksuttava asia. Ruokaa ei välttämättä tarvitse aina kypsentää uunissa vaan voimme valita tavaksi nopean wokkauksen. (Mäkelä ym. 2003, 37-43.)

Historia osoittaa, että ihmiset ovat hyväksyneet helpommin uudet raaka-aineet ja ruokalajit osaksi omaa ruokakulttuuriaan, jos siihen on liittynyt mielikuva

vauraudesta ja korkeasta sosiaalisesta asemasta (Mäkelä ym. 2003, 30). Toisaalta uusi ruoka otetaan paremmin vastaan, jos se tulee jonkin vanhan tilalle tai rinnalle. Tuotteen on oltava yhtä aikaa sekä tuttu ja turvallinen sekä eksoottinen. Esimerkiksi jugurtti oli helppo hyväksyä, koska ihmiset olivat jo aiemmin tottuneet syömään viiliä. (Sillanpää 1999, 14.)

Ruokakulttuuri on siis aina muutoksessa eikä voida sanoa, että olisi yhtä ainoaa alkuperäistä ”alkuruokaa”. Se millaisena pidämme omaa ruokakulttuuriamme heijastuu siihen mitä tarjoamme ulkomaalaisille vieraille. Satakunnassa (Ahtiainen, Helsingin, Karjalainen & Tissari-Simola 2000, 74) tuotetaan paljon raaka-aineita, jotka omalta osaltaan muovaavat ja pitävät yllä satakuntalaista ruokakulttuuria. Tällaisia raaka-aineita ovat siipikarja, sianliha, sienet, avomaan vihannekset ja juurekset. Satakuntalaiseen ateriaan kuuluu myös tyrni, merenrannikon herkku, jonka vahva maku sopii leivonnaisiin, jälkiruokiin ja juomiin. Satakuntalaisen ruokakulttuurin rungon muodostavat erilaiset kalaruoat. Varsinkin silakkaa ja siikaa käytetään monipuolisesti.

### 5.1 Perinteisten raaka-aineiden ja valmistustapojen esittely

Saadaksemme jonkinlaisen käsityksen perinteisistä satakuntalaisista raaka-aineista ja ruoista esittelen seuraavaksi niistä yleisimmät ja käytetyimmät. Käsittelen ensiksi kalat ja niihin yhdistettävät perinteiset valmistus- ja säilöntätavat. Tämän jälkeen tulevat lihat valmistustapoineen ja muut raaka-aineet, kuten juurekset, marjat, jauhot ja lopuksi mausteet.

Satakunnan alueella tärkeänä raaka-aineena ovat olleet monet eri kalalajit. Kalaa on saatu niin merestä kuin jokialueilta. Heti jäiden sulamisesta alkaen tarjolla on ollut kutukalaa. Ensiksi on saatu haukea, sitten särkeä, säynästä, ahventa, kuoretta ja lahnaa. Juhannuksen tienoilla pyydystettiin lohta, sen pyrkiessä ylös jokivartta. Siikaa saatiin parhaiten lokakuussa. Silakkaa saatiin myöhäiseen syksyyn asti. Kalaa saatiin siis pitkin kesää ja runsaimmat saaliit suolattiin tai kuivattiin. Yleisimpiä kaloja, joita suolattiin talvea varten, olivat silakka, lohi, siika, hauki ja kuore. Suolan

ollessa kallista tarjolla oli hapankalaa. Kalaa on kuivattu 1500-luvulta lähtien, mutta savustamaan sitä on alettu vasta 1900-luvulla. (Valonen ym. 1969, 16.)

Halstraamisessa eli hiillostamisessa ruoka kypsennetään hiilloksen avulla. Melkein kaikki kalat sopivat halstrattaviksi. Kaloja voidaan paistaa hiilloksella joko tuoreltaan tai hetken suolavedessä olleina. Hiillostaminen voidaan tehdä ulkona nuotion hiilloksella tai sisällä pesän hiilloksella. Kalaa voidaan valmistaa myös loimuttamalla. Loimuttamisesta puhutaan, kun kala kypsytetään lievässä lämmössä nuotiolla. Tästä hyvänä esimerkkinä perinteinen satakuntalainen Ristiinnaulittu siika. (Valonen ym. 1969, 84-85.)

Rannikolla silakkaa nautittiin kraavina eli tuoresuolattuna, palvattuna ja maustettuna niin arki- kuin juhlapöydässä. Silakan lisäksi yleisimpiä kaloja olivat lohi ja siika. Järviseuduilla näitä kaloja korvasivat hauki, ahven, särki, muikku ja kuore. Ylä-Satakunnassa haukea tarjottiin kraavina pitopöydissä ja jouluna likokalana. Muita tärkeitä kaloja olivat kiiski, kuha, made, nahkiainen, säynäs ja vimpa. Myös ravut ovat kuuluneet osaksi ruokavaliota. (Valonen ym. 1969, 14.)

Sikojen, lehmien ja lampaiden ruhot pyrittiin hyödyntämään kokonaisuudessaan. Syötäväksi kelpasivat lihan ohella niin sisäelimet kuin luut ja veri. Suolet puhdistettiin makkaran kuoriksi ja kaikesta, mikä ei soveltunut muihin ruokiin, tehtiin sylttyä eli ne säilöttiin suolaliukseen. Myös kanat kuuluivat osaksi tuotantoeläimiä, mutta ihmiset halveksivat kanansyöntiä. Joillekin paikkakunnille on jäänyt oma leimansa kutunkasvattajina. Vuohia oli eniten maakunnan eteläosissa. Tällaisia paikkoja ovat olleet Tyrvää, Kullaa ja Punkalaidun. Pohjois-Satakunta taas oli tunnettu metsälintujen pyydystämisestä. Karhujakin on kaadettu muun riistan ohella ja myös vesilinnut ovat kuuluneet vuoden aikana pyydystettäviin saaliseläimiin. (Valonen ym. 1969, 36, 12-15.)

Pannulla on paistettu käristystä joko sian- tai naudanlihasta. Käristys on ollut tavallista arkiruokaa. Lintupaistia on tehty pannulla, mutta harvemmin uunissa. Lihapullat on valmistettu pannulla. Makkarat on valmistettu raaka-aineista riippuen joko uunissa, pannulla tai keittämällä. (Valonen ym. 1969, 62-69, 86, 142.)

Keitot ja ruoan valmistus keittämällä ovat olleet tärkeä osa Satakuntalaista ruokailua. Perinteiseen lihasoppaan on tullut joko tuoretta, suolattua tai palvattua sian-, naudanta tai lampaanlihaa. Lihaa on keitetty joko paloitetuna tai kokonaisena. Tämän lisäksi alueesta riippuen keittoon on lisätty erilaisia vihanneksia. Esimerkiksi Raumalla sekaan on paloitetu lanttua ja perunaa, kun taas Porissa edellämainittujen lisäksi on laitettu porkkanaa, pippuria ja sipulia. Muita keittoja ovat muun muassa hakatusta naudanta tai lampaanrasvasta keitetty höystösoppa, luista keitetty ryynisoppa, lapskoussi, vehnäaikina palleroinen lihakeitto eli klimppisoppa, kalasoppa, papusoppa ja kaalisoppa. (Valonen ym. 1969, 49-6.)

Keittämällä on valmistettu myös puurot ja vellit, joita kumpaakin on useampaa erilaista. Näiden lisäksi liedellä on valmistunut mustikkasoppaa ja rusinasoppaa sekä erilaisia kiisseleitä. Maitotuotteista juustoa on valmistettu keittämällä. Tällaisia juustoja ovat muun muassa kattilajuusto, herajuusto ja olutjuusto. (Valonen ym. 1969, 96-171.)

Vaikka uuni ei ole niin keskeisessä roolissa Satakuntalaisissa perinneruuissa, kuin mitä se on Itä-Suomessa, täälläkin on tiettyjä ruokia, joiden valmistamisessa sitä on käytetty. Uunissa on paistettu kinkkua ja paistia, joka on tehty naudantlihasta, vasikanlihasta tai lampaanlihasta. Edellä mainittujen lisäksi erilaiset laatikot ovat valmistuneet uunissa sekä monet eri leivät ja leivonnaiset. (Valonen ym. 1969, 61.)

Palvattu liha oli suosittua varsinkin pitopöydissä. Kylmäpalvauksessa lihat laitettiin riippumaan saunan orteen ja saunanpesässä pidettiin pieni valkea yllä. Pesässä poltettiin käpyjä ja katajaa savun aikaansaamiseksi. Tämä valmistustapa kesti jopa parisen viikkoa. Palvaukseen soveltuvat sian-, naudanta ja lampaanliha. Yleensä palvaukseen käyvät reidet ja lavat, jotka ovat olleet suolatiinuissa vähintään kuukauden. Kuumassa saunassa tehtävä palvausmenetelmä taas kesti vain päivästä pariin päivään. (Valonen ym. 1969, 64-65.)

Nauris oli viljellyistä kasviksista vanhin. Sen ohella kasvatettiin paljon lanttua ja kaalia, mikä muuttui perunan yleistyessä 1700-luvulla. Entisaikoina ei ollut paljon hedelmäpuutarhoja, mutta pihapiirissä kasvoi mm. raparperi- ja ruusupensaat. Raparperia on pitkään pidetty myrkyllisenä ja lapsia on varoitettu koskemasta siihen.



Vasta 1900-luvulla sitä on alettu käyttämään isoimmissa taloissa ruoaksi. Talon lähetyvillä yleensä sijaitti kasvimaat. Näiden lisäksi joissakin taloissa oli oma humalisto eli humalatarha. Kasvimaalla kasvatettiin edellä mainittujen lisäksi myös porkkanaa, sipulia, herneitä ja punajuuria. Omenapuita kasvatettiin vain isoimmissa taloissa. (Valonen ym. 1969, 13.)

Sieniä ei ole osattu kerätä ja niitä on pidetty myrkyllisinä. Huittisissa varsinkin miehet ovat halveksineet sieniruokia ja Kokemäellä niitä pidettiin venäläisten ruokana. Sieniä on alettu käyttämään vasta 1920-luvulla ja silloinkin vain syksyisin tuoreeltaan kastikkeiden höystöksi. (Valonen ym. 1969, 117.)

Marjoista eniten lienee kerätty puolukkaa. Se on säilötty survokseksi ja käytetty talven aikana. Mustikkaa pidettiin ennen lähinnä lääkekasvina ja esimerkiksi mustikkasopan tarjoamista vieraille on pidetty outona. Karviaismarja oli 1900-luvulle asti ainut puutarhamarja ja sitä säilöttiin kuivaamalla tai pullottamalla ne puoliraakoina. Mansikat, vadelmat, muuraimet on syöty tuoreina tai myyty, mutta niitä ei ole säilötty. Karpaloita sen sijaan on kerätty omaa käyttöön ja ne on valmistettu hilloksi tai mehuksi. Pihlajanmarjoja on syöty sellaisenaan tai niitä on paistettu. Tyrniä pidettiin pitkään myrkyllisenä ja sen valmistaminen mehuksi alkoi vasta 1900-luvun puolella. Juolukkaa on pidetty roskamarjana ja siitä valmistettuja ruokia ala-arvoisina. (Valonen ym. 1969, 36, 170.)

Tärkeimpiä jauhoja olivat ohrajauho ja -ryyni, ruisjauho ja perunajauho. Näiden lisäksi käytettiin mallasjauhoa, papujauhoa ja kauraryynejä. Talkkunaa on joissakin paikoissa pidetty arvossa ja toisissa sitä on pidetty sianruokana. Talkkunan syönti piimän kanssa kuitenkin levisi koko maakuntaan. Ostotuotteita olivat vehnäjäuhot, riisiryynit ja mannaryynit. Myöhemmin ostettiin myös makaronia. (Valonen ym. 1969, 118, 38.)

Isompien talojen maustevalikoimaan kuuluivat sokeri, sahrami, kaneli, anis, pippuri, inkivääri, manteli, muskotti, kardemumma, piparjuuri, siirappi, laakerinlehti ja valkosipuli. Uutta makua ruokiin haettiin oliiviöljystä ja etikasta. Etikkaa käytettiin tämän lisäksi säilömiseen. (Valonen ym. 1969, 117-118.)

## 5.2 Satakuntalaiset pidot

Juhlakestitykset ovat pitkään olleet osa merkkitapahtumia. Tapahtumat ovat voineet liittyä ihmiselämään esimerkiksi, ristiäiset, ripille pääsy, kihlajaiset, häät ja hautajaiset tai ne ovat liittyneet osaksi vuoden kohokohtia kuten siianousu, uusivuosi ja kinkerit. Kristinusko on vaikuttanut omalta osaltaan pitokulttuuriin. Isoimmilla kirkkoilla oli omia tupia, joissa pitoja pystyttiin järjestämään ja esimerkiksi Hämeenkyrössä kirkolla oli oma juomasarvi, jota kierrätettiin juhlissa. (Valonen ym. 1969, 23-29.) Vanhimmat tiedot pidoista löytyy historian teksteistä. Vuosituhansien saatossa tavat ja tarjottavat ovat muuttuneet useaan otteeseen. Jokainen pitojen järjestäjä on pyrkinyt tarjoamaan vierailleen parhaimmat tarjottavat ja vieraita on viihdytetty erilaisilla ohjelmilla. Juhlavieraat ovat kunnioittaneet juhlia pukeutumalla parhaimpiinsa ja lahjan antaminen on ollut tärkeässä osassa juhlakokonaisuutta. (Tuominen 2011, 9.)

Pitoruokien tuli olla muodinmukaisia ja uusia tarjoilutapoja oli hyvä tuoda esille pidoissa. Sen vuoksi pidoissa oli perinteisten ruokien lisäksi uusia hienoja ruokalajeja. Uusia reseptejä opeteltiin keittokirjoista ja myöhemmin yleistyi kouluttautuneiden kokkien pyytäminen ruoanlaittajiksi. Keittokirjoista saatiin tietoa ruoanvalmistuksen lisäksi siihen miten erilaiset ruoka-aineet voidaan säilöä ja valmistella. Huomattava muutos pitokulttuuriin tapahtui 1800-luvun loppupuolella, kun istumapöydistä siirryttiin seisomapöytiin. Tämä vaikutti niin tarjoiluun kuin ruokien lukumäärään. Istumapöydät olivat olleet luonteenomaista Satakunnan lisäksi Varsinais-Suomessa ja Länsi-Uudellamaalla. Ateriat saatiin tarjottua nopeasti suuremmalle joukolle ja ruokailuun voitiin käyttää salien ja kamarien pikkupöytiä. 1800-luvun lopussa yleistynyt kahvitarjoilu lisäsi tottumusta nauttia kestitystä erillisissä ryhmissä istuen. Tällaiset muutokset mahdollisti teollistuminen, talonpoikaisväestön vaurastuminen, vierashuoneiden lisääntyminen ja hienostuminen sekä uusien tuotteiden leviäminen väestön keskuuteen. (Valonen ym. 1969, 29-31.) Tarjoilujärjestys määräytyi vieraan varallisuus tason mukaan, kun taas Itä-Suomessa siihen vaikutti vieraan ikä (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003, 22).

Pitojen valmistaminen oli pitkään suunniteltu prosessi. Kuukausia ennen pitoja kasvatettiin porsas tai vasikka. Pitokokki saatettiin varata jo vuosia ennen tiedossa

olevaa päivää ja tämä saapui apulaisineen taloon useita päiviä ennen juhlapäivää. Valmistamiseen varattava aika määräytyi vieraiden määrän, tarjoilun runsauden ja käytettävän uunin koon mukaan. Oman haasteensa tuotti vuodenaikojen lämpötilat. Kesällä kylmäsäilytystiloista oli puutetta ja ruoat menivät nopeasti huonoksi. Kovilla pakkasilla ruoat jäätivät ja täten menettivät makua että näköä. Kyläyhteisö auttoi pitoihin valmistautumisessa kukin miten parhaiten pystyi. Naapureilta saatiin kakkuvuokia, laatikoita, leivinpeltejä, juustokehiä, kattiloita ja patoja. Näiden lisäksi pitotaloon lähetettiin mm. maitoa, voita, kanamunia ja jauhoja. Kaikki pitojen tarjottavat valmistettiin itse. Poikkeuksena oli juhlakaramellit, jotka ostettiin. Niitä tarjottiin häissä ja hautajaisissa. Karamelli oli tapana säilyttää ja monet kokosivat saamansa juhlakaramellit ja tekivät niistä joulukuusen koristeita. (Tuominen 2011, 28-35.)

Tuomisen (2011, 38-42) mukaan vanhimmissa tiedoissa kerrotaan pitojen alkaneen juusto, kakko ja rinkilä tarjottimien tuomisella pöytään. Kakko jaettiin osiin ja päälle laitettiin voita, kotitekoista juustoa sekä palvilihaa. Häätarjoilut aloitettiin tarjoamalla viina- tai viinipikari sekä antamalla hääkonvehti tai sokerikakun pala. Kaljaa oli tarjolla koko juhlan ajan. Maitoa käytettiin harvoin ruokajuomana, sillä se oli käytetty voin ja juustojen valmistukseen. Häissä kahvia saatettiin tarjota jopa viisi kertaa. Vieraiden lähtiessä tarjolla oli teetä.

1900-luvun alussa perinteiseen satakuntalaiseen pitopöytään kuuluivat aladobi eli sianpääsylvetty tai vasikansylvetty, paisti tai kinkku, juustot, suolakala, sallatti eli rosolli, erilaiset laatikot sekä leipä. Puuro ja soppa olivat yleinen juhlien päällisruoka. Satakuntalainen vakiotarjottava oli ohraryynivelli ja se oli pitojen odotetuin ruoka. Tuolloin juhlat alkoivat ja loppuivat kahvitarjoiluun. Kahvin kanssa voitiin tarjota pullan lisäksi korppuja, piparkakkuja, kuivakakkua ja kääretorttua. (Tuominen 2011, 39-42.)

## 6 ELÄMYSTEN TUOTTAMINEN

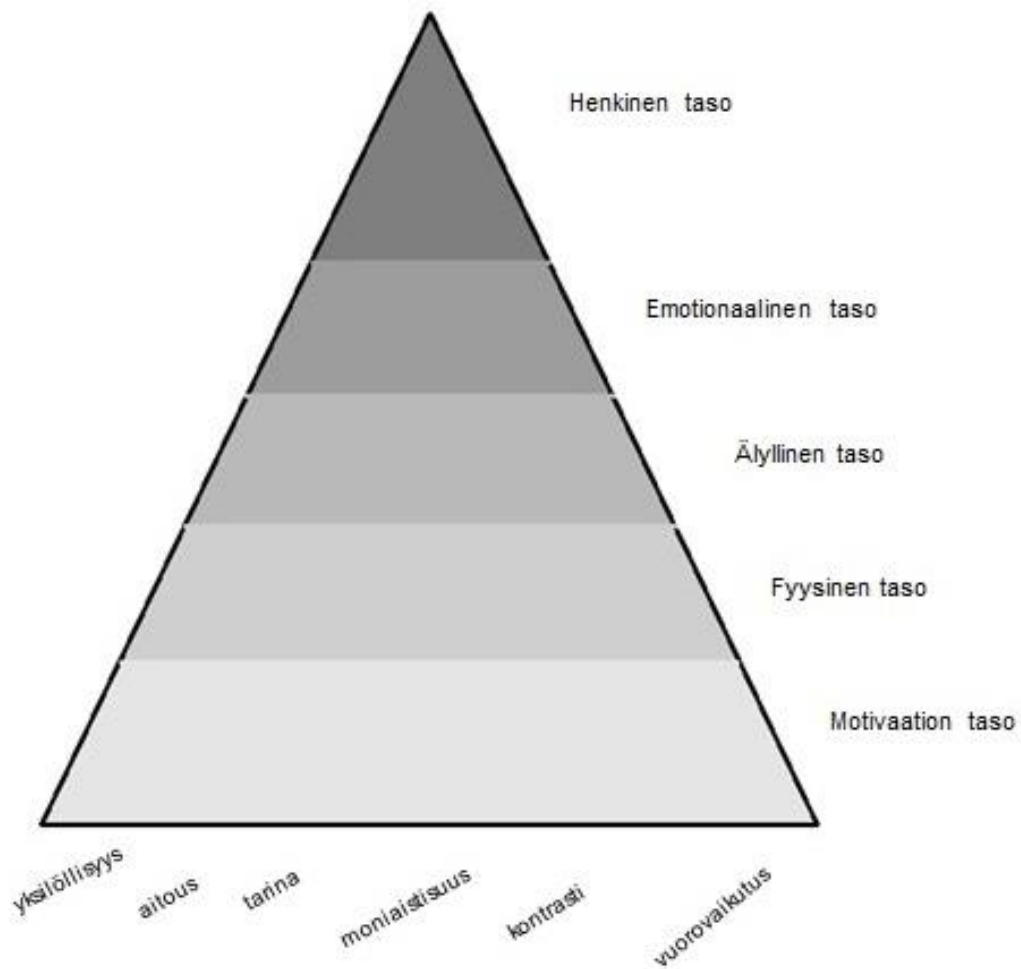
Komppula ja Boxberg (2005, 26-30) ovat tulkinneet sanan 'elämys' moniaistiseksi, muistijäljen jättäväksi, myönteiseksi ja yksilölliseksi kokemukseksi. Elämys on yksilöllinen ja emotionaalisesti rakentunut. Elämyksen ollessa subjektiivinen kokemus, ei voida puhua matkailuelämyksen tuottamisesta vaan sen syntymisen mahdollistavista edellytyksistä. Hyvät edellytykset elämyksen syntymiselle mahdollistaa toimiva palvelukonsepti, palveluprosessi ja palvelujärjestelmä. Palvelukonseptin avulla luodaan mielikuva elämyksestä, palveluprosesseilla taataan elämyksen syntyminen ja palvelujärjestelmän avulla asiakkaan tavoitteeksi saadaan toistuvat elämykset.

Elämyksen erottaa tuotteesta sen mieleenpainuvuus, tilannesidonnaisuus ja ainutkertaisuus. Se voi olla hetkellinen tai pidempään jatkuva tapahtuma sarja ja toteutuakseen se vaatii niin fyysisen kuin mentaalisen läsnäolon. Asiakkaan elämys voi syntyä joko aktiivisella tai passiivisella osallistumisella. Aktiivisessa osallistumisessa asiakas voi itse olla pääosassa luomassa elämyksellistä tapahtumaa. Passiivisessa osallistumisessa asiakas ei osallistu tapahtuman luontiin vaan tarkastelee sitä ulkopuolelta. (Komppula & Boxberg 2005, 28-29.)

### 6.1 Elämyskolmio

Elämyskolmion (Kuvio 1) avulla saadaan vastaus siihen millaisista elementeistä matkailutuote rakentuu ja millainen elämystuote on tuotteena. Kolmion avulla pystytään analysoimaan ja ymmärtämään matkailualan lisäksi muidenkin alojen tuotteita, kuten viihde- ja kulttuurialan tuotteita, joihin liittyy elämyksellisyys. Elämyskolmiota voidaan käyttää elämystuotteen kehittämisessä ja parantelussa, koska sen avulla pystytään hahmottamaan mahdolliset kriittiset kohdat ja havaitaan puutteet. Kolmio rakentuu kahdesta näkökulmasta, joilta tuotetta tarkastellaan. Elementti taso koostuu kuudesta elementistä, joita ovat: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Vastaavasti kokemus tasoja on viisi: motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso ja henkinen taso.

Elämystuotetta suunniteltaessa tulisi huomioida nämä elementit ja tasot, jotta saataisiin luotua tuote, jolla on mahdollisuus luoda asiakkaalle elämys. (Tarssanen 2009, 11.)



Kuvio 1. Elämyskolmio (Tarssanen 2009, 11)

Tutkimuksessa ei suoraan kysytä ruokamatkailutoimijoilta tietävätkö he elämyskolmion eri elementtejä tai kokemuksen tasoja. Selvitän heidän vastaustensa perusteella löytyykö niistä elämyskolmiossa esiintyviä asioita ja millaisia seikkoja he itse nostavat esille. Mainitsevatko he käyttävänsä elämyskolmiota ruokaelämysten luomisen pohjana? Toisaalta, jos haastatteluiden perusteella ei löydy mitään yhteyttä Elämyskolmioon on sekin merkki jostakin.

### 6.1.1 Elämystuotteen elementit

Elämykselliseen tuotteeseen pyrittäessä on huomioitava tiettyjä ulottuvuuksia. Tuotteen tulisi olla yksilöllinen eli sitä pystytään tarvittaessa yksilöimään asiakkaan tarpeiden mukaan ja jokainen elämyskokemukseen osallistuja voi toteuttaa omia mieltymyksiään, esimerkiksi haastavuuden ja tarjolla olevan tiedon osalta. Se tarkoittaa myös ettei samankaltaista elämyksellistä kokemusta löydy muualta. (Tarssanen 2009, 12.)

Aitous on ulottuvuus, joka tarkoittaa tuotteen uskottavuutta. Jokainen asiakas määrittelee tuotteen aitouden itse. Tuote sisältää olemassa olevaa ja alueen todellista elämäntapaa ja kulttuuria. (Tarssanen 2009, 12.) Aitous saadaan liittämällä tuotteeseen suomalaisuus, paikallisuus ja perinteet. Tämä saadaan käyttämällä lähellä tuotettuja raaka-aineita, jotka ovat puhtaita ja vähän prosessoituja. Näiden lisäksi ruoan tulisi olla käsin tehtyä. (Havas & Jaakonaho 2013, 28.)

Kolmantena ulottuvuutena on tuotteeseen liitetty tarina. Tarinan avulla tuotteen eri elementit sidotaan yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Näin asiakkaan kokemuksesta saadaan tiivis ja mukaansatempaava. (Tarssanen 2009, 13.) Ruokaan liittyen se voi liittyä paikallisuuteen tai raaka-aineisiin. Ruoan asettelua voi käyttää tarinan osana tai tarina voi olla koko matkailutuotteen juoni (Havas & Jaakonaho 2013, 28.)

Ruokamatkailutuotteesta voi koota moniaistisen elämyksen, jossa huomioidaan visuaalisuus ja ympäröivä miljöö (Havas & Jaakonaho 2013, 28). Ruokaelämystä ajateltaessa pitää ruoan lisäksi ottaa huomioon muitakin elämykseen vaikuttavia tekijöitä. Tällaisia ovat esimerkiksi itse ruokailutila, ympäristö, tarjoilu ja soitettava musiikki (Povey 2011, 234). Aistiärsykeitä ei kuitenkaan tulisi olla liikaa eivätkä ne saa olla häiritseviä tekijöitä (Tarssanen 2009, 14).

Viides ulottuvuus on kontrasti. Luomalla positiivisia kontrasteja verrattuna asiakkaan arkeen saadaan onnistunut ruokamatkailutuote. Tavoitteena on saada asiakas kokemaan jotakin uutta, eksoottista ja tavallisesta poikkeavaa. Kontrasteihin vaikuttavat asiakkaan kansallisuus ja kulttuuri, jotka on otettava huomioon tuotetta suunniteltaessa. (Tarssanen 2009, 14.)

Vuorovaikutus on kuudes taso ja se on tärkeä osa ruokamatkailutuotetta. Vuorovaikutusta tapahtuu asiakkaiden kesken sekä asiakkaiden ja palveluntarjoajan välillä. Tarinoiden käyttö palvelutilanteessa voi olla haasteellinen vuorovaikutustilanne ja tämä vaatiikin tietynlaista pelisilmää (Havas & Jaakonaho 2013, 28.) Asiakasta on osattava lukea eri tilanteissa. Vuorovaikutuksella luodaan myös yhteisöllisyyden tunnetta, joka tekee kokemuksesta yleisesti hyväksytyin ja arvostetun. (Tarssanen 2009, 14-15.)

### 6.1.2 Elämyskolmion kokemuksen tasot

Elämyskolmio-mallissa asiakkaan kokema elämys rakentuu viidestä osasta, joita ovat motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso ja henkinen taso. Jokaisella tasolla asiakkaan kokema elämys syventyy. (Tarssanen 2009, 11.) Seuraavaksi tarkastellaan edellä mainittuja tasoja lähemmin.

Asiakkaan elämys alkaa motivaatio tasolta, jolloin hän kiinnostuu tuotteesta. Asiakkaan kiinnostukseen tässä vaiheessa vaikuttavat tuotteen markkinointi ja tuotteesta saatavilla oleva tieto, joka antaa tuotteesta tietynlaisen kuvan. Markkinoinnissa tulisi siis huomioida tuotteen elementit, joita olivat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. (Tarssanen 2009, 15.)

Seuraava taso on fyysinen taso, joka tarkoittaa tuotteen aistimista. Tarkoitus on saada asiakas kokemaan tuote miellyttävänä kokonaisuutena. Asiakas aistii olotilansa, mitä tekee ja mitä tapahtuu. Tuotteen on oltava teknisesti hyvä, jotta saataisiin luotua asiakkaalle toimiva kokonaisuus. (Tarssanen 2009, 15.)

Fyysistä vaihetta seuraa älyllinen taso. Elämyksellinen tuote saa asiakkaan oppimaan ja antaa tälle uutta tietoa. Emotionaalisella tasolla elämys koetaan positiivisena tunnereaktiona, johon voi esimerkiksi liittyä ilo uuden oppimisesta tiedostetusti tai tiedostamatta. (Tarssanen 2009, 16.) Ruokamatkailussa uuden tiedon oppiminen voi liittyä suomalaisiin puhtaisiin raaka-aineisiin (Havas & Jaakonaho 2013, 28).

Viimeisenä tasona on henkinen taso, jolla tapahtuu mahdollinen elämyksellinen muutoskokemus. Muutoskokemus voi tarkoittaa, esimerkiksi uuden asian oppimista ja omaksumalla sen osaksi omaa persoonaansa. (Tarssanen 2009, 16.) Saatuaan lisää tietoa puhtaista raaka-aineista ja niiden terveellisyydestä asiakkaan ruokailutottumukset muuttuvat. Ruokamatkailun tullessa päätökseen asiakas jakaa kokemuksensa myös ystävilleen. (Havas & Jaakonaho 2013, 28.)

## 6.2 Tarinan avulla elämys

Tarinallistamisen tavoitteena on luoda tarina, joka välittää asiakkaalle yrityksen arvoja ja merkityksiä. Tarkoituksena ei ole kertoa fiktiivistä tarinaa vaan pohjata tarina vahvasti aitoihin arvoihin, liiketoiminnan lähtökohtiin ja tavoitellun kohderyhmän tarpeisiin ja tyyliin. Tarinallistaminen voi kuulostaa dramatisoidulta speaktaakkelilta, mutta sitä sen ei välttämättä tarvitse olla. Jokainen yritys toteuttaa tarinan haluamallaan tavalla. Tavoitteista johtuen se voi olla arkista ja hiljaista. (Kalliomäki 2014, 57.)

Koko tarinallistamisen prosessin ydin on yrityksen identiteetti. Se koostuu yrityksen arvoista, osaamisesta ja visiosta. Näitä voidaan ilmentää eri keinoin ja vahvistaa samalla brändiä. Brändi taas syntyy siitä, miten yrityksen sidosryhmät näkevät yrityksen ja mitä he siitä näkevät. Tarinan avulla voidaan tuoda esille yrityksen olemassaolon merkitys, inhimillisyys ja persoonallisuus. (Kalliomäki 2014, 58.) Tällainen inhimillisyys ja persoonallisuus tekee yrityksestä mielenkiintoisen asiakkaiden silmissä. Yritys on helposti lähestyttävä ja samaistuttavampi.

### 6.2.1 Tarinalähtöinen yritys

Tarinaa voidaan pitää osana yrityksen strategiaa. Sen avulla pystytään fokuoimaan toimintaa ja sen kautta tuottamaan asiakkaalle aivan uudenlaisia palveluun liittyviä kokemuksia. Kun yritys valjastaa tarinallistamisen koko voiman käyttöönsä, siitä tulee osa yrityksen strategiaa, tuotteistamista, palvelumuotoilua, markkinointia sekä brändäämistä. Tarinalähtöinen yritys innovoi, kehittää ja suunnittelee palveluaan



tarinan kautta. Tarinan avulla toiminta ja yksittäiset palvelun vaiheet liitetään yhteen toimivaksi kokonaisuudeksi. (Kalliomäki 2014, 11.)

Yrityksen toimintaa ajatellen, tarina on yrityksen punainen lanka ja yrityksen tuote tai maisema voi toimia tarinan hahmona/toimijana. Tarina sisältää niin faktaa kuin fiktiota, ja se on dramatisoitu, mielenkiintoinen sekä koukuttava. Tarinan tulisi vedota tunteisiin, esimerkiksi inhimillisyydellä tai merkityksellisyydellä. Lopuksi tarina herää eloon aistien kautta. Tähän voi käyttää apuna muun muassa kuvailua. (Kalliomäki 2014, 17.)

Minkälaisia tarinoita yritys voi hyödyntää toiminnassaan? Yritys voi kertoa tulevaisuuden visioistaan, taustatarinoita niin tuotteesta kuin yrityksestä itsestään, syntytarinan, palvelun tarinan eli palvelun kulusta asiakkaan näkökulmasta. Yritys voi kertoa tuotteen tarinan eli sen valmistukseen liittyvästä prosessista tai vaikka arvotarinan, joka kertoo kuulijalle miksi tuote on arvokas. (Kalliomäki 2014, 17.)

Tarina voi myös auttaa yritystä erottumaan kilpailijoista omaksi edukseen. Voi olla, että aiemmin yritys on joutunut kilpailemaan hinnalla pysyäkseen muiden kilpailijoiden mukana. Tarina kuitenkin brändää tuotteen ja palvelun vahvasti juuri tiettyyn yritykseen, ja täten kopiointi on hankalampaa.

Tarina tukee myös tavoitetta sitouttaa asiakas yritykseen tai brändiin. Tämä on mahdollista, koska asiakas tunnistaa tarinan ja pystyy samaistumaan siihen, mikä johtaa siihen, että asiakas koukuttuu ja haluaa tietää lisää. Asiakas saadaan viihtymään ja mikä tärkeintä: hän haluaa viihtyä pidempään. Asiakas tunnistaa tarpeensa tarinan avulla ja palaa oppimaan lisää. Tarina osallistaa asiakasta ja tämä palaa, koska haluaa kuulua tähän tarinaan ja tietää lisää. Lopulta tarinasta voi tulla osa asiakkaan unelmia, arvoja sekä elämäntyyleä. (Kalliomäki 2014, 47.)

## 6.2.2 Matkailutuotteiden tarinat

Matkailutuotteille tarinallista sisältöä saadaan paikalliskulttuurista, perinteistä ja uskomuksista. Suomessakin jokaisella maakunnalla on tällaisia perinteitä, jotka liittyvät elinkeinoon, tapoihin ja tottumuksiin, ruokaperinteeseen ja uskomuksiin. Matkailijoita kiinnostaa matkustaessaan tutustua taiteiden ja kulttuurin lisäksi myös perinteisiin ja perinteiseen elämäntapaan. Tällainen tutustuminen ei ole pelkästään ulkomaalaisten suosima asia, vaan myös suomalaisten itsensä enenevissä määrin suosima matkailutyylit. Ihmiset haluavat tutustua juuriinsa tai löytää jotain uutta omasta kotimaasta. Tutustuminen paikalliseen kulttuuriin sekä perinteisiin käy helposti tarinan avulla. Ulkomaalaisille tarinan avulla voidaan kertoa paljon alueen historiasta, nykypäivästä, ihmisistä ja kansallisesta mentaliteetista. (Tarssanen 2009, 37.)

Matkailutuotteiden tarinat voidaan jakaa uskomustarinoihin ja historiallisiin tarinoihin. Uskomustarinoissa kerrotaan ihmisen ja supranormaalien olentojen välisistä suhteista. Tällaisia ovat esimerkiksi erilaiset luonnonjumalat, joita palvottiin entis aikoina. Historiallisiin tarinoihin luetaan asutus- ja sotatarinat. Nämä voivat olla kertomuksia huomattavista henkilöistä, tapahtumista tai aikakausista. Toisaalta tarinoiden avulla voidaan jäsenellä tapahtumia helpommin ymmärrettävään muotoon. (Tarssanen 2009, 41-42.)

## 7 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tutkimus tehdään käyttämällä laadullisen tutkimuksen teemahaastattelu menetelmää, koska tutkimuksella on selkeät teemat. Nämä teemat ohjaavat haastattelua ja niiden kautta haastatteluita voi jäsenellä selkeästi. Tätä tutkimusmenetelmää hyödyntämällä saan kerättyä tarkempaa aineistoa, koska haastattelutilanne mahdollistaa tarvittaessa kysymysten tarkentamisen ja lisäkysymysten esittämisen. Haastattelemalla aineistoa kerääntyy enemmän verrattuna lomakehaastatteluun,

koska haastattelijana voin tarvittaessa kysyä lisää aiheesta. Tämän lisäksi haastateltavat voivat suostua helpommin haastatteluun kuin lomakkeen täyttämiseen.

### 7.1 Laadullinen tutkimus

Laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei ole totuuden löytäminen tutkittavasta asiasta (Vilkkä 2015, 120). Tilastollisten yleistyksien sijaan laadullisen tutkimuksen avulla pyritään kuvaamaan jotain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. Aineistonkeruumenetelminä voidaan käyttää haastattelua, kyselyä, havainnointia tai dokumentteihin perustuvaa tietoa. Niitä voidaan käyttää joko yksittäin tai yhdistelminä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85, 71). Laadullisen tutkimuksen tulisi olla emansipatorinen, jolloin haastateltavat eivät ole vain tiedonhankinta välineitä vaan haastattelu vaikuttaisi myönteisesti haastateltavien tutkittavaa asiaa koskeviin ajattelu- ja toimintatapoihin (Vilkkä 2015, 125).

Laadullisella tutkimuksella on seitsemän tyypillistä piirrettä. Ensimmäinen piirre on tutkimuksen tiedon hankinnan kokonaisvaltaisuus ja aineiston kokoaminen todellisista tilanteista. Toisena piirteenä on ihmisten käyttäminen tiedon keruun välineenä. Ihmisiä havainnoidaan ja heidän kanssaan keskustellaan. Apuvälineinä voivat toimivat lomakkeet ja testit. Induktiivisen analyysin käyttäminen on laadullisen tutkimuksen kolmas piirre. Tutkijan pyrkimyksenä ei ole testata teoriaa tai hypoteesia vaan tarkastella aineistoa monitahoisesti ja yksityiskohtaisesti paljastaakseen odottamattomia seikkoja. Neljäs piirre on suosia aineiston keruumenetelmiä, jotka mahdollistavat tutkittavien äänen pääsemisen esille. Tällaisia keinoja ovat muun muassa teemahaastattelu, osallistuva havainnointi, ryhmähaastattelut ja erilaisten dokumenttien sekä tekstien diskurssiiviset analyysit. Viides piirre kohdejoukon valinta tarkoituksenmukaisesti. Aineistoa ei kerätä satunnaisotoksin. Kuudentena piirteenä on tutkimussuunnitelman mahdollinen muuttuminen tutkimuksen edessä. Suunnitelmaa voidaan muuttaa olosuhteiden mukaisesti. Seitsemäs eli viimeinen piirre on aineiston käsittely ja tulkinta. Saatuja tuloksia käsitellään ainutlaatuisina ja niitä tulkitaan sen mukaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 160.)

## 7.2 Teemahaastattelu

Päädyin teemahaastatteluun, koska tutkimukseni aiheella on selkeitä osioita, joihin haastattelu voidaan jakaa. Teemahaastattelu tehdään haastattelemalla tiedonantajia henkilökohtaisesti, joko kasvotusten tai puhelimitse. Pohdin jo aiemmin tässä tekstissä miksi en päätenyt lomakehaastatteluun. Tutkimusaiheeni ja siihen liittyvien teemojen kannalta syvähaastattelu ei olisi ollut sopiva tutkimusmenetelmä. Joissakin tutkimuksissa voidaan haastatella ainoastaan yhtä henkilöä, mutta tutkimukseni luotettavuuden kannalta on parempi haastatella useampaa selkein teemoin.

Laadullisessa tutkimuksessa tiedonkeruumenetelmänä on yleisesti ollut haastattelu. Näitä on kolmea eri tyyppiä: lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja syvähaastattelu. Niiden erot liittyvät haastatteluiden pohjana käytettäviin kyselyihin ja itse tutkimuksen toteutuksen rakenteeseen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 74.)

Haastattelun selvä etu kyselyyn verrattuna on sen joustavuus. Haastatteliija voi tarvittaessa selventää kysymystä, oikaista väärinkäsityksiä ja keskustella tiedonantajan kanssa. Joustavuutta haastatteluun tuo myös se, että kysymykset voidaan esittää tarpeen mukaan eri järjestyksessä. Haastattelun muita etuja ovat muun muassa haastateltavan havainnointi ja haastateltavien henkilöiden valinta sen mukaan paljonko heillä on kokemusta tutkittavasta ilmiöstä tai tietoa aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73-74.) Haastattelun hyviin puoliin kuuluu myös se, että haastateltavat ovat yleensä tavoitettavissa myöhemminkin, jos aineistoa on tarvetta täydentää tai jos halutaan toteuttaa seurantatutkimus (Hirsjärvi ym. 2007, 201).

Teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu etenee etukäteen valittujen teemojen sekä niihin nojautuvien kysymysten varassa. Kysymykset laaditaan tutkimuksen tarkoituksen ja ongelmanasettelun tai tutkimustehtävän mukaisesti. Haastattelun teemat perustuvat tutkimuksen viitekehykseen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75). Vaikka haastattelu on jaettu teemoihin, niiden käsittelyjärjestyksellä ei ole väliä. Haastattelun tavoitteena on saada kaikista teemoista vastaajan kuvaus ja, että

teemat käydään läpi vastaajan kannalta luontevassa järjestyksessä. (Vilkkä 2015, 124.)

Haastattelun huonoihin puoliin lukeutuu sen ajanvievyyys. Haastatteluihin valmistautuminen ja niiden teko ovat aikaa vieviä. Muita huonoja puolia ovat tutkijasta, haastateltavasta sekä tutkimus tilanteesta johtuvat virhelähteet. Haastateltavaa on osattava tulkita kulttuuristen merkitysten ja merkitysmaailmojen valossa, sillä haastateltavilla on taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. Haastateltava voi haluta esiintyä, esimerkiksi hyvänä kansalaisena tai kulttuuripersoonana. (Hirsjärvi ym. 2007, 201-202.)

### 7.3 Aineiston suuruus

Aineiston koon tulisi olla tarpeeksi suuri, jotta tutkimus olisi tieteellistä, edustavaa ja yleistettävissä. Laadullisessa tutkimuksessa tiedonantajilla tulisi olla tietoa tutkittavasta ilmiöstä tai kokemusta asiasta. Näin ajateltuna tiedonantajat kannattaa valita harkiten. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85-86.)

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston kooksi voi riittää yksi henkilö tutkimuksesta riippuen. Koska tutkimuksella ei pyritä löytämään keskimääräisiä yhteyksiä eikä tilastollisia säännönmukaisuuksia, tutkimuksen koko ei perustu samoin kuin määrällisessä tutkimuksessa. Laadullisessa tutkimuksessa aineiston riittävydestä käytetään termiä saturaatio. Tutkijan ei tarvitse etukäteen päättää haastateltavien määrää vaan jatkaa haastatteluja kunnes uutta tietoa ei enää ilmene. Aineisto on siis riittävä, kun samat asiat alkavat tulla esille haastatteluita tehdessä. Laadullisessa tutkimuksessa ei tehdä päätelmiä perustuen yleistettävyyteen, mutta yksityisessä toistuu yleinen. Tutkittaessa yksityistä tapausta saadaan myös esille se, mikä on aiheessa merkittävää ja mikä asia toistuu. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 176-177.)

Tutkimukseen valikoitui haastateltaviksi ruokamatkailutoimijoita, joilla on osaamista ja tuntemusta satakuntalaisista perinneruoista. Näiden ruokamatkailutoimijoiden yrityksissä tarjotaan perinteisiä paikallisia makuja. Haastateltavien valintaan vaikutti

myös heidän yrityksensä sijainti, koska halusin haastateltavia mahdollisimman laajasti ympäri maakuntaa.

Otin aluksi yhteyttä seitsemään eri toimijaan. Haastatteluun mukaan lähteneiltä kysyin, jos heillä olisi suositella henkilöä, jota voisin haastatella seuraavaksi. Tällä tavoin sain kerättyä muutaman yhteystiedon ja sovin pari haastattelua lisää. Haastattelut ja yhteystietojen keruun lopetin, kun koin vastauksissa tulevan esille enää hyvin vähän uutta tietoa.

#### 7.4 Sisällönanalyysi

Käytän aineiston analysoinnissa aineistolähtöistä sisällönanalyysia. Valitsemistani teemoista nousee esille samankaltaisuuksia sekä erilaisuuksia. Niiden pelkistäminen ja yhdistäminen kokonaisuuksiksi helpottavat tulosten analysointia. Seuraavaksi tarkastelemme lähemmin aineistolähtöistä sisällönanalyysia.

Laadullisen tutkimuksen suunnitelluvaiheessa kannattaa miettiä valmiiksi tulosten analysointitapa. Jos analyysitapa on valmiiksi harkittu, voidaan sitä hyödyntää niin haastattelun tekemisessä kuin sen purkamisessa. Sisällönanalyysi on menettelytapa, jonka avulla aineistoa voidaan analysoida systemaattisesti ja objektiivisesti. Aluksi aineisto puretaan osiin ja käsitteellistetään, minkä jälkeen se kootaan uudelleen loogiseksi kokonaisuudeksi. Tällä tavoin tutkittavasta ilmiöstä saadaan kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa kadottamatta sen sisältämää informaatiota. Tämän jälkeen tutkimuksesta on helpompi tehdä johtopäätöksiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 70, 103-108.)

Sisällön analyysi jaetaan kahteen osaan: aineistolähtöiseen ja teorialähtöiseen. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi on kolmivaiheinen prosessi. Ensimmäinen prosessin osa on aineiston redusointi eli pelkistäminen. Toisessa vaiheessa aineisto ryhmitellään ja kolmannessa vaiheessa luodaan teoreettiset käsitteet. Prosessin aikana yhdistellään käsitteitä ja saadaan tätä kautta vastaus tutkimustehtävään. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 70, 108.) Aineistolähtöisen sisällönanalyysin tavoitteena on ymmärtää ja uudistaa tutkittavia toiminta- ja ajattelutapoja niiden käsitteiden,

luokitusten ja mallien avulla, jotka ovat muodostuneet tutkimuksen aikana (Vilka 2015, 171).

Aineiston pelkistäminen tapahtuu karsimalla tutkimukselle epäolennaiset asiat pois ja nostamalla tärkeimmät kohdat esiin. Tätä vaihetta ohjaa tutkimustehtävä. Aineiston ryhmittelyssä edellisen kohdan asiat käydään läpi tarkasti ja niistä etsitään samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia kuvaavia käsitteitä. Käsitteet ryhmitellään, minkä jälkeen ne yhdistetään luokaksi. Tutkittavan ilmiön ominaisuus, piirre tai käsitys voi toimia luokitteluyksikkönä. Luokittelu luo pohjan tutkimuksen rakenteelle sekä antaa alustavia kuvauksia tutkittavasta ilmiöstä. Seuraava eli kolmas vaihe on abstrahointi eli teoreettisten käsitteiden luominen. Siinä jo aiempien vaiheiden pelkistetyistä ja luokitellusta aineistosta erotetaan tutkimukselle olennainen tieto. Tämän perusteella muodostetaan teoreettisia käsitteitä ja tehdään johtopäätöksiä. Tässä prosessissa muodostetaan yleiskäsitteiden avulla kuvaus tutkimuskohteesta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 70, 109-112.)

Jokaisen haastattelun jälkeen kirjoitin äänitetyn tiedoston koneelle sanasta sanaan. Alkaessani ryhmittelemään tekstiä käytin apunani tutkimuksen teemoja. Jokaisella haastateltavalla oli oma värikoodi ja siirsin kirjoitetusta haastatteluersiosta jokaisen teeman alle haastateltavien mielipiteitä kyseisestä temasta. Tämän jälkeen pelkistin kerättyjä mielipiteitä ja kokosin niistä yhteneviä aiheita eri luokkien alle. Esimerkiksi teema Satakunnan vahvuuksista tiivistyi luokkiin: maakunta, ruoka, tuotteet, alueet ja asenteet.

## 8 TUTKIMUSTULOKSET

Yleensä laadullisen tutkimuksen materiaalia analysoitaessa nousee esille materiaalin runsaus. Tutkijan tehtävänä on analysointivaiheessa nostaa esiin niistä vain osa ja esittää ne lopullisessa tutkimuksessa. Esittämistapana voidaan käyttää teemoittaista kuvailua. Tämän tarkoituksena on välittää lukijalle haastateltavien käsitys kohteena olevasta ilmiöstä. Haastateltavien näkemykset aiheesta voidaan tuoda esille kahdella

tavalla. Tutkija voi nojautua suoriin haastatteluotteisiin tai hän voi luoda omia yhteenvedoja sekä päätelmiä kaikista haastatteluista. Laadullisen tutkimuksen aineiston esittämiseen kuuluu osaksi myös sen vivahteikkaus. Tutkijan ei tarvitse esittää pelkästään päätuloksia ja yleisimpiä linjoja, vaan hän voi tuoda esille myös aineistossa esiintyvän vaihtelun ja poikkeaman yleisestä linjasta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 193-194.)

Haastateltavana (LIITE 1) oli ruokamatkailutoimijoita niin miehiä kuin naisia, eri puolilta Satakuntaa. Haastateltavia oli yhteensä yhdeksän. Olin aiemmin aiheanalyysia kirjoittaessa pohtinut haastattelevani noin kymmentä ruokamatkailutoimijaa. Yhdeksän kuitenkin riitti tarvittavan aineiston kerryttämiseksi ja vastauksissa alkoi toistumaan samat aiheet. Oman haasteensa toi haastateltavien kiireinen aikataulu, joka näkyi osittain lyhyinä vastauksina. Haastatteluiden keksimääräinen kesto oli noin 30 minuuttia. Haastattelut aloitettiin lokakuun 2017 lopussa ja viimeinen haastattelu tehtiin kolmen viikon päästä ensimmäisestä.

Esittelen tutkimustulokset teema kerrallaan. Haastattelun ensimmäinen teema on satakuntalainen perinneruoka. Haastateltavilta kysyttiin minkälaiset ruoat kuuluvat heidän mielestään osaksi perinteistä satakuntalaista ruokakulttuuria. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää haastateltavilta heidän yleistä näkemystään siitä minkä he kokevat satakuntalaiseksi perinneruoaksi. Toinen teema käsittelee satakuntalaisen perinneruoan roolia ruokatuotannossa. Kysymyksen avulla selvitettiin satakuntalaisen perinneruoan näkyvyyttä nykypäivän satakuntalaisessa ruokakulttuurissa sekä sen merkitystä yritykselle. Kolmantena teemana oli satakuntalaisien perinneruokien muokkaus ja siihen liittyvät asiat. Tämän kysymyksen avulla esille nousivat mielipiteet perinneruoista ja näkemykset sen tulevaisuudesta. Neljäs teema keskittyy tuomaan esille Satakunnan vahvuuksia maakuntana ruokamatkailun näkökulmasta.

Viides ja viimeinen teema tuo esille ruokaelämysten luomisen asiakkaalle. Teemaan liittyvillä kysymyksillä kartoitettiin haastateltavien omia mielikuvia ruokaelämäyksestä ja sitä miten he itse luovat asiakkailleen ruokaelämyksiä.



Tavoitteena oli saada selville millaisia ruokailuun liittyviä elämyksiä yrittäjät mahdollisesti tarjoavat ruokamatkailijoille.

Haastattelun tulokset olivat pääasiassa linjassa toistensa kanssa, koska suurin osa haastateltavista nosti esille samoja asioita. Isoin vaihtelevuus näkyi kolmannessa teemassa, joka käsitteli satakuntalaisen perinneruoan muokkausta. Haastateltavien monipuolinen sijainti toi tutkimukseen erilaisia näkökulmia. Haastatteluiden kulkua ohjasi haastateltavien kokemus käsiteltävästä teemasta. Osa haastateltavista kertoi hyvin pitkästikin ja kattavasti jostakin teemasta, kun taas osalla olin hyvin vähän sanottavaa aiheesta kokemustensa perusteella. Jotkin haastateltavista olivat perehtyneet kysymyksiin jo etukäteen ja osalla oli enemmän aikaa keskustella aiheesta kuin toisilla. Tämä näkyi joidenkin teemojen kohdalla niukkana aineistomääränä. Sain kuitenkin jokaiseen teemaan riittävän määrän materiaalia ja vastaukset toistivat tiettyä linjaa. Tutkimus on toistettavissa käyttäen teemahaastattelun runkoa.

Tutkimustuloksia esitellessä suorien haastatteluotteiden perässä on koodi, esimerkiksi [H1], jossa H tarkoittaa haastateltavaa ja perässä oleva numero kertoo haastateltavan tunnistusluvun.

## 8.1 Perinteinen satakuntalainen ruokakulttuuri

Tutkimuksen ensimmäinen käsiteltävä teema on perinteinen satakuntalainen ruokakulttuuri. Kysymyksen avulla kartoitettiin haastateltavien tietämystä satakuntalaisesta perinneruoasta, siitä minkä he luokittelevat perinneruoaksi sekä minkälaisia mielikuvia heille siitä syntyy. Suurin osa haastateltavista nosti esille satakuntalaisen pitopöydän antimiseen ja osalle satakuntalainen perinneruoka merkitsi lähiruokaa.

*”Ylipäätään perinteinen satakuntalainen pitopöytä. Siihen kuuluu oikeastaan kaikki kalaruoat, graavista lähtien ja silakat, sillit, savukala. Sellaiset, jotka ehkä muualla mielletään jouluisiksi ruuiksi, kuten rosolli, lanttulaatikko, peruna...” [H5]*

*”Yleisesti tällä seudulla ”perinteinen satakuntalainen pitopöytä” on varmasti katettu graavilla kalalla ja sillillä/silakoilla. Mukana on usein ympäri vuoden myös jouluisia elementtejä, kuten rosolli, maksalaatikko ja makea makaronilaatikko. Pääruokana tarjotaan usein palapaistia.” [H7]*

Osalle haastateltavista satakuntalainen perinneruoka on yhtä kuin pitopöytä ja siihen kuuluvat ruoat mielletään usein jouluisiksi. Pitopöydän ruuista nostettiin esille varsinkin lanttu, kalaruoat, lihakastikkeet, piimäjuusto, rosolli, kakko ja Euran rinkilät. Varsinkin kalasta valmistettavat ruoat olivat monelle tärkeä osa perinteistä satakuntalaista pitopöytää. Nimetyimmät kalat olivat siika, silakka ja silli. Kalan valmistusmenetelmistä nousivat esiin graavi- ja savukala. Liha oli toinen tärkeä raaka-aine ja siitä mainittiin niin paistit kuin palvattuliha. Muutama mainitsi riistan tärkeänä osana pitopöytää.

*”Oma näkemys perinteistä taas koostuu enemmänkin paikallisten raaka-aineiden käyttämisestä.” [H7]*

*”Satakuntalainen perinneruoka perustuu aina lähiruokaan.” [H2]*

Osa vastaajista lähestyi asiaa lähiruoan näkökulmasta. He lähtivät siitä lähtökohdasta, että ruokaa valmistetaan ja on valmistettu maakunnan tarjoamista antimista ja se on muokannut perinteisen satakuntalaisen ruokakulttuurin. He nostivat esiin samoja raaka-aineita, kuin pitopöydän vastaajat, mutta heille satakuntalainen perinneruoka näyttäytyy niin arkiruoassa kuin juhlapöydissä. Heille kyse on enemmänkin hyvien raaka-aineiden käytöstä eri tilaisuuksissa.

## 8.2 Satakuntalaiset perinneruoat ruokatuotannossa

Toisen teeman avulla selvitettiin kuinka suuri rooli satakuntalaisella perinneruolla on haastateltavien yritysten ruokatuotannossa ja minkälaiset ruoat sekä raaka-aineet

nousevat esille. Tärkeiksi seikoiksi nousivat asiakkaiden ikä sekä asiakkaiden toiveet. Vanhempi asiakaskunta on pienenemään päin ja tämän myötä täysin perinteisen satakuntalaisen pitopöydän tarve pienenee. Asiakkaiden toiveet määrittelevät pitkälti sen paljonko perinteisiä ruokia tuodaan, esimerkiksi juhlapöytään. Toisaalta juhlapöytään haastateltavat haluavat tarjota asiakkailleen paljon perinteisiä makuja.

*”Tehdään aika paljon pitopöytiä. Pyydetään paljon myös perinteisiä kuten laatikoita, ja varsinkin jos on vanhemman väen juhla niin pyydetään enemmän perinteisiä.” [H1]*

*”Meillä on olemassa monenlaista eri pitopöytää ja yksi niistä on satakuntalainen perinnepöytä. Sillä on yllättävän paljon kysyntää.” [H5]*

Pieni osa vastanneista kertoi valmistavansa suoraan perinteistä satakuntalaista pitopöytää antimiseen.

*” Perinteet tulevat meillä esiin paljon raaka-aineiden kautta.” [H7]*

*”Ruokatuotanto perustuu lähinnä satakuntalaisiin perinteisiin ja lähiruokaan.” [H4]*

Suurin osa koki satakuntalaisen perinneruoan näkyvän yrityksen ruokatuotannossa lähinnä perinteisten raaka-aineiden muodossa. Mainituimmat kalat olivat siika, silakka, lohi, kuha, ahven ja hauki. Valmistusmuodoista suosituin oli graavattukala ja savukala. Kasviksista käytetyimmiksi nousivat lanttu, porkkana, punajuuri, peruna ja sipuli. Haastateltavista suurin osa suosii lähiruokaa ja osittain myös tämän vuoksi he haluavat eri sesonkien näkyvän ruokatuotannossa. Sesonkien mukaisten makujen tuominen esille koettiin osaksi perinteistä satakuntalaista ruokakulttuuria.

*”Lihatuotteista kaikista eniten tehdään possua ja asiakkaat haluavat sitä kaikista eniten. Possu kaikissa muodoissaan. Käytetään myös*

*läheltä saatavaa lammasta ja vasikkaa. Riistasta hirvi, mutta se on haastava hinnan suhteen.” [H4]*

*”Hyvä liharuoka pitää pintansa.” [H1]*

*”Meillä käytetään paljon siikaa, kuhaa, ahventa, silakkaa.” [H9]*

Kaikki haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että juhlapöydässä on aina oltava jokin perinteinen satakuntalainen liha- tai kalaruoka. Lihana käytetään yleensä possua tai nautaa, riistaa harvemmin. Niistä valmistetaan lihakastikkeita, lihapullia, palapaistia ja useat kertoivat tarjoavansa palvilihaa. Riista, kuten hirvi ja metsälinnut, mainittiin usein, mutta niiden käytön esteeksi mainittiin korkea hinta. Yleisestikin haastateltavat kokivat raaka-aineiden korkean hinnan olevan esteenä sille ettei satakuntalainen perinneruoka näy lounaalla.

### 8.3 Perinneruokien muokkaus ja sen haasteet

Kolmas teema keskittyi perinneruokien muokkaamiseen. Halusin tietää muokataanko perinneruokia jotenkin tähän päivään sopivaksi ja mikä on yrittäjien suhtautuminen trendikkääseen ruokaan. Samalla keskustelin haastateltavien kanssa siitä, mitä perinteisten makujen ja ruokien muokkaaminen vaatii yrittäjältä ja onko jokin esteenä kehitykselle.

Hieman alle puolet haastateltavista kertoi muokkaavansa perinteisiä ruokia hyvin vähän ja heistä iso osa muokkaa ruokia keventämällä niitä. Keventämisellä tarkoitettiin tässä kohtaa sitä, että ruoissa käytetään vähemmän kermaa ja voita. Pitopöytiin he laittavat tarjolle enemmän salaatteja ja muita kasviksia. Salaateissa kuitenkin näkyy perinteisyys, esimerkiksi palvilihan muodossa.

Osa mainitsi muokkauksen tapahtuvan tekemällä perinneruoista laktoosittomia ja gluteenittomia vaihtoehtoja. Perinteisiä makuja päivitetään lisäämällä, esimerkiksi

chiliä. Jotkut haastateltavista kokivat muokkauksen turhana hienosteluna ja kertoi ettei vanhaa kannata lähteä keksimään uudelleen.

*”Lähinnä vanhanaikaisia ohjeita muutetaan gluteenittomaksi ja laktoosittomaksi. Esimerkiksi suurustamisessa käytetään maissijauhoa. Lihapatoja maustettu itämaisesti.”[3]*

Yli puolet haastateltavista kertoi nykyaikaistavansa vanhoja reseptejä ja haluavansa tuoda vanhoja perinteisiä makuja esiin uudella tavalla. Tapoja muokata perinteisistä ruoista ja mauista trendikkäitä löytyi useita. Osa rikkoi tunnetun ruoan osiin, esimerkiksi sienisalaatti tarjoillaan niin, että sienet ja smetana ovat erikseen. Yksi haastateltavista kertoi tekevänsä marjoista salaatekasteikkeita ja toinen kertoi tuomalla paikallisuutta esille lisäämällä rosoliin ohraa. Joulupöytään porkkanalaatikon maut tuodaan tarjoamalla porkkanoita hunajan ja inkiväärin kera. Vanha perinteinen mauste, piparjuuri, voidaan tuoda tähän päivään tarjoamalla sitä friteerattuna pihvin päälle tai antamalla kalalle lisämaustetta piparjuurivoista.

Lähes kaikki haastateltavat mainitsivat trendikkyuden tulevan aidoista mauista. Aidot maut saadaan käyttämällä paikallista ja lähellä tuotettua ruokaa. Sesonkien muokainen tarjoilu yhdistettiin myös tähän. Tuotteiden tulee olla siistittyjä ja käsiteltyjä eli esimerkiksi kalojen on oltava ruodottomia. Annoksen trendikkyys lähtee osittain sen näyttävyydestä ja esillepanosta.

Kaikki haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että vinkit muokkaukseen ovat tänä päivänä helposti jokaisen ulottuvilla. Vinkkejä voi saada televisiosta, seuraamalla julkkiskokkeja, sosiaalisesta mediasta, selaamalla nettiä ja lukemalla lehtiä. Niitä voi saada myös menneisyydestä, seuraamalla muiden tarjontaa tai tutkimalla muiden maiden perinteisiä ruokia.

*”Vaatii paljon työtä ja tuotekehitystä, myös tuotetietoisuutta, kokeiluja, aikaa, kiinnostusta oman maakunnan tuotteisiin, mutta ennenkaikkea, vaatii tuotteiden saatavuutta.” [H2]*

Jotta perinteiset satakuntalaiset ruoat ja maut pystyttäisiin tuomaan tähän päivään se vaatisi haastateltavien mukaan tuotekehitystä ja tuotetietoisuutta. Haastateltavat kuitenkin kertoivat ettei heillä ole nykyisellään aikaa kokeilla erilaisia yhdistelmiä ja se vaatisi myös rahaa. Kaikista eniten haastateltavat kokivat sen vaativan omaa kiinnostusta sekä taitoa keksiä uutta. Vain harvan mielestä siihen vaadittiin koulutusta. Motivoituneet työntekijät nähtiin yhtenä edellytyksenä ruokien muokkaukselle.

Muutamit kertoivat esteenä olevan asiakkaiden muutoshaluttomuus. He kertoivat yrittäneensä tuoda tarjontaansa uutta, mutta asiakkaat eivät olleet kiinnostuneita tuotteesta. Yksi haastateltavista kertoi etteivät muokatut perinteiset ruoat sovi heidän miljööseen ja tämän vuoksi he pysyvät hyvin pitkälti uskollisina perinteisille ruoille eivätkä lähde muokkaamaan niitä. Lähiruokaan liittyen esteeksi nimettiin ruoantuottajien vähäinen panostus omaan markkinointiin. Hyviä tuotteita voi olla vaikea löytää vaikka ne olisivat aivan lähellä.

Teollisuuden tuoma persoonattomuus oli myös yksi mainituista haasteista. Teollisuuden myötä, esimerkiksi ravintolat käyttävät paljon esivalmiita tuotteita nopeuttaakseen prosessejaan. Isot teollisuusyritykset kuitenkin ajattelevat asioita koko Suomen kannalta eikä pelkästään paikallisesti. Tuotteista tulee persoonattomia ja ravintolan oman henkilöstön kiinnostus tuotteeseen jää vajaaksi.

#### 8.4 Satakunnan vahvuudet ruokamatkailussa

Neljäs teema keskittyi Satakunnan vahvuuksiin ruokamatkailun kannalta. Kysymyksen avulla selvisi millaisena maakunta näkyy ruokatoimijoiden mielissä, millaisia asioita he haluavat korostaa matkailijoille ja mitkä tuotteet nousevat esille. Maakunnan vahvuuksien suhteen haastateltavat olivat melko yksimielisiä, mutta yksittäisen tuotteen esille nostaminen aiheutti hajontaa.

*”Puhtaiden, perinteikkäiden raaka-aineiden saatavuus läheltä on Satakunnan vahvuus.” [H7]*

Maakunnan vahvuuksia ruokatoimijoiden mielestä ovat selkeästi puhtaat raaka-aineet sekä ruoantuottajien määrä. Satakunta tarjoaa haastateltavien mielestä monipuoliset olosuhteet eri ruoantuottajien eduksi. Puhtaita ja tuoreita raaka-aineita saadaan niin vesistöistä, pelloilta ja metsistä. Tästä edusta on hyötyä myös ruokamatkailutoimijoiden kannalta. Lähiruoka yhdistettiin vahvasti niin trendikkyyteen kuin perinteiseen satakuntalaiseen ruokaan. Tästäkin syystä ruokatoimijat kokevat monipuolisen ja runsaan raaka-aineiden saannin olevan Satakunnan ruokamatkailun valtti. Haastateltavien mukaan etuna on myös ruoantuottajien omat pitkät perinteet ja heidän vahva tuotetietoisuutensa.

*”Se luonnonläheisyys, maanläheisyys, maalaisuus tulee mukaan sinne. Itse tuotettua, itse leivottua, itse tehtyä.” [H2]*

Satakunnan vahvuudet ruoan kannalta liittyvät juurikin lähiruokaan ja makuihin. Satakuntalaisissa perinneruoissa näkyy luonnonläheisyys, koska maut syntyvät paikkakunnan omista raaka-aineista ja niistä raaka-aineista, jotka ovat paikkakunnalle tyypillisiä. Joillakin paikkakunnilla se on kala ja toisaalla possu. Suurin osa haastateltavista oli sieltä mieltä, että Satakunnan tarjoamat alueelliset vahvuudet ovat metsä ja meri. Ne antavat perinteiselle satakuntalaiselle ruoalle omaleimaisuutensa.

Kysyin haastateltavilta, jos he nostaisivat jonkin raaka-aineen tai ruoan Satakunnan vetonaulaksi ruokamatkailuun, niin mikä se olisi. Mikään yksittäinen raaka-aine tai ruoka ei noussut selvästi esille. Muutama mainitsi tyrnin ja kakon. Riista ja kalat olivat myös esillä. Yksi haastateltavista kertoi alueen erilaisuuden olevan sen rikkaus. Koska melkein jokaisella paikkakunnalla on oma erikoisuutensa, se on matkailun kannalta vain positiivista. Perinteiden runsaus, pitopöydissä tarjottavien ruokalajien suuri määrä ja perinneruoan taitajien suuri määrä mainittiin yhdeksi vahvuudeksi.

## 8.5 Ruokaelämysten luominen

Viides teema eroaa edellisistä omana pääteemanaan. Sen tarkoituksena oli kartoittaa ruokatoimijoiden näkemyksiä ruoan elämyksellisyydestä ja nähdä miten he luovat ruokaelämyksiä asiakkailleen. Tällä teemalla on merkitystä ruokamatkailun suunnittelun ja toteutuksen kannalta. Aineiston pohjalta voidaan mahdollisesti kehittää myös uusia ideoita ruokaelämysten tuottamiseen.

Aluksi kysyin jokaiselta haastateltavalta mitä sana ruokaelämys tuo heidän mieleensä. Koska kyseessä on jokaisen haastateltavan omakohtainen kokemus ja tuntemus ruokaelämyksestä, vastaukset olivat hyvin vaihtelevia. Joitakin yhteneväisyyksiä löytyi.

*”Kauniisti aseteltu, laiteltu ruoka. Hyvä ympäristö ja tottakai hyvää ruokaa.”*  
[H6]

Moni mainitsi ruokailupaikan vaikuttavan elämykseen. Paikalla voi olla vahva historia tai ympäristö on muuten erikoinen, kuten esimerkiksi luonnon läsnäolo. Itse ruoka luo elämyksen, jos se on valmistettu laadukkaista raaka-aineista, ruoka on puhdasta ja selkeää, ruoan tulee olla maukasta ja aseteltu esteettisesti. Muutamat yhdistivät tarinallisuuden onnistuneeseen ruokaelämykseen. Tarina voi liittyä joko itse ruokaan ja raaka-aineisiin, ruokailussa käytettävään miljööseen tai molempiin.

*”Itse rakennan kotona vieraille sellaisen ruokatarinan. On se mikä tahansa, siinä on aina jokin ruokatarina. Mietin menyn ja rakennan teeman sen ympärille. Se voi olla vaikkapa Suomi-teema tai Satakunta-teema..”* [H8]

*”Kun mietin ruokaelämystä ja ruokamatkailua nin kyllä se on, että se on sitä puhdasta, selkeätä, siihen liittyy hyvät tarinat ja se miljöö. Esillepano ja ruokaelämyksiin liittyvät erilaiset teemat. Ehkä sellainen tarinallisuus ja kerronnallisuus voivat olla sellainen ruokaelämys. Ja se missä ruoka tarjotaan.”*[H5]



Ruokaelämysten luominen asiakkaalle oli seuraava aihe. Valtaosa haastateltavista kertoi tuovansa asiakkaille elämyksellisyyttä kertomalla paikan historiasta. Paikan esittely ja historiikki kerrotaan asiakkaalle lyhyesti, esimerkiksi ruokailun yhteydessä, ja yleensä esittely on asiakkaan itsensä ehdottamaa. Joissakin paikoissa vierailijat pääsevät tutustumaan kohteeseen ja sen tiloihin, seuraamaan ruoan valmistusprosessia, heille kerrotaan paikan perustajista sekä heihin liittyvistä perinteistä.

Paikan historiasta kertominen oli monelle ruokaelämysten luomisen pohja. Seuraavaksi mainittiin menyn suunnittelu asiakkaan toiveiden pohjalta. Asiakkaalta kysellään heidän lempi ruokiaan ja raaka-aineita sekä mahdollisesti niihin liittyviä muistoja. Tätä kautta juhlapöytään voidaan luoda tuttuja makuja, esimerkiksi asiakkaan lapsuudesta tai tuoda asiakkaan mainitsema lempi raaka-aine jollakin yllätyksellisellä tapaa esille. Näiden lisäksi yllätyksellisenä elementtinä voidaan tarjota, esimerkiksi kokintervehdys ruokailun alkuun tai kahvin kanssa satakuntalainen perinneherkku konjakkiplarit.

*”Joka kerta haastatellaan asiakas, on se sitten joku illallinen tai iso juhlatilaisuus. Me keskustelemme asiakkaiden kanssa. Jokainen valmis meny räätälöidään asiakkaan tarpeiden mukaan. Siinä vaiheessa muistojen hiominen ja miten se saadaan sovitettua. Kysymys voi olla vaikka juustosta, josta asiakas pitää. Me mietimme miten saamme tuotua sen vaikka johonkin väliruokaan.” [H2]*

Kolmantena asiana esillä oli panostus itse ruokaan. Ruoan tulisi olla visuaalisesti miellyttävää ja siitä olisi löydyttävä puhtaat maut. Tässä toistuu edellisen kohdan mielipiteet ruoan puhtaudesta, aidoista mauista ja ruoan selkeydestä. Ruoka on itsetehtyä ja siitä näkyy laadukkuus. Muutama mainitsi erityisruokavaliot elämyksellisyyden luomisessa. Asiakkaalle voi luoda hyvän ruokailuelämyksen panostamalla tuomaan samanvertaisen kokemuksen erityisruokavaliota tarvitsevalle. Näin kukaan seurueesta ei koe jäävänsä vähemmälle.

Muutama yhdisti tarinan osaksi ruokaelämysten luomista asiakkaalle. Heille ruokaelämysten tuottaminen asiakkaalle syntyy hyvästä kokonaisuudesta. Paikan

erilaisuus ja siihen sidottu tarina ovat heille tärkeitä. Ruokailu on osa suurempaa kokonaisuutta ja se myötäilee sitä. Tarina tai paikan historia on yrityksen toiminnan perusta ja he haluavat luoda asiakkailleen muistoja.

*”Me kerromme paikan historiasta, kerrotaan tuotteesta, me kerrotaan yleisesti ottaen aika paljon missä talossa ne juhlat on tai tilaisuus. Meillä määrätyt henkilöt osaa sen. Kun kerrot jostain tuotteesta tarinan niin se lisää tuotteen arvoa.”[H2]*

*”Pääosin asiakkaamme eivät tule meille ainoastaan syömään, vaan ruoka tietyllä tavalla kruunaa kokonaisuuden, joka kulkee saman ideologian kanssa koko asiakkaan vierailun ajan. Oli mukana sitten aktiviteettia tai saunomista, ajatuksena on, että meillä on yksi punainen lanka koko toiminnassamme.”[H7]*

## 9 YHTEENVETO

Tutkimustehtävänä oli tutkia miten satakuntalainen perinneruoka näkyy tänä päivänä ruokamatkailua tarjoavissa yrityksissä. Ruokamatkailustrategiaa ajatellen kysyttiin myös Satakunnan vahvuuksia ruokamatkailun kannalta. Tutkimuksessa kartoitettiin näiden lisäksi ruokamatkailutoimijoiden näkemyksiä ruokaelämyksistä. Tutkimusmenetelmäksi valikoitui teemahaastattelu.

Haastateltavat valikoituivat yrityksensä tuotteiden ja sijainnin sekä henkilökohtaisen kokemuksensa perusteella. Haastateltavina oli eri-ikäisiä ruokamatkailutoimijoita, joilla kaikilla on erilainen kokemus tausta niin yrittäjyydestä kuin keittiömestarina olemisesta ja ruokamatkailusta. Kaikilla haastatelluilla on tietämystä satakuntalaisesta perinneruoasta. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta tärkeä tekijä on myös se, että haastateltavat ovat eri puolilta Satakuntaa. Tutkimuksessa kerätty aineisto kattaa mahdollisimman monipuolisesti koko maakunnan. Haastatteluista suurin osa tehtiin puhelimitse, kolme kasvotusten ja yksi sähköpostitse.

Ensimmäisen teeman aiheena oli perinteinen satakuntalainen ruokakulttuuri. Haastateltavien mielipiteet jakaantuivat kahtia. Suurimmalle osalle vastaajista se tarkoitti yhtä kuin satakuntalainen pitopöytä ja varsinkin jouluiset maut, kuten lanttulaatikko ja rosolli, yhdistettiin perinteiseen satakuntalaiseen ruokakulttuuriin. Loput vastaajista toivat esille maakunnan eri raaka-aineiden saannin ja kertoivat satakuntalaisen perinneruoan pohjautuvan siihen.

Toisena teemana oli satakuntalaisten perinneruokien rooli ruokamatkailutoimijoiden yrityksissä. Perinneruokien vähenevä määrä yhdistyi vanhemman asiakassegmentin laskuun ja harva vastanneista kertoi tekevänsä, esimerkiksi pitopöydän täysin perinteisenä. Perinneruoka ja sen maut ovat haastateltavien mielestä parhaiten esillä heidän käyttämässään lähellä tuotetuissa raaka-aineissa, sekä ruuissa, jotka ovat juuri heidän paikkakunnalleen ominaisia.

Perinneruokien muokkaus ja mahdolliset esteet kehitykselle olivat kolmannen teeman keskiössä. Suurin osa haastateltavista kertoi yrittävänsä tuoda vanhoja perinteisiä ruokia ja makuja uudella tavalla esille. Tapoja tähän mainittiin useita. Lähes kaikille vastaajista trendikkyys tarkoitti aitoja makuja, siistittyjä tuotteita ja annoksen visuaalisuutta. Suurin este perinteisten ruokien muokkaukselle on ajan puute. Muokkaukseen tarvitsisi sijoittaa paljon aikaa taustatyölle ja erilaisille testauksille. Suurin motivaattori on kuitenkin oma kiinnostus muokkausta kohtaan.

Neljäs teema toi esille Satakunnan vahvuuksia ruokamatkailu kohteena. Lähiruoka on haastateltavien mielestä suurin tämän hetkinen trendi ja Satakunnassa tarjolla paljon lähellä tuotettua ruokaa. Satakunnan vahvuudet löytyvät lähellä tuotettujen raaka-aineiden monipuolisuudesta, ruoantuottajien määrästä ja heidän tuotetietoisuudestaan. Näihin perustuen saadaan luotua puhtaita ja aitoja makuelämyksiä asiakkaille. Satakunnalla ei haastateltavien mukaan ole yhtä ruokatuotetta nostaa muiden edelle vaan alueen erikoisuus ruokamatkailun kannalta on sen vaihtelevuus.

Viides teema käsitteli ruokaelämyksiä ja niiden tuottamista asiakkaille. Mielikuvana ruokaelämys yhdistettiin kiinnostavaan ympäristöön, ruoan makuihin ja aseteluun sekä tarinoihin. Kysyttäessä miten haastateltavat luovat ruokaelämyksiä

asiakkailleen, paikan lyhyt historia katsaus oli päällimmäinen vastaus. Seuraavaksi tuotiin esille juhlamenyn luominen asiakkaan toiveiden perusteella ja asiakkaan yllättäminen eri tavoin. Kolmantena mainittiin maut ja esillepano. Muutama kertoi haluavansa luoda asiakkaille ruokaelämyksen tarinoiden avulla.

Tuloksena voidaan sanoa satakuntalaisten makujen näkyvän ruokamatkailutoimijoiden ruokatuotannossa yhä hyvin vahvana. Satakuntalaiset maut tulevat maakunnan monimuotoisesta luonnosta ja sen tarjoamista antimista. Maakunnassa on paljon ruoantuottajia, jotka mahdollistavat perinteisten lähellä tuotettujen raaka-aineiden saannin ja tämän vuoksi myös ruokamatkailutoimijat käyttävät yhä perinteisiä ruokia ja makuja ruokatuotannossaan. Vaikka vanhojen perinteisten pitopöytien kysyntä pienenee asiakaskunnan nuorentuessa, haastateltavat kertovat asiakkaiden silti arvostavan vanhoja tuttuja makuja ja niitä halutaan usein tuoda esille juhlapöydissä jollain tavalla.

Ruokamatkailua koskevissa materiaaleissa nostetaan usein esille suomalaisen ruoan puhtaus, paikallisuus ja tarinat. Keräämäni aineiston perusteella Satakunnassa on vahvasti esillä ruoan puhtaus ja sen paikallisuus. Vuodenaikojen hyödyntämisen, suomalaisen villiruoan ja superruoan vähäinen käyttö mainittiin tämän tutkimuksen teoriaosassa. Haastateltavat toivat esille miten he hyödyntävät vuodenaikoja ruokatuotannossa. Villiruoka ja superruoka tuntuivat termeinä olevan hieman outoja ja monet haastateltavista sanoivat etteivät käytä niitä ja kokivat niiden käyttämisen vaativan koulutusta. Toisaalta monet heistä käyttävät ruokatuotannossa mustikkaa tai tyrniä.

Elämyksellisyyden kannalta ruokamatkailutoimijat näyttävät luottavan ruokailupaikan historialliseen vetovoimaan, mutta vain harvat ovat kehittäneet sen ympärille tarinan. Tämän tutkimuksen teoriaosuudessa käytetyissä materiaaleissa mainittiin ruokaelämykseen liittyvän itse ruoka, paikalliset tuottajat, tarinat ja paikalliskulttuuri. Kun nämä yhdistyvät, saadaan hyvä ruokaelämys. Elämyskolmion mukaisesti satakuntalaiseen ruokamatkailuun saadaan hyvin luotua aitoutta käyttämällä lähiruokaa, jota monet toimijat kertoivat hyödyntävänsä.

Haastatteluiden perusteella ja tutustumalla haastateltavien kohteiden nettisivuihin, toimijat hyödyntävät niukasti tarinaa osana elämyksen tuottamista. Nettisivuilla voidaan tuoda lyhyesti esille paikan historiaa, mutta yksi haastateltavista mainitsi sen olevan hyvin pienessä roolissa markkinoinnillisesti. Toimijat kertovat asiakkailleen yleensä lyhyesti paikan historiasta, mutta sitä ei välttämättä yhdistetä ruokaan. Vain muutama kertoi yhdistävänsä paikan historian ja ruoan, esimerkiksi tarjoamalla paikan alkuperäisten perustajien herkkuja ja lempiruokia. Miljöö ja ruoka eivät siis aina kulje käsi kädessä. Vain yksi haastateltavista kertoi haluavansa antaa asiakkaille moniaistillisen ruokaelämyksen.

## 10 LUOTETTAVUUS

Osaksi luotettavuuden tarkastelua kuuluu lähdekritiikki. Tutkimuksessa käytettäviin valmiisiin aineistoihin on suhtauduttava kriittisesti ja punnittava niiden luotettavuutta. Myös tutkimusmenetelmän luotettavuutta on syytä pohtia. Oliko se paras menetelmä tarvittavan aineiston keräämiseen, mitä heikkouksia käytetyllä menetelmällä oli ja mikä oli haastattelijan osuus? Luotettavuutta voidaan tutkia tarkastelemalla kuinka huolellisesti tutkimusmenetelmä on selitetty lukijalle, jotta pystytään arvioimaan aineistojen asianmukaisuutta ja edustavuutta sekä saatujen tulosten luottavuutta. Luotettavuuden kannalta on tärkeää, että kaikkiin asetettuihin tutkimusongelmiin on vastattu. (Hirsjärvi ym. 2007, 184-262.)

Luotettavuutta voidaan tarkastella sen reliabiliteetin ja validiteetin osalta. Reliabilius tarkoittaa tutkimustulosten toistettavuutta. Jos toinen tutkija suorittaa saman tutkimuksen, saako hän samat tulokset. Validius taas tarkoittaa tutkimusmenetelmän toimivuutta. Onko sillä mitattu juuri sitä mitä on pitänyt. Laadullisessa tutkimuksessa saadut vastaukset voivat kuitenkin olla ainutlaatuisia ja täten tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä täytyy lähestyä hieman eri kantilta. Validius laadullisessa tutkimuksessa voidaan katsoa tarkoittavan kuvauksen ja siihen liitettyjen selitysten ja tulkintojen yhteensopivuutta. Luotettavuudesta kertoo myös

tutkijan huolellinen selostus tutkimuksen toteuttamisesta. (Hirsjärvi ym. 2007, 226-227.)

Tutkimuksen teoriaosuuden lähteet ruokamatkailun osalta ovat luotettavia ja yleisesti käytössä olevia. Lähteitä löytyi niin suomalaisesta ruokamatkailusta kuin ruokamatkailusta yleisesti. Lähteiden löytäminen satakuntalaisesta perinneruoasta oli hieman hankalaa ja teorian pohjana on käytetty perinnekeittokirjoista saatavia materiaaleja. Elämysten tuottamisesta ja tarinoista on kerrottu suomalaisen matkailualan pääkirjoihin lukeutuvista teoksista. Lähteitä on käytetty monipuolisesti ja harkiten.

Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu oli oikea valinta. Sain kerättyä paljon materiaalia, tarkennettua kysymyksiä ja haastateltavat lähtivät mielellään mukaan tutkimukseen, kun lähestyin heitä henkilökohtaisesti. Aluksi lähestyin haastateltavia sähköpostitse, mutta osa heistä ei vastannut haastattelupyyntöni, joten otin uudelleen yhteyttä puhelimitse jolloin sovimme haastatteluajan. Mielestäni tämä lähestymistapa oli kaikista tuloksekkain. Niin kuin olen aiemmin maininnut, osa haastateltavista oli erittäin kiireisiä ja tämä vuoksi koin saavani osan kohdalla niukkoja vastauksia. Osalla oli selvästi kiinnostusta aiheeseen ja tietämystä. Osa ei ollut tutustunut kysymyksiin ennalta ja tämä yhdistettynä kiireisyyteen tuotti omat haasteensa. Oma osuus haastattelijana korostui varsinkin tässä kohtaa. Mietin yritänkö saada tästä aiheesta kysyttyä vielä lisää vai siirrynkö seuraavaan ja yritän siinä saada lisää vastauksia.

Haastattelijana heikkouksiani olivat vähäinen tieto perinteisestä satakuntalaisesta ruoasta. Omat tietoni ja ajatukseni pohjautuivat hyvin pitkälle lukemaani materiaaliin ja omakohtaisiin kokemuksiini. Olisin mahdollisesti voinut saada tarkennettua kysymyksiäni paremmin, jos minulla olisi ollut enemmän tietoa aiheesta. Kerättyä aineistoa voisi lähestyä myös kriittisemmin ja haastaa toimijoiden ajattelutavan, jos olisi paljon omakohtaista kokemusta perinteisen ruoan valmistamisesta. Toisaalta olin perehtynyt aiheeseen mielestäni riittävästi ja tarkoitukseni oli kerätä haastateltavien mielipiteitä ja antaa aineiston puhua puolestaan.

Pidän tuloksia luotettavina. Haastateltavia oli monipuolisesti ympäri maakuntaa, eri-ikäisiä, miehiä sekä naisia ja heillä on kaikilla asiantuntijuutta ruokamatkailusta ja perinteisestä satakuntalaisesta ruoasta. Vastauksissa toistui samoja aiheita ja niistä sai koottua yleistettäviä käsityksiä. Validiteettia ajatellen haastateltavat olivat mielestäni hyvä ote satakuntalaisista ruokamatkatoimijoista ja sain heiltä juuri kysymyksiäni vastaavia vastauksia. Vastausten pohjalta saa yleisen käsityksen satakuntalaisen perinneruogan olemuksesta nykypäivän satakuntalaisessa ruokakulttuurissa ja ruokaelämysten tuottamisesta maakunnassa. Haastattelu ja sen tulokset ovat toistettavissa käyttäen teemahaastattelun runkoa.

## 11 POHDINTA

Aloitin opinnäytetyön tekemisen helmikuussa 2016. Suurin osa teoriaosuudesta on kirjoitettu sen vuoden kesällä. Pidän lähes vuoden taukoa opinnäytetyöstä ja palasin sen kirjoittamiseen syksyllä 2017. Näin jälkeen päin ajatellen tauko oli varmasti aivan hyvä, koska suoritettuani opintoihini kuuluvan harjoittelun, sain kokemusta matkailualasta ja pystyin mielestäni lähestymään aineistoa uudesta näkökulmasta.

Tämän tutkimuksen tarjoamista tuloksista on apua ruokamatkailustrategian toteuttamiseen Satakunnassa. Tuloksista näkyy miten perinteinen satakuntalainen perinneruoka näkyy tämän päivän ruokamatkailutoimijoiden yrityksissä ja niissä on esillä heidän mielipiteensä ja suhtautumisensa siihen. Satakuntalainen perinneruoka on liitettävissä paikallisuuteen ja lähiruokaan. Ne taas ovat asioita, jotka yhdistetään osaksi ruokamatkailua.

Tutkimuksen toimeksiantajan palaute tutkimuksen annista oli hyvää. Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmä (Salo sähköposti 7.12.2017) kokee opinnäytetyön palvelevan heidän tavoitteitaan ja tulokset voidaan siirtää suoraan käytäntöön. Tutkimuksen teoriaosan tiivistettyä tietoa pystytään myös hyödyntämään.

Ruokamatkailua koskevissa vastauksissa haastateltavat nostivat erittäin vähän esille, esimerkiksi elämyskolmiossa mainittuja asioita ja tarinallisuutta. Itselleni se herätti kysymyksen siitä, onko vanhemmilla ruokamatkailutoimijoilla tarpeeksi tietoa ruokaelämysten luomisesta asiakkaille. Tämä olisi mielestäni erittäin hyvä lisätutkimuksen kohde. Syvemmin voisi tutkia yritysten tietämystä elämyksistä ja heidän valmiuttaan siihen. Lisäksi voisi kehitellä yrityksille elämyskolmion mukaisia lähestymistapoja ruokaelämyksiin.

Aiheena ruokamatkailu on erittäin kiinnostava ja olen oppinut siitä erittäin paljon. Ruokamatkailuun liittyviä artikkeleita ja materiaaleja lukiessa tulee mieleen kaikenlaisia mahdollisuuksia. Haastatteluiden jälkeen kuitenkin näkee asiat hieman eri tavalla. Yrityksillä on omat haasteensa ajan ja rahan suhteen, mitkä rajoittavat toimintaa.

Joidenkin haastateltavien kanssa keskustelin siitä, miten ruokamatkailua voitaisiin kehittää Satakunnassa. Yhdellä oli mielessä ruokatapahtuma, jossa eri toimijat pääsisivät esittäytymään. Toinen toi esille ryhmämatkailijoiden ruokailun hajauttamisen muutaman paikan välille, esimerkiksi tarjoilemalla alkuruoan yhdessä paikassa ja pääruoan toisaalla. Ruokailijoiden viihdyttäminen teemojen ja niihin liittyvien tarinoiden avulla oli myös yksi tapa lisätä ruokailuun elämyksellisyyttä.

Itselleni haastatteluista jäi sellainen kuva, että ruokamatkailutoimijat tarvitsisivat jonkun ulkopuolisen tahon johtamaan tällaista yhteistyötä. On se sitten ryhmille tehtyjä teemareittejä ja tutustumisia eri paikkoihin, ruokatapahtuma tai muu yhteinen näkyminen esitteissä ja markkinointi materiaaleissa. Yrittäjillä itsellään voi olla hyvin vähän aikaa sitoutua muuhun kuin arjen pyörittämiseen. Heillä voi olla hyviä ideoita ja halukkuutta, mutta koordinointi ja toteutus vaatisivat omistautumista vain tälle asialle.

Toivon ruokamatkailun lisääntyvän Satakunnassa. Toimiessani matkailuneuvojana olisi ollut kätevää antaa matkailijoille joitakin valmiita reittiehdotuksia, joihin olisi muiden kohteiden lisäksi sisältynyt myös ruokamatkailullisia kohteita. Jos tällaisia materiaaleja tehdään, olisi niiden hyvä näkyä myös netissä. Osa matkailijoista tutkii sivustoja itse ja poimii sieltä ehdotuksia. Olisikin hyvä, jos myös Satakunnan



ruokamatkailutoimijat saataisiin jotenkin yhdessä esille ja matkailijoiden tietoisuuteen.

## LÄHTEET

Ahtiainen, A., Helsstedt, M., Karjalainen, K. & Tissari-Simola, V. 2000. Suussa sulavaa Suomesta. Vantaa: Finfood

ELO- säätiö www-sivut. Villiruoka. Viitattu 10.10.2017. <http://www.elosaatio.fi/villiruoka>

Havas, K., Adamsson, K. & Sievers, K. 2015. Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia 2015-2020. Haaga-Helia

Havas, K. & Jaakonaho, K. 2013. Evästä matkailuun. Vantaa: Multiprint

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi

Hungry for Finland www-sivut. 2016. Suomen ruokamatkailun tuotesuositukset 2016. Viitattu 28.9.2016. [http://hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/RM\\_tuotesuositus\\_nettil\\_high\\_7.1.2015.pdf](http://hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/RM_tuotesuositus_nettil_high_7.1.2015.pdf)

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen – Palvelukokemuksen punainen lanka. Viro: Print Best

Komppula, R. & Boxberg, M. 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy

Mäkelä, J. , Palojoki, P. & Sillanpää, M. 2003. Ruisleivästä pestoon – Näkökulmia muuttuvaan ruokakulttuuriin. Porvoo: WS Bookwell Oy

Mänttari, A. 2014. Näillä kotimaisilla ruoka-aineilla voi korvata kalliit superfoodit. Helsingin Sanomat 20.2.2014. Viitattu 27.11.2017. [www.hs.fi](http://www.hs.fi)

Povey, G. 2011. Gastronomy and Tourism. Teoksessa Research Themes for Tourism. Iso-Britannia: MPG Books Group

Ruokatieto yhdistys ry www-sivut. 2007. Ruoka noussut yhdeksi tärkeimmistä matkailutrendeistä. Viitattu 3.10.2016. <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/ruokanoussut-yhdeksi-tarkeimmista-matkailutrendeista>

Ruokatieto yhdistys ry www-sivut. 2008. Idän ja lännen sulautuminen Suomen ruokamatkailun valttina. Viitattu 3.10.2016. <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/idan-ja-lannen-sulautuminen-suomen-ruokamatkailun-valttina>

Ruokatieto yhdistys ry www-sivut. 2013. Ruoan vuodenaajoista enemmän irti ruokamatkailulle. Viitattu 3.10.2016. <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/ruuanvuodenaajoista-enemman-irti-ruokamatkailulle>

Ruokatieto yhdistys ry www-sivut. 2014. Ruokamatkailu Suomessa: ”Ei tehreä tästä ny numeroo”. Viitattu 3.10.2016. <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/ruokamatkailu-suomessa-ei-tehra-tasta-ny-numeroo>

Salo, V. Työn tilaajan palaute opinnäytetyöhön. Lähetetty 7.12.2017 klo 15.01. Viitattu 9.12.2017.

Satakunnan ammattikorkeakoulu www-sivut. 2017. Tutkimusryhmät työelämän palveluksessa. Viitattu 12.10.2017. <http://www.samk.fi/tyoelama-ja-tutkimus/tutkimus/>

Sillanpää, M. 1999. Happamasta makeaan – Suomalaisen ruoka- ja tapakulttuurin kehitys. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Suomi-Venäjä seuran www-sivut. Venäläinen keittiö. Viitattu 1.5.2016.  
<http://www.venajaseura.com/venaja-tieto/venalainen-keittio>

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Oy Sevenprint Ltd

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä:  
Gummerus Kirjapaino Oy

Tuominen, L.K. 2011. Kokemäenjoen laakson pitokokkien parhaita. Raisio:  
Newprint Oy

Valonen, N., Arha, A-L., Uusivirta, H. & Tuulos, R. 1969. Satakuntalainen  
keittokirja. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy

Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. Juva: Bookwell Oy

Visit Finland. 2014. Modernit humanistit työkirja. Viitattu 10.10.2017. [http://www.e-julkaisu.fi/mek/visit\\_finland-modernit\\_humanistit/](http://www.e-julkaisu.fi/mek/visit_finland-modernit_humanistit/)

Visit Finland www-sivut. 2017. Valtakunnalliset kehittämissstrategiat. Viitattu  
12.10.2017. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/kehittamisstrategiat/>

Yeoman, I. 2008. Why food tourism is becoming more important? Viitattu  
3.10.2016. <http://www.hospitalitynet.org/news/4037197.html>

TEEMAHAASTATTELUN KYSYMYKSET:

SATAKUNTALAINEN PERINNERUOKA:

-Minkälaiset ruoat kuuluvat Teidän mielestänne osaksi perinteistä satakuntalaista ruokakulttuuria?

-Miten satakuntalaisia perinneruokia hyödynnetään ruokatuotannossanne? Jos ei, niin miksi ei?

-Muokkaatteko perinneruokia jotenkin tähän päivään sopivaksi ja miten se tehdään?

-Mitä vaaditaan, että ruoat pystytään luomaan trendikkäiksi? Onko jokin esteenä kehitykselle?

-Mitä vahvuuksia Satakunnassa on olla trendikkään perinteisen ruoan maakunta?

ELÄMYS:

-Mitä sana ruokaelämys tuo mieleenne?

-Onko yrityksessä mietitty ruokaelämysten tuottamista asiakkaille? Minkälaisia ruokaelämyksiä haluatte luoda asiakkaillenne? Jos ei, niin miksi elämyksellisyyttä ei hyödynnetä yrityksessänne?