



**LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU**  
*Lahti University of Applied Sciences*

# Elämyksellinen ruokatuote

## Varsinais-Suomessa

LAHDEN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailu- ja ravitsemisala  
Matkailun koulutusohjelma  
Elämymatkailu  
Opinnäytetyö  
Kevät 2014  
Aino Kotaja

Lahden ammattikorkeakoulu  
Koulutusohjelma

KOTAJA, AINO:

Elämyksellinen ruokatuote  
Varsinais-Suomessa

Elämysmatkailun opinnäytetyö,

45 sivua, 1 liitesivu

Kevät 2014

TIIVISTELMÄ

---

Tämän tutkimuksellisen opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää ruokapalveluiden elämyksellisyyttä Varsinais-Suomessa. Selvityksen tarkoituksena on auttaa ruokamatkailun kehittämistä Varsinais-Suomen alueella. Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimii Turku Touring, joka toimii Varsinais-Suomen matkailukeskuksena.

Opinnäytetyössäni on kaksi osaa, joista ensimmäisenä on tietoperusta. Tietoperustassa käsittelen maaseutumatkailua yleisesti Suomessa sekä Varsinais-Suomen alueella. Lisäksi käyn läpi työni osalta tarvitsemiani elämyksen perusteita sekä suomalaista ruokakulttuuria ja perinneruokia. Toisessa osassa käyn läpi valitsemaani tutkimusmenetelmää ja kerron haastattelun tuloksista. Lopuksi vielä pohdin vastauksia työni teoriaan peilaten.

Tutkimuksessa haastattelin Varsinais-Suomessa ruokapalveluja tarjoavia yrittäjiä. Valitsin haastateltaviksi seitsemän yritystä, joista vastaukset sain viideltä. Haastattelut tein puhelimitse sekä sähköpostia apuna käyttäen.

Tutkimuksen avulla sain tietoa valmiiden ruokapalvelujen elämyksellisyydestä ja hieman yrittäjien suhtautumisesta elämyksen tuottamiseen. Tutkimuksen mukaan eri puolilta Varsinais-Suomea löytyy ruokapalvelujen tuottajia, jotka panostavat elämyksellisyyteen ja pyrkivät sillä luomaan tuotteelle lisäarvoa.

Asiasanat: ruoka, elämys, maaseutumatkailu, Varsinais-Suomi

Lahti University of Applied Sciences

Degree Programme in tourism and hospitality

KOTAJA, AINO:

Bachelor's Thesis in experience tourism

Experience of food services  
in Southwest Finland

45 pages, 1 page of  
appendices

Spring 2014

ABSTRACT

---

The purpose of this bachelor's thesis is to find out what is the role of experience in Southwest Finland's food tourism. It is made for helping the development of food tourism in Southwest Finland. The research was a commission of Turku Touring.

There's two parts in the thesis. The first part is the theory part which considers rural tourism in Finland and in the area of Southwest Finland. I go through also the basic facts of experience tourism and Finnish cuisine. The second part of the thesis is about the research I made. I introduce the research method I have chosen and present the answers of the interview. In the end there is some thoughts of the answers and the theory together.

I interviewed companies in Southwest Finland which offers food services. I chose seven companies to interview. From seven companies there were five who answered to me. I interviewed the companies by telephone using E-mail as a helping tool.

The research gave me information about the level of experience of the companies in Southwest Finland. I also found out the point of view of the entrepreneurs about experience tourism. There is food services in Southwest Finland that are made by thinking the experience and the lifted value it brings.

Key words: Finnish cuisine, experience tourism, rural tourism, Southwest Finland

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyöni rakenne	2
1.2	Turku Touring	2
2	MAASEUTUMATKAILU JA SEN KEHITTÄMINEN	4
2.1	Matka maaseudulle	4
2.2	Maaseutumatkailun kehittäminen yhteisten teemojen pohjalta	6
3	VARSINAIS-SUOMEN MATKAILU JA RUOKA	11
3.1	Matkailun kehittäminen Varsinais-Suomen alueella	11
3.2	Varsinais-Suomi pitää sisällään viisi erilaista seutua	13
3.3	Varsinaissuomalainen ruokaperinne	15
4	RUOKA ELÄMYKSENÄ	16
4.1	Suomalainen ruokakulttuuri ja sen yhdistäminen matkailuun	16
4.2	Turvallinen ja puhdas suomalainen ruoka	18
4.3	Elämyksen peruspiirteitä	20
5	LAADULLINEN TUTKIMUS JA HAASTATTELU	25
5.1	Tutkimusmenetelmän valinta	25
5.2	Laadullinen tutkimusmenetelmä	25
5.3	Haastattelut	26
5.4	Yritykset	27
5.5	Ruokapalvelut	28
5.6	Elämyksen huomiointi ruokapalveluissa	31
5.7	Pohdintaa haastattelujen vastauksista	32
5.8	Kehittämisideoita	34
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	37
	LÄHTEET	39
	LIITTEET	46

# 1 JOHDANTO

Jokainen meistä syö, useimmat laittavat ruokaa ja monelle meistä se on harrastus, ellei jopa ammatti. Olen huomannut, että lehdet, televisio, kirjat ja internet ovat pullollaan reseptejä ja erilaisiin ruokakulttuureihin liittyviä julkaisuja. Ihmiset haluavat tutustua uusiin ruokakulttuureihin ruokamatkailun muodossa. Tällä hetkellä ruokamatkat tehdään lähinnä Suomen ulkopuolelle, mutta tulevaisuudessa varmasti myös Suomi nostaa päätään ruokamaana. (Invenire 2014.)

Mielestäni ruokapalveluja on tänä päivänä tarjolla monenlaista ja todella paljon. Tästä syystä mielestäni olisi tärkeää erottautua muista keksimällä jotain uutta ja erilaista muihin verrattuna. Elämyksen liittäminen ruokapalveluun voisi nostaa ruokapalvelun arvoa ja kiinnostusta. Työssäni lähdin miettimään, millainen on elämyksellinen ruokatuote. Asia on moniulotteinen, ja kokonaisvaltainen selvitys olisi yhtä opinnäytetyötä laajempi kokonaisuus. Valitsin yhdessä toimeksiantajani Turku Touringin kanssa tehtäväkseni selvittää Varsinais-Suomen alueella jo toimivien ruokapalvelujen tuottajien tarjomia elämyksellisiä ruokailuja. Opinnäytetyöni tavoitteena on siis auttaa Varsinais-Suomen ruokamatkailun kehittämisessä selvittämällä tällä hetkellä jo tarjottavia elämyksellisiä ruokapalveluja.

Vahvasti ruokaan ja matkailuun Suomessa liittyy myös maaseutumatkailu. Halusin liittää tästä syystä työhöni osana myös maaseutumatkailun. Elämyksen kokemiseen vaikuttavat tarina ja tapahtumaympäristö. Ruoan tarina alkaa maaseudulta ja sen alkuperän tarinaistaminen on tärkeä osa elämysruokailua. Maatalouden ja matkailuelinkeinon välinen yhteistyö on siis välttämätöntä toimivien tuotteiden kannalta. Suomessa maatalous on muuttunut vuosien ja vuosikymmenten aikana paljon. Viljely tai kotieläintalous ei välttämättä nykyään enää riitä yrittäjälle, vaan ohelle on kehitettävä muitakin tulonlähteitä. Monilla maatiloilla ympäristö ja mahdollisesti tilan rakennukset ovat arvokkaita ja monikäyttöisiä. Maaseutumatkailu jossain muodossa (majoitus-, ravitsemis-, ohjelmanpalvelut ym.) on mahdollista monelle, jos yrittäjällä on halua kehittää toiminnassaan.

Uskoisin ihmisiä kiinnostavan oman kansansa ja perheensä perinteet. Tähän maaseutumatkailukin mielestäni osittain perustuu. Maaseutua pidetään edelleen perinnerikkaana sekä aitona alkuperäisenä. Jo pelkästään maaseudusta saa mielestäni kerrottua mielenkiintoisia ja historiallisia tarinoita. Vielä kun tähän liittyy ruoan ja sen tarinan, voidaan jo saada yhtenäinen ja toimiva kokonaisuus. Ruokaelämyksien tuottamisessa ei mielestäni voi vähätellä tarinan merkitystä, sillä hyvin toteutettuna se nostaa mielestäni palvelun arvoa.

### 1.1 Opinnäytetyöni rakenne

Opinnäytetyöni tietoperustassa käyn läpi ensin Suomen ja Varsinais-Suomen maaseutumatkailua ja sen jatkuvaa kehittämistä. Lisäksi käsittelen elämystä ja ruokaa niiltä osin, kun ne työhöni liittyvät. Ruoan osalta tieto liittyy lähinnä suomalaiseen ja erityisesti varsinaissuomalaiseen ruokakulttuuriin ja ruokaperinteisiin.

Tutkimusosassa esittelen haastattelujen tulokset. Tutkimusmenetelmänä olen käyttänyt laadullista tutkimusmenetelmää. Valitsin haastatteluun seitsemän erilaista ruokapalveluja tuottavaa yritystä Varsinais-Suomen alueelta. Heistä viideltä sain vastaukset kysymyksiini. Kysymyksiä heille oli neljä kappaletta. Tarkoitukseni oli tehdä haastattelut puhelimitse ja mahdollisesti sähköpostia apua käyttäen.

Lopuksi vielä vertaan saamiani vastauksiani tietoperustassa läpikäymääni teoriaan. Lisäksi kerron, miten haastattelut loppujen lopuksi tapahtuivat ja menikö kaikki suunnitelmieni mukaan.

### 1.2 Turku Touring

Turku Touring toimii Varsinais-suomen maakunnassa alueorganisaationa. Sen tarkoituksena on kehittää paikallisia matkailu elinkeinoa yhdessä matkailuorganisaatioiden, rahoittajien ja itse yrittäjien kanssa. Toimiva kehitys pitää yllä ja lisää matkailua Varsinais-Suomen alueelle ja näin kasvattaa matkailun alaa tällä alueella. Yhtiö hoitaa matkailutuotteiden markkinointia ja myyntiä Varsinais-Suomessa. Turku Touring Oy on Turun kaupungin ja

matkailuyritysten yhdessä omistama yhtiö. (Turku Touring Oy vuosikertomus 2012, 6.)

Matkailun palvelukeskusta johtaa matkailujohtaja Anne-Marget Niemi, joka toimii samalla myös Turku Touring Oy:n toimitusjohtajana. Noin 20 työntekijän henkilöstö jakautuu Turussa matkailuinfoon, matkailupalveluihin esimerkiksi Hostel Turussa sekä erilaisiin projekteihin. Yhtiön matkailuneuvonta on Suomen ainoa viiden tähden infopiste, joka palvelee usealla eri kielellä ympärivuotisesti. Turku Touringilla on neljällä kielellä toimiva sähköinen matkailuportaali [www.visitturku.fi](http://www.visitturku.fi). Pitkälle kehitetyt verkkosivut on laajennettu toimivaksi mobiilipalveluksi, josta Turku Touring palkittiinkin Suomen paras mobiilipalvelu –palkinnolla. Turku Touringin verkkokauppaa hyödynnetään paljon alueen palveluiden ja tuotteiden ostamiseen. (Turku Touring Oy vuosikertomus 2012, 6.)

## 2 MAASEUTUMATKAILU JA SEN KEHITTÄMINEN

Kappaleessa kaksi kerron maaseudusta ja siellä toimivasta matkailusta.

Kappaleessa käyn läpi myös maaseutumatkailun ja koko Suomen matkailun voimavaroja ja näiden hyödyntämistä Suomen matkailussa.

### 2.1 Matka maaseudulle

Suomesta puhutaan tuhansien järvien ja metsien maana. Tämä ei ole keksittyä, sillä EU:n maista Suomessa on eniten metsää sekä maaseutua. Maaseudun piirteisiin kuuluu harvaan asuttu ympäristö, pitkät välimatkat ja luonnon rauha. Maaseutu Suomessa voidaan määritellä kahdella hieman eri tavalla: ensimmäisen määritelmän mukaan maaseutua ovat alle 500 asukkaan taajamat sekä haja-asutusalueet. Toinen määritelmä laskee maaseuduksi alueet, joiden väestötiheys on alle 50 henkilöä / km<sup>2</sup>. (Kuisma & Kallio 2009, 30.)

Maaseutu on jaettu Suomessa kolmeen eri osaan: harvaan asuttu maaseutu, ydinmaaseutu ja kaupunkien läheinen maaseutu. Harvaan asuttua maaseutua löytyy esimerkiksi Itä- ja Pohjois-Suomesta. Sitä uhkaa väestön pois muutto, sillä kehitystä ei tapahdu tarpeeksi näillä alueilla. Ydinmaaseutua on Etelä- ja Länsi-Suomessa. Se on kehittynyt maataloudessa, ja sen tuottoisuus on hyvää. Kolmantena kaupunkien läheisyyteen sijoittuva maaseutu on palvelujen kannalta kehittyneintä ja suosituinta aluetta. Tämän alueen kehittäminen on myös jatkossa todennäköistä, sillä hyvä sijainti on tärkeä edellytys toimivalle palvelulle. (Kuisma & Kallio 2009, 30.)

Kuten koko Suomessa, myös maaseudulla suurin osa työpaikoista kuuluu palvelualaan. Koko Suomessa palvelualalla työskentelee 69 % työssäkäyvistä ihmisistä. Maaseudulla sijaitsevista työpaikoista kuului vuonna 2006 palvelualaan lähes 60 %. Maaseutu on monipuolistunut, mutta työpaikat näillä seuduilla ovat vähentyneet ja siirtyneet kaupunkiin. Asuttujen maaseutujen uhkana on jatkuvasti kaupunkiin keskitettävät palvelut ja näin välimatkojen kasvattaminen entisestään. (Suomen maaseudun kehittämisstrategia 2013, 4.)



Maatalouden rakenne tulee muuttumaan entisestään kooltaan kasvaviin maataloihin ja pikkuhiljaa katoaviin pieniin tiloihin. Pohjois- ja Itä-Suomen maatalojen on ennustettu katoavan suurimmalla tahdilla. Tällaiseen voi olla syynä esimerkiksi tilan jatkajan puuttuminen kiinnostuksen tai kannattavuuden puuttuessa. Työpaikat sekä maataloustuotanto siirtyvät etelämmäksi lähelle asuttuja seutuja ja kaupunkeja. Tämän takia maaseudulle on erilaisia kehittämishankkeita ja pyritään säilyttämään monien mahdollisuuksien maaseutu. (Suomen maaseudun kehittämisstrategia 2013, 6.)

Maaseutumatkailu (rural tourism) on moniselitteinen käsite, joka riippuu aina hieman kohdemaasta. Pääpiirteittäin se kuitenkin tarkoittaa matkailun ja tietysti matkailijan yhdistämistä luonnon ja kohteen kulttuurin sekä perinteiden kanssa. Sen pitäisi myös edistää kyseisen alueen taloudellista ja sosiaalista kehittymistä sekä lisätä tietoutta kohteen kulttuurista. (Ecotourism 2014; Hall, Kirkpatrick & Mitchell 2005, 123.)

Suomessa maaseutumatkailuna pidetään taajamien ja matkailukeskusten ulkopuolella olevalla maaseudulla toimivaa matkailua. Yleensä se on pienimuotoista toimintaa, joka liittyy maatalouteen ja ulkoiluun. Näin hyödynnetään luonnollisia voimavaroja, kuten luontoa ja maaseutukulttuuria. (Lassila & Aho 2001.) Maaseutumatkailun tarkoituksena on tukea suomalaista perinnekulttuuria, luontoa ja paikallista taloutta (KKV 2010).

Maaseutumatkailun määritelmän rajat eivät ole kovin yksiselitteiset. Maaseutumatkailutuotteet voivat kuulua myös esimerkiksi luonto- tai kulttuurimatkailuun (Lüthje 2005, 113). Lüthje (2005) on tutkinut kirjassaan ihmisten käsityksiä maaseudusta, luonnosta sekä niihin sijoittuvista matkailupalveluista. Luonnon ja maaseudun raja ei ole selkeä, joten siksi jotkut ohjelmapalvelut voidaan lukea kumpaan vaan. Tietyissä tuotteissa kuitenkin näkyy selkeä raja. Esimerkiksi maatilalla kotieläimiin liittyvä ohjelmapalvelu mielletään selkeästi maaseutumatkailun alaiseksi, kun taas kalastus, retkeily, villieläinten kuvaaminen nähdään luontomatkailuna.

Maaseutumatkailulle on monia määritelmiä: Lassila ja Aho (2001, 81) ovat koonneet kirjassaan kolme erilaista, jotka esittelen tässä lyhyesti. Ensimmäinen määritelmä (Davidsson 1992) muodostuu ajatuksesta, jossa maaseudulla asuva paikallinen ihminen järjestää matkailuaktiviteettejä maaseudun muokkaamattomassa tai ihmisen muokkaamassa ympäristössä. Toinen määritelmä (Borg 1997) rajaa maaseutumatkailun taajamien ja matkailukeskusten ulkopuolella tapahtuvaan matkailutoimintaan. Tällainen toiminta on yleensä pientä ja liittyy maatalouteen sekä ulkoiluun. Kolmannen määritelmän (KTM 1997) mukaan maaseutumatkailu on maaseudun voimavaroja hyödyntävää matkailuun liittyvää yrittäjyyttä. Usein tällaiset yritykset ovat pienikokoisia tai perheyriytyksiä.

Perinteisiin liittyen pidin erityisesti löytämästäni kirjasta: Elämyksiä maaseutumatkailuun – Kansanperinteestä ohjelmapalveluiksi (Maa- ja kotitalousnaiset 1998). Siinä on koottu erilaisia juhlia häistä ja syntymäpäivistä erilaisiin uskonnollisiin juhliin, kuten pääsiäinen ja joulu. Myös eri vuodenajan tapahtumat maatalouden kannalta on huomioitu kylvöjuhlista sadonkorjuuseen. Uskon tällaisten ideoiden herättävän kiinnostusta, jos ne vain tuotteistetaan hyvin ja kohderyhmälle sopivalla tavalla.

## 2.2 Maaseutumatkailun kehittäminen yhteisten teemojen pohjalta

Matkailu Suomessa, kuten muuallakin maailmassa, on merkittävä elinkeinon lähde. Suomella on hyvät lähtökohdat matkailun kehittämiseksi ja tätä pyritään hyödyntämään tehokkaasti, mutta kuitenkin kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 2006, 14.)

Yksi Suomen rikkauksista on ehdottomasti luonto ja sen monimuotoisuus vuodenaikojen ansiosta. Pohjoinen sijainti on monelle erilaista verrattuna omaan elinympäristöön. Suomi tunnetaan kylmänä ja lumisena maana, ja siksi monelle saattaa tulla positiivisena yllätyksenä kolme muuta vuodenaikaamme. Luontoa ja maalaismaisemaa Suomessa riittää, mikä vetää puoleensa hiljaisuudesta ja luonnon rauhasta nauttivia. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 2006, 15.)

Lisäksi matkailustrategiassa mainittuja vahvuuksia Suomelle ovat hyvä koulutus- ja teknologiataso, korkea elintaso sekä turvallisuus. Matkailijat ovat jatkuvasti tietoisempia maailman menosta, joten tällaisista asioista puhuminen lisää matkustushalua. Suomessa myös asuu maailmankuuluja henkilöitä ja otuksia, kuten Joulupukki sekä Muumit. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 2006, 15.)

Strategiassa Suomen heikkouksina matkailumaana mainitaan saatavuus. Suomessa on laadultaan todella epätasaisia matkailutuotteita, ja yrittäjien ammattitasoissa on huimia eroja. Yritysten yhteistyön avulla olisi kehitettävä tuotepaketteja, joita asiakkaiden olisi voitava tutkia yhdessä sähköisessä kaupassa. Yleensäkin yritysten välisellä yhteistyöllä voitaisiin kehittää matkailutuotteita, sillä monet yritykset ovat pieniä perheyriksii, jotka tarvitsevat yhteistyötä voidakseen toimia kannattavasti. Lisäksi Suomen markkinointi, erityisesti maailmalla, on puutteellista. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 2006, 15.)

Suomen matkailulle on luotu arvoja, joita tulisi noudattaa matkailuelinkeinon toteuttamisessa ja kehittämisessä. Tällaisia arvoja ovat kestävä kehitys, suomalaisuus, turvallisuus, kannattava ja tuottava elinkeino ympäri vuoden sekä asiakaslupausten pitäminen (Matkailustrategia vuoteen 2020, 19). Näiden arvojen olisi kuljettava toiminnassa mukana, mitään osa-aluetta unohtamatta. Yhteen osaan panostaminen ei saisi tarkoittaa toisen osa-alueen heikentymistä. (Matkailustrategia vuoteen 2020 2006, 19.)

Suomen matkailun vankka pohja on kotimaanmatkailu. Suomen majoitusliikkeissä yöpymisvuorokausia kirjattiin vuonna 2012 yhteensä 20,3 miljoonaa. Näistä oli kotimaisia yöpyjiä 71 % eli 14,5 miljoonaa. Loput 29 % (5,8 miljoonaa) oli ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä. Tämä kertoo vahvasti kotimaanmatkailun suuresta osasta Suomen matkailussa. Ulkomaisten matkailijoiden määrä olisi kuitenkin saatava nousemaan, jotta vientitulot Suomelle kasvaisivat. (Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät – Katse vuoteen 2030 2014, 10.)

Suomen matkailun tämänhetkiset tuotekehityksen strategiset teemat ovat hyvinvointi, kulttuuri, kesä ja talvituotteiden monipuolistaminen. Näiden teemojen osalta tulisi kiinnittää huomiota erityisesti suomalaiseen ja paikalliseen ruokaan, hiljaisuuteen sekä kulttuurin ja luonnon yhdistämiseen. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 – Tuotekehityksen painopisteet vuosille 2014-2020 2013, 2.)

Hyvinvointi pyritään yhdistämään jo olemassa olevaan suomalaiseen matkailutarjontaan. Aihe pitää sisällään saunan, joka on suomalaisen elämäntavan tärkeä ja tunnettu osa. Sauna mielletään monesti suomalaisuuteen ja Suomeen. Metsä ja vesi ovat hyvinvointimatkailun elementteinä niiden puhtauden ja rauhan ansiosta. Lisäksi maaseudun hyvinvointilomat ovat tärkeässä asemassa, sillä rauha, hiljaisuus ja luonto ovat nykyään tärkeitä kiireen ja hektisen aikataulun keskellä. Hiljaisuutta pidetään hyvinvointia lisäävänä sekä rauhoittavana tekijänä, ja Suomesta sitä löytää monilta alueilta. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 – Tuotekehityksen painopisteet vuosille 2014-2020 2013, 3.)

Kulttuurin osalta tarkoituksena on keskittyä suomalaiseen elämäntapaan, ihmisiin, kulttuuriperintöön, historiaan, tarinoihin sekä paikallisuuteen. Myös suomalaista designia pyritään korostamaan ja lisätään sen näkyvyyttä. Elämäntapoihin liittyy myös tuotekehityksen strategisena teemana talvi. Tarkoituksena olisi saada suurten matkailukeskusten ohelle pienet kylät ja paikkakunnat, joissa pystyisi tutustumaan pohjoisen asukkaiden elämään. Talvi-teeman mukaan olisi tarkoitus kehittää Suomen talvikohteita ja monipuolistaa niiden tarjontaa. Suomen maaseudulla tutustuminen historiaan ja perinteisiin on varmasti houkuttelevaa, ja paikallisten kertomana ja opastamana tuotteen suuri arvo koostuu aitoudesta. Jo pelkästään luonto ja maaseutu luovat tämän mielikuvan, sillä se on paikallisille ihmiselle elinympäristö, ja monelle kaupunkilaiselle on elämys nähdä, miten sellaisessa ympäristössä eletään ja toimitaan. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 – Tuotekehityksen painopisteet vuosille 2014-2020 2013, 2.)

Kesän matkailutarjonnassa tulisi korostaa kestäväää toimintaa luonnossa liikkuen, kuten patikoiden, pyöräillen tai ratsastaen. Lisäksi aktiiviset perheet ovat yksi kohderyhmä, jolle pyritään järjestämään hyvin valmisteltuja ja omatoimisia retkiä paikalliseen elämään tutustuen. Vesiaktiviteetteja sekä kiertomatkoja olisi

tarkoitus kehittää ja monipuolistaa. Nämä palvelut tuotetaan luonnossa, mikä yhdistää näitä vahvasti maaseutumatkailuun. Pidemmällä retkillä matkailija tarvitsee mahdollisesti monia eri majoitus- sekä ruokapalveluja. Valmistelemalla valmiita reittejä, joiden matkan varrella on kattavasti palveluja tarjolla, saadaan tuotteesta houkutteleva ja helpommin ostettava. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 – Tuotekehityksen painopisteet vuosille 2014-2020 2013, 2.)

Maaseutumatkailua kehitetään alueellisesti esimerkiksi Maakuntien liittojen toimesta sekä siihen liittyviä aiheita löytyy runsaasti Suomen matkailustrategian kehittämissuunnitelmasta. Alueellisesti Suomessa toimii paljon erilaisia hankkeita, joilla pyritään kehittämään paikallista yrittäjyyttä sekä ylläpitämään palveluja maaseutumatkailua tukemalla. Näin ollen siis maakunnat toimivat oleellisena osana maaseutumatkailun kehittämistä. (Maaseutupolitiikka 2014)

Tärkeässä roolissa maaseutumatkailun kehittämisessä ovat Maakuntien liitot. Maakuntien liittojen tehtäviin kuuluu yleisten päivittäisten palveluiden ja toimintojen ylläpitämisen ja kehittämisen lisäksi oman maakuntansa elinkeinoelämään sekä matkailun kehittäminen. Lounais-Suomen alueella toimii Varsinais-Suomen liitto. (Kunnat 2014)

Suomen maaseudulle matkaavista ulkomaisista matkailijoista suurin osa on venäläisiä. Erityisesti talvella vuodenvaihteen sekä loppiaisen aika on vilkasta venäläisten matkailijoiden suhteen. Vuonna 2011 venäläisten jälkeen suurimmat ryhmät ulkomaisista matkailijoista keräsivät saksalaiset sekä virolaiset. Maaseutumatkailuyritysten kasvu ulkomaisten matkailijoiden osalta vaatii yritykseltä monipuolista ja tasokasta tarjontaa sekä yksilöllistä palvelua. Tämän ohella Suomen luonto ja kulttuuri toimivat hyvänä vetovoimana ulkomaisille matkailijoille. (Maaseutumatkailu pitää pintansa – hyvä ruoka ja suomalainen luonto vahva perusta 2012.)

Ulkomaisten matkailijoiden määrä on kasvanut Suomen maaseutumatkailun osalta. Suomalaisten osalta matkailijamäärä on vähentynyt vuonna 2013 tehdyn kyselyn mukaan. Noin kolmasosalla yrityksistä suomalaisten matkailijoiden määrä oli vähentynyt vuodesta 2012. Talvimatkailun osalta huono lumitilanne voi vaikuttaa suomalaisten matkustusinnostukseen. Yritysten usko ulkomaisten

matkailijoiden kasvavaan määrään on toiveikkaampi kuin kotimaisten matkailijoiden osalta. (Maaseutumatkailu luottaa ulkomaisiin kävijöihin 2014.)

Yrittäjien itse perustamien yhdistysten tarve alalla on myös suuri, ja tästä syystä Suomessa toimii SMMY eli Suomen Maaseutumatkailuyrittäjien yhdistys. Se kerää valtakunnallisesti maaseutumatkailuyrittäjiä tukeakseen ja kehittääkseen Suomen maaseutumatkailua. Yhdistys on perustettu vuonna 1995 ja sen jäsenyrityksinä toimivat eri alojen yrittäjät, jotka kuitenkin toimivat maaseudulla. Yhdistys tiedottaa erilaisista koulutustilaisuuksista sekä järjestää tapaamisia yrittäjien kesken. (SMMY – Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry 2014.)

Yhdistyksen sivuilta löytyy maaseutumatkailupalvelujen hakuohjelma, jonka avulla voi hakea majoitus-, ruoka- ja ohjelmapalveluyrityksiä sekä viinitila- ja lahjatavaratuotteita tarjoavia maaseutumatkailuyrityksiä. Yrityksiä voi hakea alueittain tai yrityksen tarjonnan mukaan. Mielestäni hakupalvelu toimii yksinkertaisesti, ja sen avulla on helppo etsiä yrityksiä. (SMMY – Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry 2014.)

### 3 VARSINAIS-SUOMEN MATKAILU JA RUOKA

Kappaleessa kolme käyn ensin läpi Varsinais-Suomen matkailun kehittämistä, jonka jälkeen esittelen Varsinais-Suomen alueita ja niille tyypillisiä ruokatuotteita. Käyn myös läpi yleisesti Varsinais-Suomalaista ruokakulttuuria.

#### 3.1 Matkailun kehittäminen Varsinais-Suomen alueella

Varsinais-Suomen alueella Turku Touring on järjestänyt koulutustilaisuuksia yrityksille, jotta palveluiden sähköinen saatavuus paranisi. Turku Touring pitää yllä kehittämistoimintoja, joiden tarkoituksena on auttaa yritysten jatkuvaa kehittymistä sekä näin ollen taata sen tuottavuutta matkailun alalla. Yrityksille järjestettävät koulutukset ovat tärkeitä, sillä maaseutumatkailuyrityksissä yrittäjät useasti ovat maanviljelijöitä tai eläinten kasvattajia, jotka ovat siirtyneet osittain tai kokonaan matkailun alalle. Heillä ei siis välttämättä ole vahvaa pohjaa matkailun alalta ja tarvitsevat runsaasti tietoa ja apua toiminnan kannattavassa pyörittämisessä. (Varsinais-Suomen matkailuohjelma 2013-2020 2012, 6.)

Varsinais-Suomen matkailun kehittämiseen pyritään tällä hetkellä investoimaan runsaasti. Erityisesti saavutettavuuteen kiinnitetään huomiota joka suunnalta: maalta eli hyvät tiet, ilmasta eli Turun lentoaseman laajentaminen ja toiminnan kasvattaminen sekä meriteitse eli autolauttojen ja risteilijöiden toimintaa kehitetään. Nämä ovat kannattavia investointeja, sillä Varsinais-Suomen matkailun kasvuun uskotaan vahvasti ja potentiaali seudulla on suuri. Maantieteellinen saavutettavuus on erittäin tärkeää alueen ja sen tuotteiden kannalta. (Varsinais-Suomen matkailuohjelma 2013-2020 2012, 7.)

Maantieteellinen saavutettavuus pyritään siis kehittämään ja takaamaan Turkuun saapuville, sillä Turku toimii alueen matkailukeskuksena. Kuitenkin paljon nähtävää ja koettavaa on Turun ulkopuolella, kuten esimerkiksi saaristossa. Saavutettavuuden kannalta on kehitettävä myös toimivat reitistöt julkisilla kulkuneuvoilla Turusta muualle maakuntaan. Saaristossa liikkuminen edellyttää lauttojen käyttöä, joten niiden toimintaan ja aikataulutukseen on kiinnitettävä huomiota. Esimerkkinä kesäisin vilkkaan Kasnäsin lauttaongelma ratkaistiin

rakentamalla silta saareen. Näin liikenne helpottui huomattavasti erityisesti kesän ruuhka-aikoina. (Varsinais-Suomen matkailuohjelma 2013-2020 2012, 5.)

Saavutettavuudella tarkoitetaan myös sähköistä saatavuutta, eli miten asiakas saa tarvittavat tiedot tuotteesta. Tätä tulisi siis erityisesti yritysten osalta kehittää. Turun seudulla palveluita on kerätty [www.visitturku.fi](http://www.visitturku.fi) -sivustoon, jolloin matkailija löytäisi haluamansa yhdeltä sivustolta. Tietojen kerääminen yhteen paikkaan helpottaa huomattavasti matkailijan työtä selvittäessään palveluja seudulta. Nykyään myös mobiililaitteet ja sosiaalinen media ovat keskeisessä asemassa tiedon kulussa, joten niihin on panostettava entisestään. Varsinais-Suomessa matkailullisia palveluja kehittää ja kerää yhteen Turussa toimiva Turku Touring. (Varsinais-Suomen matkailuohjelma 2013-2020 2012, 5.)

Matkailuelinkeinon kasvaessa on ammattilaisten osaamista kehitettävä jatkuvasti. Turku Touring järjestää yrityksille ja ammattilaisille mahdollisuuksia yritysten kannattavuuden ja kehittämisen tukemiseksi. Tärkeässä roolissa ovat myös korkeakoulujen tuottamat opetukset sekä niiden linkittäminen matkailun jatkuvaan kehittämiseen ja taitojen ylläpitämiseen. Kouluissa kiinnitetään huomiota niin kahteen kotimaiseen kuin ulkomaisiinkin kieliin, jotta matkailijoilla olisi mahdollisuus saada mahdollisimman laajasti palveluita omalla äidinkielellään. (Varsinais-Suomen matkailuohjelma 2013-2020 2012, 6.)

Tuotekehitys on välttämätöntä ja jatkuvaa toimintaa matkailuelinkeinoa kasvattaessa. Yhteistyö yritysten välillä on välttämätöntä ja luo uusia mahdollisuuksia yrityksille. Tuotekehityksessä yritetään yhdistää myös eri toimialoja, jotta tarjonta monipuolistuisi. Tällaista olisi esimerkiksi matkailu liittyen maakunnan alueella kuvattuihin elokuviin. Myös maatalous, lähiruoka, kalastus ja metsästys ovat alueita, joita yritetään yhdistää matkailuun. Tässä tapauksessa se tarkoittaa esimerkiksi ruokamatkailun kehittämiseen. (Varsinais-Suomen matkailuohjelma 2013-2020 2012, 7.)

Varsinais-Suomen matkailuvaltiksi on tarkoitus nostaa vastuullisuus. Yrityksiä opastetaan käyttämään hyödyksi laadunkehittämissuunnitelmia, jotta saataisiin tasainen hyvä laatu koko maakunnan alueelle. Yrityksien ammattitaitoa yritetään pitää yllä sekä kehittää entisestään järjestämällä mahdollisuuksia osallistua



koulutuksiin ja rohkaisemalla verkostoitumiseen sekä vahvaan yhteistyöhön. (Varsinais-Suomen matkailuohjelma 2013-2020 2012,7.)

### 3.2 Varsinais-Suomi pitää sisällään viisi erilaista seutua

Varsinais-Suomi on Uudenmaan ja Pirkanmaan jälkeen Suomen kolmanneksi suurin maakunta. Se sijaitsee Suomen Lounaisosassa ja koostuu osin saaristosta. Lounais-Suomen seutu on arvokasta niin saariston kuin hyvien viljelysmaidenkin ansiosta. Lisäksi hyvät kulkuyhteydet mahdollistavat matkustamisen eri tavoin Varsinais-Suomeen. Maakunnan keskuksena toimii Suomen entinen pääkaupunki Turku. (Varsinais-Suomen Liitto - Maakunta, 2010a.)

Yhtenä Varsinais-Suomen rikkauksista toimii saaristo, joihin suurempina kuntina kuuluvat esimerkiksi Kemiönsaari sekä Parainen. Molemmat kunnat ovat kaksikielisiä ja hyvien kulkuyhteyksien päässä niin Turusta kuin kauempaakin. Turun seudun saaristoa pääsee kiertämään esimerkiksi Saariston rengastietä, jota kehitetään erityisesti palveluiden osalta koko ajan. (Varsinais-Suomen Liitto – Matkailu, 2010b.)

Varsinais-Suomi on jaettu viiteen seutuun, joilla jokaisella on omia vahvuuksia seudun ympäristö huomioon ottaen. Seudut ovat Turun seutu, Salon seutu, Loimaan seutu, Vakka-Suomen seutu sekä Turunmaan seutu. Turun seutu on monimuotoista pitäen sisällään vilkasta kaupunkielämää, maaseutua sekä saaristoa. Seudulla on paljon kulttuurista tarjontaa ja itse Turku oli vuoden 2011 Euroopan kulttuuripääkaupunki. Lisäksi Naantali on suosittu historiallinen kesäkaupunki sekä Muumimaaailman kotikaupunki. (Varsinais-Suomen liitto – Seutukunnat – Turun seutu, 2010c.)

Salon seutu on historiallista seutua ja kohteita löytyy monenlaisia. Vierailukohteita löytyy paljon erityisesti historiaan liittyen. Esimerkkejä vierailukohteista ovat Salon tuotanto- ja kulttuurihistoriallinen museo SAMU, Torppamuseo Somerolla, Teijon kulttuurihistorialliset rautaruukit sekä Halikon Rikalanmäki. Lisäksi Salon seudultakin löytyy saaristoluontoa sekä perinnemaisemaa. Lounaissuomalaista ruokaperinnettä edustaa esimerkiksi perinteiset perniöläinen laukkamakkara sekä muurlalainen verimakkara.

(Varsinais-Suomen liitto – Seutukunnat – Salon seutu 2010d; Kolmonen 1993, 28.)

Turumaan seutuun kuuluvat Parainen sekä Kemiönsaari. Turunmaa on siis saaristoseutua ja molemmat kunnista ovat kaksikielisiä. Seudulla on runsaasti vapaa-ajan asutusta, mikä pitää yllä suomalaista mökkimatkailua. Saaristomeren kansallispuistosta suurin osa kuuluu Paraisten alueeseen, mutta osa siitä on myös Kemiönsaaren alueella. Saaristossa on helppo liikkua veneellä tai saariston rengastietä pitkin. Alueella on runsaasti vaellusreittejä ja luontopolkuja, joiden avulla voi tutustua ympäristöön. Perinteisiä ruokia Turun saaristossa ovat esimerkiksi Rymättylän ”keitetyt silakat” eli keitettyä silakoita, Kemiön ”protto” eli juuresmuhennos sekä Dragsfjärdin keitetty hauki ja kastike (Hartola 2003, 21; Varsinais-Suomen liitto – Seutukunnat – Turunmaan seutu 2010e.)

Vakka-Suomen seudun keskuksena toimii Uusikaupunki. Uudenkaupungin tavoin, lukuun ottamatta Laitilaa, ovat muutkin seudun kunnat saaristokuntia. Alueella on luonnon osalta paljon nähtävää, suurimmaksi osaksi saaristoa, mutta myös perinteitä Varsinais-Suomalaista viljelymaaseutua. Alueella perinteisiä ruokia ovat esimerkiksi Taivassalossa silakkasoppa ja Laitilassa ”kalilämmitys” eli kaljavelli (Kolmonen 1993, 24,31; Varsinais-Suomen liitto – Seutukunnat – Vakka-Suomen seutu 2010f.)

Loimaan seudun alueelle kuuluu ainoana kaupunkina Loimaa ja sen läheisyydessä sijaistavat kuusi kuntaa: Aura, Koski Tl, Marttila, Tarvasjoki, Oripää ja Pöytyä. Seutu on melko harvaan asuttua, sillä alueella asuu yhteensä vain noin 37 000 asukasta, josta noin 17 000 asuu Loimaalla. Seutu koostuu suurimmaksi osaksi pelto- ja harjumaisemista, joiden lomassa virtaavat Aurajoki, Loimijoki ja Paimionjoki. Alueen matkailu on siis vahvasti kytkeytynyt luontoon ja maaseutuun. Loimaan seudun alueella on paljon kulttuurimaisemallisesti tärkeitä alueita sekä luontokohteita, joissa retkeily ja patikointi ovat suosittuja harrastuksia. Alueella perinneruokia ovat esimerkiksi ”piapo” eli talkkuna, johon varsinaissuomalaiset valmistajat ovat lisänneet kauraa ja herneitä tai ohraa sekä Yläneen rinkilät, jotka muotoillaan pullataikinasta voion avulla ja sokerissa kierittäen (Kolmonen 1993, 25,32; Varsinais-Suomen liitto – Seutukunnat – Loimaan seutu 2010g.)

### 3.3 Varsinaissuomalainen ruokaperinne

Varsinais-Suomi on vahvasti maanviljelyseutua ja näin sen ruokakulttuurin pohjan vahva perusta tulee viljelystä sekä kalastuksesta. Varsinais-Suomi on ensimmäisenä alueena Suomesta ottanut vastaan uusia ruoanvalmistustapoja, minkä jälkeen näitä on levinnyt muuallekin Suomeen. Myös viljelyn osalta Varsinais-Suomessa ollaan oltu ensimmäisten joukossa, kun esimerkiksi sokerijuurikkaan, rypsin, tomaatin ja varhaisvihannesten viljely Suomessa on aloitettu. Viljelyolosuhteet ovatkin hyvät erityisesti tässä osassa Suomea. Varsinais-Suomi on sijaintinsa ansioista saanut runsaasti vaikutteita Ruotsista, Tanskasta ja Saksasta. Meren läheisyydestä johtuen Varsinais-Suomessa on aina käytetty paljon kalaa, erityisesti silakkaa niin suolattuna, paistettuna kuin keitettynäkin. Muitakin kaloja on keitoissa käytetty. Entisaikaan tupien katonrajat notkuivat vartaaseen kuivumaan laitetuista happamista reikäleivistä. (Maakuntien ruokaperinteitä – Varsinais-Suomi 2014.)

Varsinais-Suomen perinteisellä ruokakulttuurilla on ollut paljon yhteistä hämäläisen, satakuntalaisen ja uusimaalaisen ruokakulttuurin kanssa. Kuitenkin alueelle on kehittynyt omat tyyppilliset ruokansa ja raaka-aineensa. Leivistä löytyi kuminalla maustettu ruisleipä eli kyrsä ja Varsinais-Suomen maakuntaleipä varilimppu. Se on hapanleipä, jossa maltaat ja ruisjauhot imellytetään vedessä. Nykyään varilimpun tilalle on tullut samantyyppinen ja koko Suomessa tunnettu tumma saaristolaisleipä. Saariston ansiosta Varsinais-Suomea pidetään kalamaakuntana. Alueen maakuntakala on silakka. Silakan arvostus ruokakalana on laskenut, mutta sillä on paljon suuria arvostajia, jotka pyrkivät nostamaan sen suosion taas korkeammalle. Myös kaikille suomalaisille tuttu mämmi on alkujaan lounaissuomalainen ruoka, joka levisi muualle suomeen 1900-luvulla. (Suolasilakasta rysäburgeriin 2014, 7; Hartola 2003, 17.)

## 4 RUOKA ELÄMYKSENÄ

Kappaleessa neljä esittelen suomalaista ruokakulttuuria ja sen pääpiirteitä. Lisäksi käyn läpi elämyksen peruspiirteitä ja elementtejä. Esittelen elämyksen niiltä osin, joita olen tarvinnut työni tekemiseen.

### 4.1 Suomalainen ruokakulttuuri ja sen yhdistäminen matkailuun

Ruoka on ihmisille tietystikin pakollinen tarve pysyä hengissä, mutta suurelle osalle väestöstä se on myös sosiaalisuutta sekä turvallisuudentunnetta lisäävä tapa. Ruokailu on aistillinen kokemus, joten hyvät tuoksut, näky ja maut lisäävät hyvän olon tunnetta. Maailma on täynnä erilaisia ruokakulttuureja, jotka opitaan pienestä pitäen ja, jotka pitävät sisällään alueelle tyypillisiä raaka-aineita ja mausteita. Myös ruoan valmistustavat ovat erilaisia ympäri maailman olosuhteista riippuen. Ruoka ja se, millaista sen kuuluu olla, on lapsena opittua ja näin ruokaperinteet säilyvät sukupolvesta toiseen. Maailman monet uskonnot vaikuttavat myös erilaisiin ruokakulttureihin, sillä eri uskonnot sallivat erilaisia asioita nautittavaksi. (Ruokakulttuuri koostuu nälästä ja yhdessäolosta 2014.)

Suomalainen ruokakulttuuri on saanut runsaasti vaikutteita idästä Venäjältä sekä lännestä lähinnä Ruotsista. Tästä syystä Suomi oli ennen jakautunut ruokakulttuurin osalta lännen sekä idän alueeseen. Ennen itäisen alueen mahdollisuudet valmistaa ruokaa muokkasivat ruoan lähestulkoon uuniruoaksi. Uunin käyttö myös mahdollisti leivän leipomisen useammin kuin lännessä. Lännessä ruoka valmistettiin avotulilla ja näin ruoka oli usein keittoa. Uuneja ei niinkään käytetty, joten usein leipomisen sijasta läpi vuoden syötiin kuivattua leipää. Läntiset ruokaperinteet yhdistävät Suomea muiden Pohjoismaiden kanssa, mutta itäiset vaikutteet erottavat Suomen ruokakulttuurin selkeästi muista Pohjoismaista. Nykyään tämä idän ja lännen jako on tasoittunut ja jokaiselle maakunnalle on kehittynyt omat ruokaperinteensä. Maakuntien ruokaperinteet ovat koostuneet juuri sillä alueella hyvin kasvavien raaka-aineiden ympärille, sillä ennen syötiin oman tilan tuotoksia tai naapurin kanssa vaihdettuja tuotteita. Ruokaa ei kuljetettu edes kaupungista toiseen, joten jokaiselle alueelle syntyi omat ruokansa ja tapansa tehdä niitä. (Vaikutteita idästä ja lännestä 2014.)

Nykypäivänä maailman globalisoitumisen myötä myös ruokaperinteet ovat levinneet ympäri maailman. Suomalainen ruoka on muutenkin saanut vaikutteita naapurimaista, mutta nykyään pastat ja risotot ovat arkipäivää. Muiden maidenkin ruoat kuitenkin ovat saattaneet muuttua ja saada suomalaista maustetta sekaan. Suomalaiset perinneruoat näkyvät selkeimmin nykyään juhla-aikoina, kuten joulupöydässä tai pääsiäisenä. Perinteiden katoamista on siis tapahtunut ja tämä on herättänyt ihmisiä vaalimaan oman seutunsa perinteitä ja yleisesti Suomen ruokakulttuuria. (Maakuntien ruokaperinteitä 2014.)

Myös pohjoinen sijainti on antanut vaikutteensa suomalaiselle ruokakulttuurille. Metsissämme kasvaa runsain määrin marjoja ja sieniä, joita suomalaiset hyödyntävät niin satokaudella kuin säilömällä raaka-aineita talven varalle. Myös riistan metsästys ja kalastus ovat osa ”villiiä” ruokakulttuuriamme. Suomi on maailman pohjoisin maatalousmaa, mikä on luonut omat haasteensa viljelijöille. Lyhyet kesät ja pitkät talvet ovat aikoinaan opettaneet suomalaiset säilömään raaka-aineita erilaisin menetelmin. Nykyään talvisin kaupoista löytyy kotimaisten vihannesten ja juuresten sijaan ulkomaisia tuontiraaka-aineita. (Vaikutteita pohjoisesta luonnosta 2014.)

Suomen ruokamatkailussa tulisi kiinnittää vieläkin enemmän huomiota neljän vuodenajan tarjoamiin raaka-aineisiin. Ruoan alkuperä ja aitous kiinnostavat ihmisiä, joten vuodenajan tarjoamia aineksia tulisi käyttää runsain määrin mielikuvituksen avulla. Suomalaisen ruoan valttina tulisi käyttää täällä kasvavaa villiruokaa. Sen ympärille tulisi koota yksinkertaisia ja hyvin teytyjä ruokia. Erityisesti ulkomaiset matkailijat pitävät suomalaista ruokaa puhtaana ja turvallisena, minkä ansioista suomalaisen ruoan ympärille voisi rakentaa elämystuotteen. (Ruuan vuodenajoista enemmän irti ruokamatkailulle 2013.)

Haaga-Helian ammattikorkeakoulun hanke Ruoka&Matkailu on tutkinut alan toimijoiden ja opiskelijoiden voimin ruoan ja matkailun yhdistämistä sekä pyrkinyt kokoamaan selkeitä ohjeita yrittäjille, jotta ruokamatkailu saataisiin Suomessa nousuun. Päättävöitteena on saada suomalaisesta ruoasta elämyksellinen osa matkailuun. Hanke on alkanut analysoimalla palvelumuotoilun työkaluja case-yritysten avulla, jonka jälkeen niitä on kehitetty tai luotu uusia työkaluja tarpeen mukaan asiantuntijoiden avustuksella. Näin saatiin kokoon sähköinen

työkalupakki yrittäjien käyttöön. Ensimmäinen osa toteutettiin vuosina 2012-2013 ja keväällä 2014 alkaa toinen vaihe, jossa laaditaan Suomeen ruokamatkailustrategia. (Ruoka ja matkailu – Mistä kyse 2014.)

#### 4.2 Turvallinen ja puhdas suomalainen ruoka

Ruoka&Matkailu hankkeen toimesta on syntynyt Evästä matkailuun – julkaisu. Se on laaja yhteistyöllä koottu työkalupaketti yrittäjille helpottamaan ruokamatkailun kehittämistä. Siihen on myös koottu opinnäytetöiden muodossa tehtyjä tutkimuksia suomalaisesta ruoasta. Julkaisussa selvitettiin mm. suomalaisen ruoan arvoja ja mitä matkailijat odottavat suomalaiselta ruoalta. Yksi haastattelututkimuksista suoritettiin syksyllä 2011 Helsingissä järjestetyssä Herkkujen Suomi -tapahtumassa. Haastattelun mukaan suomalaista ruokaa pidetään puhtaana ja luonnonläheisenä. Lähiruoan arvostus on suuri matkailijoiden keskuudessa, josta syystä myös tarina ruoasta linkittyy vahvasti itse ruokaan. Hinnan ohella lähiruoan tarjonta koettiin yhtä tärkeäksi tekijäksi ruokapaikan valintaa tehtäessä matkaillessa. Ruokaan liitetty tarinat koettiin hyvinkin kokemuksen arvoa nostattavana tekijänä. (Havas & Jaakonaho 2013, 19.)

Lähiruoan arvo on siis suuri ja ihmiset ovat kiinnostuneita syömänsä ruoan alkuperästä sekä sen tuottamisen mahdollisista ympäristövaikutuksista. Lähiruoalla tarkoitetaan suomalaista ruokaa, joka on tuotettu mahdollisimman lähellä ja, jonka alkuperä, tuottaja ja valmista tiedetään. Lähiruoan etuja ovat sen turvallisuus, tuoreus ja paikallisuuden tukeminen, mikä on tärkeä osa myös kestävästä matkailusta. Lähiruoan kuljetus- ja säilytysaika on lyhyt, joten lisäaineita ei tarvita ja ruoka siitä syystä korkeampilaatuista ja tuoretta. Lisäksi ympäristöhaitat vähenevät, koska pitkiä kuljetuksia ei tarvita. (Hyvää suomalaista lähiruokaa 2013.)

Ruokaan liittyen on laadittu omia laatu- ja ympäristöjärjestelmiä. Yhtenäisillä laatu- ja ympäristöjärjestelmillä pystytään helpottamaan niin yrittäjän kuin matkailijankin päätöksiä. Maaseudun matkailutoimintaan liittyen on kehitetty Maakuntien Parhaat –laatumerkki. (Borg, Kivi & Partti 2002.)

Maakuntien Parhaat –sertifikaatin (kuvio 1) voivat saada elintarvike-, käsi- ja taideteollisuuden ja maaseutumatkailun alalla toimivat pienyritykset. Perusteina sertifikaatin saamiselle on kotimaisuus, niin työ kuin raaka-aineetkin. Ruoan on oltava pääraaka-aineeltaan 100% suomalainen ja tuotettu samassa maakunnassa. Näin järjestelmä tukee myös yrittäjien yhteistyötä ja lähitilojen tuotantoa. Merkin myöntää ProAgria Keskusten Liitto. (Komppula & Boxberg 2002; Maakuntien Parhaat – Myöntämisperusteet 2014.)



Kuvio 1. Maakuntien Parhaat –laatumerkki. (Maakuntien Parhaat 2014.)

Skärgårdsmak on Suomen ja Ruotsin välisten saaristoalueiden yhteinen laatumerkki (kuvio 2) ruoan tuottajille ja ravintoloille. Tarkoituksena on lisätä matkailijoiden määrää saaristossa ja erityisesti lisätä heidän kiinnostustaan käyttämään paikallisia tuotteita ja palveluja, ja näin turvata sekä lisätä työpaikkoja alueella. Skärgårdsmak haluaa tukea siihen kuuluvien yritysten ammatillista osaamista sekä jatkuvaa kehittymistä järjestämällä erilaisia koulutustilaisuuksia ja seminaareja yrittäjille. Hyvän tason takaamiseksi yrityksen on osallistuttava ennen järjestöön hyväksymistä peruskoulutukseen. Järjestöön kuuluviin yrityksiin tehdään säännöllisesti tarkastuksia ja mahdollisten epäkohtien ilmetessä ja niiden parannusta laiminlyöessä, voidaan merkin käyttö kieltää yritykseltä. (Skärgårdsmak 2005.)

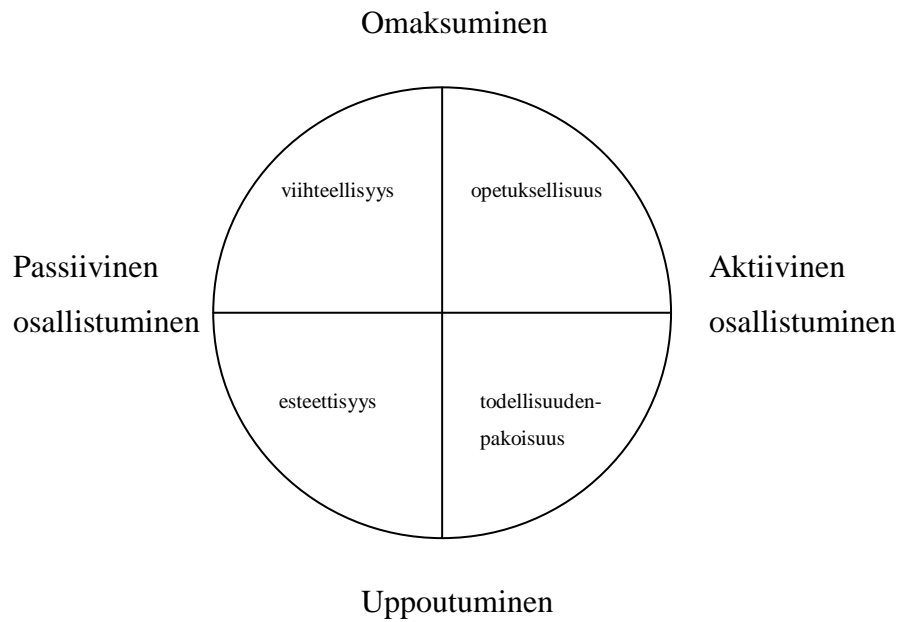


Kuvio 2. Skärgårdssmak –laatuimerkki. (Skärgårdssmak 2005.)

#### 4.3 Elämyksen peruspiirteitä

Elämys on karkeasti sanottuna palvelusta pidemmälle huolella jalostettu tuote. Palvelun kohdalla mietitään mitä asiakkaalle tarjotaan, kun taas elämyksen kohdalla tärkein ajatus on miten sen tarjotaan asiakkaalle. Elämyksen on tarkoitus syntyä asiakkaalle kokemisen myötä. Ihmiset kokevat asioita eri tavoin, siksi elämyksen tuotteistamisessa on aina huomioitava sen räätälöiminen jokaisen asiakkaan mukaan. Elämystä voidaan tutkia neljältä eri ulottuvuudelta. Alla näkyy Sanna Tarssasen (2009) käyttämiä suomennoksia Pinen ja Gilmoren (1999) tekemästä elämyksen ulottuvuudet –kuvioista (kuvio 3). Vaaka-akselilla ääripäät ovat passiivinen ja aktiivinen osallistuminen. Tällä tarkoitetaan asiakkaan osallistumisen muotoa elämykseen eli seuraako hän sivusta tapahtumia kuten esimerkiksi erikoisen ruoan valmistus vai osallistuuko hän itse sen tekemiseen. pystyakselille on asetettu vastakkain asian omaksuminen sekä asiaan uppoutuminen. Asiakas voi kokea elämyksen sekä passiivisella osallistumisella kuin aktiivisellakin. Kuitenkin kokonaisvaltaiseen elämyksen kokemiseen tarvitaan näitä kaikkia osa-alueita. (Tarssanen 2009, 9; Pine & Gilmore 1999, 30.)





Kuvio 3. Elämyksen ulottuvuudet 2014. (Pine & Gilmore 1999, 30; Tarssanen 2009, 9) malleja mukaillen.

Elämys koostuu kuudesta erilaisesta elementistä, joiden kaikkien tulisi olla edustettuna tuotteessa (kuvio 4). Näitä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniasistisuus, kontrasti sekä vuorovaikutus. Kuvio 4 näkyy kolmion alareunassa elämyksen elementit ja sivussa elämyksen kokemisen tasot. Elämyksen elementtien olisi kaikkien oltava edustettuna tuotteessa jokaisella kokemisen tasolla, jotta hyvä ja toimiva elämys saataisiin kokonaiseksi elämystuotteeksi. (Tarssanen 2009, 11.)



Kuva 4. Elämyskolmio. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2014.)

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tuotteen erottumista muista niin, ettei samanlaista toista ole. Asiakkaan toiveiden ja mieltymysten mukaan tuote olisi voitava räätälöidä juuri hänelle sopivaksi. Aitous tarkoittaa tuotteen aitoa alkuperää. Aitous on jokaiselle ihmiselle hieman eri ja esimerkiksi lihapullat voivat olla monella alueella aito perinneruoka, vaikka se olisi joka paikassa eri tavoin valmistettu. Kuitenkin omalla alueella juuri heidän mielestään oikealla tavalla valmistetut lihapullat ovat ne aidot ja oikeat. Loppukädessä kuitenkin asiakas määrittelee, mikä hänen mielestään on aitoa. Moniaistisuudella tarkoitetaan juurikin sitä, että kaikille aisteille olisi tarjolla jotakin. Näkemistä silmille, kuulemistä korville, tuoksuja nenälle, makuja kielelle sekä tuntoa iholle. Ruokailun liittyessä elämykseen tai sen ollessa itse elämys, on moniaistisuus helpommin toteutettavissa kuin pelkässä aktiviteetissa. Kontrasti määräytyy jokaisen asiakkaan mukaan yksilöllisesti. sillä tarkoitetaan tuotteen toiminnan eroavuutta asiakkaan arkisista toimista. Näin siis jollekin esimerkiksi maaseudun rauha on täysin uusi ulottuvuus ja tuo kontrastin arkipäivään. Toisin kuin maaseudulla asuville ihmisille se taas on juurikin sitä arkipäivää. Vuorovaikutus on käsitteenä moniulotteista, sillä se pitää sisällään asiakkaan näkökulmasta vuorovaikutusta elämyksen tarjoajiin, toisiin elämyksen kokijoihin sekä itse tuotteeseen. Jos asiakas ei pidä esimerkiksi ohjelman vetäjästä, on hänen hyvin vaikea nauttia tuotteesta saati kokea elämystä. Jos elämys koetaan vieraiden ihmisten seurassa, olisi tärkeä, että heidät vähintään esiteltäisiin toisilleen. Näin heidän olisi helpompi jakaa kokemusta toistensa kanssa, mikä lisää vuorovaikutuksen osuutta elementtinä ja näin edesauttaa elämyksen syntymistä. (Tarssanen 2009, 14.)

Tarina pitää koossa koko tuotetta. Se määrittelee mitä tehdään milloinkin ja miksi. Tarina on tärkeä osa kokonaisuutta, sillä hyvä tarina pitää mielenkiinnon tuotteeseen yllä koko sen keston ajan. Tarina liittyy aitouteen ja siihen on hyvä liittää esimerkiksi paikallisia uskomuksia tai kansanperinteitä. Erityisesti ruokaelämyksessä tarina on tärkeä osa tuotetta ja helpottaa sen myymistä niin suomalaisille kuin ulkomaisillekin matkailijoille. Vaikka tarinassa tulisi olla faktaa sekä fiktiota, on sen oltava uskottava ja huolellisesti viimeistelty. Tarinan olisi tärkeää seurata tuotetta yhtenäisenä kaikissa tuotteen vaiheissa

markkinoinnista jälkimarkkinointiin. (Tarssanen 2009, 13; Suomalainen ruoka tarinan turvin eurooppalaisiin pöytiin 2012.)

Ruokamatkailussa tarinallistaminen on tärkeä osa tuotteen suunnittelua ja kehittämistä. Ihmisille on tärkeää tietää syömänsä ruoan alkuperä, joten jo alkuperän kertominen tarinoin luo asiakkaalle moniulotteisempaa kuvaa ruoasta ja koko ruokailusta. Lähiruoan nostaessa ihmisten kiinnostusta olisi matkailuyrittäjien hyvä miettiä tarinan luontia juuri lähiruoan ympärille. Yksinkertaisimmillaan tarinan avulla saadaan kerrottua ruoan alkuperä ja matka lautaselle. Mielikuvituksen avulla tähän voi kuitenkin liittää erilaisia alueen perinteisiin liittyviä tarinoita, jotka lisäävät asiakkaan mielenkiintoa ja tuovat uutta tietoa. Tarinallistaessa on hyvä muistaa kaikki elämyksen elementit ja näin panostaa esimerkiksi miljööseen, jossa ruokaelämys nautitaan. Asiakkaan näkemät asiat ja äänet tarinan ohella vetävät hänet syvemmälle mukaan tarinaan ja näin luo vahvemman edellytyksen elämyksen kokemiseen. (Kalliomäki 2012.)

Tarina on tärkeä osa elämyksellistä kokemusta ja jo pelkän tarinan avulla voidaan nostaa palvelukokemuksen arvoa. Tarinan avulla tuotteeseen kuuluvat osat saadaan yhdistettyä, sillä koko ajan tarina kulkee mukana ja pitää palaset yhdessä. Yrityksen olisi mietittävä tarkka käsikirjoitus tuotteesta, jotta yhtenäinen tarina säilyy koko asiakkaan elämyksellisen kokemisen ajan. Tarinasta on kuitekin hyvä tehdä hieman erilaisia versioita, jotta se kohtaisi juuri silloisen asiakkaan. Tarinan on pysyttävä yrityksen mukaisissa teemoissa, jotka tukevat tarinaa. Tarinan hahmo voi olla esimerkiksi elämyksen tuottamiseen osallistuvat työntekijät, elämyksen tuottava yritys tai itse tuote, jonka ympärille tarina on rakennettu. (Kalliomäki 2014.)

Elämyskolmion oikeassa sivussa näkyy elämyksen kokemisen tasot. Kokemus alkaa kiinnostumisesta, josta se jatkuu astimisen ja oppimisen kautta elämykseen, mikä parhaassa tapauksessa johtaisi vielä elämyksen tekemään muutokseen. Motivaation taso tarkoittaa asiakkaan kiinnostuksen tuotetta kohtaan herättämistä. Elämyksen kokeminen alkaa siis jo markkinointivaiheessa ja jo siinä tulisi olla mukana kaikkia elämyksen elementtejä. Fyysinen taso tarkoittaa asiakkaan olotilaa ja tuntemista tuotteen aikana. Hänellä on oltava miellyttävä olo olosuhteisiin nähden, jotta hän voi nauttia tuotteesta. Kaiken on toimittava myös

teknisesti, jotta fyysinen taso tuottaisi toivotun tuloksen. Älyllisellä tasolla on kyse asiakkaan tuotteen kautta oppimista uusista asioista. Hänelle olisi tarjottava aistiärsykyksiä, jotka saavat hänet ajattelemaan ja pohtimaan asioita. Hyvän elämystuotteen kohdalla asiakas kehittää itseään ja oppii uutta. Emotionaalinen taso tarkoittaa elämyksen kokemisen tasoa. Asiakas tuntee elämyksen kautta vahvaa positiivisen tunteen kuten onnistumisen ja ilon tunnetta. Henkinen taso on vielä elämyksen jälkeen koettua korkeampi tasoista onnistumisen tunnetta, joka johtaa asiakkaan ajatusten tai toimintatapojen muuttumiseen. Näin asiakas kokee kehittyneensä ihmisenä ja haluaa jatkaa ehkä toisin ajatuksin tietyn asian osalta. (Tarssanen 2009, 15.)

## 5 LAADULLINEN TUTKIMUS JA HAASTATTELU

Kappaleessa viisi käyn pintapuolisesti läpi valitsemaani tutkimusmenetelmää. Laadullinen tutkimus on laaja aihealue, joten käyn aihetta läpi vain pintapuolisesti ja niiltä osin, kun se koskee työtäni. Tämän jälkeen esittelen lyhyesti haastattelemi yritykset ja käyn läpi haastattelukysymyksiin (liite 1) saamani vastaukset. Haastatteluni tehtävänä oli selvittää ruokapalvelujen elämyksellisyyttä Varsinais-Suomessa. Tavoitteena koko työssäni on auttaa Turku Touringia Varsinais-Suomen ruokamatkailun kehittämisessä.

### 5.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Päädyin opinnäytetyössäni laadulliseen tutkimusmenetelmään siksi, että tarkoitukseni oli selvittää tiettyjen ruokapalveluyritysten tuotteiden elämyksellisyyttä. Mielestäni laadullinen tutkimus oli tässä tilanteessa oikea ja toimiva ratkaisu. Koska yritykset toimivat eri tavoin, oli mielestäni kysymysten oltava avoimia. Näin yrittäjät saivat itse selittää omin sanoin, miten he panostavat elämyksellisyyteen.

Haastattelumuoto oli mielestäni selkeintä toteuttaa niin, että kaikille olisi samat kysymykset ja noudattaisin tätä haastattelurunkoa kaikkien kohdalla. Haastattelutavoista sopivin tähän tilanteeseen oli puhelimitse, vaikka tietysti kasvojen olisi pystynyt havainnoimaan tiloja ja tunnelmaa paikan päällä.

### 5.2 Laadullinen tutkimusmenetelmä

Päädyin tutkimuksessani laadulliseen menetelmään, sillä tarkoitukseni oli selvittää millaisia elämysruokailutuotteita on jo tarjolla Varsinais-Suomen alueella. Kuten laadulliselle tutkimukselle on ominaista, tarkoitukseni oli keskittyä tarkastelemaan yksittäisiä yrityksiä valitsemani aihealueen osalta. Laadullisen tutkimuksen monista tavoitteista, kuten esimerkiksi uuden tiedon hankinta sekä ymmärryksen syventäminen, tämän tutkimuksen tavoitteena oli tiedon tarkentaminen. (Puusa & Juuti 2011, 48.)

Laadulliseen tutkimukseen valitaan mukaan henkilöitä, joilla on tarkka yhteys tai tieto käsiteltävään asiaan. Haastattelujen määrä ei ole ennalta määrätty, kuten esimerkiksi kvantitatiivisessa tutkimuksessa, vaan se riippuu aina tutkimuksesta ja sen tavoitteista. Koska haastateltavien määrä on pieni, haastattelut tehdään yleensä luonnollisesti kysymällä asiat haastateltavalta henkilökohtaisesti. Laadullisessa tutkimuksessa havainnointi on yksi tärkeä menetelmämuoto. (Puusa & Juuti, 2011, 55.)

Tutkimukseni toteutin puolistrukturoituna haastatteluna, vaikka siinä oli myös sekoitusta teemahaastattelusta Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat valmiiksi tehdyt ja samat kaikille haastateltaville. Haastattelu noudattaa aina samaa muotoa ja järjestystä. Täysin strukturoidusta haastattelusta tämä eroo sillä, että vastausvaihtoehtoja ei ole annettu, vaan kysymykset ovat avoimia. (Aaltola & Valli 2001, 26.)

Olin tehnyt valmiiksi haastattelukysymykset, mutta haastattelutilanteessa jouduin esittämään osalle haastateltavista lisäkysymyksiä saadakseni täsmällisempiä vastauksia kysymyksiini. Näiltä osin se muuttui hieman keskustelumaisemmaksi ja muistutti näin ollen teemahaastattelua. Teemahaastattelussa haastattelun aihepiiri ja teemat ovat valmiiksi päätettyjä, mutta kysymyksillä ei ole tarkkaa muotoa ja järjestystä. Haastattelut käydään ennemminkin keskustelun muodossa. (Aaltola & Valli 2001, 26.)

### 5.3 Haastattelut

Haastattelin tutkimuksessa seitsemää erilaista, ruokapalveluja tuottavaa yritystä Varsinais-Suomen alueella. Valitsin yritykset sillä perusteella, että he lupasivat Internet-sivuillaan elämyksellisiä hetkiä tai tiesin heillä olevan jotakin muista poikkeavaa. Haastatteluun valitsemistani yrityksistä viisi vastasi kysymyksiini. Osan yrityksistä valitsin yhdessä Turku Touringin Päivi Lappalaisen sekä Maa- ja kotitalousnaisten Eila Hoffrenin kanssa ja osan itse hyväksyttäen ne kuitenkin heillä. Kysymyksiä oli yhteensä neljä kappaletta. Haastattelukysymyksiin sain pohjaa Päivi Lappalaiselta ja Eila Hoffrénilta. Heitä kiinnosti ruokaan liittyvä elämyksellisyys ja ruokatuotteen markkinointi. Tältä pohjalta yritin kehittää kysymykset sopiviksi saamiani ohjeita noudattaen.

Suunnittelin toteuttavani haastattelut puhelimitse ja mahdollisesti tämän lisäksi apuna käyttäen sähköpostia. Näin yrittäjillä olisi niin halutessaan enemmän aikaa miettiä vastauksia kysymyksiini, kun soittaisin sovittuna aikana uudestaan. Etsittyäni mielestäni sopivat yritykset, soitin niiden edustajille ja kerroin olevani kiinnostunut haastattelemaan heitä opinnäytetyöhöni. Koska päädyin tekemään haastattelut puhelimitse, kirjoitin suoraan ylös vastaukset. Puhelun jälkeen kirjoitin heti puhtaaksi haastattelut, sillä ne olivat vielä täysin muistissani sekä pääpiirteittäin ylöskirjoitettuna.

#### 5.4 Yritykset

Herrankukkaro on Rymättylässä sijaitseva, vuonna 1984 perustettu perheyritys. Se on vanhasta kalastajatilakokonaisuudesta rakentunut kokous-, koulutus- ja virkistäytymispaikka, jonka palvelut on suunnattu ryhmille. Herrankukkaron sijainti on keskellä saaristomaisemaa, jota hyödynnetäänkin aktiviteettien ja ruokailun osilta. Yritys tarjoaa palveluja ympäri vuoden. Herrankukkarossa on myös tarjolla erilaisia majoitusvaihtoehtoja riippuen asiakkaan rohkeudesta yli sadalle hengelle. Yrityksen perustaja on Pentti-Oskari, joka nykyään toimii kiireapulaisena. Isäntänä toimii nykyään hänen poikansa Karioskari Kangas. (Herrankukkaro - Info 2014.)

Loistokarin risteilyn osalta haastatteluuni vastasi Herrankukkaron Karioskari Kangas, joka toimii s/s Ukkopekan vastaavana päällikkönä. Loistokarin saarelle risteilee kesäiltaisina s/s Ukkopekka. Saarella vierailijat pääsevät tutustumaan halutessaan vanhaan ja kunnostettuun loistonvartijan mökkiin. Saaren pariskunta, isäntä ja emäntä asuvat kesäisin saarella siitä huolta pitäen sekä asiakkaille loimulohta paistaen. s/s Ukkopekka ja yhtiön muut alukset ovat ainoita, jotka liikennöivät Loistokarin saarelle. (Loistokari 2014.)

Kalliolaakson linna on Perniössä sijaitseva Olavi ja Ann Mattssonin yhdessä toteuttama kokonaisuus. Tilalla järjestetään yksityistilaisuuksia kokouksista hääjuhliin. Majoitusta tila ei tarjoa, vaan se voidaan tarvittaessa sopia seudun majoituksentarjoajien kanssa. (Kalliolaakson linna 2014).

Kuralan kartanotila on Pöytän Yläneellä sijaitseva majoitusta ja juhla- sekä kokoustiloja tarjoava yritys. Yrittäjinä tilalla toimivat Laura Naire-Koivisto sekä Matti Koivisto. Tila soveltuu erityisesti koiraharratajille, sillä pihapiirissä on koirahalli ja majoitutiloja löytyy myös lemmikkinsä kanssa majoittujille. (Kuralan kartanotila 2014.)

Louhenlinna on Laitilassa sijaitseva tilausravintola, joka tarjoaa elämyspitoja asiakkailleen. Tarkoituksena on yhdistää entistä varsinaissuomalaista elämää ja kulttuuria nykypäivään. Louhenlinnassa järjestettävät tilaisuudet ovat sekä yritysettä perhejuhlia. (Louhenlinna 2014).

### 5.5 Ruokapalvelut

Herrankukkarosta haastattelin kyläpäällikköä Karioskari Kangasta. Herrankukkaro tarjoaa monipuolisesti erilaisia ruokapalvelutuotteita, kuten aamiaista lounasta, ja illallista erilaisin tavoin asiakkaan toiveet huomioiden. Kaikki ruokailutuotteet ovat tarkoitettu ja toteutettavissa vain ryhmille. Lisäksi aktiviteettien ohessa on tarjolla ruokailuja, joiden valmistamiseen myös asiakkaat voivat osallistua. Aktiviteettiruokailuja toteutetaan myös ulkona. Suosittua ulkoruokaa on esimerkiksi itse valmistettu loimulohti (kuva 5). (Kangas 2014.)



Kuva 5. Loimulohta Herrankukkarossa. (Herrankukkaro 2014.)



Ruoalla on suuri rooli Herrankukkaron markkinoinnissa, sillä ruokailu on suuri osa koko yrityksen toimintaa. Markkinointi tapahtuu internet-sivuilla ja Perjantaireseptin avulla. Liika markkinointia he haluavat välttää. Perjantairesepti on yksi Herrankukkaron markkinoinnin suuri tehostuttaja. Se saavuttaa Karioskarin mukaan jo kymmeniä tuhansia ihmisiä sähköpostin välityksellä. Yrityksen internet-sivuilla Perjantaireseptistä (Herrankukkaro - Perjantairesepti 2014) kerrotaan ytimekkäästi näin:

*”Herrankukkaron Perjantairesepti on Pentti-Oskari Kankaan - 7-seinähullun isä, höyrylaivan kapteeni ja Herrankukkaron kiireapulainen - saajilleen veloituksesta joka perjantai lähetettävä sähköpostikirje, joka sisältää iloisen tarinan hänen elämästään ja kokemuksistaan suomalaisessa viihde-elämässä sekä maailman merkillisestä menosta. Mukana on myös hänen harrastelijakokkimaisia hyvää mieltä aiheuttavia ruokareseptejään. Asenne ratkaisee. Aina.”*

Perjantairesepti on helppo tilata suoraan omaan sähköpostiin tai sitä voi seurata Pentti-Oskarin kirjoittaman blogin muodossa. (Kangas 2014.)

Loistokarin illallisristeilyllä tarjolla on ainoastaan seisova pöytä. Se on tarkoitettu s/s Ukkopekan asiakkaille, jotka risteilevät käymään Loistokarin saarella. Tuote on tarkoitettu niin yksittäisille asiakkaille kuin ryhmillekin. Ruokailu kuuluu aina osana risteilyyn ja sekä risteily että ruokailu ovat valmiiksi suunniteltuja noudattaen aina samaa kaavaa. Risteilyn markkinoinnissa on huomioitu ruokailu hyvin, sillä se on suuri osa koko risteilyä. Risteilyn tarkoituksena on vierailta Loistokarin saarella ja nauttia siellä illallinen. Esitteissä on kerrottu selkeästi, mitä kaikkea seisova pöytä sisältää. (Kangas 2014.)

Kalliolaakson linnasta haastattelin toista yrittäjää Ann Mattssonia. Hän kertoi yrityksen tarjoavan kaikenlaisia ruokapalveluja täysin asiakkaan toiveiden mukaisesti. Kokouksien yhteydessä usein on aamiaista sekä lounasta tai välipalaa. Tilalla voi myös järjestää juhlia, joiden ruoka sovitaan yhdessä asiakkaan kanssa. Palvelut ovat lähinnä ryhmille, kuten kokoukset sekä virkistäytymispäivät, häät ja muut juhlatilaisuudet. Markkinointi tapahtuu vain yrityksen internet-sivujen avulla. Asiakkaan ottaessa yhteyttä he kertovat enemmän palveluistaan, riippuen asiakkaan toiveista. Ruoka on huomioitu internet-sivuilla erilaisin esimerkkipaketein ja lisäksi siitä kerrotaan asiakkaan ottaessa yhteyttä.

Markkinoinnissa halutaan korostaa sitä, että ruoka on heillä tärkein asia ja se tehdään rakkaudella. (Mattsson 2014.)

Kuralan kartanotilalta haastattelin yrittäjäparista Laura Naire-Koivistoa. Kuralan kartanotila tarjoaa ryhmäruokailuja erilaisille ryhmille. Heillä majoittuu koiraharrastajia, joille järjestetään ruokailuja. Lisäksi tilalla järjestetään erilaisia perhejuhlia ja kokouksia. Markkinointi tapahtuu heidän omilla kotisivuillaan, missä saa tietoa yrityksen ruokapalveluista. Lisäksi he ilmoittavat sanomalehdissä äitienpäivä- ja isäinpäivälounaista. Näitä vuoden juhlapäiviä lukuun ottamatta kaikki ruokailut tapahtuvat tilauksesta. (Naire-Koivisto 2014.)

Louhenlinnasta haastattelin emäntä Anne-Maria Antola-Pilppulaa. Hän kertoi Louhenlinnan olevan täysin tilausravintola, joka on avoinna vain tilausten mukaan. Linnan oma keittiömestari valmistaa ruoat asiakkaiden toiveiden mukaan. Ruoat ovat aina tarjolla seisovan pöydän muodossa (kuva 6). Järjestettävät juhlat ovat perhe- ja yritysjuhlia. Markkinoinnissa on huomioitu tuotteiden kotimaisuus ja esimerkiksi leipien itse leipominen. Yrityksen Internet-sivuilla on kerrottu esimerkkinä muutama suosittu menu-vaihtoehto ja ajankohtaisissa uutisissa tulevista tapahtumista, kuten vappubrunssi. Ruokaan ei ole liitetty tarinoita. (Antola-Pilppula 2014.)



Kuva 6. Louhenlinnan pitopöydästä. (louhenlinna 2014.)

## 5.6 Elämyksen huomiointi ruokapalveluissa

Herrankukkarossa elämyksellisyys pyritään sitomaan vahvasti ruokailutuotteisiin. Ruokien nimissä on käytetty tilalle sopivia lisiä, kuten ”keitetyt Rymättylän kuulut perunat naapurin pellolta (luvalla)” tai Isännän erikoisuutena ”Oskarin silakat”. Myös suosittu tarjoilupöytä on nimetty vanhan tarinan pohjalta Koivuniemen Jannen Saaristolaispöydäksi. Ruokat on pyritty valmistamaan perinteitä kunnioittaen vanhan ajan mukaan. Ulkona tarjoilu saaristossa on myös Karioskarin mukaan yksi tärkeä piirre osassa heidän ruokailutuotteitaan, sillä jo saaristomiljöö luo elämyksellisyyttä suurelle osalle asiakkaista. Tarinat pyritään pitämään mukana aina ruokailuissa. Tarinoihin kuuluu sekä paikan historiaa että hieman ruoan alkuperää. Herrankukkaro valmistaa tarjoiltavat ruokat itse ja tarjoilut vaihtelevat vuodenaikojen mukaan, sillä suuri osa on luonnosta saatua ja luonnollisesti kasvanutta ruokaa. Näin ruokaan liittyy tarina sen luonnollisesta alkuperästä. (Kangas 2014.)

Loistokarin risteilyllä elämyksellisyys on tietyllä tavalla osana ruokailua, sillä jo miljöö luo tunnelmaa ruokailulle. Ruoka on suunniteltu saariston antimista ja saaristolaishenkeen, mikä tukee kokonaisuutta. Koska tuote on valmiiksi suunniteltu, se noudattaa aina tarkkaa aikataulua. Tästä syystä aika saarella on rajallista. Tarina ruokailusta pohjautuu enimmäkseen tarjolla olevaan ruokaan. Siinä korostetaan saariston tarjoamia antimia ja sitä, että ruokat ovat itse tehtyjä. Loistokarin saareen liittyy myös historiaa ja siihen pääsee tutustumaan vieraillemalla loistonvartijan mökissä. Tarinan kerronta on kuitenkin rajallista. (Kangas 2014.)

Kalliolaakson linnassa elämyksellisyys kuuluu ehdottomasti osana ruokatuotteeseen. Kaikki ruoka on lähiruokaa ja osittain myös luomua. Tarkoituksena on tarjota sitä, mitä muilla ei ole. Eli täysin asiakkaan toiveiden mukaisesti. Kaikki valmistetaan alusta alkaen itse, joten ruokien valmistaminen asiakkaan toiveiden mukaisesti on hyvin mahdollista. Valmiina ruokailupalveluna on esimerkiksi 1500- luvun pöytä, jolloin ruokaillaan linnan tuvassa suuren avotakan äärellä. Miljöö on siis vanhanaikainen ja siihen sopien on valmiita ruokailupalveluja tehty. Ruokapalveluihin liitetään tarinaa asiakasryhmän mukaan. Aina vähintään ruoan alkuperä kerrotaan. Usein myös alueen ja tilan

historiasta kerrotaan tarinoita, jos ryhmä on sellainen, että se sopii tilanteeseen. Haastateltavan mukaan kaikki on mahdollista toteuttaa, jos asiakas jotain toivoo. (Mattsson 2014.)

Kuralan kartanotilalta Laura Naire-Koivistolta en saanut suoranaisesti vastausta elämyksellisyydestä. Haastateltava kertoi, että heillä järjestetään myös maastoruokailua. Heidän kokkinsa Päivi Lehtonen on erikoistunut myös niin sanottuihin nuotioruokiin. Kuitenkaan käytännössä näitä maastoruokailuja ei kovinkaan paljoa heiltä ole tilattu. Ruokatuotteita ei ole tarinallistettu. He kuitenkin muistaessaan kertovat käyttämiensä raaka-aineiden alkuperästä. He hankkivat esimerkiksi käyttämänsä lihat lähitiloilta ja kananmunat luomukanalasta. (Naire-Koivisto 2014.)

Anne-Maria kertoi Louhenlinnan itsessään olevan elämyksellinen paikka. Juhlien tunnelman rentouttamiseksi alkukeiton jakamiseen kuuluu aina sama, toistuva tapa. Siinä alkukeitto jaetaan pöytiin ja pöydän päästä laitetaan keittokulho eteenpäin. Samalla ohjeistetaan: ”että välistä ei ryystellä ja keitto syödään ryystäen ja ääntä saa kuulua!”. Tämän aiheuttaessa hilpeyttä myös tunnelma rentoutuu ja ihmiset hieman vapautuvat. (Antola-Pilppula 2014.)

## 5.7 Pohdintaa haastattelujen vastauksista

Yrityksissä oli mietitty elämyksellisyyttä ja sen monia elementtejä. Yrityksissä oli keskenään melko paljon eroja, sillä osassa tuotteet oli tarkoin mietitty ja niitä on jo myyty paljon, kun taas osassa taas tuotetta ei ollut kehitetty tai se ei ollut kehittynyt vielä yhtä paljon kuin muissa. Elämyksellisyyttä oli mietitty hyvin esimerkiksi erilaisuuden ja tarinoiden tukemana. Osassa paikoista elämyksellisyyttä oli kuitenkin mielestäni mietitty vain osittain ja tuotteiden kerrottiin olevan elämyksellisiä lähinnä sen erilaisuuden ansiosta. Erilaisuuden uskottiin olevan riittävä elämyksen kokemiseen.

Elämyksen elementteihin ei ainakaan mainittavasti ollut kiinnitetty huomiota. Kuitenkin ne varmasti näyttäytyvät osassa tuotteista ilman erillistä järjestämistä. Yksilöllisyys eli tuotteen erottumista muista oli monen yrittäjän mielestä heidän valttinsa, jonka he mainitsivat haastatteluissa. Moniaistisuus toteutuu helposti

esimerkiksi ulkona toteutettavissa, sillä katseltavaa ja kuunneltavaa riittää. Tähän vielä ruoka tuo omat tuoksut ja maut. Kontrasti riippuu tietysti täysin matkailijasta. Jos saaristo on matkailijan jokakesäinen ”koti”, ei siinä ole uutuudenviehätystä. Haastattelemani yritykset ovat keskenään melko erilaisia, joten uskoisin niistä löytyvän ainakin jotakin uutta erilaisille matkailijoille. Aitous mielestäni näkyy tuotteissa esimerkiksi lähialueen raaka-aineiden käytössä sekä ruokaperinteiden noudattamisessa. Lisäksi luonto itsessään jo luo minun mielestäni aitoa tunnetta, sillä se elää omaa elämäänsä. Ympäristöön ja ruokaperinteisiin liittyy myös tarina, joka oli yrityksissä liitetty enemmän tai vähemmän tuotteeseen. Omasta mielestäni tarina on tärkeä osa tuotetta ja sen kokemista. Viimeisenä elementtinä vielä vuorovaikutus, joka näkyy varmasti vahvemmin ryhmille osoitetuissa tuotteissa. Ryhmä kokee asiat yhdessä, mikä varmasti vahvistaa yhteenkuuluvuuden tunnetta. Yrittäjät myös vaikuttivat haastattelun perusteella sellaisilta, jotka innostavat matkailijoita.

Yritykset mainitsivat kertovansa asiakkailleen ruoan alkuperästä ja lähiruoka oli huomioitu raaka-ainevalinnoissa. Haastattelujen mukaan ruoat valmistetaan suurilta osin itse asiakkaille valmiiksi tai asiakkaiden kanssa yhdessä. Tätä haluttiin korostaa mahdollisille asiakkaille jo markkinoinnissa. Se on mielestäni tärkeä asia ja luultavasti myös sellainen seikka, mihin nykyään kiinnitettäisiin huomiota. Uskoisin lähiruoan merkityksen kasvaneen ja ihmisten toivovan omatekoista ruokaa.

Minun mielestäni toimivimmilta paketeilta vaikuttivat Herrankukkaro sekä Loistokarin risteily. Nämä ovat pitkälle jalostettuja ja vuosien mittaan muotoonsa kehittyneitä. He hyödyntävät luonnon tarjonnan sekä saariston ja luovat siihen ympäristöön sopivat tarinat. Loistokarin risteily on myös ainoa haastattelemistani yrityksistä, joka on sopiva myös yksittäisille matkailijoille. Muut ovat suunniteltuja ryhmille ja erikseen tilattuina.

Näille ääripäänä mielestäni oli Kalliolaakson linna. Haastattelusta oli vaikea saada irti vastauksia, sillä kaikkea luvattiin tarjota. Tuotteita ei ole siis tehty valmiiksi, sillä he lupaavat järjestää kaiken niin kuin toivotaan. Uskon heidän hoitavan tilaukset hyvin ja paikan olevan hieno. Elämyksellisyys on kuitenkin paljon luvattu, sillä sen elementtejä ei haastattelun mukaan ollut mietitty lainkaan.

Kävin tietoperustassa läpi Varsinais-Suomen kehittämistä ja sen yhtenä tavoitteena oli saatavuuden parantaminen. Tätä asiaa miettien yritysten Internet-sivujen osalta, he ovat mielestäni panostaneet asiaan. Internet-sivuilta löytyi tarvittavat tiedot yrityksestä ja sen palveluista. Osalta löytyi vielä lisäksi paljon enemmänkin. Yrityksen löytäminen on mielestäni saatavuuden kannalta ensimmäinen tärkeä asia. Haastattelemani yritykset sijaitsevat Loistokarin risteilyn lähtöpaikkaa lukuun ottamatta kaupunkien ulkopuolella, mikä tietysti tuo haastetta fyysisen saatavuuden osalta. Ne ovat kuitenkin melko lähellä suurempia kaupunkeja ja automatkan päässä, joten en usko asiassa olevan ongelmaa.

Haastattelun tulokset osoittivat, että elämyksellisten palveluiden lupaaminen ei aina tarkoita elämyksen tuottamista oikeasti. Vastausten perusteella tällä osaluueella on siis paljon vielä kehitettävää Varsinais-Suomessa. Tästä olisi hyvä jatkaa esimerkiksi ruokatuotteiden edelleenjalostamisella elämyksellisemmäksi. Asiaa voisi tutkia myös asiakkaan näkökulmasta, jotta saataisiin myös toinen kanta aiheeseen.

## 5.8 Kehittämisideoita

Kaikilla yrityksillä on mielestäni saamieni vaikutelmien mukaan vähintään hyvä pohja elämykselliselle ruokatuotteelle. Monessa yrityksessä kerrottiinkin tarinoinnista ruokailuun liittyen, mikä on mielestäni tärkeä osa elämyksellistä tuotetta. Yrityksissä on panostettu miljööseen, mikä luo hyvän tunnelman tarinaan yhdistettynä. Moniaistisuutta voisi lisätä sisätiloissa musiikilla. Ulkona luonto itsessään jo tuottaakin ääntä aidosti.

Mielestäni markkinoinnissa tulisi kiinnittää huomiota varovaiseen elämys-sanan käyttöön. Haastattelun avulla huomasin sitä käytettävän, vaikka elämykseen ei ole tutustuttu tarkemmin. Tästä syystä olisi parempi käyttää toisia sanoja elämyksen sijaan, ettei elämys jää vain markkinoinnissa käytettäväksi käsitteeksi. Markkinoinnin kannalta on mielestäni myös tärkeää antaa valmiita tuotepaketteja tai esimerkkiruokailuja. Vaikka näitä räätälöitäisiin asiakkaan toiveiden mukaisesti, on hyvä olla jotakin valmiina pohjana.

Mielestäni ruokapalvelujen tuottajat voisivat saada lisäarvoa tuotteilleen tekemällä niistä elämyksellisiä. Tarinat ovat mielestäni tärkeä osa elämyksellistä tuotetta, sillä se yhdistää tuotteen kokonaiseksi. Tarinan pohjalta voisi olla helpompi miettiä muita elämyksen elementtejä. Äänet esimerkiksi liittyvät vahvasti tarinaan ja lisäävän moniaistisuutta. Haastattelujen perusteella paikka ja perinteitä on otettu huomioon niiden yritysten osalta, joissa käytetään tarinoita. Tämä on mielestäni tärkeää, jotta tuote olisi aito.

Ruokatuotteen elämyksellisyys voisi lähteä jo markkinoinnista. Yrityksen kotisivuilla tulisi mielestäni käyttää paljon aiheeseen liittyviä, hyviä kuvia. Kuviin voisi liittää ääntä, tarinaa voitaisiin jo aloittaa Internet-sivuilla. Asiakkaan mielenkiinto mahdollisesti heräisi, kun tarinaa hieman jo avattaisiin. Kuitenkaan liikaa paljastamatta, jotta mielenkiinto ruokapalvelun ostamiseen ja tarinan loppuun asti kuulemiseen kasvaisi. Markkinoinnin kohdalla mielestäni Herrankukkaro on onnistunut hyvin Perjantaireseptin kanssa. Uskon sen herättävän monen mielenkiinnon nähdä kyseinen paikka ja kokea ruokailu siellä.

Yrittäjät voisivat hyötyä elämyksen perusteiden oppimisesta tai niiden mieleen muistuttamisesta. Ruoan osalta he vaikuttivat tietävän tarkkaan mitä tekevät, mikä tarkoittaisi vain elämyksellisyyden lisäämistä ruokailuun. Asiakkaan mukaan ottaminen ruoan matkaan luonnosta pöytään voisi olla myös mielenkiintoinen ruokatuote. Tällaisessa tuotteessa voisi olla mukana montakin toisiaan lähellä sijaitsevaa ruoantuottajaa, joilta ruokaa haettaisiin. Näin ruoan tarina muodostuisi käytännössä asiakkaalle ja yritysten yhteistyö kehittyisi. Ottaessa asiakas mukaan palvelun tuottamiseen, voi apuna käyttää teoriaosuudessa esittelemääni kuviota elämyksen ulottuvuuksista.

Yritys voisi myös kehittää tunnettavuuttaan tietyn ruoan tai raaka-aineen avulla. Esimerkiksi saaristossa sijaitseva ruokapalvelujen tuottaja voisi kehittää koko ruokalistansa tietyn kalan ympärille, Rymättylässä voisi olla yritys, jonka ruokalista perustuisi perunaan ja erityisesti kesäisin varhaisperunaan tai kananmunia tuottava yritys voisi perustaa ruokalistan kananmunan ympärille. Näin yritys saisi tunnettavuutta juuri tietyn ruoka-aineen avulla ja hyvin toteutettuna se jäisi varmasti asiakkaiden mieleen.

Erityisesti nyt, kun vastuullisuus yritetään nostaa Varsinais-Suomen matkailuvaltiksi, ja on tärkeä osa matkailun kehittämistä, olisi mielestäni hyvä kiinnittää huomiota lähiruokaan ja sen kasvavaan käyttöön. Lähiruokan käyttäminen ja sen esille nostaminen on varmasti tärkeää monelle matkailijalle ja he voivat tehdä päätöksensä vastuullisten yritysten hyväksi. Myös Suomen matkailun teemoissa esiintyvät kesä ja talvi voisivat olla teemoina myös ruoissa. Ruoka-aineita olisi hyvä käyttää vuodenajan mukaan.

Erilaisten ruokatapahtumien järjestäminen Varsinais-Suomen alueella herättää varmasti ihmisten mielenkiintoa ruokaa kohtaan, ja esittelemällä myös vastuullisia ruokapalveluja tuottavia yrityksiä voitaisiin palvelujen tuottavuutta nostaa. Lähiruoka, tarina, paikallisen seudun ja vielä erityisesti saariston hyödyntäminen: siinä on mielestäni jo hyvät lähtökohdat elämykselliselle ruokapalvelulle. Elämyskolmio ja elämyksen ulottuvuudet –kuvio ovat hyvä pohja elämyksellisen ruokatuotteen suunnittelulle. Tietyissä yrityksissä asiakkaan mukaan ottaminen perunapellolle voi toimia hyvin, kun taas toisenlaisessa yrityksessä on hyvä keskittyä pelkästään ruoan nauttimiseen tarkasti mietityssä ympäristössä. Näen tässä suuren potentiaalisen arvonnostattajan ruokapalveluille, joten mielestäni jatkojalostaminen kannattaa ehdottomasti. Aihe on mielenkiintoinen ja erityisesti tällä hetkellä esillä Suomen matkailun kehitystä ajatellen.



## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Oppinnäytetyöni tavoitteena oli auttaa Turku Touringia Varsinais-Suomen ruokamatkailun kehittämisessä. Tehtävänäni oli selvittää jo nyt alueella toimivien ruokapalveluyritysten elämyksellisyyttä. Tein tämän esittämällä avoimia kysymyksiä ennalta päätetyille yrityksille. Haastattelut tein puhelimitse sekä sähköpostilla. Paikanpäällä haastattelu on luultavasti suositeltavin vaihtoehto, mutta poissuljin sen tässä tilanteessa kiireisen aikataulun vuoksi.

Tietoperustassa kävin läpi maaseutumatkailua ja sen kehittämistä, sillä ruokapalvelut liittyvät maaseutuun vähintään raaka-aineiden, mutta usein myös sijaintinsa osalta. Maaseutumatkailusta siirryin Varsinais-Suomeen matkailullisena alueena. Ruoan osalta kävin läpi yleisesti suomalaista, sekä hieman syventyen, varsinaissuomalaista ruokakulttuuria. Elämyksen osalta käsittelin elämyksen elementit ja ulottuvuudet.

Tutkimusmenetelmäksi valitsin laadullisen menetelmän. Haastattelu oli toteutettu puolistrukturoituna haastatteluna. Noudatin siis samaa haastattelukaavaa kaikkien yritysten kohdalla. Kuitenkin osassa haastatteluista oli myös hieman viitteitä teemahaastattelusta, sillä osalta en saanut vastauksia ilman lisäkysymyksiä.

Haastattelujen toteuttaminen poikkesi suunnitelmistani haastattelukohtaisesti. Osa yrittäjistä halusikin vastata heti kysymyksiini, joten näiltä osin sähköpostia ei käytetty lainkaan apuna. Osa taas toivoi haastattelukysymykset sähköpostilla, sillä vastaaminen kirjallisesti olisi heille helpompaa. Heidän kohdallaan toimin heidän toiveidensa mukaisesti ja toteutin haastattelun sähköpostin välityksellä. Sähköpostilla toteutettu haastattelu oli vastausten puhtaaksikirjoittamisen kannalta minulle helpompi vaihtoehto kuin puhelimitse tehty haastattelu. Kuitenkin puhelimitse sain vastaukset heti, kun taas sähköpostilla vastausten saaminen venyi ja jouduin pyytämään vastauksia kysymyksiini uudestaan muistuttaakseni niistä.

Toteutin oppinnäytetyöni nopealla aikataululla ja töideni ohessa, mikä hieman aiheutti minulle itselleni epäilystä työni valmistumisesta ajallaan. Kuitenkin se koostui pala kerrallaan yllättävän nopeasti. Vaikka kirjoittaminen on aina ollut hieman vaikeaa minulle, sain mielestäni tehtyä tämän ihan hyvin.

Mielestäni asian tutkimista voisi jatkaa havainnoinneilla yrityksissä. Havainnoinnin avulla saataisiin koettua tietoa elämyksellisyydestä, mikä on mielestäni tärkein mittari elämyksessä. Lisäksi yrittäjille voisi olla hyödyksi kehittää tietoaan elämyksestä ja sen tuottamisesta. Ruoan ollessa heillä jo hallinnassa, siihen tarvittaisiin panostusta ruoan ympärille kehitettäviin seikkoihin.

## LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1 – metodin valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus.

Aho, S. & Lassila, H. 2001. Matka maaseudulle – Näkökulmia maaseutumatkailun tutkimukseen. Kuopio: Savon Kopiokeskus Oy. Pohjois-Savon ammattikorkeakoulu, Matkailu- ja ravitsemisala, Savonia.

Antola-Pilppula, A. 2014. Emäntä. Louhenlinna. Haastattelu 22.4.2014.

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi – Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WSOY.

Ecotourism; Terms and definitions; Rural tourism 2014. Ecotourims in America. [viitattu 8.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.ecotourisminamerica.com/tools/definitions/>

Hall, D., Kirkpatrick, I. & Mitchell, M. 2005. Rural tourism and sustainable business, 123. [viitattu 8.4.2014]. Saatavissa:

[http://books.google.fi/books?id=lzikHgcCxd0C&pg=PA123&lpg=PA123&dq=rural+tourism+definition&source=bl&ots=oOMY8AQjmN&sig=5Dm1DBS2SdGja-Bwop\\_j\\_FBeFw8&hl=fi&sa=X&ei=62VDU4P0KKb8ygP6zYKADA&ved=0CGwQ6AEwBw#v=onepage&q=rural%20tourism%20definition&f=false](http://books.google.fi/books?id=lzikHgcCxd0C&pg=PA123&lpg=PA123&dq=rural+tourism+definition&source=bl&ots=oOMY8AQjmN&sig=5Dm1DBS2SdGja-Bwop_j_FBeFw8&hl=fi&sa=X&ei=62VDU4P0KKb8ygP6zYKADA&ved=0CGwQ6AEwBw#v=onepage&q=rural%20tourism%20definition&f=false)

Hartola, M. 2003. Ruokaretki Turun saaristoon. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Havas, K. & Jaakonaho, K. 2013. Evästä matkailuun. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. [viitattu 27.3.2014]. Saatavissa: [http://www.ejulkaisu.fi/haaga-helia/evasta\\_matkailuun/](http://www.ejulkaisu.fi/haaga-helia/evasta_matkailuun/)

Herrankukkaro.fi; Info 2014 Herrankukkaro. [viitattu 14.4.2014]. Saatavissa: <http://www.herrankukkaro.fi/fi/info>

Herrankukkaro.fi; Perjantairesepti 2014. Herrankukkaro. [viitattu 14.4.2014]. Saatavissa: <http://www.herrankukkaro.fi/fi/info/pentti-oskari-kangas/perjantairesepti>

Hyvää suomalaista lähiruokaa 2013. Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK. [viitattu 27.3.2014]. Saatavissa:

[www.mtk.fi/maatalous/lahiruoka/fi\\_FI/hyvaa\\_suomalaista\\_lahiruokaa/](http://www.mtk.fi/maatalous/lahiruoka/fi_FI/hyvaa_suomalaista_lahiruokaa/)

Inverine 2014. Suomalainen ruokamatkailu = Lähiruokaa matkailijoille. [viitattu 27.4.2014]. Saatavissa: <http://www.inverine.fi/suomalainen-ruokamatkailu-lahiruokaa-matkailijoille/>

Kalliolaaksonlinna.fi 2014. Kalliolaakson linna. [viitattu 15.4.2014]. Saatavissa: <http://www.kalliolaaksonlinna.com/index.html>

Kalliomäki, A. 2012. Tarinallistamalla tehdään lähiruosta elämys. Arktiset Aromit ry:n Luonnosta sinulle –julkaisu, 8-9. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa: <http://www.arctic-flavours.fi/binary/file/-/id/192/fid/1893/>

Kalliomäki, A. 2014. Miten tarinallistat palveluista kokemuksia. Tarinakone; tarinallistamisen opas. [viitattu 8.4.2014]. Saatavissa: [http://www.tarinakone.fi/lataukset/tarinallistamisen\\_opas.pdf](http://www.tarinakone.fi/lataukset/tarinallistamisen_opas.pdf)

Kangas, K. 2014. Herrankukkaron kyläpäällikkö/s/s Ukkopekan vastaava päällikkö. Herrankukkaro. Haastattelu 14.4.2014.

Kolmonen, J. 1993. Kotomaamme ruoka-aitta. Helsinki: Patakolmonen Ky.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kuisma, A. & Kallio, J., 2009. Yrittäminen maaseudulla. Vammalan Kirjapaino oy. Opetushallitus.

Kunnat.net; Maakuntien liitot 2014. Suomen kuntaliitto. [viitattu 9.1.2014]. Saatavissa: <http://www.kunnat.net/fi/kunnat/maakunnat/Sivut/default.aspx>

Kuralan kartanotila.fi 2014. Kuralan kartanotila. [viitattu 16.4.2014]. Saatavissa: <http://www.kuralankartanotila.fi/etusivu>

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Elämyskolmio. [viitattu 23.3.2014].

Saatavuus:

<http://www.experiencebusiness.fi/osaamisklusteri/painopisteet/elamysten-johtaminen.html>

Loimulohta Herrankukkarossa –kuva 2014. [viitattu 14.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.herrankukkaro.fi/fi/kuvia/kuvat>

Loistokari 2014. Höyrylaiva s/s Ukkopekka. [viitattu 14.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.ukkopekka.fi/fi/risteilyt/loistokari>

Louhenlinna 2014. Louhenlinna – Muinaislinnojen aatelia. [viitattu 28.4.2014].

Saatavissa: <http://www.louhenlinna.com/>

Louhenlinnan pitopöytä –kuva 2014. [viitattu 24.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.louhenlinna.com/galleria/#prettyPhoto>

Lüthje, M. 2005. Se mukava maaseutu siellä jossain – Maaseutumatkailu kokemusten, mielikuvien ja markkinoinnin kohteena. Rovaniemi. Lapin yliopiston kauppatieteiden ja matkailun tiedekunta.

Maa- ja kotielousnaisten Keskus 1998. Elämyksiä maaseutumatkailuun – Kansanperinteestä ohjelmapalveluiksi. Maa- ja kotitalousnaisten Keskus. Kokemäki: Satakunnan Painotuote Oy.

Maakuntien Parhaat –laatu-merkki. [viitattu 7.1.2014]. Saatavissa:

<http://www.maakuntienparhaat.fi/>

Maakuntien Parhaat – laatuvaatimukset 2014. Maakuntien Parhaat – Bäst Landskapet. [viitattu 7.1.2014]. Saatavissa:

<http://www.maakuntienparhaat.fi/myontaminen/open.asp?pageid=1>

Maakuntien ruokaperinteet 2014. Ruokatieto Yhdistys Ry. [viitattu 23.3.2014].

Saatavissa: <http://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/ruokakulttuuri/maakuntien-ruokaperinteita>

Maakuntien ruokaperinteet; Varsinais-Suomi 2014. Ruokatieto Yhdistys Ry. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa: <http://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyvatavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/ruokakulttuuri/maakuntien-ruokaperinteita#Varsinais-Suomi>

Maaseutumatkailu tukee paikallistaloutta 2010. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. [viitattu 7.1.2014]. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/matkailu/maaseutumatkailu/>

Maaseutupolitiikka.fi – Maaseudun matkailun kehittymisen edellytykset. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä YTR. [viitattu 9.1.2014]. Saatavissa: [http://www.maaseutupolitiikka.fi/teemaryhmat/matkailu/maaseutumatkailun\\_kehittaminen](http://www.maaseutupolitiikka.fi/teemaryhmat/matkailu/maaseutumatkailun_kehittaminen)

Matkailun edistämiskeskus 2013. Tuotekehityksen painopisteet vuosille 2014-2020. Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä. [viitattu 12.2.2014]. Saatavissa: <http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2014/01/Teemat-ja-tuotekehityksen-painopisteet-2014-alk-.pdf>

Mattsson, A. 2014. Yrittäjä. Kalliolaakson linna. Haastattelu 14.4.2014.

Naire-Koivisto, L. 2014. Yrittäjä. Kuralan kartanotila. Haastattelu 15.4.2014.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. 1999. The experience Economy. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa: [http://books.google.fi/books?id=5hs-tyRrSXMC&printsec=frontcover&hl=fi&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.fi/books?id=5hs-tyRrSXMC&printsec=frontcover&hl=fi&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Puusa, A. & Juuti, P. 2011. Menetelmäviidakon raivaajat – Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. JTO Johtamistaidon opisto.

Ruoka ja matkailu, Evästä matkailuun - Mistä on kyse 2014. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. [viitattu 27.3.2014]. Saatavissa: <http://ruokajamatkailu.wordpress.com/mista-kyse/>

Ruoka koostuu nälästä ja yhdessäolosta 2014. Ruokatieto Yhdistys Ry. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa: <http://www.ruokatieto.fi//ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/ruokakulttuuri-koostuu-nalasta-ja-yhdessaolosta>

Ruuan vuodenaajoista enemmän irti ruokamatkailulle 2013. Ruokatieto Yhdistys Ry. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa: <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/ruuan-vuodenaajoista-enemman-irti-ruokamatkailulle>

Skärgårdsmak. 2005. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa: <http://www.skargardssmak.com/text6.con?iPage=9&m=54>

SMMY – Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry. Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät. [viitattu 9.1.2014]. Saatavissa: <http://www.smmym.fi/fi/etusivu/>

Suolasilakasta rysäburgeriin; varsinaissuomalaista ruokakulttuuria 2014. Länsi-Suomen maa- ja kotitalousnaiset/ProAgria Länsi-Suomi ry:n sekä LounaFoodin julkaisu.

Suomen maaseudun kehittämissstrategia 2007-2013 2006, korjattu 2013. Maa- ja metsätalousministeriö. [viitattu 5.1.2014]. Saatavissa: [http://www.mmm.fi/attachments/maaseutu/maaseudunkehittamisohjelmat/ohjelmatkaudelle20072013/6F409kRDX/strategia\\_01022013\\_korj\\_biol\\_monimuot\\_12032013.pdf](http://www.mmm.fi/attachments/maaseutu/maaseudunkehittamisohjelmat/ohjelmatkaudelle20072013/6F409kRDX/strategia_01022013_korj_biol_monimuot_12032013.pdf)

Suomen Matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007-2013 2006. Kauppa- ja teollisuusministeriö. [viitattu 9.1.2014]. Saatavissa: [http://ktm.elinar.fi/ktm\\_jur/ktmjur.nsf/all/3D61DB118241A034C22571800022FE4/\\$file/jul21elo\\_2006\\_netti.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/all/3D61DB118241A034C22571800022FE4/$file/jul21elo_2006_netti.pdf)

Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät – katse vuoteen 2030 2014. Työ- ja elinkeinoministeriö. [viitattu 12.2.2014].

Saatavissa: [http://www.tem.fi/files/38499/Suomen\\_matkailun\\_tulevaisuuden\\_nakymat.pdf](http://www.tem.fi/files/38499/Suomen_matkailun_tulevaisuuden_nakymat.pdf)

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa:

[http://87.108.50.97/relis/REL\\_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf)

Turku Touring Oy vuosikertomus 2012. Turku Touring Oy. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa:

[http://www.visitturku.fi/sites/default/files/turkutouring/ttr\\_vuosik\\_2012.pdf](http://www.visitturku.fi/sites/default/files/turkutouring/ttr_vuosik_2012.pdf)

Vaikutteita idästä ja lännestä 2014. Ruokatieto Yhdistys Ry. [viitattu 23.3.2014].

Saatavissa: <http://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/ruokakulttuuri/vaikutteita-idasta-ja-lannesta>

Vaikutteita pohjoisesta luonnosta 2014. Ruokatieto Yhdistys Ry. [viitattu

23.3.2014]. Saatavissa: <http://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/ruokakulttuuri/vaikutteita-pohjoisesta-luonnosta>

Varsinais-Suomen Yrittäjä. 2012. Maaseutumatkailu pitää pintansa – hyvä ruoka ja suomalainen luonto vahva perusta. [viitattu 11.3.2014]. Saatavissa:

<http://www.y-lehti.fi/uutiset/nayta/6441/Maaseutumatkailu+pit%C3%A4+pintansa+%E2%80%93+hyv%C3%A4+ruoka+ja+suomalainen+luonto+vahva+perusta>

Varsinais-Suomen liitto 2010a. Maakunta. Varsinais-Suomen liitto. [viitattu 12.2.2014]. Saatavissa: <http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta>

Varsinais-Suomen liitto 2010b. Matkailu. Varsinais-Suomen liitto. [viitattu 17.2.2014]. Saatavissa: <http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta/matkailu>

Varsinais-Suomen liitto 2010g. Seutukunnat – Loimaan seutu ja matkailu.

Varsinais-Suomen liitto. [viitattu 17.2.2014]. Saatavissa: <http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta/matkailu/54-maakunta/seutukunnat/503-loimaan-seutu-ja-matkailu>



Varsinais-Suomen liitto 2010d. Seutukunnat – Salon seutu ja matkailu. Varsinais-Suomen liitto. [viitattu 17.2.2014]. Saatavissa: <http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta/matkailu/54-maakunta/seutukunnat/504-salon-seutu-ja-matkailu>

Varsinais-suomen liitto 2010e. Seutukunnat – Turunmaan seutu ja matkailu. Varsinais-Suomen liitto. [viitattu 17.2.2014]. Saatavissa: <http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta/matkailu/54-maakunta/seutukunnat/506-turunmaan-seutu-ja-matkailu>

Varsinais-Suomen liitto 2010c. Seutukunnat – Turun seutu ja matkailu. Varsinais-Suomen liitto. [viitattu 17.2.2014]. Saatavissa: <http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta/matkailu/54-maakunta/seutukunnat/505-turun-seutu-ja-matkailu>

Varsinais-Suomen liitto 2010f. Seutukunnat – Vakka-Suomen seutu ja matkailu. Varsinais-Suomen liitto. [viitattu 17.2.2014]. Saatavissa: <http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta/matkailu/54-maakunta/seutukunnat/508-vakka-suomen-seutu-ja-matkailu>

Yrittäjät. 2014. Maaseutumatkailu luottaa ulkomaisiin kävijöihin. [viitattu 11.3.2014]. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-fi/uutisarkisto/a/etusivun-uutiset/maaseutumatkailu-ulkomaisten-varassa>

## LIITTEET

### Liite 1: Haastattelukysymykset

- 1) Millaisia ruokapalveluja yrityksenne tarjoaa? Kenelle palvelut on kohdistettu?
- 2) Kuuluuko elämyksellisyys osana ruokatuotteeseen? Miten?
- 3) Miten ruoan rooli on huomioitu markkinoinnissa?
- 4) Liittyykö ruokatuotteeseen tarinoita?