

Mira Aaltonen

## **Ruonan ja maiseman yhdistäminen elämykselliseksi maaseutumatkailun tuotteeksi**

Case: Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset

Opinnäytetyö

Kevät 2019

SeAMK Ruoka

Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Ruoka

Tutkinto-ohjelma: Restonomi, (AMK) Ravitsemispalvelut

Tekijä: Mira Aaltonen

Työn nimi: Ruoan ja maiseman yhdistäminen elämykselliseksi maaseutumatkailun tuotteeksi

Ohjaaja: Tuija Pitkäkoski

Vuosi: 2019

Sivumäärä: 93

Liitteiden lukumäärä: 7

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, kuinka toimeksiantaja voisi hyödyntää tarjoamiaan ruoka-, maisema- ja yritysasiantuntijapalveluja tulevaisuudessa maaseutumatkailuyrittäjille yhtenä palvelukokonaisuutena. Työn pohjimmaisena tavoitteena oli kehittää kerättyjen tutkimusaineistojen avulla ruoan ja maiseman yhdistävän elämyksellisen palvelutuotteen käsittävä palvelukonsepti.

Työ oli luonteeltaan toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tutkimusmenetelmiksi valittiin sekä kvantitatiivinen että kvalitatiivinen menetelmä. Kvantitatiivisen menetelmän keinoin suoritettiin internetkysely, joka käsitteli ruoan ja maiseman yhdistettävyyttä. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää maaseutu- sekä maaseutumatkailuyrittäjien kiinnostus ja tietämys kyselyn aihetta kohtaan.

Esikyselyn pohjalta työn toimeksiantaja suunnitteli ja toteutti pilotoidun Makuaarteita Maisemassa -opintoretken yhteistyössä kolmen pirkanmaalaisen yrittäjän kanssa. Opintoretki oli ruokareitti, joka kulki kasvinviljelytilalta matkailutilalle. Reitillä nautittiin paikallisista maisemaan soveltuvista makunautinnoista kulttuuri- ja ruoantuotantomaisemissa kulkien sekä niitä ihailien.

Kvalitatiivista tutkimusmenetelmää hyödynnettiin havainnoimalla Makuaarteita maisemassa -opintoretken tapahtumia. Lisäksi menetelmän keinoin suoritettiin puhelin- ja kontaktihaastatteluja retken jälkeen sekä sen osallistujille että toteuttajille. Tavoitteena oli saada näkökulman opintoretken toteutuksesta, onnistumisesta sekä kehitystarpeista palvelumallin kehittämistä varten. Opintoretkeä pidettiin trendikkäänä ja mielekkäänä, mutta ajankäytöllisesti haastavana. Sitä kuvattiin myös ennako-odotukset täyttäväksi, maalaiselle tavanomaiseksi, taloudellisesti haastavaksi, mutta kehityskelpoiseksi.

Saatujen tuloksien ja havaintojen perusteella suunniteltiin ja kehitettiin Makuaarteita Maisemassa -opintoretkellä toteutetusta konseptista käytännöllisempi, taloudellisempi sekä asiakaslähtöisempi palvelukonsepti. Uuden konseptin mutkatonta käyttönotettavuutta varten kehitettiin selkeitä taulukkomuotoisia työkaluja. Niiden avulla konseptia pystyy helpommin räätälöimään erilaisten maaseutu- ja maaseutumatkailuyritysten tarpeiden mukaan.

Avainsanat: maaseutumatkailu, ruokamatkailu, luontomatkailu, lähiruoka, maisema, elämyksellisyys, palvelumuotoilu

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Thesis abstract

Faculty: Food and Agriculture

Degree programme: Food and Hospitality

Author/s: Mira Aaltonen

Title of thesis: Combining Food and Landscape as a Memorable Concept in Provincial Tourism

Supervisor(s): Tuija Pitkääkoski

Year: 2019

Number of pages: 93

Number of appendices: 7

---

The aim of this study was to examine how a client company can utilize their food-, landscape- and expert services in the future for provincial tourism companies as one service concept. The purpose of this study was to develop a service model that combines food and landscape in to a memorable concept by using a pre-enquiry, Makuaarteita Maisemassa -study trip and feedback from the participants on the trip.

Both quantitative and qualitative research methods were used in this study. The quantitative pre-inquiry was carried out as a Webropol survey. The aim of the pre-inquiry was to find out the willingness, understanding and the already existing practices of food and landscape combining concepts of the farms and provincial tourism companies.

Makuaarteita Maisemassa -study trip was planned and executed based on the responses of the inquiry. The study trip was carried out by the client and three associates. It involved a food route from a plant farm to a tourism farm. The participants enjoyed local food in different culture landscapes.

The qualitative research was organized by interviewing the participants and the organizers of Makuaarteita Maisemassa -study trip. The feedback was used to improve the service model. The subject of the study was found trendy and meaningful but challenging time-wise. The study trip was described as expectations full-filling, mundane and financially challenging yet developable.

By using the results and observations gathered from the study trip, a more functional, financial and customer-based service model was planned and developed. New tools for easing the initialization of the new concept on different farms and in provincial tourism companies were developed.

Keywords: provincial tourism, food tourism, nature tourism, local food, landscape, memorable, service design

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo.....	6
1 JOHDANTO.....	8
2 TYÖN TAVOITTEIDEN JA TAUSTAN ESITTELY.....	10
2.1 Tavoitteet.....	10
2.2 Toimeksiantaja.....	11
2.3 Rajaukset.....	12
2.4 Käytettävät menetelmät.....	13
2.4.1 Kvantitatiivisen menetelmän esittely.....	13
2.4.2 Kvalitatiivisen menetelmän esittely.....	14
3 MAISEMAAN JA MAASEUTUUN POHJAUTUVAA MATKAILUN YRITYSTOIMINTAA SUOMESSA.....	16
3.1 Maisema.....	16
3.2 Luontomatkailu Suomessa.....	17
3.2.1 Kysyntä ja tarjonta.....	18
3.2.2 Trendit.....	19
3.2.3 Kehittämisen kohteet ja tulevaisuuden mahdollisuudet.....	21
3.3 Maaseutumatkailu.....	21
3.4 Ruokamatkailu Suomessa.....	23
4 ELÄMYKSELLISTEN PALVELUJEN TUOTTAMINEN.....	27
4.1 Elämyksen synty.....	27
4.2 Elämystuotannon teoreettisia malleja.....	27
4.3 Elämyksen elementit ja sen kokemisen tasot.....	29
4.4 Ruokaelämys.....	32
4.5 Palvelumuotoilu.....	33
4.6 Palvelumuotoiluprosessi.....	37
5 MAASEUTUMATKAILUYRITTÄJILLE SUUNNATTU OPINTORETKI.....	43

5.1	Esikyselyn tavoitteet ja toteutus .....	43
5.2	Esikyselyn tulokset.....	44
5.3	Koulutuspäivän kehittäminen esitutkimustiedon pohjalta .....	50
5.4	Makuaarteita Maisemassa -opintoretki.....	52
5.5	Asiakas- ja toteuttajahaastatteluiden tavoitteet ja toteutus.....	57
5.6	Haastattelujen ja havainnoinnin analysointi .....	59
5.6.1	Asiakaspalaute.....	60
5.6.2	Toteuttajien palaute .....	65
5.6.3	Havainnointi .....	69
6	PILOTOIDUN PALVELUKONSEPTIN MUOKKAAMINEN.....	71
6.1	Suunnittelu .....	71
6.2	Toteutus .....	72
6.2.1	Muutokset asiakkaan palvelupolkuun .....	74
6.2.2	Muutokset palveluntoteuttajan palvelupolkuun.....	76
6.2.3	Muutokset asiakkaalle näkymättömässä prosessissa .....	79
6.2.4	Palvelun tuottamisen muistilista .....	81
6.3	Käyttö tulevaisuudessa .....	82
7	YHTEENVETO JA POHDINTA .....	84
	LÄHTEET .....	87
	LIITTEET .....	93

## Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Kasvinviljelytilan aitanmäellä. ....	54
Kuva 2. Tattaripellon laittaa harjumuodostelman päähän kahville. ....	55
Kuva 3. Tarjottavat riihen takana. ....	56
Kuvio 1. Menestyvän ruokamatkailuyrityksen rakentavat asiat ja huomioitavat elementit. ....	26
Kuvio 2. Elämyksen neljä osa-aluetta. ....	28
Kuvio 3. Elämyskolmiomalli havainnollistettuna. ....	29
Kuvio 4. Pyramidi asiakaskokemuksen arvon muodostumisesta. ....	35
Kuvio 5. Palvelumuotoiluprosessi havainnollistettuna. ....	37
Kuvio 6. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken suunnitellun sisällön ja palvelupolun kuvaus. ....	40
Kuvio 7. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken palvelupolun kuvaus. ....	53
Taulukko 1. Ruoan ja maiseman yhdistävyyttä kuvaavia palvelutuotteita. ....	46
Taulukko 2. Ruoan ja maiseman yhdistävien elämyksellisten palvelutuotteiden kuvitteellisesti tuomat hyödyt vastaajien yrityksiin. ....	47
Taulukko 3. Erilaisten arvojen ja asioiden tärkeysaste uusia palveluja suunniteltaessa. ....	49
Taulukko 4. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken arviointi arvosanoilla 1–5. .	61
Taulukko 5. Asiakkaan polku palvelukonseptissa. ....	75

Taulukko 6. Palveluntoteuttajan polku palvelukonseptissa. ....	78
Taulukko 7. Näkymätön palveluntoteuttajan polku palvelukonseptissa.....	80
Taulukko 8. Ruoan ja maiseman yhdistävän elämyksellisen palvelun tuottamisen muistilista. ....	82

# 1 JOHDANTO

Matkailu on yksi nopeimmin kasvavista toimialoista niin Suomessa kuin globaalisti-kin (Visit Finland 2018). Suomessa matkailijoita kiinnostaa etenkin ainutlaatuinen ja puhdas luonto. Luonnon ympäristöön ja maisemaan liittyvien matkailumuotojen rinnalle on ruokamatkailusta kehittynyt matkailun kasvava osa-alue. Ruokamatkailun kasvu ei sinänsä ole ihme, koska ruoka on yksi ihmisen arkisista tarpeista. (Povey 2011; Hall 2012.) Tarpeiden tyydyttämisen sijaan ruokamatkailu pohjautuu yhä useammin ihmisen haluun kokea suomalainen kulttuuri ruoan kautta. Nykypäivän matkailijat hakevat tietoisesti ruokaelämyksiä. He haluavat itse laittaa ruokaa, olla mukana sen hankinnassa ja sen kautta oppia jotain uutta ja merkityksestä. (Hook 2014, 73; Hall 2005; Havas, Adamsson & Sievers 2015.)

Elämyksellä kuvataan moniaistista, voimakasvaikutteista ja merkittävää tapahtumaa tai kokemusta. Elämys määritellään myös aina positiiviseksi kokemukseksi. Elämystä ei kuitenkaan pystytä tarkoin määrittelemään, koska jokainen ihminen kokee sen yksilöllisesti ja antaa sille merkityksen omassa ajatusmaailmassaan. Sen oikeellisuutta tai vääryyttä ei pystytä arvioimaan, sillä elämys koetaan aina henkilökohtaisesti subjektiivisena kokemuksena. Merkittävä elämys tuottaa pysyvän muistijäljen, joka voi vaikuttaa kokijaan henkilökohtaisen muutoksen kautta. (Pitkähäkö 2007, 16; Komppula & Boxberg 2002, 29.) Pitkähäkö (2015, 28) mukaan ruokaelämyskokemuksen ytimessä on kuitenkin itse ruoka-annos, johon vaikuttaa sen koettu laatu, kattaus, ruokailutila ja sinne luotu tai sen luoma tunnelma. Varsinkin ulkona koetussa ruokailussa säätila ja maisema luovat ruokanautinnolle tietyn tunnelman ja laajan aistikokemuksen.

Tarinat ovat aina olleet oleellinen osa matkailua ja niillä on pyritty muokkaamaan matkailijoiden kokemusta (Kalliomäki 2013, 15). Tarinallistamisen avulla ruoasta koettavaa elämystä pyritään syventämään. Tarina pohjataan yleensä ruoan alkuperään, jonka elementtejä ovat nostalgia, perinteet, puhtaus, ekologisuus, luonto ja maaseutu. Ruoalla halutaan ruokkia ihmisen kaikkia aisteja, ja siksi sen tarinallistamisen pitääkin olla kokonaisvaltaista sekä näkyvää. Ruokatuotteen esillepanolla voidaan tukea tarinaa eli ruokadesignia. (Ylipää 2015, 131, 140; Kalliomäki 2012, 8–9.)



Palvelumuotoilun avulla ruoasta ja maisemasta saadaan kokonaisvaltainen elämyksellisyden ja tarinoiden yhdistävä palvelukokonaisuus. Palvelumuotoilulla pyritään yhdistämään käyttäjien tarpeet sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset odotukset. Palvelumuotoilun tavoitteena on kehittää taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestäviä palvelutuotteita, joiden keskiössä on aina ihminen ja hänen tarpeensa. Palvelun kautta ihminen muodostaa palvelukokemuksen, jota palvelumuotoilun keinoin pyritään ohjaamaan ja kehittämään mahdollisimman positiiviseksi. (Tuulaniemi 2011, 58–72, 95–96.)

Työ saatiin toimeksiantona Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisilta (ProAgria Etelä-Suomi ry). Tavoitteena oli saada sekä Pirkanmaalla että Uudellamaalla toimivien maaseutu- ja maaseutumatkailuyrittäjien mielipiteitä, ymmärrettävyyttä sekä mahdollisia käyttötapoja ruoan ja maiseman elämyksellisestä yhdistämisestä maaseutumatkailun kentässä, internetissä suoritetun esikyselytutkimuksen avulla. Tavoitteena oli myös haastatella pilotoidulle Makuaarteita Maisemassa -opintoretkelle osallistuneita asiakkaita sekä toteuttajayrittäjiä. Työn päällimmäisenä tavoitteena oli kehittää toimeksiantajalle ruoan ja maiseman yhdistettävyyttä käsittelevä elämyksellinen palvelukonsepti, jota he pystyvät tulevaisuudessa käyttämään osana omia palvelujaan, kehittäessään maaseutumatkailualalla toimivien asiakkaidensa yritystoimintaa. Palvelumallin avulla halutaan tuoda elämyksellisesti esille ruoan ja maiseman välitön yhteys ja niiden yhdistämisen mahdollisuudet osana liiketoimintaa. ”Ruoka on osa maisemaamme ja maisema osa ruokaamme” (Hirvonen & Malin 2017).

## 2 TYÖN TAVOITTEIDEN JA TAUSTAN ESITTELY

### 2.1 Tavoitteet

Työn tavoitteena oli kehittää toimeksiantajalle palvelukonsepti, jossa yhdistyvät toimeksiantajan tarjoamat ruoka-, maisema- ja yritysasiantuntijapalvelut yhdeksi palvelukokonaisuudeksi. Palvelukonseptin avulla haluttiin tuoda elämyksellisesti esille ruoan ja maiseman välitön yhteys. Palvelukonsepti tehtiin toimeksiantajan asiakasyrityksille, jotka toimivat maaseutumatkailun piirissä. Lisäksi työn tutkimuksen, teorian ja tulosten kautta haluttiin tuoda esille ruoan ja maiseman yhdistämisen mahdollisuuksia ja niiden palvelullistamista kaikkien nähtäville. Opinnäytetyön eritasoisten tavoitteiden avulla pyrittiin haluttuun lopputulokseen.

Ensimmäisenä oli esitutkimusvaihe, joka suoritettiin sähköisen kyselytutkimuksen avulla. Sen tavoitteena oli selvittää maaseutumatkailuyrittäjien halukkuus, ymmärrys ja mahdolliset jo olemassa olevat käytännöt ruoan ja maiseman yhdistävien elämyksellisten palvelutuotteiden tuotteistusta sekä niiden hyödyntämistä kohtaan omassa yritystoiminnassaan. Opinnäytetyön toimeksiantaja hyödynsi esitutkimuksen tuloksia kehittäessään maaseutumatkailuyrittäjille suunnattua ruoan ja maiseman yhdistävää elämyksellistä opintoretkeä. Opintoretken oli tarkoitus pilotoida ruoan ja maiseman yhdistämisen elämyksellisiä mahdollisuuksia maatilamatkailun kentässä.

Työn toisena tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa opintoretkelle räätälöidyt asiakas- sekä toteuttajapalauttehaastattelut yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Lisäksi opintoretken aikana oli tarkoitus havainnoida päivän tapahtumia sekä ihmisten erilaisia reaktioita ja käyttäytymistä niihin nähden. Kerätyt kokemukset, havainnot ja palautteet antoivat näkökulman opintoretken toteutuksesta, onnistumisesta sekä sen mahdollisista kehityskohteista.

Kolmantena tavoitteena oli saada pilotoidun opintoretken palautteen, kokemuksien ja havaintojen pohjalta kehitettyä toimeksiantajalle paranneltu ja käytännöllisempi versio retkellä toteutetusta palvelumallista. Sen tavoitteena oli käsitellä kattavasti

ruoan ja maiseman yhdistettävyyden erilaisia osa-alueita palvelumuotoilun ja elämyksellisyyden näkökulmasta, kuitenkin unohtamatta tulevaisuuden yrityskohtaista yksilöllistä räätälöintiä, jossa toimeksiantaja tarjoaa palvelukonseptia osana omia palvelujaan maaseutumatkailualalla toimiville asiakasyrityksilleen.

## 2.2 Toimeksiantaja

Maa- ja kotitalousnaiset on asiantuntijaorganisaatio ja yksi Suomen suurimmista naisjärjestöistä. Se jakautuu maantieteellisesti 11 piirikeskukseen. Sillä on noin 1 200 paikallisyhdistä, joissa on jäseninä yhteensä yli 40 000 henkeä. Se on valtakunnallinen ruuan, maaseutumaiseman sekä yrityspalveluiden asiantuntijajärjestö. Lisäksi se on maaseutuhenkisten ihmisten suuri ja aktiivinen verkosto. Paikallisyhdistykset järjestävät jäsenilleen monimuotoista toimintaa ja yhdessä tekemisen ja kokemisen mahdollisuuksia, jotka antavat virkistystä, iloa, voimaa ja sitä kautta lisää hyvinvointia. Maa- ja kotitalousnaisten valtakunnallinen keskus sekä piirikeskukset toimivat osana ProAgriaa. Niiden toiminta saa avustusta opetus- ja kulttuuriministeriöltä. (Maa- ja kotitalousnaiset 2014.)

Maa- ja kotitalousnaisten toiminta-alueita ovat ruokaneuvonta, maisemapalvelut sekä yrityspalvelut ruoka-, matkailu-, ja elintarvikealalla. He tarjoavat toiminta-alueelleen asiantuntija-, neuvonta- sekä koulutuspalveluja. Lisäksi järjestö on laajasti mukana toiminta-alueensa erilaisissa paikallisissa sekä valtakunnallisissa hankkeissa. Toiminnan päätavoitteena on maistuvan, viihtyisän ja elinvoimaisen maaseudun parantaminen sekä sen kehittäminen. (Maa- ja kotitalousnaiset 2014.)

Ruokaneuvonnassa asiantuntijat järjestävät ruokakursseja, luentoja ja tapahtumia erilaisten tarpeiden mukaan. Tarjolla on myös ruokakasvatukseen liittyviä palveluja kasvatusta- ja ruokapalvelualan toimijoille. Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten työntekijät ovat ruokakulttuurin, ravitsemuksen ja ruokakasvatuksen osaajia ja ammattilaisia, joiden työskentelyn perustuu suomalaisten ravitsemussuosituksen noudattamiseen sekä lähiruoan, kotimaisen elintarvikeketjun ja kestävien ruokavalintojen suosimiseen ja arvostamiseen. (Maa- ja kotitalousnaiset Etelä-Suomi 2014.)

Maisemapalveluissa tarjolla ovat monipuoliset maiseman- ja luonnonhoitoon liittyvät suunnittelu-, kartoitus- ja asiantuntijapalvelut yksityisille sekä myös kunnallisille toimijoille. Lisäksi järjestö edistää avoimen kulttuurimaiseman hoitoa, maatalousluonnon monimuotoisuutta ja rantojen kunnostamista yhteistyössä toimijoiden kanssa. (Maa- ja kotitalousnaiset Etelä-Suomi 2014.)

Yrityspalveluissa Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset auttavat yritystoiminnan eri vaiheissa. He kehittävät, tuotteistavat, kouluttavat ja neuvovat asiakkaita yksilöllisten tarpeiden mukaan. Yritystoiminnan varsinainen ydinosaaminen löytyy ruoka-, matkailu- ja elintarvikealalta. (Maa- ja kotitalousnaiset Etelä-Suomi 2014.)

Työn toimeksiantaja on Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset, joka toimii Etelä-Karjalassa, Kanta- ja Päijät-Hämeessä, Kymenlaaksossa, Pirkanmaalla sekä Uudellamaalla. Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisiin kuuluu viisi aluetoimistoa, joista Pirkanmaan aluetoimisto toimi opinnäytetyön varsinaisena toimeksiantajana sekä yhteistyökumppanina. Haastattelututkimukseen osallistui lisäksi Uudenmaan alue. Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset on osa ProAgria Etelä-Suomi ry:tä. (Maa- ja kotitalousnaiset Etelä-Suomi 2014.)

### **2.3 Rajaukset**

Työn rajaukset päätettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa käydyissä opinnäytetyötä koskevissa palaverissa kevään ja kesän 2018 aikana. Toimeksiantajan tarpeen kautta työn aiheeksi valittiin ruoan ja maiseman yhdistettävyyden tutkiminen maaseutumatkailualalla. Aiheen perusteella lähdettiin kehittämään työlle runkoa, toteutuksen aikataulua sekä toiminta-alueita. Opinnäytetyön tutkimuksen alueeksi valittiin Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten toiminta-alueista Pirkanmaa sekä Uusimaa.

Aluksi suunniteltiin ja toteutettiin esikysely. Esikyselyn tuloksia apuna käyttäen Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset suunnitteli aiheen pilotoivan opintoretken yhteistyössä aiheesta kiinnostuneiden maaseutu- ja maaseutumatkailuyrittäjien kanssa. Retkeä varten suunniteltiin osallistujia- sekä toteuttajapalautteet. Esiky-

selyn, pilotoinnin ja palautehaastattelujen avulla muokattiin ja paranneltiin Makuaar-teita Maisemassa -opintoretkellä käytettyä palvelumallia. Palvelukonseptilla haluttiin korostetaa erityisesti ruoan ja maiseman toisistaan riippuvaa suhdetta. Palvelumuotoilu pohjattiin asiakas- sekä elämyslähtöiseksi. Työn kaikki vaiheet pohjattiin teoriiaan ja niitä peilattiin teoriassa.

## **2.4 Käytettävät menetelmät**

Tämä työ oli luonteeltaan toiminnallinen opinnäytetyö, jonka päämääränä oli kehittää paranneltu palvelukonsepti. Kattavan työn aikaansaamiseksi tutkimusmenetelmiksi valittiin sekä kvantitatiivinen että kvalitatiivinen menetelmä toiminnallisen osuuden rinnalle. Monistrategisessa tutkimustyössä käytettiin ensin kvantitatiivista menetelmää esitutkimukseen, joka oli internetin välityksellä lähetettävä kysely. Esitutkimuksen jälkeen sitä täydentämään käytettiin kvalitatiivista menetelmää, joka oli puolistrukturoitu kontakti- sekä puhelinhaastattelu. Esitutkimuksen sekä asiakas- ja toteuttajapalautteiden avulla otettiin haastateltavien kanta ja näkemys osaksi kehittämistyötä.

### **2.4.1 Kvantitatiivisen menetelmän esittely**

Haasion (2014) mukaan kvantitatiivinen menetelmä selkeyttää ja luo määrällisen yleiskuvan ja suunnan tutkittavasta ilmiöstä. Menetelmälle tavanomaista on myös tarkat otantasuunnitelmat, joilla määritellään tutkimuksen kohde eli perusjoukko. Siitä valikoituu vapaaehtoisen vastaamisen perusteella otos, johon tulokset perustuvat. Otoksesta saatu aineisto muunnetaan erilaisten internet-työkalujen avulla tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Päätelmät perustuvat tilastolliseen analysointiin havainnollistamalla saatuja tuloksia prosenttitaulukoiden, kuvioiden ja kaavioiden avulla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 136; VirtuaaliAMK [viitattu 16.10.2018].)

Tämän kvantitatiivisen tutkimuksen aineiston keruumenetelmä on survey-tutkimus. Opinnäytetyön tutkimusstrategia on kerätä aineisto verkkokyselyn avulla, jossa kaikille vastaajille esitetään samat standardoidut kysymykset. Jotta aineiston keruu ja

sen analysointi tapahtuu vaivattomasti ja nopeasti, on tärkeää suunnitella huoliteltu, helposti ymmärrettävä sekä kvalitatiiviselle menetelmälle ominainen kyselylomake. (Hirsjärvi ym. 2007, 188–190.) Yksi suuri verkkokyselyn haaste on vastaajakato, joka voi pahimmassa tapauksessa tuhota tutkimuksen päämäärän saavuttamisen. (VirtuaaliAMK [viitattu 16.10.2018]).

#### **2.4.2 Kvalitatiivisen menetelmän esittely**

Laadullinen tutkimusmenetelmä on merkitykseltään ja tutkimuslajeiltaan hyvin laaja-alainen. Sen tutkimuslajeja ovat muun muassa puolistrukturoitu haastattelu ja puhelinhaastattelu. (Gubrium 1988, 23.) Näitä tutkimuslajeja hyödynnettiin juuri tämän työn tutkimusmenetelminä. Laadullinen tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon keruuta, jossa aineisto kerätään luonnollisissa ja todellisissa vuorovaikutustilanteissa. Siksi tutkija luottaakin yleensä huomattavasti omiin havaintoihinsa sekä keskusteluihin haastateltavien kanssa. Siitä johtuen tämän menetelmän otanta onkin usein perusteellisesti valittu ja pienehkö, jotta tutkittavaan ilmiöön saadaan perehdyttyä perusteellisesti. (Hirsjärvi ym. 2007, 152–155.)

**Puolistrukturoitu haastattelu.** Puolistrukturoidussa haastattelun käsite on hieman elävä. Fieldingin (1996, 136) mukaan kysymysten muoto on haastattelussa samanlainen kaikille, mutta kysyttävien kysymysten järjestystä voi muuttaa. Kuitenkin Robsonin (1995) näkemys asiaan on erilainen, hän toteaa kysymysten olevan ennalta määriteltäviä, mutta haastattelija voi halutessaan muuttaa niiden sanamuotoja. Haastattelutilanteessa vastaajalle annetaan vapautta ja tilaa kertoa omista ajatuksistaan ja kokemuksistaan (Hirsjärvi & Hurme 2008, 48). Lisäksi hyvän haastattelijan tulee kuunnella sekä osoittaa se vastaajalle reagoimalla ilmein elein sekä vasta vastauksin (Vihottula 2015, 65).

**Puhelinhaastattelu.** Keskeisimpiä tekijöitä puhelinhaastattelun valintaan laadullisen tutkimuksen menetelmänä on haastattelijan haastateltavien maantieteellisen sijainnin etäisyys, menetelmän joustavuus sekä sen kustannustehokkuus (Allen 2014; Drabble ym. 2016; Holt 2010; Ikonen 2017). Tähän tutkimukseen puhelin-

haastattelu valittiin juurikin joustavuuden ja helpon saavutettavuuden vuoksi. Menetelmän hyviä puolia ovatkin tiedonkeruun nopeus, haastattelun tarkistusmahdollisuus sekä sen korkea vastaajaosuus (Tilastokeskus [viitattu 17.10.2018]).

### 3 MAISEMAAN JA MAASEUTUUN POHJAUTUVAA MATKAILUN YRITYSTOIMINTAA SUOMESSA

#### 3.1 Maisema

Maisema on keskeinen osa matkailuympäristöä ja sen laadukkuutta. Käsitteenä se on moniulotteinen ja sitä käytetäänkin kuvaamaan ihmis- sekä luonnontieteissä erilaisista asiayhteyksistä. *”Maisemalla voidaan ymmärtää koko fyysistä ympäristöä – sekä kulttuurista että luonnon ympäristöä – ja siihen voidaan liittää mukaan myös ihmisen kokemus”*. Arkikielessä maisemalla kuvataan näköaistilla nähtävää ympäristöä sekä etäämmällä näkyvää maisemaa. (Hieta-Koivu, Joutsalmi & Tyrväinen 2006.) Rautamäen (1997) mukaan maisemaa kuvataan myös osittain kulttuurisidonnaiseksi mielikuvaksi, joka syntyy ihmisen havaintoihin, tietoihin, arvostukseen ja kokemukseen perustuvien tunteiden kautta.

Tyrväinen, Silvennoinen ja Uusitalo teoksessa Hyvinvointia Metsästä (2015, 98–99) korostavat, että maisemat ovat olennainen osa ihmisten arkipäiväistä elämää ja koettua hyvinvointia. Lisäksi ne vahvistavat alueellista identiteettiä. Maisemat ovat muovautuneet ihmisen ja luonnon välisen pitkän vuorovaikutuksen seurauksena. Niihin liittyy keskeisesti sekä historiallisia että kulttuurisia arvoja. Maisemaan voi konkreettisesti liittyä tarina, taidetta sekä osa paikallista kulttuuri- tai henkilöhistoriaa. Luonnonympäristö voi olla yksittäinen rajattu kohde tai osa suurempaa kulttuuri- tai luonnonmaisema kokonaisuutta. Uusien merkityksien ja sisältöjen yhdistäminen jo olemassa olevaan maisemaan luo mielenkiintoisia mahdollisuuksia kehittää esimerkiksi uudenlaista liiketoimintaa. (Komulainen 2013, 7.)

Maisemista puhuttaessa käytetään yleensä kahta päätermiä luonnonmaisema ja kulttuurimaisema. Luonnonmaisema on yleensä luonnontilassa ja rakenteissa olevaa ympäristöä, jonka keskiössä ei ole ihmisen toiminta. Tällaisia maisemia ovat esimerkiksi metsämaisemat, suomaisemat ja tunturimaisemat. Kulttuurimaisemaan puolestaan vaikuttaa huomattavasti ihmisen toiminta ja hänen rakentamansa ympäristö. Kulttuurimaisemaan kuuluvat maatalousmaisemat peltoineen, laitumineen ja rakennuksineen, linnoitukset ja muut historialliset nähtävyydet sekä taajamat. (MetsäVerkko [viitattu 5.11.2018].)



Tyrväinen, Korpela ja Ojala teoksessa Hyvinvointia metsästä (2015, 49) korostavat, että kaunis maisema ja luonnossa oleskelu edistää tutkitusti ihmisen henkistä sekä fyysistä terveyttä. Luonnon tarjoamat elämykset ja kokemukset virkistävät mieltä ja nopeuttavat jopa stressistä palautumista. Juurikin tästä syystä maisemiin perustuva matkailu on vahva vetovoimatekijä ja se lisää luontomatkailun skaalan kysyntää. Maaseutu, maisema ja paikalliset tuotteet kiinnostavat ihmisiä. Paikallisuus ja kulttuuriperinteet erottavat paikan muista, koska ne tuottavat ja luovat kokijoilleen elämyksiä. (Komulainen 2013, 7.)

Maisemaa hyödyntävä liiketoiminta pohjautuu, joko keskeisesti tai välillisesti maaseutu- sekä luontoympäristössä oleviin yksilöllisiin merkityksiin ja luonnon hyvinvointivaikutuksiin. Tällaiseen liiketoimintaan liittyy vahvasti asiakaslähtöinen palvelukonseptien luominen. Ne mahdollistavat yksilölliset hyvinvointiosuudet sekä asiakkaan aktiivisen osallistumisen. Maiseman tuotteistamisen keskiössä on elämysten, merkitysten ja palveluiden kehittäminen paikan ainutlaatuisista ja paikalle ominaisista asioista. Maisemalle tulee rakentaa tarina sekä sen ympärille myytäviä palveluja ja tuotteita. (Komulainen 2013, 7.)

”Maisemakokemus on voimakkain, kun maisema koetaan kaikilla aisteilla. Tuulen hipaisut kasvoilla, maankamara jalkojen alla, luonnon tuoksut nenässä, linnun laulu korvissa sekä kulttuuriympäristön kauneus ympärillä ja maiseman maut kielellä.” (Hirvonen & Malin 2017.)

### **3.2 Luontomatkailu Suomessa**

Weaverin (2011) mukaan luontomatkailu käsitteen alle voidaan luokitella kaikki matkailutoiminnot, jotka perustuvat tai liittyvät luontoympäristöön tai sen nähtävyyksiin. Nimestään poiketen luontomatkailu ei ole välttämättä kestävä matkailua. Luontomatkailu ymmärretään Pohjoismaissa matkailuksi, jossa luonto on sen keskeinen vetovoimatekijä. Määritelmään hyväksytään niin patikointi kansallispuistossa kuin moottorikelkkasafari talousmetsissäkin. Myös automatka luonnon helmasta vuokratulle mökille lasketaan siihen kuuluvaksi. Lisäksi laajan luontomatkailu -käsitteen mukaan siihen voidaan liittää myös esimerkiksi Thaimaan rantaloman sukelluskurssi. (Tyrväinen 2017.)

Suomalaiseen käyttöön vakiintuneen ympäristöministeriön asettaman luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun kehittämistyöryhmän määritelmän mukaan luontomatkailun keskiöön kuuluu vahvasti ekomatkailu. Lisäksi siihen kuuluvat hieman väljemmin matkailukeskukset, vesistö-, kalastus-, maaseutu-, metsästys- ja metsämatkailu sekä mökkeily. Hyvin väljästi luontomatkailuun kuuluvat kaupunkimatkailu sekä lähivirkistyskäyttö. (Koivula & Saastamoinen 2005.)

Suomalaiset ovat aktiivisia luonnossa liikkujia ja monille ulkoilu on merkittävä osa päivittäistä arkea sekä vapaa-aikaa. Liikunnan tarve, halu rentoutua luonnossa ja luonnon läheinen kokeminen ovat yleisimpiä syitä ulkoilulle. (Konu ym. 2017, 27.) Suomalaisen tyypillisin luontomatka suuntautuu vapaa-ajan asunnolle luonnon helmaan. Lisäksi siihen liittyy usein paljon luonnossa tapahtuvaa puuhastelua, kuten marjastusta, sienestystä, metsästystä ja kalastusta. (Sievänen & Neuvonen 2015, 29–30.)

### **3.2.1 Kysyntä ja tarjonta**

Luontomatkailun merkitys ja sen antamat mahdollisuudet on tunnistettu Suomessa melko hiljattain. Luontomatkailuun liittyy suuria kasvumahdollisuuksia, jotka linkittyvät suoraan globaaleista trendeistä, ilmiöistä ja kulutuskäyttäytymisen muutoksista. Matkailijat ovat entistä tietoisempia ja kiinnostuneempia ilmastonmuutoksesta, turvallisuudesta sekä omasta terveydestä ja hyvinvoinnistaan. (Tyrväinen 2017.)

Luontomatkailun asiakkaat ovat kiinnostuneet luonnossa oleilusta, hyvinvoinnista, seikkailusta ja elämyksistä. Sievänen ja Neuvonen (2015, 29–30) kertovat, että kaksi viidestä suomalaisesta tekee ainakin yhden luontomatkan vuoden aikana. Ulkomaalaisiin matkailijoihin vetoavat erityisesti Suomen luonnon ja ympäristön puhtaus, jokamiehenoikeudet sekä villiruoka. Kotimaisia asiakkaita ei voida kuitenkaan unohtaa, koska suomalaiset luovat alalle ympärivuotisen kysynnän. (Petäjistö & Selby 2011; Konu ym. 2017.)

Petäjistön ja Selbyn (2015, 131) mukaan luontomatkailun yritystoiminta voi liittyä luontoon monin erilaisin tavoin. Sen talous- ja työllistämisaikutus elää valitun rajauksen ja hyödynnettävän näkökulman mukaisesti. Toiminta-ajatus voi perustua luontoon, joko keskeisesti tai välillisesti. Keskeisesti perustuvassa toiminnassa palvelut tuotetaan pääasiassa luonnossa ja luonnon ehdoilla. Välillisesti perustuvassa toiminnassa luonnolla on vahva merkitys yritystoimintaan esimerkiksi maisemien tai sijainnin muodossa, mutta toiminta ei varsinaisesti tapahdu luonnossa.

Luontomatkailu hyödyntää muun matkailun tavoin useita eri toimialoja. Yleisimmin yrityksen päätoimialan lisäksi, sen palvelujen tarjonnassa on majoitus- ja ravitsemispalveluita. Useimmiten luontomatkailuyritysten tarjontaa kuuluu paljon muitakin palveluja, kuten esimerkiksi erilaisia ohjelmapalveluja. Yleisimpiä ohjelmapalveluja ovat kalastus, metsästys, eräretket, patikointi, maastopyöräily ja -ratsastus sekä reikretket, kelkkailu ja koiravaljakkoajelut tai muu ohjelma luonnon helmassa. Palveluja tarjotaan matkailijoille ohjattuina aktiviteetteinä, kuin myös itseohjautuvina matkailijan tarpeesta riippuen. (Konu ym. 2017; Petäjistö & Selby 2015.)

### 3.2.2 Trendit

Konun ym. (2017, 11) mukaan matkailuun vaikuttavat ihmisten käyttäytymisen ja kuluttamisen muutokset sekä arvojen mukaiset trendit ja vallallaan olevat megatrendit. Niitä tutkitaan ja kartoitetaan säännöllisesti globaalilla tasolla. Tässä luvussa esitellään trendejä, jotka vaikuttavat Suomen luontomatkailuun, joko suoranaisesti tai välillisesti. Huomioitavaa on kuitenkin, että kaikkien trendien vaikutus ei ole yhtä suuri kaikkialla Suomessa. Jotkut trendit vaikuttavat vahvemmin tietyillä alueilla, kuin taas toiset. Trendeistä voi saada uutta ideaa ja sisältöä yrityksen tarjoamiin palveluihin. Trendikkäät ja ajan hermolla olevat yritykset yleensä vetoavat matkailijoihin erilaisuudellaan ja potentiaalillaan.

**Luontomatkailun asiakassegmentin muutos.** Luontomatkailun tulevaisuuden kohderyhmiä ovat ikääntyneet, Y- ja X-sukupolvien edustajat (Y-sukupolvi 1960–1980-luvuilla syntyneet ja X-sukupolvi 1981–1995-luvuilla syntyneet), monisukupolviset perhematkailijat sekä kansainvälinen keskiluokka. Luontomatkailun

tulevaisuudessa tulee etenkin huomioida kasvavien kohderyhmien kiinnostuksen kohteet ja tarpeet. Kansainvälisten matkailijoiden osalta on tarpeen huomioida kulttuuriin sekä uskontoon liittyviä sidonnaisia tarpeita sekä erityisvaatimuksia. Myös kielelliseen osaamiseen ja sen saavutettavuuteen kannattaa panostaa. Trendinä nousee entistä enemmän esille ikääntyneiden kiinnostus seikkailu- sekä luontomatkailua kohtaan. (Tutek ym. 2015.)

**Teknologian ja digitalisaation monenlaiset mahdollisuudet.** Luontomatkailun kannalta merkittävät teknologiat ja teknologiset muutokset liittyvät asiakkaiden tapaan matkustaa, etsiä tietoa ja kokea matka. Matkailussa laajasti käytettyjä mobiilisovelluksia ovat erilaiset karttapalvelut. Lisäksi matkakohteiden omat sovellukset ovat koko ajan lisääntymässä. Sovellukset mahdollistavat ajankohtaisen tiedon saavuttamista matkakohteista, ravintoloista ja majoituksesta, koska matkailijat päivittävät lähes reaaliajassa tietoa esimerkiksi TripAdvisorin kautta. (Rayner 2016; Konu ym. 2017.)

**Vastuullisuus, kestävyys, ympäristötietous ja jakamistalous.** Matkailijat ovat nykyisin entistä valveutuneempia matkailun tuomista ympäristövaikutuksista matkakohteissa. He käyttävät yhä enemmän yrityksiä, jotka noudattavat kestävän kehityksen periaatteita ja siten tuottavat pienempää hiilijalanjälkeä. Tämä trendi näkyy jo sosiaalisesti vastuullisten yritysten suosimisena sekä lisääntyvänä kiinnostuksena vapaaehtoisuuskäytännön matkailua kohtaan. Lisäksi kotimajoituksen suosio nousee koko ajan perinteisten hotellien sekä bed and breakfast -majoitusten rinnalle. (Buckhard, Kow & Fuggle 2016.)

**Terveys, hyvinvointi ja kokonaisvaltainen rauhoittuminen.** Ihmiset etsivät hiljaisuutta ja rauhaa vastapainona kiireiselle elämälle. Matkailu on usein yksi keino tavoitella sitä. Lisäksi matkailulla haetaan myös elämän tasapainoa sekä ehkäistään muun muassa stressiä. Luonnon ympäristö tarjoaa erinomaiset mahdollisuudet rentoutumiseen ja rauhoittumiseen. (Hjalager ym. 2016.)

**Ruoka.** Ruoan merkitys on koko matkailualalla suuri, mutta erityisesti hyvinvointimatkailussa korostetaan sen vaikutusta terveyteen. Yleensä esille nostetaan erityi-

sesti paikallinen ja paikalle ominainen perinteinen ruoka. Paikallisen ruoan arvostuksessa ympäristöystävällisyys, tuoreus ja terveellisyys ovat keskiössä. (Hjalager ym. 2016.)

### **3.2.3 Kehittämisen kohteet ja tulevaisuuden mahdollisuudet**

Luontomatkailu on pääsääntöisesti palveluliiketoimintaa, jonka talousvaikutukset jakaantuvat usealle eri sektorille. Tällainen toiminta luo maaseuduille uusia ja kaivattuja työllisyysmahdollisuuksia. Uusien palveluiden ja tuotteiden kehittäminen maatalouselinkeinon rinnalle on luovuudesta ja yrittäjien uskalluksesta kiinni. Mahdollisuudet ovat olemassa luontoympäristössä. (Tyrväinen 2017.)

Tyrväinen (2017) korostaa, että Suomessa luontomatkailun kehittäminen tulee entistä enemmän pohjata kestävään matkailuun ja luonnonvarojen käyttöön. Erilaiset elinkeinot ja maankäytön muodot ovat yhteydessä ympäristön laatuun ja muuttavat osaltaan luonnon visuaalista maisemaa. Luontomatkailu tulee pohjata vahvasti yhteen alueen muiden maankäyttömuotojen kanssa (Konu ym. 2017, 34).

Luontomatkailun uudet laajentumisen mahdollisuudet liittyvät metsä- ja vesialueiden kulttuuriperinnön hyödyntämiseen. Niihin kuuluvat kulttuuriympäristöjen ja -maisemien lisäksi suomalaiset muinaisuskonnot, mystiikka sekä suomalaisten luonnonkäytön tavat, taidot ja luontosuhde. Myöskin luonnontuotealaan ja luonnontuotteisiin liittyvät mahdollisuudet ja innovaatiot ovat vielä laajalti hyödyntämättä. Yhteistyön merkitys luontomatkailussa kasvaa entisestään kysynnän ja uudenlaisten palvelujen myötä. Luontomatkailussa tarvitaan auttamattomasti lisää yhteistyötä eri toimijoiden välille. (Konu ym. 2017, 46.)

## **3.3 Maaseutumatkailu**

Maaseutumatkailulla viitataan maaseudulla harjoitettavaan matkailuun sekä lisäksi sitä käytetään puhuttaessa maaseudun kehittämisestä. Suomen maaseutumatkailun perusta kantaa 1900-luvun alkupuolelle, jolloin maisemien katselu, lomakeskus-

ja kestiekievaritoiminta olivat suuressa suosiossa. Myöhemmin teollistuneessa yhteiskunnassa niiden ohella maatilamatkailusta ja mökkien vuokrauksesta kehittyi haluttuja palveluja. Nykypäivänä nämä kaikki palvelut kuuluvat osaksi maalaisympäristössä tapahtuvaa monipuolista matkailupalvelujen tarjontaa, joiden keskiössä on luonto- ja kulttuuriympäristö sekä paikallisuus. (Hirn & Markkanen 1987; OECD 1994.)

Maaseutumatkailu on useimmiten perhe- ja pienyrittäjyyteen perustuvaa sesonki-luontoista yritystoimintaa, joka on merkittävä osa Suomen koko matkailuelinkeinoa. Se rajataan usein taajamien ja matkailukeskusten ulkopuolella tapahtuvaksi elinkeinoksi. Tällainen yritystoiminta on keino pitää yllä maaseudun elinvoimaisuutta sekä luonto- ja kulttuuriperintöä. Se pohjautuu maaseudun luontaisien edellytyksien sekä voimavarojen hyödyntämiseen. Näitä voimavaratekijöitä ovat juurikin luonto, maisema, kulttuuri ja ihminen. Suomen matkailun vetovoimatekijät ovat rauha, väljyys ja puhtaus. Siksi maaseutumatkailussa onkin erittäin tärkeää noudattaa kestävän matkailun periaatteita ekologisesti, sosiaalisesti, kulttuurisesti sekä taloudellisesti elinkeinon tulevaisuuden takaamiseksi. (Aref & Gill 2009; OECD 1994; Maaseutumatkailu 2015; Visit Finland 2018.)

Tuohino (2017, 83) korostaa, että käsitteenä maaseutumatkailu käsittää kaikki toimintaympäristönään maaseutua hyödyntävät matkailun tyypit. Näitä maaseutumatkailun käsittäviä tyyppejä ovat maatilamatkailu, kylämatkailu, luontomatkailu, mökkeily, hyvinvointimatkailu sekä tulokkaina terveystmatkailu ja vihreä hoiva eli green care.

Maaseutuun liitetään käsitteellisesti sisältöjä ja kuuluvuuksia. Se mielletään usein paikaksi, jota hallitsevat metsät, vesistöt ja maanviljelysmaisemat. Nykypäivänä se voidaan mieltää elämänlaatua parantavaksi paikaksi, jota muokkaavat elinkeinojen monipuolistuminen sekä kasvava modernisaatio. Perinteisen maatalouden rinnalle uskalletaan nykypäivänä tuotteistaa uudenlaisia palveluja paikan hengen ja tarinoiden avulla. Voidaan tuotteistaa yksittäisiä asioita, kuten ruokaa tai perinteisiä maaseudun toimintoja. Esimerkiksi luonnossa liikkuminen, hiljaisuudesta ja maisemista nauttiminen voi olla elämyksellinen ja aistikas maaseutumatkailun tuote tai osa sitä. Maaseutumatkailu toimii vastakohtana kaupunkimatkailulle ja perinteisille ulkomaan rantalomille. (Pesonen & Tuohino 2016; Woods 2011.)

Menestystekijöitä maaseutumatkailussa ovat maaseutu ympäristön tarjoamat laajat mahdollisuudet erilaisille matkailutyypeille ja -muodoille. Alalla korostuvat etenkin yritysten yksilöllisyys, jota tukevat megatrendien suosiminen ja muuttuvassa kuluttaja kehityksessä mukana pysyminen. (Hjalager ym. 2015; Tutek ym. 2015.) Hjalagerin ym. (2015) mukaan maaseutumatkailun yhdeksi trendiksi on kasvamassa karut ja heikosti saavutettavat kohteet ja ympäristöt, jotka houkuttelevat ihmisiä paikallisuudellaan ja etenkin tarinoillaan. Lisäksi heidän mukaansa järvien ja järvimaisemien potentiaalin pitäisi nostaa esille paremmin maaseutumatkailun ja hyvinvointimatkailun sisällön tuotannossa.

### **3.4 Ruokamatkailu Suomessa**

Suomen ruokamatkailua lähdettiin kehittämään Maa- ja metsätalousministeriön, Visit Finlandin sekä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun toimesta vuonna 2015. Silloin lanseerattiin valtakunnalliseen käyttöön suunniteltu Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia vuosille 2015–2020. Sen tavoitteena on määrittää ruokamatkailun kehittämisen yhteinen päämäärä ja roolitus tulevaisuudessa. Tuotekehityksellä, markkinoinnilla ja kumppanuuksilla pyritään lisäämään Suomen houkuttelevuutta kansainvälisten sekä kotimaisten matkailijoiden keskuudessa. Ruoka ja ruokailu ovat oleellisia ja elämyksellisiä osia matkailutuotteesta. Suomen ruokamatkailun kehittämisen keskiössä ovat: Taste of place, suomalaisuus ja suomalainen elämän tapa maistuvat, Pure pleasure, suomalainen puhdas ruoka tekee hyvää mielelle ja ruumiille sekä Cool and creative from Finland, kansainvälisesti tunnustetut ruokailmiöt. (Havas, Adamsson & Sievers 2015, 2.)

Suomen ruokamatkailun suosio onkin kasvanut huomattavasti viime vuosina. Se on tällä hetkellä suurimpia matkailun trendejä myös maailman laajuisesti. Ruoka on yksi ihmisen arkisista tarpeista ja tärkeä keskeinen tekijä matkailussa. Vaikka matkailija ei olisikaan suoranaisesti ruokamatkailija, monesti ruoka kuitenkin on tärkeimpiä asioita matkustettaessa. Matkailijat haluavat nauttia juuri kohteensa paikallista ruokaa. (Povey 2011).

Ruokamatkailuksi voidaan määritellä käynnit ruoantuottajien luona, ruokafestivaaleilla, ravintoloissa, ruokakursseilla sekä erityisissä paikoissa. Näiden paikkojen ensisijainen vetovoimatekijä on ruoan maistaminen tai tietyn erikoistuneen ruokatuotannon alueen erityispiirteiden kokeminen. Silloin kun nämä ovat matkailun päämotivaationa, voidaan puhua ruokamatkailusta. Ruokamatkailuun liittyy olennaisesti myös tarinat, paikallisuus ja puhtaus. Ruuan välityksellä on mahdollista kertoa tarinaa alueen historiasta, yhteisöstä, tavoista ja arvoista. Varsinaisten ruokatuotteiden lisäksi tähän matkailumuotoon kuuluu parhaimmillaan asiakkaan osallistaminen ja yhdessä tekeminen. Osallistamisen avulla matkailija oppii uutta ja mahdollisesti kokee sen elämyksellisenä. Matkailija voi esimerkiksi osallistua ruoan hankintaan (kalastus, sienestys, marjojen poiminta, perunan nosto) tai itse valmistaa ruokaa. Lähiruoka, itse tehty ruoka ja autenttisuus ovat asioita, joita monet kuluttajat haluavat ja arvostavat. (Povey 2011; Hall 2012; Covington Travel, 2016; Oates 2016; Havas, Adamsson & Sievers 2015.)

Nykypäivänä matkailijat hakevat tietoisesti matkoiltaan ruokaelämyksiä. Ruoka voi olla matkakohteen keskeinen valintaperuste, koska sen kautta matkailija pääsee helposti kokemaan ja aistimaan kohdemaansa kulttuuria ja paikallisuutta. Suomessa syötävä ruoka on tutkitusti puhtainta koko Euroopassa. Kiinnostus terveellisyyteen sekä luomu- ja lähiruokaan on huomattavaa kaikissa maissa, joista Suomeen tulee matkailijoita. Lähiruoka, paikallisuus ja suomalaisuus ovat tärkeä osa matkailijoiden ruokakokemusta. Yksi keino kehittää Suomea matkailumaana onkin lisätä suomalaisen ruoan houkuttelevuutta osaksi kulttuurimatkailutuotteita. Suomalaisesta kulttuurista voisi olla mahdollista luoda ”pakko kokea” -elämyksiä ruoan avulla. (Hook 2014, 73; Hall 2005.)

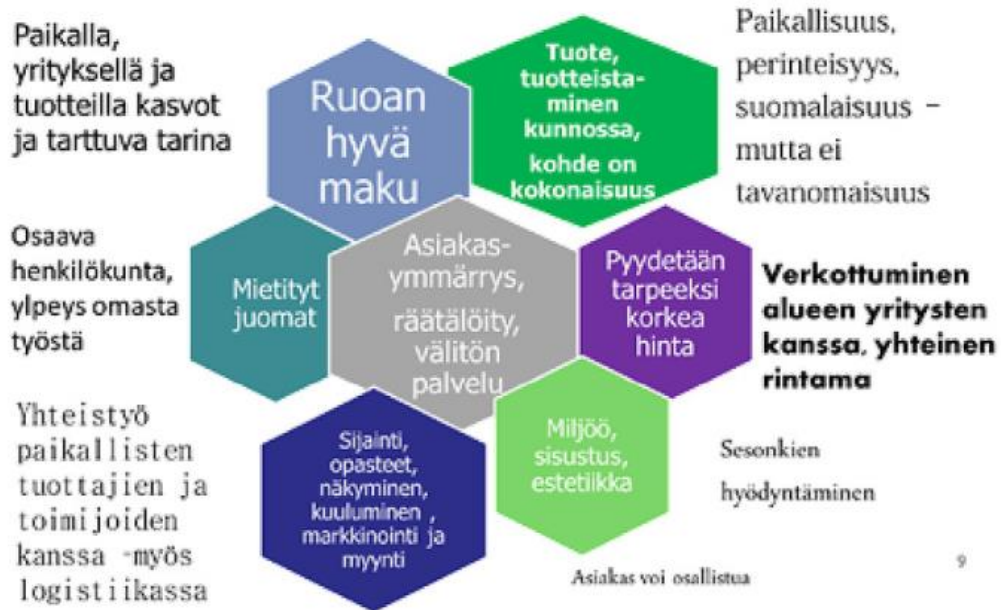
Yksi merkittävimmistä ruokamatkailun trendeistä on vahva paikallisuuden korostaminen, jonka mukana on kehittynyt termi ”super-hyperpaikallinen” ruokakulttuuri. Matkailijat ovat entistä kiinnostuneempia oppimaan ja tekemään itse paikallista ruokaa. Sen kysynnän pohjalta on kehitetty Airbnb:tä vastaava sovellus Get Gone, joka yhdistää ruokamatkailijoita, paikallisia kokkeja sekä ruokakokemuksia tarjoavia yksityishenkilöitä ja matkantarjoajia. Get Gone:n kautta tarjottavat palvelut vaihtelevat kotona tehdystä ruuasta, fine dining -ruokaan sekä pidempiin ruuanvalmistuskursseihin. (Oates 2016.)



Hyvinvointimatkailussa profiloituu erityisesti terveellisen ruoan merkitys. Sitähän on Suomen luomuruoka, puhtaan luonnon antimina: villiruoka ja lähiruoka. Viljavat pelot kasvavat kotimaisia kasviksia, juureksia ja viljaa. Villiyrtit rehottavat metsissä, pientareilla ja pihoissa. Maisemassa laiduntavat turvallista lihaa tuottavat tuotantoeläimet. Vesistöt antavat kalansaalista ja metsät kasvattavat lukemattomia määriä marja- ja sienisatoa. Toisinaan maisemassa näkee myös riistaa lentämässä tai loikkimassa. Ruoka on kiinteä osa maisemaamme ja maisema on ruokaamme. Luonnossa ruokailu on luontevaa, siksi hyvinvointi- ja luontopalveluja tarjoavien yrittäjien tulisikin kiinnittää enemmän huomiota luonnonantimien terveellisyydestä ja puhtaudesta kertomiseen. Matkailijat nimittäin haluavat niistä enenevässä määrin tutkittua fakta tietoutta. Lajitietous ja terveysvaikutukset varmasti lisääisivät luonnossa liikkujien omatoimista luonnonantimien hyödyntämistä ravinnon lähteenä. (Hirvonen & Malin, 2017; Hook 2014, 74.)

Ruokamatkailupalvelun kuten muidenkin elämyksellisten tuotteiden tai palveluiden tuotteistuksessa tulee kiinnittää huomiota elämyskolmiomallin (kuvio 3) mukaisesti asiakkaan kokemiin vaiheisiin sekä tuotteen tai palvelun eri ulottuvuuksiin. Asiakaskokemus koostuu viidestä eri vaiheesta, joka yleensä alkaa markkinoinnin kautta tapahtuvasta motivoitumisesta eli kiinnostuksen herättämisestä. Kiinnostusta herättävän tuotteen tai palvelun tulee olla yksilöllinen, aito, moniaistinen ja vuorovaikutteinen. Lisäksi sen tulee pohjautua uskottavaan, mutta kiinnostavaan tarinaan kontrastia unohtamatta. Ruokamatkailupalvelussa tarinat liittyvät tuotteen paikalliseen kulttuuriin sekä käytettyihin raaka-aineisiin. (Havas & Jaakonaho 2013, 28.)

Kuvio yksi kuvaa menestyvän ruokamatkailuyrityksen kivijalkana toimivia asioita ja huomioitavia elementtejä. Siinä on huomioituna myös elämyksen syntyyn vaikuttavat seikat. Elämyksen syntymisestä, kokemisesta ja siihen vaikuttavista elementeistä sekä tarinallistamisesta ja palvelumuotoilusta on kerrottu tarkemmin ja syvällisemmin luvussa neljä.



Kuvio 1. Menestyvän ruokamatkailuyrityksen rakentavat asiat ja huomioitavat elementit (Havas & Jaakonaho 2013, 30).

## 4 ELÄMYKSELLISTEN PALVELUJEN TUOTTAMINEN

### 4.1 Elämyksen synty

Pinen ja Glimoren (1999) mukaan palvelu ja elämys ovat täysin eri asiat. Palvelu keskittyy siihen, mitä asiakkaalle myydään ja se toimitetaan asiakkaalle pyynnöstä. Elämyksellisissä palveluissa asiakasta pidetään vieraana ja keskitytään siihen, miten asiakas kohdataan ja miten hänen kanssaan kommunikoidaan. Elämys syntyy kokemuksen aikana. Elämyksellisiä palveluita on yleensä kokemuksellisesti räätälöity, dramatisoitu sekä teemoitettu. (Tarssanen 2009, 9.)

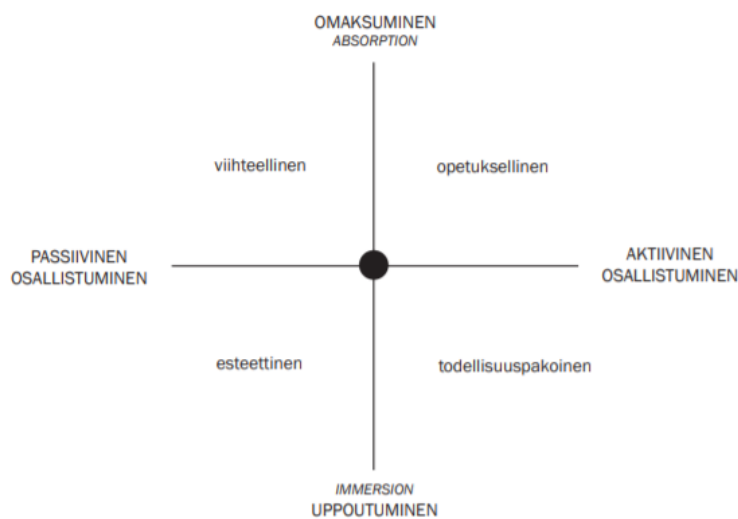
Elämyksellä kuvataan moniaistista, voimakasvaikutteista ja merkittävää tapahtumaa tai kokemusta. Elämys määritellään myös aina positiiviseksi kokemukseksi. Elämystä ei kuitenkaan pystytä tarkoin määrittelemään, koska jokainen ihminen kokee sen yksilöllisesti ja antaa sille merkityksen omassa ajatusmaailmassaan. Sen oikeellisuutta tai vääryyttä ei pystytä arvioimaan, sillä elämys koetaan aina henkilökohtaisesti subjektiivisena kokemuksena. Merkittävä elämys tuottaa pysyvän muistijäljen, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksen. (Pitkäkoski 2007, 16; Komppula & Boxbergin 2002, 29.)

Koettavilla tunteilla on keskeinen merkitys elämyksen syntymisessä. Positiivinen emotionaalinen liikuttuminen, yllättyneisyys, ja sen synnyttämä virinneisyys, mielihyvän tunne sekä ilahtuminen mahdollistavat elämyksen kokemisen. Positiivinen yllätyksellisyys lisää ihmisen kokemaa ilahtumista. Mitä odottamattomampi yllätys on, sitä suurempia ilon tunteita koetaan. Elämyskokemuksessa korostuu kokijan keskittyminen asiaan, silloin kun kaikki aistit ovat aktivoituneessa tilassa elämys koetaan herkimmin. (Pitkäkoski 2015, 23–34.)

### 4.2 Elämystuotannon teoreettisia malleja

Pinen ja Gilmoren (2011, 45) mukaan elämystä voidaan analysoida neljän erilaisen osa-alueen avulla, joita ovat viihteellisyys, opetuksellisuus, esteettisyys ja todellisuuspakaisuus. Kuviossa kaksi näitä osa-alueita tarkastellaan kahdelta akselilta

osallistujan aktiivisuudella tai passiivisuudella sekä uppoutumisella ja omaksumisella. Merkityksellistä on, osallistuuko osallistuja itse tuotteen kokemiseen tekemällä konkreettisesti jotain, vai seuraako hän tapahtumaa vain sivusta käsin. Toisella akselilla tarkastellaan, onko kyseessä kiehtovan asian seuraaminen vai liittyminen osaksi tapahtumaa. (Tarssanen 2009, 10–11.) Vaikka jokin osa-alue olisi hallitseva, useimmiten elämyksessä on kuitenkin mukana useampia vaikuttajia. Elämys vahvistuu, kun siinä on elementtejä yhden alueen sijaan usealta osa-alueelta. Mitä aktiivisempi kokija on ja mitä syvällisemmin hän uppoutuu kokemaansa, sitä voimakkaampi ja muistettavampi kokemus syntyy. (Pine & Gilmore 2011, 45.)

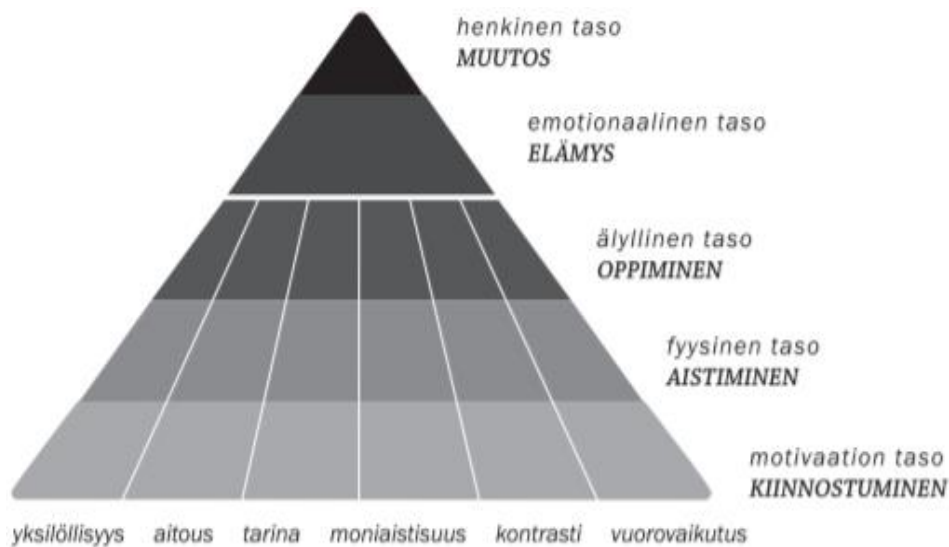


Kuvio 2. Elämyksen neljä osa-alueetta (Pine & Gilmore 1999, 30).

Lapin elämysteollisuuden keskus (LEO) on luonut elämyskolmiomallin (kuvio 3), jonka avulla havainnollistetaan elämyksen rakentumista ja sen moniosaisuutta. Mallin avulla pystytään ymmärtämään ja analysoimaan matkailualan, kuin myös ruokapalveluidenkin elämyksellisyyttä. Lisäksi elämyskolmiota pystytään käyttämään apuna kriittisten kohtien sekä puutteiden havaitsemiseksi. Niiden avulla on helppo analysoida tuotetta ja löytää tapoja kehittää sitä. (Tarssanen 2009, 11.)

Elämyskolmiomallissa on kuvattuna täydellinen elämys, jossa esitellään kaikki asiakkaan kokemat vaiheet ja osa-alueet. Elämyksellisissä palveluissa kuitenkin kaikki osa-alueet eivät välttämättä toteudu. Siihen pitäisi kuitenkin pyrkiä asiakkaan parhaan mahdollisen elämyskokemuksen takaamiseksi. (Koivula 2014, 24–28.)

Vaikka elämystä on mahdotonta luoda varmasti kaikille vieraille, voidaan tuotteen ja palveluun kuitenkin sisällyttää elementtejä, joiden avulla elämys melko varmasti syntyy. Sisällyttämisellä varmistetaan elämyksen kriteerien täyttyminen palvelussa, joka jalostetaan elämykseksi. (Tarssanen 2009, 12.)



Kuvio 3. Elämyskolmiomalli havainnollistettuna (Tarssanen 2009, 11).

### 4.3 Elämyksen elementit ja sen kokemisen tasot

**Elementit.** Elämystuotteissa korostuvat asiakaskokemukseen vaikuttavat elementit. *Yksilöllisyydellä* tarkoitetaan tuotteen tai palvelun ainutlaatuisuutta ja ainutkertaisuutta, joten vastaavaa tuotetta ei ole mahdollista saada muualta. Yksilöllisyys antaa mahdollisuuden tuotteen räätälöintiin asiakaslähtöisesti heidän tarpeidensa mukaan. Kuitenkin yksilöllisyyden haasteena on, ettei personoitavia tuotteita voida helposti monistaa. (Tarssanen 2009, 12.)

Tarssasen (2009 12–13) mukaan asiakas määrittää tuotteen *aitouden* kokemuksensa sekä tuotteen uskottavuuden perusteella, siksi aitoa tuotetta pidetäänkin uskottavana. Aitous voidaan kuvata, jonkin alueen elämäntavaksi ja kulttuuriksi muis- taen kulttuuriseettisen kestävyuden. Loppupeleissä jokainen ihminen itse määrittää onko tuote aito, sillä yleiskäsitettä aitoudelle ei ole olemassa. (Tarssanen 2009, 12.)

*Tarinaa* pidetään elämyksen jopa tärkeimpänä elementtinä, koska se sitoo elämyksen yhtenäiseksi. Tarinan kautta asiakkaalle kuvataan tapahtumien järjestys ja sisältö. Niiden avulla asiakkaalle luodaan syyn kokea kyseessä oleva tuote. Mukaansa tempaava tarina on koottu fiktiivisistä sekä faktallisista osista. Tarinan tulee olla hyvin suunniteltu ja kohdeyleisön mukainen, jotta se on uskottava. Sen yksityiskohdat eivät saa olla ristiriidassa keskenään. Tarinan tulee kulkea luontevasti asiakkaan mukana markkinoinnista palvelutapahtumaan asti sekä sen kautta jälki-markkinointiin. (Tarssanen 2009, 13–14.)

Tarinallistaminen onkin yrityksen liiketoiminta-, asiakas- ja arvolähtöistä toimintaa, jota tarinan avulla kehitetään asiakasta osallistavaan muotoon. Kyseessä on strateginen muotoilutapa, jossa tarinaa käytetään keskeisenä välineenä asiakaskokemuksen parantamiseen ja sen kehittämiseen (Kalliomäki 2014.) Komulainen (2013, 46) korostaa, että tarinan avulla yritys rakentaa ja vahvistaa omaa identiteettiään. Sen avulla tarinallistettua tuotetta tai palvelua onkin helpompi myydä, koska tarina kiinnittää valitun asiakasryhmän huomion.

Kalliomäki (2012, 8–9) korostaa, että tarinallistamalla myös ruoasta tehdään elämys. Siitä puhuttaessa on tärkeää tietää ruoan alkuperä, koska siihen pohjaten on helppo lähteä rakentamaan ruokatuotteelle sekä ruoka-annokselle tarinaa. Erilaisia ruokatuotteen tarinallistamisen tapoja ovat esimerkiksi tuotteen syntytarina, alueellinen ruokakulttuuri sekä ihmiset tuotteen takana. Ruoka-annoksen tarinallisia elementtejä ovat nostalgia, perinteet, puhtaus, ekologisuus, luonto ja maaseutu. Ruoan avulla voidaan ruokkia ihmisen kaikkia aisteja, siksi sen tarinallistamisen pitääkin olla kokonaisvaltaista. Esimerkiksi ruoka-annoksen tai ruokatuotteen esillepanolla voidaan tukea tarinaa eli ruokadesignia. (Ylipää 2015, 131, 140; Kalliomäki 2012, 8–9.)

Tarssasen (2009, 14) mukaan *moniaistisuudessa* kaikki aistiärsykkeet on suunniteltu vahvistamaan valittua teemaa. Ne tukevat tuotteen kiinnostavuutta mahdollisimman monin eri aistein. Aistiärsykeitä ei kuitenkaan saa olla liikaa, eivätkä ne saa olla häiritseviä tuotteen kokonaisvaikutusta ajatellen.

*Kontrastilla* viitataan erilaisuuteen asiakkaan arkielämään nähden. Tuotteen avulla on pystyttävä kokemaan, jotain uutta, eksoottista ja tavallisesta poikkeavaa. Sen

kokemisella halutaan mahdollistaa itsensä näkemisen toisesta näkökulmasta, toisenlaisena vieraassa ympäristössä. Se voi edistää ihmistä näkemään ja kokemaan asioita erilaisella tavalla ilman rajoituksia ja tottumuksia. Kontrastin tuottamisessa tulee kuitenkin huomioida asiakkaan kansallisuus ja kulttuuri, koska yhdelle eksoottinen kokemus voi olla toiselle tavallista ja arkipäiväistä. (Tarssanen 2009, 11–14.)

Viimeisimpänä, mutta ei todellakaan vähäisimpänä elämyksen elementtinä on *vuorovaikutus*. Tarssanen (2009, 14-15) korostaa vuorovaikutuksen merkitystä, joka on onnistunutta kanssakäymistä tuotteen, asiakkaan ja sen tuottajan välillä. Hyvä vuorovaikutussuhde mahdollistaa yhteisöllisyyden tunteen eri osapuolten välille. Sen takia onkin tärkeää, että samaan tapahtumaan osallistujat vähintään esitellään toisilleen, jos he eivät tunne entuudestaan. Yksilö voi kuitenkin kokea itse elämyksen, mutta yhteisöllisyydellä hän tiedostaa, että kokemus on siellä arvostettu ja hyväksytty.

**Asiakkaan kokemuksen tasot.** Elämyskolmion pystyakselilla on kuvattu asiakkaan elämyksen kokemuksen tasot viiteen eri osaan kiinnostumisesta muutoksen syntymiseen asti. *Motivaation tasolla* herätetään asiakkaan kiinnostus ja luodaan odotukset ja mielikuva tuotetta kohtaan. Tämä tapahtuu useimmiten markkinoinnin avulla ja sen onnistumisen takaamiseksi, tulisi hyödyntää mahdollisimman monta elämyskriteeriä jo alkuvaiheessa. (Tarssanen 2009, 15.)

Tarssanen (2009, 15-16) mukaan *fyysisellä tasolla* asiakas kokee tuotteen aistiensa välityksellä. Tasolla koetaan tuotteen tai palvelun laatu sekä tiedostetaan ympäristö ja sen ympärillä tapahtuvat asiat ja teot. Hyvä tuote mahdollistaa miellyttävän ja turvallisen kokemuksen. Millään fyysisellä tasolla asiakkaan ei pitäisi kokea epämiellyttävää tai turvatonta oloa. Paitsi, jos tuotteeseen kuuluu extreme-elämykset, joissa vaaran tunteella leikittely ja siitä selviäminen kuuluvat olennaisena osana kokemukseen. Aistittavien tekijöiden tulee jatkaa motivaation tasolla kerrottua tarinaa sekä kohdata luotuihin mielikuviin.

*Älyllisellä tasolla* asiakas prosessoii ympäristöstä tulevia ärsykeitä ja muokkaa toimintaansa niiden mukaan, oppimalla, ajattelemalla, soveltamalla tietoa ja muodostamalla siitä mielipiteitä. Tällä tasolla asiakas myös päättää onko hän tyytyväinen

kokemaansa vai ei. Tuotteen tulee sisältää asiakkaalle merkityksellisiä arvoja ja tekijöitä, jotka liittyvät hänen elämäntapaansa. (Tarssanen 2009, 15.)

*Emotionaalisella tasolla* asiakas kokee varsinaisen elämyksen. Tunnereaktioita on vaikea ennustaa, kuitenkin jos aikaisemmilla tasoilla on otettu elämyksen peruselementit hyvin huomioon, on todennäköistä, että asiakas kokee iloa, onnellisuutta, riemua, oppimista, onnistumista ja liikutusta. Kyseessä on hänelle jotain hyvin merkityksellistä. (Tarssanen 2009, 16.)

Pyramidin viimeinen taso on *henkinen*, jolla elämyksen tapainen positiivinen ja voimakas tunnereaktio voi saada aikaan pysyvän henkilökohtaisen muutoksen. Se saattaa vaikuttaa fyysiseen olotilaan, mielentilaan tai elämäntapaan. Yksilö kokee muuttuneensa ja kehittyneensä ihmisenä tai omaksuneensa jotain uutta persoonansa. Elämyksen kokemuksen avulla voi omaksua uuden harrastuksen, ajattelutavan tai löytää uudenlaisia voimavaroja itsestään. (Tarssanen 2009, 16.)

Tarkka ja kokonaisvaltainen suunnittelu nostaa merkittävästi tärkeimpien kokemuksen tasojen todennäköisyyttä tuotteessa. Elämys ja sen avulla koettava muutoskokemus ovat tehokkaita keinoja nostaa tuotteen arvoa ja tehdä tuotteesta unohtumaton asiakkaalle. Koetuista unohtumattomista elämyksistä kerrotaan myös muille ja sitä kautta yrityksen kiinnostus voi kasvaa entisestään.

#### **4.4 Ruokaelämys**

Pitkäkosken mukaan (2015, 26) elämyksellisellä ruokapalvelulla pyritään aktivoimaan asiakasta ja jättämään kestäviä muistoja. Lisäksi niiden avulla pyritään tarkoituksenmukaisesti ”mahdollistamaan elämyksen syntyminen tuotteen, palvelukoh- taamisen, tilojen, tunnelman ja ohjelmallisten elementtien avulla.” Palvelun lopullinen merkitys riippuu kuitenkin vahvasti asiakkaasta itsestään sekä hänen odotuksista, sitoutumisesta, arvoista, motiiveista, asenteista ja persoonallisuudesta. Lisäksi yhteisöllisyys on tunnelman luoja. Sillä miten tilanteessa olevat käyttäytyvät, sitoutuvat ja osallistuvat palveluun on merkitystä vuorovaikutustilanteessa asiakas-



palvelijan sekä muiden asiakkaiden kanssa. Ruokaelämyksen aikana kaikki kohtaamiset ovatkin erittäin merkittäviä ja vaikuttavat suoraan koetun elämyksen arvoon ja laatuun. (Pitkäkoski 2015, 28.)

Yrittäjä voikin omilla toimillaan vaikuttaa ruokaelämyksen syntymiseen. Palvelu, tuote ja markkinointi rinnastettuna toimintaympäristön, asiakaskohtaamisen, tunnelman sekä johtamisjärjestelmän kanssa ovat kokonaisuus, joka vaikuttaa asiakkaan ruokaelämyksen syntymiseen ja sen kokemiseen. Elämyskokemuksen ytimessä on kuitenkin itse ruoka-annos, johon vaikuttaa sen koettu laatu, kattaus, ruokailu tila ja sinne luotu tai sen luoma tunnelma. Varsinkin ulkona koetussa ruokailussa säätila ja maisema luovat ruokanautinnolle tietyn tunnelman ja aistikokemuksen. Palvelukohtaamisen taustalla vaikuttaa yrityksen johtamisjärjestelmä, joka heijastuu asiakkaalle palvelukokemuksessa esimerkiksi henkilökunnan motivaation kautta. Kuinka motivoitunutta henkilökunta on palvelemaan asiakkaitaan ja tarjoamaan heille onnistuneen elämyksen. (Pitkäkoski 2015, 29.)

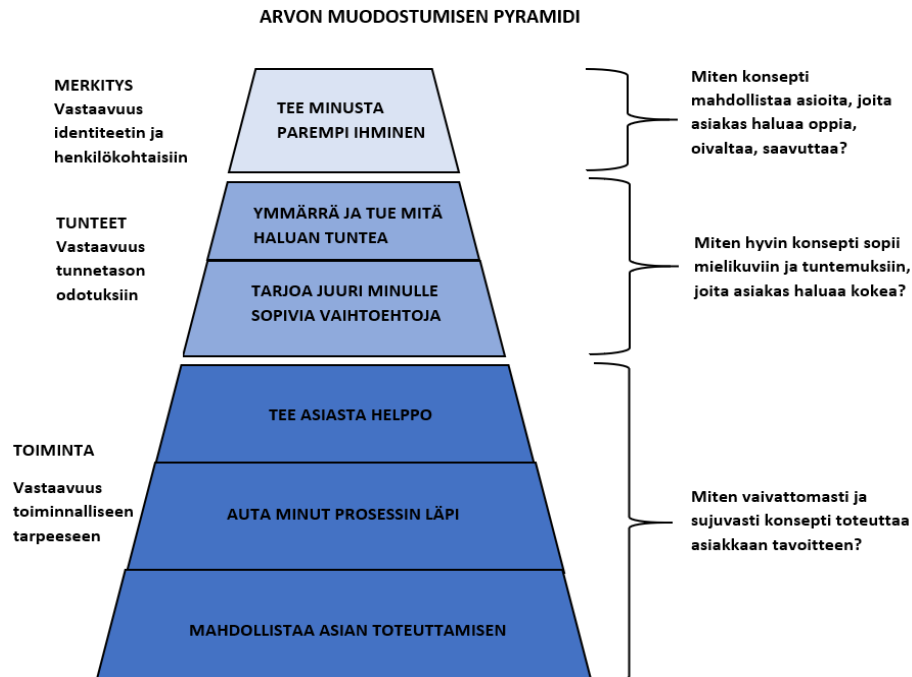
#### **4.5 Palvelumuotoilu**

Palvelumuotoilu on järjestelmällinen tapa kehittää liiketoimintaa optimoidusti. Se on prosessi ja useista osaamisaloista kumpuava työkalu- sekä menetelmävalikoima. Toiminnalle on tavanomaista kokonaisvaltainen lähestyminen kehitettävään palveluun. Palveluun vaikuttavista tekijöistä laaditaan selkeä kokonaiskuva, ja se pidetään kirkkaana mielessä koko suunnittelun ajan. (Tuulaniemi 2011, 27.) Se on uusien - tai jo olemassa olevien palveluiden kehittämistä muotoilun menetelmin. Toiminnalla pyritään yhdistämään käyttäjien tarpeet sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset odotukset. Palvelumuotoilun tavoitteena on kehittää taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestäviä palvelutuotteita, joiden keskiössä on aina ihminen ja hänen tarpeensa. Palvelun kautta ihminen muodostaa palvelukokemuksen, joka palvelumuotoilun keinoin pyritään ohjaamaan ja kehittämään mahdollisimman positiiviseksi. (Tuulaniemi 2011, 58–72, 95–96)

Miettisen (2009) mukaan Ihmiset ostavat palveluita, tuotteita tai palvelutuotteita yleensä saadakseen tehtyä jotakin, saavuttaakseen haluamansa, tyydyttääkseen

tarpeensa tai ratkaisemaan ongelmansa. Niiden kautta koetaan saavutettavan arvoa sekä käyttöarvoa riippuen onko kyseessä tuote vai palvelu. Arvo on yleisimmin hyödyn hinnan välinen suhde. Ymmärrys asiakkaan arvonmuodostusprosessista onkin palvelumuotoilun tärkeimpiä asioita yritysten näkökulmasta. Arvolupaus määrittää, kuvaa ja asiakas-segmentoi tuotteen. Lisäksi se kertoo asiakashyödyn sekä tuotteen ainutlaatuisuuden tekijöistä. Yrityksen tuotteiden tai palvelun arvon muodostamisen elementtejä ovat: brändi, status, helppokäyttöisyys, hinta, muotoilu, ominaisuudet, tekemisen helpottuminen, saavutettavuus, säästö, tuoteräätälöinti, uutuusarvo ja riskin pienentäminen. Arvon kokemiseen liitetään myös lisäarvo, joka on usein yritysten välinen kilpailukeino. Lisäarvoa tehdään esimerkiksi alentamalla tuotteen hintaa tai lisäämällä tuotteesta saatua ja koettavaa hyötyä. (Tuulaniemi 2011, 30–38.)

Tuulaniemen (2011, 74–75) mukaan asiakaskokemus palveluissa käsittää koko yrityksen tarjoaman: mainonnasta, asiakaspalveluun, palvelunominaisuuksiin sekä sen helppouteen ja luotettavuuteen asti. Asiakaskokemus voidaan jakaa toiminnan, tunteen ja merkityksen tasoihin (kuvio 4). Asiakaskokemuksen pitäisi edetä toiminnan tasolta tuottaen sopivasti tunnekokemuksia, jotka voivat lopulta johdattaa syvällisempiin merkitys tason kokemuksiin. Toiminnan taso kertoo vastaako palvelu asiakkaan tarpeita ja onko sillä ylipäättään mahdollisuuksia markkinoilla. Tunteen tasolla asiakkaalle syntyy voimakkaita henkilökohtaisia tunteita, aistimuksia ja kokemuksia, jotka kertovat miellyttävyydestä ja koskettavuudesta. Merkityksen taso on ylin asiakaskokemuksen taso, jolla asiakas kokee merkityksellisiä ulottuvuuksia, kuten unelmia, tarinoita, lupauksia, oivalluksia tai kasvua.



Kuvio 4. Pyramidi asiakaskokemuksen arvon muodostumisesta (Tuulaniemi 2011, 75).

Palvelumuotoilua voidaan kuvata myös sävellyksen tavoin. Nuottiviivastolla eli koko sävellyksellä viitataan palvelupolkuun, jossa voi olla eripituisia tahteja eli palvelutuokioita ja eripituisia sekä korkuisia säveliä, joita kuvataan asiakkaan kokemuksiksi. Palvelutapahtumaa voidaan siis hyvin verrata jazz-esitykseen eli improvisoituun soittoon. Palvelun tuottamiseksi suunnitellaan tietty kehikko eli teemat, joiden mukaan palvelu tuotetaan. Koska palveluun liittyy erilaisten asiakkaiden mukanaolo ja palvelun kuluttaminen samalla kun se tarjotaan, on palveluntarjoajalla oltava sävelkulut hyvin hallussa. Vain näin hän pystyy improvisoimaan palvelua tilanteen etenemisen mukaan. Improvisoinnista huolimatta palvelutuottajan tavoitteena on kuitenkin tuottaa palvelu oman brändinsä sävelkulun mukaan (John, Grove & Fisk, 2006; Tuulaniemi 2011, 76–77.)

Mager (2008) korostaa, että palvelu on prosessi, jonka kuluttaminen tarkoittaa aika-akselille asettuvan kokemuksen kuluttamista. Palvelupolku on palvelun kokonaisuuden kuvaus. Siinä kuvataan, miten asiakas kulkee ja kokee palvelun aika-akselilla. Siihen kuuluvat myös vaiheet ennen todellista asiakaskohtaamista sekä sen jälkeen. Palvelupolun kehittämisen ensimmäinen vaihe onkin määrittää sen aloitus- ja lopetuskohdat. Palvelupolku jaetaan tarkoituksenmukaisesti eri pituisiin osiin, joita ovat palvelutuokiot ja palvelun kontaktipisteet. Palvelutuokiot koostuvat useista

kontaktipisteistä, joiden kautta asiakas on yhteydessä palveluun kaikilla aisteillaan. Kontaktipisteiksi luetaan ihmiset, ympäristöt, esineet ja toimintatavat. (Mager 2008; Moriz 2005; Tuulaniemi 2011, 78–80.)

Margerin (2008) mukaan kontaktipisteiden avulla palveluntarjoaja pyrkii luomaan asiakkaalleen monipuolisia aistiärsyksiä. Aistien aktivoimisessa hyödynnetään palvelun ympäröiviä ääniä, valoja, värejä, tuoksua, makuja ja erilaisia materiaaleja. Luonnon helmassa olevan elämyksellisen ruokareitin lukemattomia luontaisia aistiärsyksiä mahdollistavat, kuten esimerkiksi linnun laulu, tuulen ääni, metsän ja peltojen tuoksu sekä maiseman kauniit värit, monimuotoisuus ja erilaiset rakenteet. Lisäksi kontaktipisteisiin kuuluvat myös arvoa itselleen tuottava asiakas sekä asiakaspalvelija, jonka toimintamalli ja rooli on etukäteen määritelty palvelumuotoiluprosessissa. Tavanomaisimpia asiakaspalvelijoiden määritelmiä ovat työasut sekä ennalta sovitut käyttäytymiskoodit ja toimintatavat. Myös ympäristö on kontaktipiste, joka vaikuttaa palvelun onnistumiseen sekä ihmisten käyttäytymiseen ja mielialaan. Ne voivat olla fyysisiä tiloja, luonnon ympäristöjä tai virtuaalisia sekä digitaalisia ympäristöjä. Esineet ovat osa kontaktipisteitä, koska ne mahdollistavat palvelun kuluttamisen. Esimerkiksi ruokapalveluissa esineitä ovat ruokailuvälineet, joiden avulla nautitaan eli kulutetaan ruokaa. (Tuulaniemi 2011, 80–82.)

Palvelumuotoilussa puhutaan palvelumaisemasta ja palvelutodisteista, joiden avulla palvelu tehdään näkyväksi. Palvelumaisemaa ovat kaikki ympäristöt, joissa asiakas ja palvelun tarjoaja kohtaavat. (Mager 2008; Tuulaniemi 2011, 92.) Niitä ovat esimerkiksi parkkipaikat, opasteet, luonnon ympäristöt ja rakennukset sekä niiden lämpötilat ja tuoksut. (Mager 2008; Tuulaniemi 2011, 92.) Magerin (2008) mukaan palvelutodisteita ovat ne tavarat, jotka avustavat palvelun toteuttamisessa tai siitä kommunikoitaessa. Näitä ovat esimerkiksi internet-sivut, pukeutuminen, pankkikortit, laskut ja esitteet.

Palvelumuotoilun keskeinen ajatus on osallistaa palvelun eri osapuolet mukaan palvelun kehittämiseen. Yhteiskehittäminen sitoo kaikki osapuolet yhteen sekä kehittämiseen, että palvelun tuottamisen kanssa. Tavoitteena on liittää palveluun mukaan kaikki siihen liittyvät asiat ja näkökannat, jotta ne tulevat mahdollisimman laaja-alaisesti huomioiduksi palvelukonseptin edelleen kehittämisessä. (Miettinen 2009.)

## 4.6 Palvelumuotoiluprosessi

Tuulaniemen (2011, 126–129) mukaan palvelumuotoiluprosessi noudattaa luovan ongelman ratkaisun periaatteita. Se tarkoittaa sarjaa loogisesti eteneviä ja toistuvia toimintoja. Koska tapahtumaketjut kuvataan prosesseiksi, ei tapahtumaketjua aina tarvitse kehittää uudestaan. Niin ollen prosessit ovat voimavaroja ja vievät aikaa luovaa työtä ajatellen. Palvelumuotoiluprosessin pääperiaatteet ovat aina samalaiset, mutta eri toimijoiden välillä esittämisessä ja toteutusmalleissa on eroja taustoista sekä erilaisista näkemyksistä johtuen. Palvelumuotoilu -kirjassaan Tuulaniemi (2011) kuvaa yleisen palvelumuotoilua kuvaavan rungon, joka esitellään havainnollistavin kuvauksin seuraavissa kappaleissa. Palvelumuotoiluprosessin koostavia osia ovat: määrittely, tutkimus, suunnittelu, palvelutuotanto ja arviointi (kuvio 5).

PALVELUMUOTOILUPROSESSI

MÄÄRITTELY		TUTKIMUS		SUUNNITTELU		PALVELUNTUOTANTO		ARVIOINTI
ALOITTAMINEN	ESITUTKIMUS	ASIAKAS YMMÄRRYS	STRATEGINEN SUUNNITTELU	IDEOINTI JA KONSEPTOINTI	PROTOTYPOINTI	PILOTOINTI	LANSEERAUS	JATKUVA KEHITTÄMINEN
YMMÄRRYS JA MALLINNUS: asiakkaat, markkinat, liiketoiminta. Mahdollisuuksien kartoitus ja idean hahmottaminen		RATKAISUJEN SUUNNITTELU		PALVELUN TÄSTÄMINEN JA TOTEUTUS				
Organisaatio määrittelee tarpeensa ja tavoitteensa	Organisaation nykytila ja toimintaympäristö	Organisaation asiakkaiden tarpeet ja toiveet  Tutkimus kohderyhmän arjesta  Tiedostetut ja tiedostamattomat tarpeet	Organisaation erilaistaminen ja markkinapositio  Ansaintamallin suunnittelu	Ideoidaan, kuvataan ja testataan ratkaisuja kohderyhmillä Yhteiskehittä mistä kohderyhmien kanssa  Mittareiden määrittäminen	Testataan konseptin elementtejä  Palvelun kriittisten osien tunnistaminen	Käytännön pilotit markkinoilla  Esilanseeraus  Palvelun kehittäminen palautteen perusteella  Ansaintamallien tarkentaminen	Palvelukuvaus, dokumentointi, henkilökunnan roolitus, blueprint  Implementointi markkinoille  Organisaation sisäinen valmennus	Palvelunkehittämisen vaikutusten mittaus: asiakaskokemus, liiketoiminta  Kehittäminen saadun palautteen perusteella
Suunnitteluhaasteen määrittely ja kuvaus	Luoda ymmärrys organisaatiosta ja sen tavoitteista	Kasvattaa ymmärrystä käyttäjien tarpeista, odotuksista ja arvoista	Tarkentaa strategiselta kannalta organisaation tavoitteita	Kehittää erilaisia vaihtoehtoisia ratkaisuja	Suunnitella palvelua testaamalla sitä vuorovaikutuksessa	Palvelukonseptin hiominen palautteen perusteella	Ymmärrys siitä, mitä resursseja palvelun tuottaminen vaatii	Palvelun vakiominen  Jatkuva kehittäminen

Kuvio 5. Palvelumuotoiluprosessi havainnollistettuna (Tuulaniemi 2011, 130–131).

**Määrittely.** Tuulaniemi (2011, 132) korostaa, että määrittelyn päämääränä on selvittää mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa. Työ alkaa tarinan määrittämisellä, jonka kautta rakennetaan tehtävänanto eli briiffi. Määrittely vaiheessa projekti myös käynnistetään ja kaikki suunnitteluun sekä palveluun liittyvät osapuolet briiffataan.

Hyvä briefaus sisältää muun muassa tavoitteet, kohderyhmät, mission, vision, liiketoimintastrategian, vastaavien palveluiden markkinatilanteen sekä budjetin ja aikataulun. Briiffiä tarkennetaan vielä myöhemmin haastattelujen sekä keskustelujen avulla. Tavoitteiden selkiytyttyä käydään läpi prosessiin kuuluvien ihmisten roolit ja tehtävät. (Tuulaniemi 2011, 132–133.)

Määrittely vaiheeseen liittyy myös esitutkimus, jonka avulla kootaan selvitys palvelun liiketoiminnallisesta näkökulmasta. Esimerkiksi liiketoiminnan riskeihin ja hyötyihin sekä suunnittelun kulueriin tutustutaan tarkasti, koska liiketoiminnalla on tärkeää saavuttaa taloudellista hyötyä ja tulosta. Lisäksi esitutkimuksella arvioidaan potentiaalisten asiakkaiden määrää ja tutustutaan benchmarkkauksen kautta vastaavien palveluiden rakenteisiin, jotta pystytään itse kehittämään järkevä ja muista erottuva palvelu. (Tuulaniemi 2011, 136–139.) Määrittelyvaihetta ei tässä opinnäytetyössä toteutettu, koska työn toimeksiantaja toteutti sen.

**Tutkimus.** Vaiheen tavoitteena on saavuttaa kirkas asiakasymmärrys, ihmisten odotuksien, tarpeiden, tavoitteiden sekä päämotiivin kartoittamisen perusteella. Niitä voidaan tutkia tavanomaisten markkinatutkimuksien kautta tai loppukäyttäjälle suunnattujen määrällisten kyselyiden sekä laadullisten haastattelumenetelmien avulla. Tutkimusvaihetta pidetäänkin palvelumuotoiluprosessin kriittisimpänä osana. Tutkimus auttaa tukemaan varsinaista suunnittelutyötä, koska sen avulla rajaan palvelulle ominaiset asiakasprofiilit, jotka auttavat prosessia merkittävästi oikeanlaisten palveluiden kohdentamiseen, konseptointiin sekä viestinnän suunnitteluun. Asiakkaiden arvomuodostuksen ymmärtäminen onkin lähtökohtana erinomaisten asiakaskokemusten tuottamiselle. (Tuulaniemi 2011, 142–156.)

Asiakasymmärryksen kirkastumisen jälkeen tutkimusvaiheeseen kuuluu myös strategisen suunnittelun vaihe, jonka tavoitteena on selvittää yrityksen keskeinen päämäärä ja paikka markkinoilla. Määrittelyssä todennetut teema otetaan tarkkailuun ja pohditaan, miten niistä saadaan kehitettyä mahdollisimman kilpailukykyinen ja asiakkaalle arvoa tuottava palvelu. (Tuulaniemi 2011, 172–177.)

Tutkimusvaiheessa suoritettiin opinnäytetyön esitutkimuskysely, joka käsitteli palvelumuotoiluprosessin mukaisesti ruoan ja maiseman yhdistämistä elämykselliseksi

palvelutuotteeksi. Kysely suunnattiin toimeksiantajan määrittämälle asiakassegmentille eli maaseutu- ja maaseutumatkailuyrittäjille. Kysely toteutettiin sähköpostitse lähetettävänä internetkyselynä. Kyselyn mukaan liitettiin uutiskirje, joka kertoi ruoan ja maiseman yhdistettävyydestä ja sen mahdollisuuksista liiketoiminnassa. Lisäksi uutiskirjeellä haettiin kahta teemasta kiinnostunutta yrittäjää (maaseutu- ja ruokapalveluyrittäjää). Yrittäjien tuli olla valmiita heittäytymään mukaan palvelumuotoiluun, niin että prosessin pilotti toteutettaisiin yrittäjien toimesta heidän tiloillaan.

**Suunnittelu.** Tässä vaiheessa palvelua ideoidaan ja niistä konseptoidaan erilaisia vaihtoehtoja sekä testataan niitä konkreettisesti asiakkailla. Tähän mennessä prosessia on selvitetty palvelua tuottava yritys ominaisuuksineen, palvelulle soveltuvat asiakkaat sekä strategia, jolla palvelua tullaan tuottamaan. Tuulaniemi (2011, 180, 190) korostaa, että ideointivaiheen tavoitteena on kehittää mahdollisimman paljon hyviä ideoita ongelma ratkaisemiseksi, joten kritiikille ei vielä tässä vaiheessa ole aihetta. Ideoista karsitaan parhaat ja niistä rakennetaan palvelukonsepteja.

Palvelukonsepti muodostuu suunniteltavan palvelun palvelupolusta, johon on kuvattu palvelutuokiot tai kontaktipisteet siten, että kokonaisuudesta saadaan käsitys, millaisesta palvelusta on kyse. Lisäksi siitä tulee käydä ilmi, miten palvelu tuotetaan, miten se vastaa asiakastarpeeseen sekä mitä se vaati palvelun tuottajalta. Kuitenkaan konseptin kaikki yksityiskohdat, eivät ole vielä suunnitteluvaiheessa selvillä. (Tuulaniemi 2011, 189.)

Parhaimmat palvelukonseptit prototypoidaan eli niistä rakennetaan nopea malli suunnittelun ja kehittämisen tueksi. Prototypointi on palvelun elementtien ja konseptien testausta ja kehittämistä asiakasryhmän tai palveluntuottajien keskuudessa. Sillä mitataan esimerkiksi palvelun toimivuutta, kiinnostavuutta sekä soveltuvuutta, taloudellista ja logistista elinkelpoisuutta yrityksen liiketoimintaan nähden. Testauksessa saadun palautteen mukaan päätetään, onko palvelukonseptilla tulevaisuutta vai ei. (Tuulaniemi 194–196.)

Tutkimustiedon pohjalta opinnäytetyön toimeksiantaja sekä kolme heidän kontaktoimaansa yrittäjää ideoivat ja suunnittelivat toteutettavaa palvelukonseptia. Parhaimpia ideoita yhdisteltiin ja niistä muodostettiin yhtenäinen palvelukonsepti, joka

sisälsi palvelupolun sekä palvelutuokioita ja kontaktipisteitä. Konseptista suunniteltiin karkea visualisointi (kuvio 6). Suunniteltua palvelukonseptia testattiin prototyypoinnin avulla, joka tapahtui sen suunnittelijoiden toimesta. Testauksen avulla sitä pidettiin järkevänä ja sille annettiin tulevaisuus.



Kuvio 6. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken suunnitellun sisällön ja palvelupolun kuvaus.

Prototyypoinnin jälkeen suunnitteluvaiheessa konseptista tehdään vielä Blueprint-mallia apuna käyttäen palveluprosessin kuvaus. Siihen kuvataan asiakkaan kulukema reitti eli palvelupolku ja sen lisäksi asiakkaan ja palvelun tuottajan kontaktipisteet. Kuvaus suoritetaan kahtena osana eli palvelun näyttämönä, joka on asiakkaalle näkyvää toimintaa ja hänen kokemiaan asioita sekä backstagenä eli asiak-



kaalle näkymättömänä osana, joka on palveluntuottajan toimintaa. Mallin tarkan kuvauksen avulla pystytään siihen liittämään palveluprosessissa syntyviä kuluja. Näin Blueprint-mallista saadaan vielä toimivampi ja monipuolisempi työkalu. (Tuulaniemi 2011, 210–215.)

Makuaarteita Maisemassa -opintoretkestä tehty palveluprosessin kuvaus eli Blueprint-malli on opinnäytetyön liitteessä kuusi. Taulukkoon kuvattiin tarkasti asiakkaan retkellä kokemat ja tekemät asiat sekä asiakkaalle näkyvä ja näkymätön toteuttajien toiminta. Taulukkoon ei kuitenkaan tehty kulujen laskentaa eikä arviointi hinnoittelua. Työn toimeksiantaja sekä toteuttaja yrittäjät sopivat keskenään hinnoittelusta. Lisäksi hinnoittelua ja kulujen syntymistä helpotti Vihtori Lihasula-Peltosen säätiöltä retkeä varten saatu avustus.

**Palvelutuotanto.** Prototypoinnin pohjalta vihreää valoa saaneet palvelukonseptit tai yksi konsepti tuodaan markkinoille kuluttajien testattavaksi pilottina. Tässä vaiheessa palvelun kulutuksen tulokset ovat äärimmäisen tärkeitä. Niitä mitataan esimerkiksi havainnoimalla tai haastatteleamalla asiakkaita. Lisäksi yrityksen omasisäinen arviointi on tärkeää. Käytetyillä mittausmenetelmillä havaitaan palvelun toimivuus ja sen kehittämiskohdat. Havaintojen avulla voidaan tehdä tarvittaessa korjauksia palveluun ja sen tuottamiseen. (Tuulaniemi 230–231.)

Opinnäytetyön toimeksiantaja yhdessä kolmen yrittäjän kanssa esi-lanseerasivat Makuaarteita Maisemassa -nimisen palvelukonseptin pilotin syyskuussa 2018. Makuaarteita Maisemassa oli opintoretkityyppinen konsepti, jolla toimeksiantajan asiakkaita eli maaseutu- ja maaseutumatkailuyrittäjiä opastettiin kokemuksen avulla itse miettimään ja pohtimaan. Minkälaisia mahdollisuuksia konseptin ruoan ja maiseman yhdistämisellä elämyksellisiksi palvelutuotteiksi olisi heidän omassa yritystoiminnassaan. Konseptin esilanseeraamisen avulla toimeksiantaja myös markkinoi omia palveluitaan osallistujia yrittäjille. Pilottiin osallistuneita yrittäjiä sekä toteuttajia yrittäjiä haastateltiin konseptin onnistumisen, tarpeen ja kehittämisen näkökulmasta.

Kun palvelukonsepti on kehitetty, määritetty sekä kokonaisuudessaan kuvattu, voidaan se lanseerata eli tuoda viimein markkinoille. Palvelun lanseeraamisessa olennaisinta on tehdä sille suunnattu kohderyhmä tietoisesti lanseerauksesta. Uuden matkailupalvelun lanseeraus kannattaa tehdä kohderyhmälleen näkyvästi, kuten

esimerkiksi matkailun internetsivustolla tai matkailumessuilla. (Tuulaniemi 2011, 237–238.) Tätä osaa ei toteutettu tässä opinnäytetyössä, koska opinnäytetyön toimeksiantaja lanseeraa palvelukonseptin vasta myöhemmin. Tämän työn tulokset sekä kehitystoimenpiteet tulevat osaksi varsinaista tulevaisuudessa lanseerattavaa konseptia.

**Arviointi.** Tuulaniemen (2011, 239–243) mukaan arvioimalla varmistetaan palvelun kilpailukyky markkinoilla, sitä pyritään vahvistamaan jatkuvalla kehittämisellä. Kehittämisessä on tärkeää tarkastella koko ajan muuttuvaa markkinaa sekä ihmisten kulutustottumusten muuttumista. Palvelun tulisi vastata myös tulevaisuudessa asiakkaiden tarpeita sekä erottua edukseen kilpailijoista. Helppo arviointi keino on esimerkiksi NPS eli Net Promoter Score, jossa asiakkaalta kysytään suosittelisiko, hän palvelua läheisilleen. Vastausvaihtoehdot ovat asteikolla 0–10, 0 = en suosittelisi, 10 = ehdottomasti suosittelisin. Kohdat 10 ja 9 luetaan suosittelijoiksi eli palvelua arvostaviksi asiakkaiksi. Arviointi osioonkaan tässä työssä ei perehdytty, koska toimeksiantajan puolesta palvelukonseptin loppuunsaattaminen on vielä kesken.

## 5 MAASEUTUMATKAILUYRITTÄJILLE SUUNNATTU OPINTORETKI

### 5.1 Esikyselyn tavoitteet ja toteutus

Esikyselyn runko ja aihepiirit laadittiin yhteistyössä opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa toukokuussa 2018. Kyselyn tavoitteena oli selvittää maaseutumatkailuyrittäjien tietämys, kiinnostus, mahdolliset jo olemassa olevat käytännöt ja tahtotila ruoan ja maiseman yhdistettävyyttä kohtaan. Kysymyksistä laadittiin sekä suljettuja että avoimiakin kysymyksiä. Tyypiltään ne olivat valinta- sekä asteikkotyyppejä. Kyseiset kysymystyypit ovat analysoinnin kannalta helppoja. Lisäksi avoimilla kysymyksillä kannustetaan vastaajia vastaamaan rehellisesti sekä oikeudenmukaisesti heidän omilla mielipiteillään. Esikyselytutkimus laadittiin ja toteutettiin sähköistä Webropol-työkalua apuna käyttäen (liite 1).

Kysely lähetettiin sähköpostitse verkkokyselynä Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten toimesta kesäkuussa. Kohderyhmänä oli ProAgria Etelä-Suomen käyttöön yhteystietonsa antaneet Pirkanmaalla sekä Uudellamaalla toimivat maaseutu- sekä maaseutumatkailuyrittäjät. Kysely lähetettiin myös Suomen maaseutumatkailuyrittäjät ry: n jäsenkirjeen mukana yhdistyksen jäsenille. Sen lisäksi kysely oli nähtävillä heidän internetsivuillaan kesäkuun ajan. Kaikkiaan kyselyn vastaanotti 1 200 maaseutuyrittäjää, joista maaseutumatkailuyrittäjien osuus oli noin 10 %.

Vastausajankohtana oli 11.–25.6.2018. Valitettavasti alkukesästä vastauksia ei kertynyt haluttua määrää, joten kysely lähetettiin kahdesti uusintakerrokselle lisävastauksien toivossa. Toinen pidempi vastausajankohta oli 26.6.–26.7.2018. Kuukauden aikana kysely lähetettiin sähköposteihin kahdesti. Kaikkiaan puolentoista kuukauden aikana vastauksia kertyi vain 16 kappaletta.

Minimitavoitteena oli saada kyselyn avulla 50 vastausta. Kesä- ja heinäkuun aikana vastauksia ei kuitenkaan kertynyt haluttua määrää, vaikka kysely uudelleen lähetettiin kahdesti. Saatujen 16 vastauksen pieni määrä yllätti, koska kysely lähetettiin yli tuhannelle vastaanottajalle sekä sen lisäksi sitä mainostettiin

keskeisellä maaseutumatkailuyrittäjien internetsivustolla. Vaikka vastauksia ei tullutkaan kovin paljoa, avattiin kyselyä yli 50 kertaa. Eli suurempi joukko maaseutumatkailuyrittäjiä on siis nähnyt kyselyn ja sen aihepiirin, vaikka he eivät ole syystä tai toisesta tehneet kyselyä loppuun asti. Toimeksiantajan kanssa käydystä keskustelussa 27.7.2018 tehtiin kuitenkin päätös hyväksyä kyselyn pieni vastausmäärä. Siitä päätettiin tehdä aineistoanalyysi sekä tuloksen yhteenveto.

Saadun aineiston analyysin kohteena oli yksi muuttuja, jonka arvojen jakaumaan kiinnitettiin huomiota. Sen analysoinnin kuvailuun soveltuvat menetelmät ovat esimerkiksi graafinen tarkastelu, keskiluvut ja hajontaluvut. Niillä mitattiin muun muassa muuttujan mielipiteitä, olettamuksia, arvoja, asenteita, tietämistä sekä taustatietoja. Niiden sisällölliset ominaisuudet ovat menetelmän kannalta tärkeitä. Määrällisessä menetelmässä analysointi mielletäänkin yleensä numeraalisuuteen. Kuitenkin tässä survey-tutkimuksessa sanallinen osuus on keskiössä. Kiinnostusta herättävät siis tilastoyksikön ominaisuudet, jotka ilmaistaan sanallisesti. Tämän tutkimuksen analysoinnissa käytettiin havainnollistamisen ja erilaisten tulkintakysymysten apuna graafisia kuvioita sekä taulukoita, kuten Likert-asteikkoa ja yksinkertaisia taulukoita. Niiden tarkoituksena on helpottaa keskeisimmän tiedon hahmottamista. (KvantiMOTV 2016.)

## 5.2 Esikyselyn tulokset

Tässä luvussa käsitellään kyselyn aineiston avulla saavutettuja tuloksia. Ne esitetään kirjallisena kuvailuna sekä osa niistä havainnollistetaan taulukoiden avulla. Vastauksia kyselyyn tuli kaiken kaikkiaan 16. Esitutkimuskyselyn tuloksissa esitellään yksittäin, kunkin kysymyksen tuottamaa tulosta.

**Kysymys 1. Mikä on toimialasi?** Kysymyksellä haluttiin selvittää, millä maaseutumatkailualan käsittävällä toimialalla vastaajat harjoittavat yritystoimintaansa. Kysymyksen avulla ei kuitenkaan saatu tarkkaa tietoa toimialasta, koska vastauksia tuli kaikkiaan 26. Moni vastaaja oli valinnut useamman toimialavaihtoehdon. Asian selittää se, että maaseutumatkailussa on tyypillistä toimia samanaikaisesti usealla toimialan sisäisellä alalla, jotta yrityksestä saadaan mahdollisimman monipuolinen ja kiinnostava.

Vastaajista kuusi ilmoitti toimialansa olevan kotieläintila. Viisi yritystä harjoitti ruokapalveluja. Majoituspalvelu- sekä maatilamatkailutoimintaa harjoitti kumpaakin neljä yritystä. Luonnonlaidunnuksen parissa toimii vastaajista kolme. Ohjelmapalveluiden harjoittajaksi ilmoittautui vain kaksi vastaajaa. Lisäksi kysymyksen muu, mikä vastausmääräksi tuli kaksi. Sen vastaajat harjoittavat kasvinviljelyä. Vastausvaihtoehto green care ei saanut vastauksia.

**Kysymys 2. Missä maakunnassa yrityksesi toimii?** Kysymyksen avulla selvitetiin missä Etelä-Suomen Maa- ja Kotitalousnaisten toiminta alueen maakunnissa tavoitetut maaseutumatkailuyrittäjät harjoittivat yritystoimintaansa. Vastaajista yhdeksän toimii Pirkanmaalla sekä kuusi Uudellamaalla. Lisäksi muualla, missä -kysymykseen saatiin yksi vastaus: Pohjois-Savossa. Vastausvaihtoehtoihin Etelä-Karjala, Kanta- ja Päijät-Häme sekä Kymenlaakso ei tullut vastauksia.

**Kysymys 3. Teetkö yhteistyötä muiden alalla toimivien yritysten kanssa?** Suurin osa eli 13 vastaajaa tekee yhteistyötä muiden alalla toimivien yritysten kanssa. Heistä neljä toimii yhteistyössä yhden yrityksen kanssa ja loput yhdeksän yritystä toimii yhteistyössä useamman eri yrityksen kanssa. Vastaajista kaksi haluaisi tehdä yhteistyötä, mutta ei vielä ole yhteistyössä. Lisäksi yksi vastaajista ilmoitti, ettei tee yhteistyötä, eikä hänellä välttämättä ole siihen halukkuuttakaan.

**Kysymys 4. Mitkä seuraavista ovat mielestäsi ruoan ja maiseman yhdistäviä elämyksellisiä palvelutuotteita?** Monivalintakysymyksen Kaikissa vastausvaihtoehtoisissa oli kuvailtuna ruoan ja maiseman yhdistävä elämyksellinen palvelutuote. Vastaajat eivät kokeneet kaikkia vaihtoehtoja potentiaalisiksi, koska vastauksien määrä joissakin kohdissa jäi hyvin pieneksi. Selkeimmin hahmotettaviksi ruoan ja maiseman yhdistäviksi elämyksellisiksi palvelutuotteiksi nousivat 12:lla vastauksella, ruokaelämyksiä luonnonlaitumella sekä kalastusreissu ja ruoanvalmistus mahdollisesta kalansaaliista. Toiseksi eniten eli kymmenen ääntä sai juhlat pellonlaidalla sekä eräruokailu.

Suosituimmissa vastauksissa nousee selkeästi esille ruoan ja maiseman yhdistyminen jo kirjoitusasusta. Lisäksi omia ideoita ja jo olemassa olevia palvelutuotteita sai kirjata kohtaan muu, mikä? Sieltä esille nousivat savolaiset uuniruoat sekä juhlat juhlatalolla navetan ylisillä. Taulukossa yksi on kuvattuna vastauksien jakauma

kutakin ruoan ja maiseman yhdistävää elämystä kohtaan. Vastauksia tähän kysymykseen tuli kaikkiaan 83, joten jokainen vastaaja on vastannut noin viiteen kohtaan. Taulukon hahmotettavuutta ja vastauksien ideologian saisi paremmin selville, jos vastaus mahdollisuuksia olisi ollut vain yksi.

Taulukko 1. Ruoan ja maiseman yhdistävyyttä kuvaavia palvelutuotteita.

<b>Ruoan ja maiseman yhdistävän elämyksellisen palvelutuotteen kuvaus</b>	<b>Vastauksia</b>
Ruokaelämyksiä luonnonlaitumella	12
Kalastusreissu ja ruoan valmistus saaliista	12
Juhlat pellonlaidalla	10
Eräruokailu	10
Ruokakonsertti pellonlaidalla	9
Eväsretki kansallispuistoon	8
Perunannosto	8
Sieniretki	8
Peltolintukonsertti	4

**Kysymys 5. Mitä hyötyä elämyksellisistä palveluista olisi yrityksellesi?** Vastajailla oli mahdollisuus valita useampi, kuin yksi vastausvaihtoehto. Kaikkiaan vastauksia kertyi 48. Vastausvaihtoehdot on vastaajamäärien mukaisesti havainnollis-

tettuna taulukkoon kaksi. 10:n vastaajan mielestä tärkeimmät hyödyt olisivat yrityksen palvelujen tarjonnan monipuolistuminen sekä mahdollisuus toimia yhteistyössä muiden yrittäjien kanssa. Lisäksi yhdeksän vastaajan mielestä hyöty näkyisi asiakaskunnan kasvuna.

Taulukko 2. Ruoan ja maiseman yhdistävien elämyksellisten palvelutuotteiden kuvitteellisesti tuomat hyödyt vastaajien yrityksiin.

Miten yritys hyötyy?	Vastauksia
Luo yhteistyön mahdollisuuden toimia yhdessä muiden yrittäjien kanssa	10
Monipuolistaa palvelujeni tarjontaa	10
Kasvattaa asiakaskuntaa	9
Lisää jo olemassa olevaa yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa	8
Rahallista	7
Brändillistä etua	4
Muuta, mitä?	0

**Kysymys 6. Näetkö esteitä miksi ruoan ja maiseman yhdistävät elämykselliset palvelutuotteet eivät soveltuisi yrityksesi palveluiden tarjontaan?** Suurimpana soveltuvuuden esteenä vastaajat näkivät ajankäytölliset ongelmat. Yrittäjät pelkäävät, ettei heille jäisi aikaa kehittää uusia palveluja nykyisten töidensä ja jo olemassa olevien palveluidensa lisäksi. Toisena esteenä nähtiin rahalliset haasteet. Palvelujen kehittämiseen, suunnitteluun ja pilotointiin kuluu niin työvoima, kuin rahallisiakin resursseja. Tähän liittyy myös pelko, että uudet elämykselliset palvelut eivät kiinnosta suunniteltua asiakaskuntaa.

**Kysymys 7. Kuinka tärkeitä seuraavat arvot ja asiat ovat sinulle yrityksesi tarjoamia palveluja suunnitellessa?** Vastaajien piti Likert-asteikon avulla miettiä, kuinka tärkeinä he pitivät taulukossa kolme mainittuja arvoja ja asioita suunnitellessaan yritykselleen uusia palveluja. Vastausvaihtoehdot suunniteltiin Tarssasen mallin (kuvio 3) mukaisesti kuvastamaan elämyksen kokemisen elementtejä. Vastaajien mielestä tärkeimmiksi asioiksi kymmenellä ja yhdeksällä vastauksella nousivat asiakaslähtöisyys, paikallisuus sekä lähiruoka. Tarssasen (2009,11) mukaan ne luovat kokijalleen kuvaa moniaistisuudesta, kontrastista sekä aitoudesta. Jaetulle toiselle sijalle sijoittuivat ajantasaiset trendit eli ekologisuus, tarinallisuus ja hyvinvointi. Kolmannelle sijalle nousivat tärkeät elämyksen kokemisen elementit sekä palvelusuunnittelun kulmakivet eli aistittavuus, asiakkaan osallistaminen ja luonnollisuus. Tarssasen (2009,11) mukaan luonnollisuudella ja asiakkaan osallistamisella on suuri merkitys elämyksien kokemisessa yksilöllisyyden, tarinan ja aitouden elementeissä. Tarssasen mallista kannattaakin ottaa oppia elämyksellisiä palveluja suunnitellessa, koska siinä on tarkasti kuvattuna elämyksen syntyminen tasoineen sekä elementteineen.



Taulukko 3. Erialaisten arvojen ja asioiden tärkeysaste uusia palveluja suunniteltaessa.

	1 = ei lainkaan tärkeä				6 = erittäin tärkeä	
	1	2	3	4	5	6
<b>Kuinka tärkeitä seuraavat väittämät ovat sinulle yrityksesi uusia palveluja suunnitellessa?</b>						
Aistittavuus	0	0	0	2	8	6
Asiakaslähtöisyys	0	0	0	2	4	10
Asiakkaan osallistaminen	0	0	2	3	6	5
Ekologisuus	0	1	2	0	9	4
Hyvinvointi	0	0	1	0	9	6
Kulttuuriperinteet	0	1	0	4	10	1
Luonnollisuus	0	0	0	4	5	7
Lähirooka	3	0	1	2	1	9
Paikallisuus	0	0	0	1	6	9
Tarinallisuus	0	1	2	2	3	8

**Kysymys 8. Mitä mieltä olet aiheen ajankohtaisuudesta ja hyödyllisyydestä yritystoimintasi palveluihin nähden?** Ruoan ja maiseman yhdistettävyyttä nähdään hyödyllisenä, kiinnostavana, ajankohtaisena sekä vetovoimaisena vuonna 2018. Vastaajista yhdeksän oli kiinnostunut kehittämään ja kokeilemaan sitä omassa yritystoiminnassaan. Muutamit yrittäjät olivat jo osittain hyödyntäneet aihetta. Vastauksissa ehdotettiin, että koulutusta aiheeseen järjestettäisiin myös mahdollisesti talvisaikaan maaseutumatkailusesongin ulkopuolella. Silloin yrittäjille jäisi

mahdollisesti enemmän aikaa aiheeseen perehtymiseen sekä oman yritystoiminnan kehittämiseen.

### **Kysymykset 9–10. Oletko kiinnostunut osallistumaan Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten järjestämälle Makumaisema -opintoretkelle? Yhteystiedot.**

Yhdeksän vastaajaa oli mahdollisesti kiinnostunut osallistumaan syksyllä 2018 järjestettävälle Makumaisema -opintoretkelle. Myönteisesti vastanneet jättivät myös yhteystietonsa mahdollisia yhteydenottoja varten.

Saatuja vastauksia hyödynnetään osana tämän opinnäytetyön kehitystehtävää sekä Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset käyttävät niitä pohjana suunnitellussaan maaseutumatkailuyrittäjille suunnattua Makumaisema -opintoretkeä. Opintoretken kantava teema on ruoan ja maiseman yhdistäminen elämykselliseksi palvelutuotteeksi. Se järjestetään Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten toimesta Pirkanmaalla sekä Uudellamaalla syyskuussa 2018. Opintoretkellä opitaan ja koetaan, miten ruoan ja maiseman yhdistäviä elämyksellisiä palvelutuotteita voidaan eri ympäristöissä toteuttaa. Opintoretken suunnittelua ja sen toteutusta kuvataan tarkemmin luvuissa 5.3 ja 5.4.

### **5.3 Koulutuspäivän kehittäminen esitutkimustiedon pohjalta**

Aiemmasta suunnitelmasta poiketen maaseutumatkailuyrittäjille suunnattua ruoan ja maiseman yhdistävää opintoretkeä ruvettiin suunnittelemaan ja kehittämään vain Pirkanmaalle. Uudeltamaalta ei valitettavasti vielä vuonna 2018 saatu potentiaalisia maaseutu- taikka maaseutumatkailuyrityksiä, jotka olisivat olleet kiinnostuneita opintoretken toteuttajina toimisesta yhdessä Maa- ja kotitalousnaisten kanssa. Uudellamaalla opintoretkeä pilotoidaan näillä näkymin keväällä 2019. Lisäksi kesän mittaan opintoretken nimi kehittyi paremmin sen teemaa kuvaavaksi. Uusi nimi on Makuaarteita Maisemassa. Se kuvaa kokonaisuudessaan todella hyvin ruoan ja maiseman yhdistettävyyttä elämyksellistä palvelupolkua unohtamatta.

Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset suunnittelivat ja kehittivät Makuaarteita maisemassa -opintoretken Pirkanmaalle yhdessä kolmen teemasta kiinnostuneen yrittäjän kanssa. Kaikki kolme yrittäjää toimivat Pirkanmaalla. Yrittäjät kontaktoitiin

esikyselyn sähköpostituksen yhteyteen liitetyn tiedotteen avulla. Tiedotteella etsittiin teemasta kiinnostuneita ja pilottikokeiluun toteuttajiksi haluavia maaseutu- sekä maaseutumatkailuyrityksiä. Yrittäjät valikoituivat pilottikokeilun toteuttajiksi yhtenäisen sijainnin, yritysten monimuotoisuuden sekä jo orastavan yhteistyön perusteella. Nämä yritykset olivat kasvinviljelytila, matkailutila ja ruokapalveluyritys.

Opintoretken kehittämisen alkuvaiheessa Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten maisema- sekä ruoka- ja yritysasiantuntijat tutustuivat yksilöllisesti kuhunkin yritykseen sekä niiden ympäristöön ja niitä ympäröivään luontoon. Yrittäjien kanssa istuttiin alas ja mietittiin mitkä tiloilla ja paikkakunnalla olevat asiat, erikoisuudet ja vahvuudet soveltuvat ruoan ja maiseman yhdistettävyyteen elämyksellisyyttä unohtamatta. Suunnittelun pohjana käytettiin esitutkimuskyselyn tuloksia ja niiden avulla sekä kyselyn teemalla rakennettiin pohja opintoretkelle ja siellä koettaville asioille. Lisäksi Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten ruoka- ja yritysasiantuntijalla sekä maisema-asiantuntijalla oli omat vahvat näkemyksensä opintoretken suunnittelusta ja sen sisällöllisestä tarpeesta.

Suunnittelun tuloksena syntyi ruokareitti, joka kulkee kasvinviljelytilalta matkailutilalle. Reitillä nautitaan paikallisista sekä maisemaan soveltuvista makunautinnoista kulttuuri- ja ruoantuotantomaisemissa kulkien sekä niitä ihailen. Reitillä nautittava ruoka tuotteistettiin yhdessä ruokapalveluyrittäjän kanssa luonnossa nautittavaksi, raaka-aineiltaan ja olemukseltaan teemaan soveltuvaksi sekä sesongin ja ruokailupaikkojen mukaiseksi. Esimerkiksi vanhassa navetassa lehmien parsipaikalla oli tarkoitus syödä paahdettua uunijuustoa. Ruoan tuotteistuksessa pyrittiin hyödyntämään mahdollisimman paljon toteuttaja yrittäjien omaa tuotantoa sekä muita paikallisia raaka-aineita.

Suunniteltu ruokareitti kuljettiin ja testattiin suunnittelija porukalla läpi ennen varsinaista Makuaarteita Maisemassa -opintoretken toteutusta. Testauskierroksella reitin eri toiminnalliset osat elivät ja muokkautuvat käytännönläheisesti toteutettaviksi. Lisäksi maisemakohteisiin suunniteltiin istumapaikkoja sekä ruoan tarjoiluun tarvittavia tasoja ekologisesti sekä muulla tavoin retken teemaa ajatellen.

Ruokareitin ja koko opintoretken kulusta kirjoitettiin tarkka käsikirjoitus, josta selvisi retken aikataulutukset sekä tapahtumien kulku. Mitä tapahtuu missäkin ja mihin aikaan? Millä tavoin asiat tehdään ja hoidetaan? Kenen toimesta mikäkin asia hoituu? Mitä reitin erikohdissa pitää ottaa huomioon ja miksi? Käsikirjoituksesta tehty kuvio muunnos löytyy kuviosta kuusi.

#### **5.4 Makuaarteita Maisemassa -opintoretki**

Tässä luvussa kerrotaan ja kuvataan opintoretken kulku mahdollisimman tarkasti ja todellisuuden mukaisesti, jotta lukija pääsee sisäistämään mitä opintoretkellä on tehty ja millainen retki on kokonaisuudessaan ollut. Käytännöntoteutuksen kuvaus on myös hyvin tärkeä opinnäytetyön kehittämisosuuden kannalta. Kuvauksen avulla toteutettu retki nähdään kokonaisuudessaan, silloin sen haasteisiin ja ongelmiin pystytään pureutumaan tarkasti. Kuvaus on tärkeä myös tulevaisuuden retkien suunnittelun ja toteutuksien kannalta.

Kappaleiden alta löytyy kuvia kuvatuista tapahtumista, jotta retken hahmotus ja tunnelma välittyisivät paremmin. Kuviossa seitsemän on kuvattu retken palvelupolku ja sen yksittäiset episodit. Kuvaus tehtiin lyhyesti ja ytimekkäästi mahdollisimman selkeän kokonaiskuvan luomiseksi.



Kuvio 7. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken palvelupolun kuvaus.

Linja-autokuljetus kohti Makuaarteita Maisemassa -opintoretkeä ja kasvinviljelytilaa lähti Tampereelta torstai aamuna 20.9.2018 kello 8.30. Reitti kulki useiden taajamien kautta, joista poimittiin osallistujia matkan varrelta kyytiin. Linja-automatkalle ei ollut suunniteltua ohjelmaa, koska kaikki osallistujat eivät saapuneet paikanpäälle järjestetyllä kuljetuksella.

Kello 10.00 opintoretken ohjelma alkoi kasvinviljelytilalla pihapiirin läheisyydessä olevalla pellolla. Pellolla seisoj puna-valkoruudullisella pöytälinalla sonnustettu pöytä päällään kuohuviinilaseja. Pöytälinan värit räiskyivät syksyisessä luonnossa sekä sen helmat leikkittelivät vienosti tuulella. Ihmiset kokoontuivat pöydän ympärille kuuntelemaan tilan väen tervetuloitovotusta sekä lyhyttä esittelyä tilasta. Esittelyn jälkeen nostettiin alkumalja tulevalle retkipäivälle. Alkumalja oli valmistettu teemaan

soveltuvasti raparperista. Kilistelyn jälkeen vuorossa oli osallistujien sekä toteuttajien yhteinen esittelykiertä, jossa kukin paikallaolija esitteli lyhyesti itsensä ja taustansa yhteisöllisyyden sekä alkavan tutustumisen helpottamiseksi.

Pellon ohjelmanumeroiden jälkeen käveltiin pihan poikki kasvimaalle. Matkan varrella tilan emäntä kertoi rakennuksista ja niiden historiasta. Kasvimaalla tutustuttiin parsan, maa-artisokan sekä palsternakan viljelyyn. Varsinkin parsan ja maa-artisokan viljely kiinnosti kovasti osallistujia. Miten juuri näitä erikoisempia kasveja on päädytty viljelemään? Onko viljelyssä haasteita ja erityisesti huomioitavia asioita? Parsan kasvusto muistutti suurta viidakkomaista tiliä ja maa-artisokan kukat olivat häikäisevän kauniita keltaruskeassa värityksessään.

Kasvimaalta kiiruhdettiin peltojen yllä sijaitsevalle aitanmäelle (kuva 1). Siellä oli luvassa tilan omasta maa-artisokasta valmistettua höyryävää keittoa sekä särkisäilykettä paikallisella hapanleivällä. Ruokapalveluyrittäjä kertoi lyhyesti ruoasta ja sen alkuperästä, jonka jälkeen aloitettiin ruokailu. Ruokailun aikana ihailtiin syksyistä maisemaa lammelle, läheiseen metsään sekä pellolle, jossa joutsenet ruokailivat. Nautiskelun jälkeen vuorossa oli kasvinviljelytilan historiikki alkaen 1917-luvulta. Historiikkia kuunneltiin odottavin, riemukkain ja jopa epätodellisin mielin, koska tarinat sijoittuivat osittain lähes päivälleen 100-vuotta sitten tapahtuneisiin asioihin juuri samaisella aitanmäellä. Oli todella uskomatonta ja poikkeavaa kokea ja tuntea vahvasti sama paikka historian havinan kautta.



Kuva 1. Kasvinviljelytilan aitanmäellä.

Aitanmäeltä käveltiin tattaripellon laitaa pitkin pysäyttävän kauniisiin harjumaisemiin (kuva 2). Siellä kasvinviljelytilan emäntä piti esittelyn tattarin viljelystä. Esittelyn jälkeen istuuduttiin mäntyrinteeseen rennosti puupölkkyjen päälle kahvittelemaan. Kahvin kanssa oli tarjolla tilan tattarista valmistettuja tattarিকেksejä sekä palsternakkakakkua, jonka raaka-aineena oli käytetty tilan palsternakkoja sekä paikallisia härkäpapujauhoja.



Kuva 2. Tattaripellon laitaa harjumuodostelman päähän kahville.

Harjumaisemista linja-auto tuli noutamaan opintoretkeläiset ruokareitin toiseen pisteeseen eli matkailutilalle kello 11.30. Reitti kulki harjumuodostelman historiallisten maisemien halki paikallisen kylän kautta matkailutilalle. Linja-autossa matkailutilan emäntä kertoi harjusta sekä paikallisesta kylästä ja sen nähtävyyksistä.

Matkailutilalla opintoretki jatkui noin kello 12.00. Ensimmäisenä tutustuttiin riiheen ja sen entisaikaisiin toimintoihin tilan emännän johdolla. Hän kertoi, kuinka viljan tie kulki pellolta riiheen ja puimakoneesta kiuashuoneeseen eli kuivaukseen. Kiuashuoneesta saattoi haistaa vieläkin paahtuneen viljan tuoksun. Riihen takaosasta avattiin ovet ja ryhdyttiin ruokailemaan valmiiksi katetun pöydän ääreen räsymattopenkeille. Tarjolla oli ruokapalveluyrittäjän oman maan ruusu- sekä lehtikaalia, paikallista härkäpapua ja hiivaleipää. Ruusukaalit olivat uunissa rapeaksi paahdettuja. Härkäpavuista oli valmistettu humus, jota nautittiin paikallisen hiivaleivän päällä. Lisäksi lehtikaalia oli syötävänä sellaisenaan. Ruokailualustana toimi ekologinen ja teeman soveltuva päre (kuva 3). Riihen takaa avautui maisemat alaville pelloille ja järvelle. Päreet otettiin riiheltä mukaan seuraavaa ruokailua varten.



Kuva 3. Tarjottavat riihen takana (Ahro 2018).

Ruokailun jälkeen jatkettiin matkaa tutustumaan tilan vanhanajan pihapiiriin sekä 1700-luvun aittaan. Pihapiiri oli hyvin idyllinen vanhoine punaisine rakennuksineen. Ulkona juoksenteli vapaana kana sekä kukko, jotka soveltuivat pihapiiriin sekä sen henkeen paremmin kuin hyvin. Ne elävöittivät tarinaa omalta osaltaan loistavasti. Aitta oli tyypillinen kaksikerroksinen vanha aitta, mutta erikoisuutena sinne oli aloitettu rakentamaan majoitustiloja elämyksellistä yöpymistä varten. Sieltä matka jatkui kohti järvenrantaa ja näköalapaikkaa.

Näköalapaikalla tilan emäntä kertoi tarinaa paikan tulevaisuudesta hirsihuvilan tulevana paikkana sekä historiikkia paikan menneisyydestä. Mäellä oli suuri kiviröykkiö, joka arkeologisten kaivauksien mukaan kertoo 1500-luvun elämästä ihmisten asuinpaikkana. Kiviröykkiö on myös aivan järven rannassa, joten se oli ollut entisaikaan keskeisellä sijainnilla vesireitin varrella. Opintoretkeläisten oli tarkoitus etsiä pääruoka kiviröykkiön sisuksista ja nauttia siitä kivillä istuen ja järven näköaloja ihailien, mutta voimakkaan tuulen vuoksi jouduttiin suunnitelmasta luopumaan. Ruokailu siirrettiin viereisen mökin sekä rantasaunan pihapiiriin. Ruokapalveluyrittäjä oli loihtinut pääruoaksi entisaikojen ruokaa nykyaikaisella twistillä eli nyhtöpossua BBQ-kastikkeessa, lanttutikkuja ja kuminalla maustettua punaherukkachutneytä. Ruokailu tapahtui päreeltä syöden mökin rapuilla istuen.

Rantasaunalta käveltiin takaisin matkailutilan pihapiiriin, jossa tutustuttiin vanhaan navettaan tilan emännän johdolla. Navetta oli saanut tuntevan muodonmuutoksen



sen tuotantotila ajoista. Nykyisin navetassa oli kahvila, juhlatila sekä taidenäyttelytilat. Kuitenkaan navetan rakenteita ei oltu muutettu eikä suuremmin purettukaan. Emäntä esiteli tiloja ja niiden käyttötarkoituksia. Tilat olivat tunnelmallisia sekä viihdyttäviä, mutta niistä pystyi kuitenkin aistimaan ja kokemaan entisaikaa. Navetassa lehmien vanhoilla parsipaikoilla oli tarkoitus herkutella paahdetulla uunijuustolla jälkiruoaksi. Silloin maidon tuotannon alkuperäinen lähde ja lopullinen tuote olisivat päässeet tavallaan kosketuksiin toistensa kanssa, mutta ajankäytöllisistä syistä ideasta jouduttiin luopumaan. Taidenäyttelyyn tutustumisen jälkeen kierrettiin navetan takaa ylös parvelle, jossa ruokapalveluyrittäjä odotti kahvin ja jälkiruoan kanssa. Navetan parven tunnelmallisessa ympäristössä herkuteltiin paahdetulla uunijuustolla. Jälkiruokakahvien lomassa sai tutustua kasvinviljelytilan sekä muutamien paikallisten yritysten tuotteisiin ja ostaa niitä kotiin viemisiksi. Myynnissä oli muun muassa maa-artistokkaa, palsternakkaa, tattarituotteita, härkäpaputuotteita sekä hapanleipää.

Noin kello 15.00 oli aika kiittää toteuttajayrittäjiä sekä Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisia retken mahdollistamisesta sekä sen toteutuksesta. Hyvästien jälkeen linja-auto lähti matkailutilalta kohti Tamperetta. Paluumatkalla opinnäytetyön tekijä haastatteli osallistujia retken palautekyselyn muodossa, mutta muuta varsinaista ohjelmaa ei ollut.

## **5.5 Asiakas- ja toteuttajahaastatteluiden tavoitteet ja toteutus**

Asiakas- sekä toteuttajahaastattelut suunniteltiin yhteistyössä Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten kanssa syyskuussa 2018. Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien kirjosta retken osallistujapalautteen tutkimustavaksi valittiin puolistrukturoitu haastattelu, joka suoritettiin opintoretken ohjelman päätyttyä linja-autossa. Kuitenkin opintoretken toteuttajien tutkimustavaksi valittiin puhelinhaastattelu maantieteellisen etäisyyden sekä aikataulutuksen ongelmien vuoksi.

Molemmat palautehaastattelu lomakkeet laadittiin ja toteutettiin sähköistä Webropol-työkalua apuna käyttäen. Ne olivat visuaaliselta ilmeeltään samanlaisia, kuin aiemmin tehty esitutkimuskysely. Asiakas- sekä toteuttaja haastattelut suunniteltiin toteutettaviksi suullisesti vuorovaikutustilanteena lomakkeita vain kysymysten luku

lähteenä käyttäen. Suurin syy lomakkeiden laadintaan Webropol-työkalulla oli niiden yhtenäisyys ulkonäöltään esitutkimuslomakkeen kanssa. Opinnäytetyössä huolitellut ja yhdennäköiset kysely-lomakkeet näyttävät ammattimaisilta.

Palautahaastattelujen tavoitteena oli haastatella kaikkia osallistujia sekä toteuttaja yrittäjiä. Niiden avulla haluttiin saada mahdollisimman todellinen kuva osallistujien sekä toteuttajien mielipiteistä ja kokemuksista Makuaarteita Maisemassa -opintoretkeltä. Palautteen avulla haluttiin saada käsitys opintoretken toteutuksen onnistumisesta sekä osallistujien että toteuttajienkin osalta. Palautteen avulla halutaan myös saada kehitettyä Makuaarteita Maisemassa -opintoretki parhaimpaan ja ominaisimpaan muotoonsa tulevaisuutta ajatellen.

Asiakaspalaute kerättiin suullisesti 20.9.2018 heti Makuaarteita Maisemassa -opintoretken ohjelmaosuuden jälkeen. Palautteesta haluttiin mahdollisimman aito, joten se toteutettiin vielä, kun tapahtumat olivat osallistujien tuoreessa muistissa. Jokaista osallistujaa haastateltiin erikseen ja haastattelut äänitettiin osallistujien suostumuksesta. Haastattelut suoritettiin niitä varten räätälöidyn palautekyselylomakkeen (liite 3) avulla. Lomake oli haastattelutilanteessa tutkijan apuna. Kaikille haastateltaville esitettiin palautekyselylomakkeen kysymykset. Keskustelun edetessä osalle haastateltavista esitettiin asiayhteyteen liittyviä lisäkysymyksiä keskustelun teemojen sekä syntyneen vuorovaikutuksen ja luottamussuhteen mukaisesti. Haastattelut kestivät 5–10 minuuttia. Haastattelujen jälkeen osallistujille annettiin jälkimarkkinointiesite, joka kertoi Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaisten tarjoamista ruoka- ja maisema-asiantuntijapalveluista sekä ruoan ja maiseman yhdistettävyyden mahdollisuuksista (liite 5).

Toteuttajapalaute kerättiin retken toteuttajilta puhelimitse tehdyllä haastattelulla. He saivat retkipäivänä palautekyselylomakkeet (liite 4) tutustuttaviksi ja tuoreeltaan pohdittaviksi. Samalla toteuttajien kanssa sovittiin alustavat ajankohdat, jolloin puhelinhaastattelut suoritetaan.

Puhelinhaastattelut toteutettiin tiistaina 25.9.2018 sekä perjantaina 28.9.2018. Haastateltaville esitettiin palautekyselylomakkeen mukaisia kysymyksiä sekä keskustelujen edetessä erilaisia aiheisiin liittyviä lisäkysymyksiä. Haastattelujen aikana haastateltavien vastauksia kirjattiin pääpiirteittäin ylös. Kuulomuistin sekä kirjattujen

muistiinpanojen avulla toteuttajilta saatu palaute kirjoitettiin yhteenvedoksi. Haastattelut kestivät ajallisesti 15–35 minuuttia.

## 5.6 Haastattelujen ja havainnoinnin analysointi

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston runsaus ja ihmislähtöisyys tekevät analyysivaiheesta mielenkiintoisen, mutta haastavan (Hirsijärvi ym. 2007, 225). Tämän tutkimusmenetelmän yleisessä käytännössä analyysivaiheina ovat aineiston keruu ja valmistelu, sen pelkistäminen ja aineistossa toistuvien rakenteiden tunnistaminen ja tulkinta sekä kaikkien näiden vaiheiden kriittinen tarkastelu. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 123). Tässä työssä käytettiin juuri yllämainittuja analyysivaiheita. Työssä suoritetun perinteisen haastattelutavan aineiston analyysiin paneutuminen aloitettiin litteroimalla eli muuttamalla äänitallenteet tekstiksi. Puretut äänitallenteet kokonaisuudessaan muodostivat osallistujahaastatteluiden tutkimusaineiston. (Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen 2010; Ruusuvuori & Nikander 2017.)

Toteuttajille suunnatuissa puhelinhaasteluissa aineisto kerättiin sekä tutkijan kuulo-  
muistin, että muistiinpanojen avulla. Heti yhden puhelinhaastattelun jälkeen kerätty aineisto kirjoitettiin puhtaaksi. Näin välttyttiin tietojen unohtamiselta sekä väärän tiedon tuottamiselta. Puhelinhaastattelun analysointia auttavat puhelinhaastattelusta puuttuvat ilmeiden, eleiden sekä muun julkaisematon asia yhteyteen liittyvä kehonkieli. Sen ansiosta käsiteltäväksi saadaan runsaampi ja rikkaampi tutkimusaineisto, kuin kohtaamishaastatteluissa. (Holt 2010, 275)

Puhelinhaastattelun sekä perinteisen haastattelun tutkimusaineistoja analysoidessa päädyttiin aineistolähtöiseen sisältöanalyysiin. Sen vaiheita ovat aineiston pelkistäminen, ryhmittely ja käsitteellistäminen. Ryhmittelyssä aina yksi aineisto järjesteltiin sen teema-alueittain ja sen jälkeen pelkistettiin. Pelkistämisen perimmäisenä tarkoituksena on selkeyttää ja tiivistää aineistoa. Käsitteellistämisen avulla pyrittiin muodostamaan aineistoon ymmärrettäviä ja niitä yhdistäviä yleiskäsitteitä. Aineistolähtöisessä analyysissä aineistoa muokataan toisien haastatteluaineistojen avulla, kunnes koko kaikkien haastattelujen saannot on käyty läpi. (Ojasalo ym. 2009; Luborsky 1994; Miles & Huberman 1994; Hirsijärvi & Hurme 2008.)

### 5.6.1 Asiakaspalaute

Opintoretkelle osallistuneita haastateltiin suullisesti heti retken ohjelman päätyttyä. Haastattelut toteutettiin yksilö haastatteluina opintoretken paluumatkalla linja-autossa. Tähän lukuun on koottu saadun aineiston analysoinnin avulla tiivistetty ja pelkistetty asiakaspalautetutkimuksen tulos. Se on jäsennelty kysymysten teemojen mukaisesti kappaleittain, jotta tulkinta helpottuu.

**Retken toteutuminen ja yrittäjyhteistyön merkitys.** Makuaarteita Maisemassa -opintoretkelle osallistuneet asiakkaat pitivät retkeä hyödyllisenä, silmiä avaavana kokemuksena, joka ylitti osallistujien ennakko odotukset. Heidän mielestään retken kantava teema eli ruoan ja maiseman yhdistäminen elämykselliseksi palvelutuotteeksi toteutui hyvin ja jopa yllätyksellisesti.

”Retkille kannattaa ja pitää aina osallistua. Niiltä saa uusia ideoita ja loistavia vinkkejä omaan tekemiseen.” (Osallistuja C)

Retkeläisten mielestä Makuaarteita -retkeä toteuttamassa olleiden kolmen eri yrittäjän yhteistyö sujui mainiosti ja kaikki osat loksahivat luontevasti yhteen. Yrittäjien välinen vahva yhteisöllisyys välittyi osallistujille lämpönä ja luontevana läsnäolona. Retken tarkka suunnittelu ja hionta näkyi retken toteutuksessa ja sen kulussa. Yritysyhteistyön välttämätön tarve nousi vahvasti ja silmiä avaavasti esille tällä retkellä.

**Opintoretken eri elementtien arviointi.** Osallistujien piti arvioida retken onnistumista arvosana asteikolla 1–5. Yksi = huono, viisi = erinomainen. Arvioinnin kohteina oli retkellä koetut ruoat, juomat, maisemat, tarinallisuus, elämyksellisyys, aistittavuus, teeman kokonaisvaltainen toteutuminen sekä retken yleinen tunnelma. taulukossa 4. Arvioinnin tuloksena retken arvosanaksi muodostui 4+.

Taulukko 4. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken arviointi arvosanoilla 1–5.

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Ruoka	0	0	2	3	1	6	3,83
Juoma	0	0	0	2	4	6	4,67
Maisemat	0	0	0	2	4	6	4,67
Tarinallisuus	0	0	1	2	3	6	4,33
Elämyksellisyys	0	0	2	2	2	6	4
Aistittavuus	0	0	2	2	2	6	4
Teeman toteutuminen	0	0	0	1	5	6	4,83
Yleinen tunnelma	0	0	0	2	4	6	4,67
Yhteensä	0	0	7	16	25	48	4,38

**Ruoka.** Osallistujien mielestä ruoan tuotteistus oli hyvin ja taidokkaasti toteutettu. Ruokien raaka-aineet olivat peräisin vierailuilta tiloilta tai muilta paikallisten tuottajien tiloilta. Ruokalajit oli mietitty tarkasti syöntipaikkojen ja niihin liittyvien tarinoiden mukaan. Tattaripellon laidalla herkuteltiin tattarista ja härkäpavuista tehdyillä kekeillä. Riihellä nautittiin hiivaleipää sekä tilan ruusukaalia. Peltojen yllä olevalla viljamakasiinilla maisteltiin tilan omasta maa-artisokasta tehtyä keittoa ja katsettiin rehevöityvää vesistöä. Keiton kanssa oli tarjolla särkitahnaa ruisleivällä. Osallistujien mielestä ruoan tuotteistus oli hyvin ja taidokkaasti toteutettu.

Ruokapalvelu oli hyvin yksinkertaistettu ja sen toteutuksessa oli otettu olosuhteet hyvin huomioon. Osallistujien mielestä ruoan makuun ja rakenteisiin olisi voinut kiinnittää enemmän huomiota. Makujen syvyyttä kaivattiin viimeistelemään luonnossa koettava makunautinto. Lisäksi ruoasta, raaka-aineista ja reseptiikasta olisi haluttu kuulla tarkemmin. Nyt ruoasta informoiminen jäi vähälle ja itse ruoan syöminen tuntui olevan pääosassa.

”Ruoka oli hyvää, mutta kiinnittäisin sen maustamiseen ja laadukkuuteen paljon enemmän huomiota. Kuumaksi määritellyn ruoan pitäisi olla, myös tarjottaessa kuumaa.” (Osallistuja E)

**Juoma.** Juoman arvioinnilla haluttiin tietää osallistujien mielipide retken ensimmäisestä makunautinnosta eli raparperialkumaljasta. Osallistujien mielestä alkumalja oli erittäin nautinnollinen ja raikas aloitus makumatkalle maalaismaiseen makumaisemaan.

”Raparperi drinksu oli oikein virkistävä ja makoisa. Sanoisin, että täydellinen aloitus päivälle.” (Osallistuja A)

**Maisemat.** Retkellä koetut maisemat olivat osallistujien mielestä huippuluokkaa. Maisemissa oli vaihtuvuutta ja monimuotoisuutta. Ruoka ja tarinat syvensivät maisemien sanomaa. Osallistajat pitivät maisemien elämyksellisyyden ja aistittavuuden haasteena niiden tavanomaisuuden siihen mitä he itse ovat tottuneet näkemään päivittäin esimerkiksi omalla takapihallaan. Maisemaa pidetään siis niin itsestään selvytenä, ettei siinä nähdä potentiaalia elämyksellisen yritystoiminnan kehittämiseen. Retkellä onneksi tämä asia korjaantui ja osallistajat ymmärsivät myös omien yrityksiensä taustalla olevat maisemat potentiaaliksi.

”Retken maisemat ja ohjelma oli itselle maalaisena tavanomaista, mutta avasi silmiä miten omaa yritystä voisi kaupallistaa.” (Osallistuja D)

**Tarinallisuus.** Tarinallisuutta pidettiin ruoan tavoin tärkeänä ja välttämättömänä osana retkeä. Keskustelun, kertomusten ja tarinoiden jälkeen parhaiten ja elämyspainotteisesti ihmisten mieliin jäi kasvinviljelytilan historiikki lähes päivälleen 100-vuotta sitten. Se todella kosketti osallistujia. Historiikin tapahtumissa kuvatut paikat olivat samoja, joissa retkellä vierailtiin. Tarinaan pystyi siten eläytymään ja aistiin menneiden sukupolvien teot.

”Historiikki oli aivan uskomaton, minulla silmäkulma oikein kostui.” (Osallistuja C)

**Elämyksellisyys ja aistittavuus.** Osallistujien mielestä retken elämyksellisyyden ja aistittavuuden kokemista heikensi heidän taustansa. Koettiin, että nähdyt ja koetut asiat ja elementit olivat jokaiselle itselleen suhteellisen tavanomaisia. Juuri oikealle kohderyhmälle räätälöitynä vastaavanlainen retki saattaa olla todella uutta ja erilaista, joten elämyksellisyys, aistittavuus ja niihin nidotut tarinat luovat aivan erilaisen tuntuman osallistujaan. Tämän pilottiretken osallistajat kokivat mahdolliseksi

kohderyhmäksi kaupunkilaiset sekä ulkomaalaiset, joka ovat kiinnostuneet luonnosta, ruoasta sekä suomalaisista perinteistä.

**Yleinen tunnelma.** Osallistujat kuvailivat retken yleistä tunnelmaa mukavaksi, avoimeksi ja lämpimäksi. He pitivät luontevaa ja rentoa aikataulua avaimeksi oikean tunnelman luomiseen. Retkellä oli hyvin aikaa kysymyksille, keskusteluille sekä verkostoitumiseen yrittäjien, että muiden osallistujien kanssa. Ryhmäkoon vaikutuksesta tunnelmaan ja sen syntyyn tuli myös selkeää palautetta. Osallistujien mielestä noin 10 henkeä oli kivan kokoinen porukka, joka mahdollisti edellä mainitut asiat.

”Meillä oli oikein kiva porukka, juuri ihmiset teki tunnelmasta rennon ja viihtyisän. Tämä määrä oli sopiva, enempi olis ollu liikaa.” (Osallistuja B)

**Osallistumismaksu tulevaisuudessa.** Lisäksi haluttiin saada selville, mitä osallistujat olisivat oikeasti valmiita maksamaan vastaavanlaisesta Makuaarteita -retkestä, jossa 2–3 yrittäjää vetävät retken itsenäisesti osana omaa yritystoimintaansa. Makuaarteita -pilottiretken hinta 38 euroa oli todella edullinen pilotoinnin ja Vihtori Peltonen-Lihasula -säätiön avustuksen ansiosta. Osallistujat olisivat valmiita maksamaan vastaavanlaisesta ruoan ja maiseman yhdistävästä elämyksellisestä palvelukokonaisuudesta keskimäärin 60–80 euroa. Jos saaduista vastauksista lasketaan keskiarvo, saadaan vastaavalle palvelutuotekokonaisuudelle hinnaksi 74 euroa. Hinta kuulostaa äkkiseltään järkevältä ja olisi mahdollisesti realistinen osallistumismaksu yhdeltä ihmiseltä.

”Näin yrittäjän näkökulmasta ajateltuna kannattava osallistumismaksu olisi 80 euroa. Asiakkaan näkökulmasta maksaisin 60 euroa.” (Osallistuja A)

**Mahdollinen teeman hyödyntäminen osallistujien yritystoiminnassa.** Ruoan ja maiseman yhdistettävyyden elämykselliseksi palvelutuotteeksi nähdään kiinnostavana ja potentiaalisena vaihtoehtona yritysten palvelujen kehittämisessä. Retkelle osallistujat ovat valmiita ottamaan ruoan ja maiseman yhdistäviä elementtejä mukaan omaan yritystoimintaansa. Moni yrittäjä oli kiinnostunut palvelujen kehittämisestä yhteistyössä Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisien kanssa. Osalla retkelle osallistuneista yrittäjistä oli jo ruoan ja maiseman yhdistettävyyden joissakin määrin käytössä. Moni olisi valmis kehittämään palveluja enemmänkin, jos he saisivat omalta

paikkakunnalta muitakin kiinnostuneita ja kokeilun haluisia yrittäjiä yhteistyöhön. Muutamia retken räätälöinti ideoitakin syntyi jo. Eräs osallistuja oli kiinnostunut Makuaarteita -retken kehittämistä terveys- ja hyvinvointi painotteiseksi. Myös Suomen sisäisten maakunnallisten erikoisuuksien korostus nousi yhtenä ideana esille. Retkellä tuotaisiin entistä enemmän esille oman maakunnan ruokakulttuuria, ominaisia ja omalaatuisia maisemia, tarinoita, historiaa ja arkkitehtuuria.

”Ei ole ennen tullut mieleen ruoan ja maiseman yhdistettävyyden potentiaali. Yrityksen pihapiirissä on, jos jonkinlaista aiheeseen soveltuvaa mahdollisuutta. Mutta yksin en lähde toteuttamaan, pitäisi kylältä saada joku kaveriksi.” (Osallistuja E)

**Kehitysideat.** Retkellä osallistujien toimesta nousi esille muutamia kehitysideoita ja käytännön järjestelyjä tulevaisuutta ajatellen. Ruokailujen toteutus monissa eri paikoissa nousi suurimmaksi puheen aiheeksi ja osallistujien huoleksi. Ruokapalvelujen toteuttajalla oli todella paljon työtä ja kuljetettavaa. Jääkö ruokapalveluyrittäjä oikeasti voitolle toimiessaan retkellä tässä mittakaavassa? Ruokapalvelu puolen supistamista puoleen pidettiin järkevänä ja kannattavalta myös hinnoittelun suhteen. Sääolojen varalta varustautuminen nousi esille myös todella vahvasti. Miten retki toteutetaan ulkoilmassa, jos taivaalta sataa kaatamalla vettä? Siksi pitäisi tehdä erilaisia suunnitelmia, mitä jos? Esimerkiksi sateelta suojauduttaessa pitää muistaa myös teeman toteutuminen ja retken arvot. Pressu-metallitelttä ei välttämättä ole paras ja huomaamattomin ratkaisu.

”Itteä mietityttää varsinkin ruokapalvelun osuus, jääkö yrittäjälle mitään käteen.”

Kehitysideana nousi myös ammattimaisen oppaan käyttö retken vetäjänä. Opas johdattaisi ryhmää ja kertoisi tarinallisen osuuden, kuitenkin tilallinen kertoisi itse omasta tilastaan. Ammattimainen opas antaisi tarinoille uusia ulottuvuuksia eikä hän lähtisi rönsyilemään tai kertomaan asian sivusta. Lisäksi siirtymämatkat saisi paremmin ja tiiviimmin hyödynnettyä retken teeman käyttöön.

**Asiakaspalautteen yhteenveto.** Makuaarteita Maisemassa -opintoretki oli hyvä ja suunniteltu kokonaisuus, joka ilahdutti ihmisiä ja jopa ylitti heidän odotuksensa. Ruoka ja maisema kulkivat vahvasti täydentäen toisiaan koko retken ajan. Ruoantuotteistusta oli todella mietitty ajankohdan, paikkojen, tarinoiden ja paikkakunnan



mukaiseksi. Retken toteutuksesta löytyy kuitenkin vielä muutamia kehityksen kohteita ja hiottavia asioita.

### 5.6.2 Toteuttajien palaute

Opintoretkelle osallistuneita toteuttajia haastateltiin puhelinhaastattelun avulla noin viikon kuluttua opintoretkestä. Haastatteluissa toteuttajilla oli apunaan opintoretkipäivänä annetut palautehaastattelulomakkeet, johon he olivat saaneet tutustua ja halutessaan täyttää ne valmiiksi. Tähän lukuun on koottu saadun aineiston analysoinnin avulla tiivistetty ja pelkistetty toteuttajapalaute eli puhelimitse suoritettujen tutkimuksen tulos. Se on jäsenelty kysymysten teemojen mukaisesti kappaleittain, jotta tulkinta helpottuu.

**Teeman suunnittelu ja toteuttaminen.** Toteuttajien mielestä retken teema oli aluksi mietittävä ja sisäistettävä ennen varsinaisen suunnittelun alkua. Suunnittelu alkoi omien sekä tilan vahvuuksien kartoituksella. Lisäksi siihen vaikutti suuresti ympäröivän maiseman ehdot. Ruoan suunnittelu pohjautui historiaan, tarinoihin ja saatavilla oleviin paikallisiin raaka-aineisiin. Retken suunnittelu tuntui toteuttajista ajoittain haastavalta, mutta pohjimmiltaan se oli opettavaa ja omaa toimintaa kehittävää.

**Toteuttajana toimimisen sekä yritysyhteistyön merkitys.** Yrittäjät kokivat retken varsinaisen toteutuksen aluksi hämmentävänä ja haastavana. Miten on paras toimia oikein ihmisten edessä? Retken lähdettyä kunnolla käyntiin mietteet ja epävarmuus omasta tekemisestä hellittivät ja yrittäjät rentoituivat. Toteuttajien mielestä yritysyhteistyö muutaman yrittäjän kesken oli loistavaa. Porukka hitsautui hyvin yhteen ja yhteistyö sujui moitteettomasti. Heidän mielestään retken toteutuksessa kaikki palaset loksahivat mainiosti yhteen myös aikataulullisesti. Yhteistyössä toimiminen toi yrittäjille tietynlaista turvallisuuden tunnetta ja helpotusta omaan työskentelyyn, koska kaikkea ei tarvinnut tehdä yksin. Tarvittaessa toiseen yrittäjään pystyi myös turvautumaan ja yhdessä selvittämään mahdollisista ongelmatilanteita. Toteuttajien mielestä yrittäjyhteistyö oli välttämätöntä tällaista kokonaisuutta toteutettaessa. Yrittäjien mukaan yhteistyöstä jäi todella positiivinen kokemus. Heillä on jo suunnit-

teilla ensi vuotta ajatellen vastaavan tyyppinen retki hieman pienemmässä mitta-kaavassa. Voi todeta, että näiden yrittäjien yhteistyö syttyi tällä toteutuksella ja palo yhdessä tekemiseen sekä siihen uskomiseen on kova.

**Opintoretken arviointi.** Toteuttajat arvioivat osallistujien tavoin myös retkeä kokonaisuutena sekä sen eri osa-alueita. Toteuttajien oli vaikea arvioida retken kaikkia osa-alueita, koska kaikki toteuttajat eivät olleet jokaisessa tilanteessa ja tapahtumassa läsnä. Lisäksi omasta toiminnastaan on vaikea saada niin sanottua osallistujan kokemusta. Toteuttajat arvioivat pääasiassa ruokaa, juomaa, maisemia, yleistä tunnelmaa ja teeman toteutumista. Retken arvosanaksi asteikolla 1–5 muodostui neljä miinus (4-).

Ruokaa pidettiin tavanomaisena, mutta retkelle hyvin soveltuvana raaka-aineiden sekä ruokalajien ansiosta. Ruoan heikkoutena nousi esille nopea lämpimän ruoan jäähtyminen tuulisessa säässä, jossa lämpimäksi tarkoitettu ruoka jouduttiin nauttimaan viileänä. Juomaa eli raparperi alkumaljaa pidettiin raikkaan maukkaana sekä ruoan ja maiseman yhdistettävyyteen totella hyvin sopivana. Maisemat olivat kauniita. Historiallinen harjumuodostelma oli aivan huippu luokkaa, mutta paikallisille asukkaille se on arkipäiväisesti koettua maisemaa. Yleinen tunnelma oli toteuttajien mielestä hyvä ja lämminhenkinen. Tuulinen ilma hieman laski tunnelmaa ja osallistujien innostuneisuutta joissakin ruokareitin osissa. Kaiken kaikkiaan retken teema toteutui hyvin ja siten ylitti ennakko odotukset. Toteuttajien mielestä ensi kerraksi retki oli suorastaan loistava.

**Etelä-Suomen Maa- ja Kotitalousnaisten toiminnan arviointi.** Retkellä toteuttajina olleiden yrittäjien mielestä Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten asiantuntijoiden ohjaus ja opastaminen retken suunnittelussa sekä toteutuksessa oli loistavalla tasolla. He eivät nähneet toiminnassa mitään puutteita eikä kehittämisen kohteita. Yrittäjät olivat kaikin puolin tyytyväisiä saamastaan avusta ja koko mahdollisuudesta osallistua pilotoitavalle Makuaarteita Maisemassa -opintoretkelle. Heidän mielestään kokemus oli huikea, rohkaiseva sekä opettavainen.

**Itsearviointi.** Toteuttajat arvioivat omaa toimintaansa hyvin sekä kohtalaisesti onnistuneeksi. Retki onnistui kokonaisuutena yllättävän hyvin, mutta joitakin kehittä-

misen kohteita löytyy vielä. Niihin pitää kiinnittää huomiota, niin retken suunnittelussa ja toteutuksessa, kuin myös yrittäjien omassa toiminnassa. Päälimmäisinä asioina omassa toiminnassa nousi esille epävarmuus ja kokemattomuus, joista pidettiin itsearviointia alentavina tekijöinä. Edellä mainitut asiat eivät näy välttämättä osallistujille, mutta ovat koko ajan todellisia toteuttajille. Lisäksi ennalta suunniteltujen tarinoiden kertomatta jättäminen aikataulun kireyden takia vaikutti alentavasti arviointiin. Ruokareitin siirtymäkohdissa oli vaikea kertoa suunniteltuja asioita kovan tuulen sekä ihmisten eri tahtisen siirtymisen vuoksi. Toteuttajien mielestä omaa toimintaa arvioidaan muutenkin helposti liian kriittisesti sekä pidetään itseä huonona, vaikka todellisuudessa sille ei olisikaan aihetta. Itsearvioinnin arvosanaksi muodostui kolme ja puoli (3 ½).

**Retki antoi yrittäjille.** Yrittäjät saivat retken toteuttajana toimisesta paljon rohkeutta ja uskallusta tulevaisuutta ajatellen. Ilman tällaiseen mahdollisuuteen tarttumista yrityksen tulevaisuus ja palvelujen tarjonta voisi näyttää erilaiselta. Ruoan ja maiseman yhdistettävyydestä sai paljon ideoita kehittämiseen ja teema avasi silmiä näkemään omaa yritystä ympäröivän luonnon kaupallistamisen mahdollisuuksia. Toteuttajat saivat retkeltä uudet yhteistyökumppanit sekä he tutustuivat moniin uusiin ihmisiin ja lähiseudun yrittäjäkollegoihin. Yksi toteuttaja sai retken avulla yritykselleen uuden asiakassuhteen.

**Teeman hyödyntäminen tulevaisuudessa.** Toteuttajat näkevät mahdollisuuden ottaa ruoan ja maiseman yhdistävät elämykselliset palvelutuotteet tai elementtejä niistä osaksi omaa yritystoimintaansa. Samalla yrittäjä porukalla on alustavasti suunnitteilla aiheen käsittävä palvelukokonaisuus ensi kesälle. Joten ainakin ruoan ja maiseman yhdistettävyys menee kaupallistettavan palvelun kokeiluun, näiden yrittäjien yrityksissä. Tulevaisuus näyttää onko se rahallisesti kannattavaa Pirkanmaalla sijaitsevan maalaiskylän mittakaavassa. Osa toteuttajista käyttää tai on jo käyttänyt ruoan ja maiseman yhdistettävyyttä osana omaa yritystoimintaansa.

**Kehitysideat.** Toteuttajille nousi muutamia ideoita retken kehittämiseen liittyen. Retken alun yritys- sekä osallistujaesittelyt venyivät toteuttajien mielestä liian pitkiksi päivän aikataulutusta ajatellen. Ehdotuksena nousi, että retken toteuttaja yrityksistä kerrottaisiin lyhyesti vain olennainen tieto ja paikan päällä yrityksissä tarkemmin. Osallistujat kertoisivat itsestään vain nimen ja paikkakunnan. Esittelyt ovat kuitenkin

tärkeitä keskinäisen tutustumisen ja puheenaiheiden luomisen kannalta. Toiseksi varsinaiseksi kehitysideaksi nousi ruokapalvelujen mahdollinen supistaminen. Retkellä ruokailuja oli yhteensä kuusi, jotka koettiin ruokapalvelujen tuottajan kannalta työläiksi, haastaviksi sekä kalliiksi. Toteuttajat ehdottivat, että ruokailut supistettaisiin kahteen tai kolmeen eri ruokailupisteeseen. Kuitenkin alkuruoka, pääruoka ja jälkiruokakahvit vaikuttaisivat järkeville ja selkeille ruokailuvaihtoehdoilta. Esimerkiksi ensimmäinen ruokailupiste olisi luonnossa ja siellä nautittaisiin alkuruoka. Toinen ruokailupiste voisi olisi esimerkiksi sisätilassa, jossa syötäisiin pääruoka sekä herkuteltaisiin jälkiruoalla ja kahvilla.

Toteuttajien mielestä jo retkeä suunniteltaessa pitäisi varautua Suomen erilaisiin sääilmiöihin. Esimerkiksi vesisateen varalta pitää suunnitella miten, missä ja millä tavoin retken ulkoilmapisteet suoritetaan mahdollisimman huomaamattomasti ja teeman mukaisesti. Retki pitäisi saada toimimaan kelissä kuin kelissä.

Suurimmaksi huoleksi ja kehittämiskohteeksi yrittäjät asettivat retken hinnoittelun, johon pitää todella paneutua. He pelkäävät, ettei retkestä saa kaikin osin kannattavaa, jos osallistumismaksun asettaa osallistujalle suotuisaksi. Sopiva osallistumismaksu osallistujaa ajatellen olisi noin 50 euroa. Yrittäjän näkökulmasta mietittynä osallistumismaksun pitäisi olla yhdeltä osallistujalta noin 90 euroa, jotta retkeä olisi taloudellisesti kannattava järjestää. Retken toteuttajilta kysyttiin myös, mikä olisi heidän mielestään sopiva hinta yhdestä asiakkaasta yhtä yrittäjää kohtaan, jos osallistujien ryhmäkoko olisi 10 henkilöä? Yhden ihmisen maksama hinta yhtä yrittäjää kohtaan olisi toteuttajien mielestä 25–40 euroa. Hinta vaihtelisi yrittäjän työpanoksen mukaan. Toteuttajien palautteesta lasketun keskiarvon mukaan suuntaa antava maksu yhdelle yrittäjälle yhdestä osallistujasta olisi noin 32 euroa.

### **Yhteenveto.**

Toteuttajat kokivat opintoretken suunnittelun haastavana, mutta opettavaisena kokemuksena. Toteutuksessa haasteena oli oman mukavuusalueen ulkopuolelle meneminen, joka hieman mietitytti ja jännitti toteuttajia. Opintoretken kunnolla käynnistettyä toteuttajat rentoutuivat ja toimivat luonnollisesti ja yhteisöllisesti osallistujien kanssa. Toteuttajana toimiminen antoi paljon rohkeutta ja uskallusta tulevaisuutta

ajatellen. Ilman tällaiseen mahdollisuuteen tarttumista yrityksiä tulevaisuus ja palvelujen tarjonta voisi näyttää erilaiselta. Tulevaisuudessa he aikovat yhteistyöllä toteuttaa Makuaarteita Maisemassa -opintoretken tapaisen ruoan ja maiseman yhdistävän kokonaisuuden, jossa Etelä Suomen Maa- ja kotitalousnaiset eivät ole osallisina. Kehitysideoina esille nousi ruokailujen määrän vähentäminen ja aikataulun supistaminen. Ensimmäiseksi kerraksi sekä vielä pilotoinniksi opintoretki oli toteuttajien mielestä suorastaan loistava.

### 5.6.3 Havainnointi

Suoritin kuulo- ja näköaistin avulla tehdyn havainnoinnin Makuaarteita Maisemassa -opintoretkellä 20.9.2018. Seurasin ihmisten ilmeitä, eleitä, olemusta ja reaktioita retken alusta sen loppuun asti. Havainnoinnin perusteella suoritin myös oman arvioni päivän onnistumisesta ja sen mielekkyydestä. Lisäksi esitin kehitysideoita.

Aamulla linja-auton lähtiessä liikkeelle tunnelma oli hieman jännittynyt, mutta odotettava ja toiveikas. Osallistujat keskustelivat vähäisesti toistensa kanssa. Kasvinviljelytilalla ihmiset rentoutuivat päivän aloituksen ja kaikkien välisen esittelykierroksen jälkeen. Osallistujat seurasivat tarkoin ohjelmaa ja esittivät aktiivisesti kiinnostuneita kysymyksiä. Ensimmäisen ruokailun jälkeen tunnelma rentoutui entisestään orastavan tutustumisen myötä. Osallistujat alkoivat keskustella ahkerasti keskenään sekä toteuttajien kanssa. Vapautuneempi keskustelu ja yhteiset kiinnostuksen kohteet ihmisten välillä rikkoi ryhmän pienempiin osiin, jolloin kaikki eivät enää liikkuneet yhdessä. Jakautuminen hankaloitti ohjelman kulkua, koska kaikki eivät olleet samaan aikaan ohjelmapisteissä. Sen vuoksi osalta jäi joitakin ohjelma- ja esittelyosuuksia kuulematta.

Kahden ensimmäisen tunnin jälkeen siirryttiin matkailutilalle. Siellä ihmiset vaikuttivat hieman jo väsyneiltä, nälkäisiltä sekä kyllästyneiltä. Riihen esittelyn aikana osa ihmisistä nojaili seiniin ja haukotteli. Seuraavan ruokailun jälkeen ihmisten aktiivisuus ja vireystila koheni huomattavasti. Jälleen alkoi kuulua puheensorinaa, aktiivisia kysymyksiä sekä hymyn virneitä ihmisten kasvoilla. Siihen mahdollisesti auttoi ruokailu ja ulkoilman raikas tuuli.

Matkailutilan pihapiirissa ihmiset silmin nähden ilahtuivat ja ihastelivat nähdessään vapaana juoksevan kanan sekä kukon. Ne sopivat täydellisesti koettuun miljööseen. Näköalapaikan ohjelmanumeron aikana oli aistittavissa kiinnostuksen herpaantumista, todella kovan puuskittaisen tuulen vuoksi. Tuuli haittasi pahoin käynnissä olleen esittelyn kuulemista sekä se kylmetti ihmisiä. Kylmän tuulikylvyn jälkeen ihmisiä ilahdutti ja lämmitti lämmin pääruoka. Ruokailun jälkeen yleistunnelma jälleen koheni.

Pääruoan jälkeen oli kuitenkin aistittavissa, etteivät ihmiset enää vastaanottaneet uutta ohjelmaa ja esittelyjä aktiivisesti. Nähtävissä oli väsymystä ja kiinnostuksen herpaantumista. Syynä tähän saattoi olla käsikirjoitukseen kuulumaton ajoittain pahakin rönsyily. Jälkiruoan jälkeen ihmisistä huokui kuitenkin tyytyväisyys ja toisaalta myös helpottuneisuus, koska seuraavana oli vuorossa kotiin lähtö.

Mielestäni päivä onnistui pääpiirteittäin hyvin. Havainnoinnin perusteella ihmisten kiinnostuksen ylläpitämiseen ja heidän aktivointiinsa pitää kiinnittää enemmän huomiota. Lukuisat ruokapisteet mielestäni kadottivat osittain retken yllätyksellisyyden. Ohjelmaosuuden jälkeen oli helppo arvata, että seuraavaksi syödään. Ruokalajit eivät kuitenkaan olleet ennalta arvattavissa, vaikka ne olikin suunniteltu tarkoin koettujen paikkojen ja tarinoiden mukaisesti. Ennalta sovitun käsikirjoituksen poikkeamat ja rönsyily silminnähdyn pitkästyttivät ihmisiä. Kiinnostettavuuden ja aktiivisuuden lisäämiseksi lyhentäisin retkellä olo aikaa vähentämällä ruokailujen määrää. Lisäksi mielestäni ihmiset pitäisi saada osallistettua retken toimintaan paremmin mukaan. Osallistamisen ansiosta koettava mielekkyys, kokemuksellisuus sekä elämyksellisyys saattaisivat lisääntyä.

## 6 PILOTOIDUN PALVELUKONSEPTIN MUOKKAAMINEN

### 6.1 Suunnittelu

Palvelukonseptia suunniteltaessa on otettava huomioon kenelle, miten ja miksi palvelua tarjotaan. Suunnittelun pohjana käytettiin palvelumuotoilun sekä elämyskolmiomallin teorian peruseriaatteita. Palvelumuotoilulla kehitetään uusia palveluja tai muotoillaan jo olemassa olevista palveluista entistä parempia vastaamaan asiakkaiden tarpeita (Manninen & Ugas 2012, 6.) Tarssanen (2009, 11) korostaa, että elämyskolmiomalli havainnollistaa elämyksen rakentumisen sekä sen monitasoisuuden. Kun kyseessä on ruoan ja maiseman yhdistävä elämyksellinen palvelu, tulee konsepti suunnitella moniaistisesti houkuttelevaksi sekä maistuvaksi. Esimerkiksi ruokailut tulee sijoittaa palvelupolkuun niille ominaisille ja jopa yllätyksellisille paikoille. Erityisesti ruokalajien suunnittelu maiseman ja paikan ominaisuuksien perusteella lisää mielekkyyttä ja aistikkuutta palvelun kokemiseen ja siitä syntyvään kontrastiin. (Pitkäkoski 2015.)

Palvelukonseptin muokkaamisen lähtökohtana oli täydentää ja parannella toimeksiantajan suunnittelemaa Makuaarteita Maisemassa -opintoretken palvelumallia. Sen muokkaamisessa otettiin vahvasti huomioon tässä työssä suoritettut pilotoidun opintoretken palautehaastattelut sekä siellä suoritettu havainnointi. Palautteiden ja havainnoinnin avulla saatiin esille selviä ongelmakohtia sekä kehitystarpeita. Lisäksi palvelumallin parantelusta ja muutoskohdista käytiin keskustelua toimeksiantajan kanssa opintoretken pilotoinnin jälkeen syyskuussa 2018. Esimerkiksi ruokailujen määrä koettiin mielekkyydeltään, kannattavuudeltaan sekä aikataulullisestikin haasteellisena. Myös tarjotun ruoan maukkauteen ja laatuun toivottiin parannusta. Ohjelmaosuuksien esittelyt, opastukset ja tarinat tuntuivat osakseen pitkiltä ja tylsistytäviltä. Muun muassa näihin huomioihin pyrittiin puuttumaan palvelukonseptin muokkaamisella.

## 6.2 Toteutus

Palvelukonseptin muokkaamisessa kiinnitettiin huomiota siihen, miten palvelukokonaisuudesta saadaan entistä viihtyisämpi sekä käytännöllisempi. Muokkauksia tehtiin sekä asiakkaan että palveluntuottajan näkökulmasta. Yritysten näkökulmasta tavoitteena oli selkeyden sekä kannattavuuden lisääminen. Asiakkaan näkökulmasta pyrittiin aikataulullisesti viihtyisämpään palvelukokonaisuuteen.

Päivän aloitus ja lopetus ovat tutkitusti hyvin tärkeitä palvelun osia. Ne vaikuttavat osaltaan paljon syntyvään muistijälkeen sekä asiakaskokemukseen. Palveluntuottajan on siksi varmistettava, että erityisesti nämä tilanteet onnistuvat ja niihin panostetaan kunnolla. Näissä kohdissa vieraanvaraisuuteen liittyvä asiakkaan huolellinen huomioiminen konkretisoituu. Makuaarteita Maisemassa -opintoretkellä toteutettu päivän aloitus tervetuloivotuksella alkumaljaa nostaen sekä yhteisellä esittäytymiskierroksella aloittaen oli hyvä ja mieleenpainuva kokemus. Yhteisen päivän lopussa asiakkaalle voi antaa esimerkiksi pienen teemaa kuvaavan lahjan muistoksi. Lahjat ovat yleensä hyvä ja jokseenkin yllätyksellinen tapa vaikuttaa asiakaskokemukseen sekä siitä syntyvään muistijälkeen.

Makuaarteita Maisemassa -opintoretken konseptiin nähden uutta konseptia supistettiin. Sen ruokailujen määrä karsittiin viidestä ruokailusta vain kolmeen ruokailuun. Tulevaisuudessa nautitaan kolme ruokalajia eli alkuruoka, pääruoka ja jälkiruoka. Ruokailujen karsiminen helpottaa ruokapalveluyrittäjän työtä. Lisäksi päätettiin, että uudessa konseptissa ruokapalveluyrittäjä suunnittelee, valmistaa ja kuljettaa ruoan tilalle, mutta hän ei osallistu lukuisiin ruoan kuljetuksiin ja tarjoiluihin päivän aikana. Näin saadaan konseptista myös aikataulullisesti noin kaksi tuntia lyhempi, mikä takaa asiakkaiden paremman viihtyvyyden sekä kiinnostuksen ylläpitämisen. Lisäksi ruokapalveluyrittäjän työmäärä vähenee huomattavasti, jolloin kustannukset ovat maltillisempia ja hinnoittelu kannattavampaa. Lisäksi ruokapalveluyrittäjälle jää enemmän aikaa ruoanvalmistukseen, sen maustamiseen, asetteluun ja koristeluun. Näihin asioihin toivottiin erityisesti parannusta, jotta luonnossa nautittava ruoka olisi entistä herkullisempaa.



Tilalla tapahtuvan ruoankuljetuksen hoitaa jatkossa tilallinen. Hän myös tarjoilee ja kertoo ruoasta asiakkailleen. Ruokaohjelma soveltuu tilalliselle hyvin, koska hän muutenkin ohjelmoi, opastaa, tarinoi, esittelee ja keskustelee asiakkaiden kanssa. Lisäksi ruokailuihin saadaan näin yllätyksellisyyttä, koska asiakkaat eivät ole nähneet ruokapalveluyrittäjää. Eivätkä he ole varmoja siitä, missä, miten tai kuka ruoan valmistaa. Asiakkaat vain tietävät, että päivään kuuluu ruokailuja.

Uudessa konseptissa kiinnitetään myös enemmän huomiota päivän meno- sekä paluukuljetuksiin, jos kuljetus kuuluu osaksi päivän osallistumismaksua. Menokuljetuksessa on hyvä toteuttaa päivän teemaan liittyvää tai sitä alustavaa ohjelmaa, joka herättäisi asiakkaan kiinnostuksen heti alusta alkaen. Paluukuljetukselle on myös hyvä liittää ohjelmaa. Esimerkiksi päivän kulun arviointi tai asiakastyytyväisyyskysely olisi hyvä tehdä heti tuoreeltaan, kun asiat ovat vielä asiakkaiden mielessä ja tuoreessa muistissa. Muiden kuljetuksien tavoin myös siirtymämatkat linja-autossa tilalta toiselle (jos kuuluvat konseptiin) kannattaa hyödyntää osaksi päivän ohjelmaa.

Palvelukonseptin konkreettista muokkaamista käsitellään tarkemmin tämän luvun alaluvuissa 6.2.1–6.2.3. Niissä on tarkasti kuvattuna tehdyt muutokset taulukoiden sekä tekstin avulla. Muutoksien kuvaukset tehtiin asiakkaan palvelupolusta, asiakkaalle näkyvästä palveluntoteuttajan toiminnasta sekä asiakkaalle näkymättömästä palveluntoteuttajan toiminnasta. Kuvauksien kautta tehdyt muutokset ja niiden tarkoitus tulevat entistä paremmin esille.

Parannellun palvelukonseptin kokonaisuus kuvattiin yhtenäiseen muotoonsa Blueprint-mallin avulla. Blueprint-kuvauksessa yhteen taulukkokokonaisuuteen on liitetty asiakkaan palvelupolku eli asiakkaan kokemat ja aistimat asiat, asiakkaalle näkyvä palveluntoteuttajan toiminta sekä asiakkaalle näkymätön palveluntoteuttajan toiminta. Asiakkaan ja palveluntoteuttajan polkujen välillä kulkee vuorovaikutusjana, joka kuvaa heidän välillään olevaa vuorovaikutussuhdetta. Yllämainittujen sektorien lisäksi Blueprint-mallissa on hinnanarviointi- ja kustannuslaskentasarakkeet. Hinnanarviointisarake liitettiin kuvion ylälaitaan helpottamaan kontaktipiste kohtaista hinnoittelua. Sarakkeessa on jokaisen kontaktipisteen kohdalla tilaa kolmelle hinta-arviolle. Kuvion alalaitaan taas sijoitettiin kustannuslaskentasarake, johon kirjataan kustakin episodista syntyvä kustannus. Sen avulla saadaan helposti selville mistä

palvelun kustannukset syntyvät ja miten palvelu pitää hinnoitella. Muokatun palvelukonseptin kuvaus tehtiin personoimattomaksi ja hyvin yleiseksi tulevaisuuden helppokäyttöisyyttä ja sen ymmärrettävyyttä ajatellen. Sen Blueprint-kuvaus löytyy liitteestä seitsemän. Myös Makuaarteita Maisemassa -opintoretkestä tehtiin vastaavanlainen kuvaus, jotta muokkauksia voidaan tarkastella kokonaisuudessaan paremmin (liite 6). Sen Blueprint-mallista jätettiin hinnanarviointi- ja kustannuslaskentasarakkeet pois retkeen saadun rahallisen avustuksen vuoksi.

### **6.2.1 Muutokset asiakkaan palvelupolkuun**

Tässä alaluvussa kuvataan muutoksia, jotka koskevat asiakkaan kulkemaa palvelupolkua sekä sen yksittäisiä kontaktipisteitä eli episodeja. Muutokset on kirjallisen kuvauksen lisäksi esitetty yksinkertaisella taulukolla (taulukko 5). Siinä asiakkaan polkua kuvataan aikataulun, koettujen asioiden sekä tehtyjen muutoksien avulla. Muutoksia tehtiin asiakkaan koko palvelupolkuun. Niillä pyrittiin luomaan palvelukonseptista entistä parempi ja asiakaslähtöisempi. Tärkeimpinä muutoskohtina olivat asiakastyytyväisyyden lisääminen, aikataulun supistaminen sekä kannattavuuden parantaminen.

Uudessa konseptissa osallistumismaksun voisi suorittaa jo mahdollisesti ennen palvelua, ettei palvelun jälkeen pitäisi enää miettiä maksua, vaan asiakas voisi keskittyä palvelun hyviin ja vaikuttaviin muistoihin. Asiakastyytyväisyyden sekä aikataulun supistamisen vuoksi ruokailuosuuksien yhteydestä poistettiin ohjelmaosuudet, jotka eivät liity ruokaan tai ruoanvalmistukseen. Näin ruokailuista saatiin selkeämmät ja aistikkaammat. Lisäksi tämän muutoksen avulla itse ruokailuun ja ruuasta nauttimiseen jää enemmän aikaa. Alkuruoan jälkeen nautittava välikahvi poistettiin konseptista. Välikahvin poistaminen supistaa aikataulua sekä vähentää ruokapalveluyrittäjän työmäärää. Myös siirtyminen toiseen kohteeseen voidaan räätälöinnin perusteella, joko poistaa tai jättää osaksi palvelukokonaisuutta. Siirtymisen pois jättäminen loisi palvelusta yhtenäisemmän ja selkeämmin sisäistettävän kokonaisuuden. Konseptista poistetaan väliruokailu sekä sen jälkeinen ohjelmaosuus. Näiden muutoksien avulla päivän aikataulua saadaan huomattavasti supistettua. Aikataulun su-

pistaminen vaikuttaa huomattavasti osallistujien vireytykseen sekä heidän aktiivisuuteensa. Jälkiruoan nauttimisen yhteydestä poistetaan asiakkaalle myytävät tuotteet, koska asiakkaat eivät ole varautuneet käyttämään rahaa valmiissa palvelussa. Tämä muutos tehdään siis rahallisen kannattamattomuuden sekä aikataulun supistamisen vuoksi.

Konseptiin lisätään asiakasta osallistavaa ohjelmaa esimerkiksi ennen pääruoan nauttimista. Osallistava ohjelma voisi silloin olla esimerkiksi, jonkin pääruoan komponentin valmistus. Konkreettisella tekemisellä nostetaan osallistujan aktiivisuutta, toteuttajan ja asiakkaan välistä vuorovaikutussuhdetta sekä estetään asiakasta tylsistymästä. Konseptiin lisätään asiakkaalle annettava lahja. Viimeinen konkreettinen kohtaaminen palveluntuottajan ja asiakkaan välillä on tärkeä. Yllätyslahja tuottaa mielihyvää ja mahdollisesti syventää asiakkaalle muodostuvaa positiivista mielikuvaa sekä syntyvää muistijälkeä. Jos osallistumismaksuun kuuluu kuljetus, paluumatkalle järjestetään palvelunarviointi, joko kirjallisesti tai suullisesti. Asiakaskokemuksen tulkinta sekä sen tyytyväisyys ovat hyvin tärkeitä palvelun kehittämisen kannalta. Lisäksi konseptiin lisätään jälkimarkkinoinnin lähettäminen asiakkaalle. Näin asiakas otetaan huomioon myös palvelun jälkeen.

Taulukko 5. Asiakkaan polku palvelukonseptissa.

<b>Asiakkaan polku palvelukonseptissa</b>		
<b>Aikataulu</b>	<b>Asiakkaan näkemät ja kokemat asiat</b>	<b>Muutokset</b>
Ennen palvelua	Asiakas kiinnostuu ja ilmoittautuu mukaan. (osallistumismaksu)	(Osallistumismaksun suorittaminen jo ennen palvelua)
Mahdollinen kuljetus	Asiakas osallistuu kuljetukseen, jos se kuuluu päivän ohjelmaan ja osallistumismaksuun.	Kuljetuksessa järjestetään päivään liittyvää ohjelmaa.
klo 10.00	Asiakas saapuu tilalle. Hän osallistuu päivänavukseen ja nauttii alkumaljasta. Hän esittelee itsensä ja tutustuu muihin yhteisellä esittäytymiskierroksella.	
klo 10.20	Asiakas osallistuu ohjelmaan. Hän oppii uutta kuuntelemisen ja tarkentavien kysymyksien avulla.	

klo 10.35	Asiakas nauttii herkullisesta alkuruo- asta luonnossa syöden.	Ruokaillessa keskitytään ruoan alku- perään, raaka-aineisiin ja nautitaan siitä. Tarinan kerronta ja muut ohjel- maosuudet jätetään erilleen, jos ne eivät liity ruokaan tai itse ruokailuun.
klo 10.55	Asiakas osallistuu ohjelmaan.	Välikahvit jätetään pois konseptista aikataulun, ruokapalveluyrittäjän työ- määrän sekä osallistumismaksun hinnoittelun pienentämiseksi.
klo 11.05	Mahdollinen siirtyminen toiseen koh- teeseen.	Mahdolliseen siirtymiseen kuluva aika hyödynnetään ohjelmalla.
klo 11.15	Saapuminen toiseen kohteeseen (jos siirtyminen).  Asiakas osallistuu osallistavaan oh- jelmaan esimerkiksi pääruoan val- mistukseen.	Väliruoka ja yksi ohjelmanumero jäte- tään pois.  Ohjelmaosuus muutetaan asiakasta osallistavaksi ohjelmaksi.
klo 11.35	Asiakas nauttii pääruoasta.	Ruokaillessa keskitytään ruoan alku- perään, raaka-aineisiin ja nautitaan siitä. Ruokailun yhteyteen ei liitetä yli- määräistä ohjelmaa.
klo 11.55	Asiakas osallistuu ohjelmaan.	
klo 12.10	Asiakas herkuttelee jälkiruoalla.	Jätetään asiakkaille myytävät tuotteet pois konseptista.
klo 12.25	Asiakas kiittää ja saa yllätyslahjan kotiin viemisiksi.	Konseptiin lisätään asiakkaalle an- nettava lahja.
klo 12.30  Palvelun kesto 2,5 tuntia	Asiakas lähtee paluumatkalle.	Jos osallistumismaksuun kuuluu kul- jetus, paluumatkalle järjestetään pal- velunarviointi, joko kirjallisesti tai suullisesti.
Palvelun jälkeen	Asiakas maksaa laskulla osallistu- mismaksun ja saa jälkimarkkinointia	Osallistumismaksun suorittaminen laskulla sekä jälkimarkkinoinnin lä- hettäminen asiakkaalle.

## 6.2.2 Muutokset palveluntoteuttajan palvelupolkuun

Tässä alaluvussa käsitellään muutoksia, jotka koskevat asiakkaalle näkyviä palve-  
luntoteuttajan toimia koko palveluntoteutuksessa. Muutokset on kirjallisen kuvauk-

sen lisäksi esitetty taulukossa kuusi. Siinä palveluntoteuttajan polkua kuvataan aikataulun, toteuttajan työtehtävien sekä tehtyjen muutoksien avulla. Muutokset vaikuttavat palveluntoteuttajan toimintaan koko palvelun elinkaaren ajan. Muutoksien avulla palvelukonseptista luotiin entistä kannattavampi ja asiakaslähtöisempi. Tärkeimpinä muutos kohtina olivat asiakastyytyvyyden lisääminen, aikataulun supistaminen sekä rahallisen kannattavuuden lisääminen.

Palvelun toteuttajan pitää itse suunnitella markkinointimateriaali ja markkinoida palvelua saadakseen asiakkaat kiinnostumaan siitä. Aiemmassa konseptissa Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset suunnittelivat markkinoinnin toteuttajien puolesta. Myös aiemmasta konseptista poiketen uuteen konseptiin liitetään palvelun teeman mukaista ohjelmaa jo menokuljetukseen. Ohjelma auttaa asiakkaiden kiinnostuksen herättämisessä sekä se aktivoi heitä. Muokkauksien jälkeen toteuttajan tehtäviin kuuluu myös ruoasta kertominen sekä mahdollinen ruoan tarjoilu. Aiemmin kaikki ruokaan ja ruokailuun liittyvät asiat olivat ruokapalveluyrittäjän vastuulla. Ruoasta kertominen sekä sen tarjoilu toteuttajan toimintana selkeyttää päivän ohjelmaa sekä se samalla vähentää huomattavasti ruokapalveluyrittäjän työtä. Välikahvit, -ruoka ja yksi toteuttajan ohjelmanumero jätetään pois. Aikataulu tiivistyy ja asiakkaiden keskittyminen säilyy. Toteuttaja järjestää asiakkaita osallistavaa ohjelmaa. Osallistaminen lisää mielekkyyttä sekä sen avulla luodaan asiakkaalle muistoja ja parannetaan keskinäistä vuorovaikutussuhdetta. Uudessa konseptissa toteuttajat antavat asiakkaille yllätyslahjat päivän loppuksi. Jos paluukuljetus kuuluu päivän ohjelmaan, siellä matkanjohtajana toimiva henkilö järjestää palautekyselyn suullisesti tai kirjallisesti. Asiakkaiden kokemus, mietteet ja kehitysideoita antavat uutta suuntaa palvelun kehittämistä varten. Toteuttajayrittäjät lähettävät asiakkaille laskut, jos osallistumismaksua ei ole maksettu etukäteen. Myös jälkimarkkinointiesite lähetetään palvelun jälkeisenä huomiointina asiakkaalle.

Taulukko 6. palveluntoteuttajan polku palvelukonseptissa.

<b>Palveluntoteuttajan polku palvelukonseptissa</b>		
<b>Aikataulu</b>	<b>Asiakkaalle näkyvä palveluntoteuttajan toiminta</b>	<b>Muutokset</b>
Ennen palvelua	Palvelua markkinoidaan.	Toteuttajan pitää itse markkinoida palvelua.
Mahdollinen kuljetus	Matkanjohtaja tervehtii asiakkaita ja järjestää teemaan soveltuvaa ohjelmaa tai alustaa päivän ohjelmaa.	Lisätään mahdolliseen kuljetukseen teeman mukaista tai siihen soveltuvaa ohjelmaa kiinnostuksen herättämiseksi.
klo 10.00	Toteuttajien päivänavaus  Esittäytyminen ja esittäytymiskierroksen vetäminen.	Aikataulusta kiinni pitäminen ja rön-syilyn estäminen
klo 10.20	Toteuttajan ohjelmaa, esittelyä.	
klo 10.35	Alkuruoosta kertominen ja mahdollinen tarjoaminen.	Toteuttaja kertoo ruoasta ja hoitaa sen tarjoilun ruokapalveluyrittäjän sijasta.
klo 10.55	Toteuttajan ohjelmaa.	Välikahvit jätetään pois. Aikataulu supistuu.
klo 11.05	Mahdollinen siirtyminen toiseen kohteeseen. Toteuttajan opastusta ja ohjelmaa.	Mahdolliseen siirtymiseen kuluva aika hyödynnetään ohjelmalla. Ei rön-syilyä.
klo 11.15	Saapuminen toiseen kohteeseen. Toteuttaja järjestää asiakkaita osallistavaa ohjelmaa.	Jätetään väliruoka ja yksi toteuttajan ohjelmanumero pois.  Järjestetään asiakasta osallistavaa ohjelmaa.
klo 11.35	Toteuttaja kertoo pääruoasta ja mahdollisesti tarjoaa sitä asiakkaille.	Toteuttaja kertoo ruoasta ja hoitaa sen tarjoilun ruokapalveluyrittäjän sijasta.
klo 11.55	Toteuttajan ohjelmaa ja esittelyä.	Vältetään rön-syilyä.
klo 12.10	Toteuttaja kertoo jälkiruoasta ja tarjoilee sitä asiakkaille.	Ruokapalveluyrittäjän sijaan toteuttaja hoitaa jälkiruoan tarjoilun ja siitä kertomisen.
klo 12.25	Toteuttaja(t) kiittävät asiakkaita ja antavat heille yllätyslahjat muistoksi päivästä.	Asiakkaalle annetaan lahjat päivän loppuksi.

klo 12.30 Palvelun kesto 2,5 tuntia	Mahdollinen paluukuljetus. Matkanjohtaja kerää asiakkailta palautteet päivästä, joko suullisesti tai kirjallisesti.	Jos paluukuljetus kuuluu päivän ohjelmaan, siellä jäljestetään palautekysely suullisesti tai kirjallisesti.
Palvelun jälkeen	Toteuttaja(t) lähettävät laskun ja jälkimarkkinointiesitteen.	Toteuttajayrittäjät tekevät laskut ja suunnittelevat jälkimarkkinoinnin.

### 6.2.3 Muutokset asiakkaalle näkymättömässä prosessissa

Tässä alaluvussa kuvataan muutoksia, jotka syntyivät palvelukonseptin muokkauksen seurauksena asiakkaalle näkymättömään palveluntoteuttajan toimintaan. Palveluntoteuttajan asiakkaille näkymätön toiminta supistui muokkauksien seurauksena reilusti. Muokkaukset vaikuttivat toteuttajien osalta suuresti rahallisen kannattavuuden lisääntymiseen sekä toteuttajien välisen työmäärän tasaantumiseen.

Uudessa konseptissa tilallinen toteuttaja hoitaa päivän aikana tapahtuvat ruokien kuljetukset sekä niiden esillepanon ruokapalveluyrittäjän sijaan. Tämän muutoksen ansiosta ruokapalveluyrittäjän työmäärä vähenee huomattavasti. Työmäärän väheneminen vaikuttaa palvelun rahallisen kannattavuuden paranemiseen. Välikahvin sekä väliruoan poistaminen uudesta konseptista vähentää ruokapalveluyrittäjän työtä sekä supistaa palvelun aikataulua. Jos palveluun kuuluu siirtyminen kohteesta toiseen, kuljetaan ruoat osallistujien tavoin linja-autossa paikan päälle. Tilallinen toteuttaja siirtää ruoat toisessa kohteessa paikoilleen sekä laittaa ne esille.

Jotta viimeisestä asiakaskohtaamisesta tulee asiakkaalle mieleenpainuva, toteuttajat antavat heille yllätyslahjat kiitokseksi palveluun osallistumisesta. Lahjalla pyritään jättämään asiakkaalle viimeinen ja mahdollisimman positiivinen kokemus palvelusta. Lahjojen suunnittelun ja toteutuksen lisäksi palveluntoteuttajien toimintaan uudessa konseptissa kuuluu laskujen tekeminen, jos osallistumismaksua ei makseta jo ennen palvelua. Lisäksi toteuttajien tulee suunnitella asiakkaille kiinnostavat jälkimarkkinointiesitteet palvelun jälkeistä huomiointia varten. Palvelukonseptin kaikki muokkaukset ovat havainnollistettuna taulukossa seitsemän. Ne ovat kuvattuna aikataulu, toiminta ja muutos -sarakkeissa.

Taulukko 7. Näkymätön palveluntoteuttajan polku palvelukonseptissa.

<b>Näkymätön palveluntoteuttajan polku palvelukonseptissa</b>		
<b>Aikataulu</b>	<b>Asiakkaalle näkymätön palveluntoteuttajan toiminta</b>	<b>Muutokset</b>
Ennen palvelua	Toteuttajat valmistelevat, järjestävät, hankkivat asioita ja siivoavat paikkoja päivää varten.  Käsikirjoitus.	
Mahdollinen kuljetus	Ruokapalveluyrittäjä valmistaa ruoat.  Aikataulusta viestiminen.  Käsikirjoitus.	
klo 10.00	Ruokapalveluyrittäjä kuljettaa valmiit ruoat ja juomat aloituspisteeseen. Käsikirjoitus.	
klo 10.20	Käsikirjoitus.	
klo 10.35	Toteuttaja kuljettaa alkuruoan valmiiksi tarjoilupisteeseen.  Käsikirjoitus.	Toteuttaja hoitaa ruoan kuljettamisen ja esillepanon ruokapalveluyrittäjän sijaan.
klo 10.55	Linja-autolle viestitään aikataulusta, jos siirtyminen.  Käsikirjoitus.	Välrikahvi jätetään pois. Ei ruoan kuljetusta eikä esillepanoa.
klo 11.05	Ruoat kuljetaan linja-autossa toiseen kohteeseen, jos siirtyminen. Käsikirjoitus.	Välttämättä ei siirtymistä toiselle tilalle.
klo 11.15	Käsikirjoitus.	Välttämättä ei siirtymistä toiselle tilalle. Väliruoka ja yksi ohjelmaosuus jää pois. Ei ruoan kuljetusta.
klo 11.35	Toteuttaja vie pääruoan, sen ruokailupisteeseen. Käsikirjoitus.	Toteuttaja hoitaa ruoan kuljettamisen ja esillepanon ruokapalveluyrittäjän sijaan.
klo 11.55	Käsikirjoitus.	
klo 12.10	Toteuttaja vie jälkiruoan ruokailupisteeseen. Linja-autolle ilmoitetaan aikataulusta. Käsikirjoitus.	Toteuttaja hoitaa ruoan kuljettamisen ja esillepanon ruokapalveluyrittäjän sijaan.



klo 12.25	Lahjojen valmistelu asiakkaille. Käsikirjoitus.	Lahjat lisätään osaksi palvelukokonaisuutta.
klo 12.30 Palvelun kesto 2,5 tuntia	Paikkojen siivous ja kunnostus päivän jäljiltä.	
Palvelun jälkeen	Laskutus ja jälkimarkkinointi.	Toteuttajayrittäjät tekevät laskut ja suunnittelevat jälkimarkkinoinnin.

#### 6.2.4 Palvelun tuottamisen muistilista

Blueprint-mallin, yksilöityjen palvelupolku sekä toimintapolku kuvauksien lisäksi toimeksiantajan pyynnöstä suunniteltiin ruoan ja maiseman yhdistävän elämyksellisen palvelun tuottamisen muistilista (taulukko 8). Siihen koottiin tärkeimmät asiat palvelun strategisesta suunnittelusta sekä muita tärkeitä asioita, osia ja elementtejä. Muistilistan avulla saa hahmotusta siitä, minkälaisia asioita ruoan ja maiseman yhdistäviä elämyksellisiä palveluja suunnitellessa tulee ottaa huomioon. Taulukossa on kuvattu vaiheet palvelun ideatasolta, strategiseen suunnitteluun, palvelun toteutukseen sekä toteutuksen jälkeiseen aikaan asti. Muistilistan tarkoitus on toimia palveluntuottamisen apuvälineenä maaseutu- sekä maaseutumatkailuyrityksissä, joka ovat kiinnostuneet tuottamaan ruoan ja maiseman yhdistäviä elämyksellisiä palveluja.

Taulukko 8. Ruoan ja maiseman yhdistävän elämyksellisen palvelun tuottamisen muistilista.

Ruoan ja maiseman yhdistävän elämyksellisen palvelun tuottamisen muistilista			
Ideasta elämyspalveluksi	Ennen palvelua	Palvelun aikana	Palvelun jälkeen
<p><b>Mitä? Kenelle? Milloin? Miten?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aihealue</li> <li>• teema</li> <li>• palvelu</li> <li>• yritysysteistyö</li> <li>• ajankohta / sesonki</li> <li>• asiakasryhmä (kiinnostuksen kohteet, tarpeet)</li> <li>• ryhmäkoko</li> <li>• ruoka (ruoan suunnittelu)</li> <li>• maisemat</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• asiakaslähtöisyys</li> <li>• yksilöllisyys</li> <li>• elämyksellisyys</li> <li>• aitous</li> <li>• tarinallisuus</li> <li>• moniaistisuus</li> <li>• yllätyksellisyys</li> <li>• kontrasti</li> <li>• vuorovaikutus</li> <li>• osallistaminen</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• käsikirjoitus</li> <li>• pilotointi</li> <li>• hinnoittelu (kannattavuus)</li> <li>• markkinointi</li> <li>• brändäys</li> </ul>	<p><b>Esivalmistelut? Huomiot?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ryhmäkokojen vaihtelut</li> <li>• sähähän varautuminen!</li> <li>• sosiaalilitat!</li> <li>• käsikirjoituksen tarkennus / harjoittelu!</li> <li>• paikkojen kunnostus, somistus, rekvisiitta</li> <li>• laskutus*</li> <li>• asiakkaat erityistarpeet</li> <li>• siirtymät (kuljetus)</li> <li>• ruokapalvelun toimivuus</li> <li>• ruoan esivalmistelut ja hankinta</li> <li>• ruokailupaikat (pöydät, tuolit, pölkyt)</li> </ul>	<p><b>Mitä palvelun aikana tapahtuu?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aloitus ja lopetus tärkeä!</li> <li>• rooli alusta loppuun sama</li> <li>• vieraanvaraisuus</li> <li>• rentous, myönteisyys</li> <li>• asiantuntijuus</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• opastus</li> <li>• ohjaus</li> <li>• esittely</li> <li>• tarinointi</li> <li>• keskustelu</li> <li>• ruoanvalmistus</li> <li>• ruokatarjoilu</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• käsikirjoituksen noudattaminen!</li> <li>• aikataulutus!</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rauhallisuus</li> <li>• aistittavuus</li> <li>• asiakkaan osallistaminen</li> <li>• yllätyksellisyys</li> <li>• nautiskelu</li> <li>• kiireettömyys</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• asiakkaan huomiointi, muisto*(teeman mukaisuus)</li> <li>• palaute, asiakastyytyväisyys*</li> </ul>	<p><b>Mitä palvelun jälkeen tapahtuu?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• asiakkaan huomiointi, muisto*(teeman mukaisuus)</li> <li>• palaute, asiakastyytyväisyys*</li> <li>• laskutus*</li> <li>• siivous- ja korjaustyöt</li> <li>• jälkimarkkinointi!</li> <li>• Palvelun muokkaaminen (syntyneiden huomioiden ja kehitysideoiden mukaan)</li> </ul>

\* = sovellettavissa tässä tai toisessa kohdassa

### 6.3 Käyttö tulevaisuudessa

Opinnäytetyön toimeksiantaja käyttää paranneltua palvelukonseptia tulevaisuudessa osana omia asiantuntijapalvelujaan. He käyttävät palvelukonseptin aikataulutettuja palvelupolku sekä palvelutoiminta kuvauksia, Blueprint-mallia sekä palvelun tuottamisen muistilistaa apuna kehittäessään maaseutu- sekä maaseutumatkailualalla toimivien asiakasyrityksiensä palveluja.

Keväällä 2019 toimeksiantaja lanseeraa Uudellamaalla toisen yrittäjille suunnatun Makuarteita Maisemassa -opintoretken. Sen suunnittelussa ja toteutuksessa otetaan huomioon tämän työn kautta havaittuja kehitysideoita. Suuressa osassa ovat myös tämän työn avulla saavutetut tulokset sekä kehitetyt työkalut.

Lisäksi maaseutu- ja maaseutumatkailualalla toimivat yritykset voivat omatoimisesti käyttää apunaan tämän työn tuloksia, tässä opinnäytetyössä suunniteltuja työkaluja sekä käytettyä teoriaa. Niiden avulla yrittäjät voivat suunnitella ja kehittää itsenäisesti yrityksilleen uudenlaisia ruoan ja maiseman yhdistäviä elämyksellisiä palveluja tai kokonaispalvelutuotteita.

## 7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Tein opinnäytetyöni toimeksiantona Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisille, erikoistumisharjoittelupaikkaani. Aiheen valinta ei ollut itsestäänselvyys, koska minulle tarjottiin myös muita opinnäytetyönaiheita eri yrityksistä. Tartuin kuitenkin Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten toimeksiantoon, koska aihe vaikutti mielenkiintoisimmalta, ajankohtaiselta ja tarpeeksi haasteelliselta. Lisäksi aihe koettiin erittäin hyödylliseksi yrityksen näkökulmasta. Toimeksiantajani myös uskoi minun suoriutuvan työstä mainiosti, vaikka minulla ei entuudestaan juuri ollutkaan varsinaista matkailualan osaamista.

Työllä oli eri tason tavoitteita. Ensimmäisenä tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa esitutkimuskysely, jolla kartoitettiin maaseutu- ja maaseutumatkailualalla toimivien yrittäjien kiinnostusta, ymmärrystä ja käytäntöjä ruoan ja maiseman elämyksellistä yhdistettävyyttä kohtaan. Esitutkimuksen pohjalta työn toimeksiantaja suunnitteli ja pilotoi Makuaarteita Maisemassa -opintoretken. Toisena tavoitteena oli suunnitella ja kerätä pilotoidulta opintoretkeltä asiakas- ja toteuttajapalaute sekä havainnointi. Kolmantena tavoitteena oli suunnitella ja muokata palautehaastattelujen sekä havainnoinnin avulla Makuaarteita Maisemassa -opintoretken palvelumallista tulevaisuudessa toimiva ja mahdollisimman hyödyllinen palvelukonsepti toimeksiantajan käyttöön. Palvelukonseptin avulla haluttiin tuoda elämyksellisesti esille ruoan ja maiseman välitön yhteys.

Esitutkimuskyselyä varten suunniteltu kyselylomake oli graafisesti kaunis, teemoiltaan looginen ja kysymyksiltään selkeä. Vastausten analysointivaiheessa kuitenkin huomasi kysymystyyppien olevan hieman vääränlaisia. Vastauksien tulkinta oli hankalaa, joidenkin kysymyksien kohdalla. Lisäksi kaikki vastaajat eivät jättäneet vastausta jokaiseen kysymykseen, siitä johtuen tuloksen saattoivat vääristyä. Myöskään tutkimus ei saavuttanut tavoiteltua 50:n vastaajan määrää. Vastauksia saatiin vain 16:sta, joka vuoksi kärsittiin vastaajakadosta. Osa vastaanottajista joko kieltäytyi vastaamasta tai vastaanottajien osoitteet olivat väärät.

Esitutkimuksen perusteella voi sanoa, että maaseutu- ja maaseutumatkailijat eivät vielä kovin paljoa tiedä ruoan ja maiseman yhdistämisen mahdollisuuksista. Pari

vastaajaa on kuitenkin jo harjoittanut toimintaa kokonaan tai osittain muiden palvelujensa ohella. Vastaajakunta on kuitenkin hyvin kiinnostunut kuulemaan aiheesta ja jopa kehittämään siitä palveluja omaan yritykseensä.

Pilotoidulle Makuaarteita Maisemassa -opintoretkelle suunnitellut osallistuja- sekä toteuttajapalautelomakkeet toimivat haastattelutilanteessa hyvin. Tarkan haastattelulomakkeen avulla nauhoitetut äänitteet oli helppo litteroida. Myös kuulomuistin ja muistiin panojen avulla suoritettu puhelinhaastattelujen yhteenveto onnistui erinomaisesti lomaketta apuna käyttäen. Sitä myös auttoi toteuttajille etukäteen tutustuttaviksi annetut haastattelukysymykset. Haastattelutilanteessa selvästikin huomasin, että vastaaja oli perehtynyt kysymyksiin ja niiden aihepiireihin tarkasti.

Haastattelujen tuloksien avulla voin todeta, että opintoretki toteutui osallistujien sekä toteuttaja yrittäjien mielestä ennako odotuksia paremmin. Kohderyhmä oli sinänsä haastava, koska retkellä koetut ja nähdyt asiat olivat enemmän tai vähemmän tuttuja näille yrittäjille. Toisaalta he myös silmiä avaavasti ymmärsivät, millainen potentiaali kylläkin on omilla maillaan tai yrityksen toimintaympäristössä ruoan ja maiseman yhdistettävyyttä kohtaan. Vain harvalle oli tullut edes mieleen maisemien ja ruoan kaupallistaminen tai oman yrityksen potentiaali siihen.

Pilotoidun opintoretken kehitysideoita ja ongelmakohtia etsittiin palautehaastattelujen, havainnoinnin sekä toimeksiantajan kanssa käytyjen keskustelujen avulla. Suurimpana kehittämiskohteena nousi esille ruokailujen vähentäminen ja sen avulla aikataulun supistaminen. Pilotoitu -opintoretki oli pituudeltaan noin viisi tuntia, ja se koettiin liian pitkäksi ja jopa ajoittain tylsistyttäväksi. Myös tarjotun ruoan maukkautteen ja laatuun toivottiin parannusta. Lisäksi ohjelmaosuuksien lyhentäminen ja selkeyttäminen koettiin tarpeellisena. Opintoretkellä koetut ohjelmaosuudet lähtivät loppua kohti rönsyilemään ja poikkesivat siten huomattavasti käsikirjoituksesta.

Yllämainittuihin huomioihin pyrittiin puuttumaan muokkaamalla Makuaarteita Maisemassa -opintoretken palvelumallista uusi paranneltu palvelukonsepti. Uusi malli on edellistä huomattavasti lyhempi ja helpommin toteutettavissa käytännönjärjestelyiltään. Muokattu palvelukonsepti kuvattiin mahdollisimman havainnolliseen sekä helppokäyttöiseen muotoon Blueprint-mallia apuna käyttäen. Kuvaustyyliltään se on

helposti yleistettävässä ja räätälöitävässä muodossa. Palveluntuotantoa helpotta-  
maan suunnittelin myös palvelun tuottamisen muistilistan. Mielestäni näiden työka-  
lujen avulla maaseutu- tai maaseutumatkailuyrittäjät pystyvät halutessaan itsenäi-  
sesti suunnittelemaan yritykselleen uusia ruoan ja maiseman yhdistäviä elämyksel-  
lisiä palveluja tai niiden osia.

Opinnäytetyöprosessi vaati minulta paljon tahdonvoimaa ja uuden opettelua. Ajoit-  
tain työ tuntui todella haastavalta. Asettamani työn tavoiteaikataulu lykkääntyi laajan  
aiheen sekä odottamattomien henkilökohtaisen elämän tapahtumien vuoksi. Opin-  
näytetyön tekemisen taustalla oli myös tietty tavoite arvosana, jonka saavuttaminen  
vaati reilusti kuviteltua enemmän aikaa ja työtä. Kuitenkin prosessi oli kaikkiaan hy-  
vin opettavainen ja antoi minulle paljon uutta tietotaitoa matkailun, elämyksen tuot-  
tamisen sekä palvelumuotoilun osa-alueilta. Koen kehittyneeni valtavasti opinnäy-  
tetyön tekemisen aikana.

Kiitokset esitutkimuskyselyn vastaajille sekä Makuaarteita Maisemassa -opintoret-  
kellä palautehaastatteluun osallistuneille maaseutu- ja maaseutumatkailuyrittäjille.  
Avustitte valtavasti tutkimukseni suorittamista. Sydämelliset kiitokset yhteistyöstä  
Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten asiantuntijoille Outi Penttilälle sekä Jutta  
Ahrolle. Erityiskiitokset myös opinnäytetyöni ohjaajalle Seinäjoen ammattikorkea-  
koulun lehtori Tuija Pitkäköselle saamastani rohkaisusta, tuesta ja ohjauksesta työ-  
prosessin aikana. Lämpimimmät kiitoksen kuuluvat kotiväelleni, jotka ovat jaksaneet  
ymmärtää ja kannustaa minua valtavasti eteenpäin.

## LÄHTEET

- Ahro, J. 2018. Tarjottavat riihen takana. [Valokuva].
- Allen, M. D. 2014. Telephone focus groups: Strengths, challenges and strategies for success. *Qualitative Social Work* 13 (4), 571–583.
- Aref, F. & Gill, S. S. 2009. Rural tourism development through rural cooperatives. *Nature and Science* 7 (10), 68–73.
- Buckhard, S., Kow, N. & Fuggle, L. 2016. Travel Trend Report 2017. [Verkkosivu]. TrekkSoft AG. [Viitattu 3.12.2018]. Saatavana: <http://www.trekksoft.com/en/library/travel-trend-report-2017>
- Covington Travel. 2016. 4 Trends in Food Tourism That Will Make You Want to Travel Now. [Verkköjulkaisu]. [Viitattu 11.11.2018]. Saatavana: <http://www.covingtontravel.com/2016/06/4-trends-food-tourism/>
- Drabble, L. Trocki, K F., Salcedo, B., Walker, P & Korcha, R A. 2016. Conducting qualitative interviews by telephone: Lesson learned from a study of alcohol use among sexual minority and heterosexual women. *Qualitative Social Work* 15 (1), 118–133.
- Fielding, N. 1996. Qualitative interviewing. Teoksessa N. Gilbert (toim.) *Researching social life*. London: Sage 135–153.
- Gubrium, J. 1988. *Analyzing field reality*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Haasio, A. 25.11.2014. Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu.
- Hall, C. M. 2005. *Tourism: Rethinking the Science of Mobility*. Pearson, Harlow.
- Hall, C. M. 2012. Boosting food and tourism-related regional economic development. In: *The OECD –Korea Workshop (Ed.) Food and the Tourism Experience*. OECD Publishing. *Studies on Tourism*, 52.
- Havas, K. & Jaakonaho, K. 2013. *Evästä matkailuun*. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.
- Havas, K., Adamsson, K. & Sievers, K. 2015. Hungry for Finland eat local eat slow eat pure eat wild- Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia 2015–2020. [Verkköjulkaisu]. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. [Viitattu 9.12.2018]. Saatavana: [http://www.e-julkaisu.fi/haaga-helia/ruokamatkailustrategia\\_2015-2020/](http://www.e-julkaisu.fi/haaga-helia/ruokamatkailustrategia_2015-2020/)

- Hieta-Koivu, R., Joutsalmi, S. & Tyrväinen, L. 2006. Valtakunnallisesti arvokkaiden maisema-alueiden muutoksen arvioiminen: selvitys maiseman seurantaindikaattoreista. Helsinki: Ympäristöministeriö. Suomen ympäristö 6/2006.
- Hirn, S & Markkanen, E. 1987. Tuhansien järvien maa: Suomen matkailun historia. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus MEK, Suomen matkailuliitto.
- Hirsijärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. uud. p. Helsinki: Tammi.
- Hirvonen, A. & Malin, S. 2017. Ruokaa maisemassa. [Blogi-kirjoitus]. Etelä-Suomen Maa ja kotitalousnaiset: Mainiot maisemat -hanke. [Viitattu 29.10.2018]. Saatavana: <https://spark.adobe.com/page/f4fxJHjSn8UZK/>
- Hjalager, A.-M., Tervo-Kankare, K., Tuohino, A. & Konu, H. 2016. Robust Innovation Anchors in Rural Wellbeing Tourism. Teoksessa: Pappas, N. & Bregoli, I. (toim.) Global Dynamics in Travel, Tourism, and Hospitality. IGI Global, 149–163.
- Hjalager, A.-M., Tervo-Kankare, K., Tuohino, A. & Konu, H. 2015. Prowell: Towards a new understanding of rural wellbeing tourism. Esbjerg: Syddansk Universitet, Center for Landdistriktsforskning.
- Holt, A. 2010. Using the telephone for narrative interviewing: a research note. Qualitative Research 10 (1), 113–121.
- Hook, T. 2014. Modernit humanistit nauttivat suomalaisesta ruoasta ja ruokailuelämyksistä matkallaan. Teoksessa: Harmoinen, T. (toim.) Ruokamatkalle Etelä-Savoon, Vinkkejä ruokamatkailun kehittämiseen. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu. D Vapaamuotoisia julkaisuja 39, 72–79.
- Hyvärinen, M., Nikander, P & Ruusuvuori, J. (toim.) 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino.
- Ikonen, H. M. & Ojala, H. 2005. Yhteisyyden luomista ja eron kokemuksia: haastattelu, konteksti ja feministinen tietäminen. Naistutkimus-Kvinnoforskning 18 (1), 17–28.
- Ikonen, H.-M. 2017. Puhelinhaastattelu. Teoksessa: M. Hyvärinen, P. Nikander & J. Ruusuvuori (toim.) Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino. 270–278.
- John J., Grove S. J. & Fisk R.P. 2006. Improvisation in Service Performances. Lessons from Jazz. Managing Service Quality 16: 3, 247–268.



- Kalliomäki, A. 2012. Tarinakone. Miten tarinallistaminen tukee elämyspalvelun tuotteistamista. [Verkkosivu]. [Viitattu 21.9.2018]. Saatavana: <http://www.tarinakone.fi/blogi/miten-tarinallistaminen-tukee-elamyspalvelun-tuotteistamista/>
- Kalliomäki, A. 2013. Elämyspalveluiden tarinallistaminen. [Verkkajulkaisu]. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Taiteiden ja kulttuurin tutkimisen laitos. Pro gradu - tutkielma. [Viitattu 9.11.2018]. Saatavana: <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/42884?show=full>
- Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum.
- Koivula, E. & Saastamoinen, O. 2005. Näkökulmia luontomatkailuun ja sen tulevaisuuteen. Joensuu: Joensuun yliopisto. Metsätieteellinen tiedekunta. Tiedonantaja 165, 80.
- Koivula, E. 2014. Mikä on ruokailuelämys? Teoksessa: T. Harmoinen (toim.) Ruokamatkalle Etelä-Savoon–vinkkejä ruokamatkailun kehittämiseen. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu. D Vapaamuotoisia julkaisuja 39, 24–28.
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Matkailuyrittäjä-sarja. Edita. Helsinki.
- Komulainen, M. 2013. Maiseman tarina – Opas maisemapalveluiden luomiseen. Helsinki: Sitra ja Maa- ja kotitalousnaisten keskus.
- Konu, H., Tyrväinen, L., Pesonen, J., Tuulentie, S., Pasanen, K. & Tuohino, A. 28.04. 2017. Uutta liiketoimintaa kestävä luontomatkailun ja virkistyskäytön ympärille – Kirjallisuuskatsaus. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 45/2017.
- KvantiMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. 2016. Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto. [verkkajulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovaranto. [Viitattu 19.10.2018]. Saatavana <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>
- Luborsky, M. 1994. The identification and analysis of themes and patterns. Teoksessa: J. F. Gubrium & A. Sankar (toim.) Qualitative methods in aging research. London: Sage, 189-210.
- Lundtorp, S., Rassing, C.R. & Wanhill, S. 1999. Off-season is No Season: The Case of Bornholm. Tourism Economics 5/1.
- Maa- ja kotitalousnaiset Etelä-Suomi. 2014. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.4.2018]. Saatavana: <https://etela-suomi.maajakotitalousnaiset.fi/sisalto/etela-suomen-maa-ja-kotitalousnaiset-1422>

- Maa- ja kotitalousnaiset. 2014. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.4.2018]. Saatavana: <https://www.maajakotitalousnaiset.fi/>
- Maaseutumatkailu, tutkimustietoa. 2015. [Verkkosivu]. Kulmat.fi -verkkopalvelu. [Viitattu 27.4.2018]. Saatavana: <http://www.kulmat.fi/tutkimustietoa/maaseutumatkailu>
- Mager, B. 2009. Service Design as an emerging Field. Teoksessa: S. Miettinen & M. Koivisto (toim.) Designing Services with innovative Methods. Keuruu: Kuopio Academy of Design, 28–42.
- Manninen, K. & Ugas, O. 2012. Kasvunvara: työkaluja parempaan palveluun. 2. korj. p. Helsinki: Libris Oy.
- MetsäVekko. Ei päiväystä. Luonnonmaisema ja kulttuurimaisema. [Verkkosivu]. Pohjois-Karjalan koulutus kuntayhtymä. [Viitattu 5.11.2018]. Saatavana: <http://virtuooi.pkky.fi/metsaverkko/Maisemanhoito/index.htm>
- Miettinen, S. 2009. Service Designers Methods. Teoksessa: S. Miettinen & M. Koivisto (toim.) Designing Services with innovative Methods. Keuruu: Kuopio Academy of Design, 60–77.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. 1994. Qualitative data analysis: an expanded sourcebook. 2. uud. p. London: Sage.
- Moritz, S. 2005. Service design. Practical Access to an evolving Field. KISD
- Oates, G. 2016. These 3 Trends Are Redefining the Next Generation of Food Tourism. [Verkköjulkaisu]. [Viitattu 9.11.2018]. Saatavana: <https://skift.com/2016/06/20/these-3-trends-are-redefining-the-next-generation-of-food-tourism/>
- OECD. 1994. [Verkköjulkaisu]. Tourism strategies and rural development. [Viitattu 11.10.2018]. Saatavana: [www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf](http://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf)
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro.
- Pesonen, J. & Tuohino, A. 2016. Rural wellbeing tourism destinations – Demand side viewpoint. Teoksessa M. K Smith & L. Puzkó (toim.) The Routledge handbook of health tourism. Abingdon: Routledge, 401–418.
- Petäjäistö, L & Selby, A. 2015. Luontomatkailu ja virkistyskäyttö yritystoimintana. Teoksessa: Tyrväinen, L., Kurttila, M., Sievänen, T. & Tuulentie, S. Hyvinvointia Metsästä. 2. uud. p. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 129–131.

- Petäjistö, L. & Selby, A. 2011. Luontomatkailuyritystoiminnan laajuus: Internet-aineistoon pohjautuva selvitys. Metlan työraportteja / Working Papers of the Finnish Forest Research Institute 217.
- Pine II B. J. & Gilmore J. H. 2011. The Experience Economy. Updated Edition. Massachusetts: Harvard Business Review Press. Boston.
- Pine, B. J., II & Gilmore James H. 1999. The experience economy: Work is theatre & every business a stage. Boston (MA): Harvard Business School Press.
- Pitkäkoski, T. 2007. Aterioinnin elämyksellisyys on monen tekijän summa. Teoksessa: J. Mäenpää (toim.) Vaasan Yliopisto.
- Pitkäkoski, T. 2015. Elämysperusteisen ruokapalvelutapahtuman tuottamisen konseptointi: teemallisuus, prosessimaisuus ja kokonaisvaikutelma markkinoinnin johtamisen haasteena. [Verkkójulkaisu]. Vaasa: Vaasan yliopisto. Markkinoinnin laitos, liiketaloustiede, markkinointi. Väitöskirja. [Viitattu 18.4.2018]. Saatavana: [https://www.univaasa.fi/materiaali/pdf/isbn\\_978-952-476-627-2.pdf](https://www.univaasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-627-2.pdf)
- Povey, G. 2011. Gastronomy and Tourism. Teoksessa: Robinson, P., Heitmann, S. & Dieke, P.U.C. (toim.) Research Themes for Tourism. CABI Publishing, 233–248.
- Rautamäki, M. 1997. Maanrakenne – maisemakuva. Teoksessa: A. M. Ylimaula (toim.) Maan päällä – taivaan alla: Miljöörakentamisen tutkijakoulutus 1994–1996. Acta Universitatis Ouluensis Technica. C97, 99–113.
- Rayner, A. 2016. The Top 7 Tourism Trends for 2016. [Verkkójulkaisu]. [Viitattu 15.11.2018]. Saatavana: <http://www.escapehere.com/travel-tips/the-top-7-tourism-trends-for-2016/>
- Robson, C. 1995. Real world research. A resource for social scientists and practitioner-researchers. Oxford: Blackwell.
- Ruusuvuori, J & Nikander, P. 2017. Haastattelu aineiston litterointi. Teoksessa: M. Hyvärinen, P. Nikander & J. Ruusuvuori (toim.) Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino.
- Ruusuvuori, J. Nikander, P. & Hyvärinen, M. 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.
- Sievänen, T. & Neuvonen, M. 2015. Miten suomalaiset virkistyvät luonnossa? Teoksessa: L. Tyrväinen, M. Kurttila, T. Sievänen & S. Tuulentie. Hyvinvointia Metsästä. 2. uud. p. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 29–30.
- Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. 2. p. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.

- Tilastokeskus. Ei päiväystä. Tiedonkeruumenetelmän valinta. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.10.2018]. Saatavana: [https://www.stat.fi/tup/hpalvelut/haastutk\\_tointa\\_tiedonkeruu.html](https://www.stat.fi/tup/hpalvelut/haastutk_tointa_tiedonkeruu.html)
- Tuohino, A. 2017. Maaseutumatkailu. Teoksessa: J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, Turun Helsingin: Hansaprint. 83.
- Tutek, E., Gebbie, M., Chan, K.Y.G. & Durand, S. 2015. Tourism Megatrends: 10 things you need to know about the future of Tourism. [Verkköjulkaisu]. [Howarth HTL, Hotel, Tourism and Leisure. [Viitattu 3.12.2018]. Saatavana: <http://www.slideshare.net/ggarrido09/ten-mega-trends-in-tourism-2016>
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Tyrväinen, L. 9.1.2017. Minä väitän: luontomatkailussa on merkittävää kasvupotentiaalia suomen taloudelle, mutta se vaatii pohdittuja panostuksia ja laajempaa yhteistyötä. [Blogikirjoitus]. Maj ja Torn Neisslingin Säätiö. [Viitattu 30.10.2018]. Saatavana: <https://www.nessling.fi/blogi/mina-vaitan-luontomatkailu-tyrvainen/>
- Tyrväinen, L., Kurttila, M., Sievänen, T. & Tuulentie, S. 2015. Hyvinvointia Metsästä. 2. uud. p. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Weaver, D. 2011. Celestial ecotourism: new horizons in nature-based tourism. Journal of Ecotourism 10(1), 38–45.
- Vihottula, H. 2015. En suostu yksinkertaisesti ihmisten silmistä: kertomuksia traumaattisesta kokemuksesta selviämisestä. Tampere: Tampereen yliopisto.
- VirtuaaliAMK. Ei päiväystä. Otanta kvantitatiivisessa tutkimuksessa. [Verkkosivu]. [Viitattu 16.10.2018]. Saatavana: <http://www2.amk.fi/mater/tutkimusmenetelmat/kvantitat/kuvailu/otanta.htm>
- Visit Finland. 2018. [Verkkosivusto]. Helsinki. [Viitattu 30.10.2018]. Saatavana: <http://www.visitfinland.fi/>
- Woods, M. 2011. Rural. London: Routledge.
- Ylipää, B. 2015. Chapter 10: How to use storytelling as a tool for regional food promotion. Teoksessa: Petrenko, A. & Müller-Hanse (toim.) interdisciplinary perspectives on local and regional food in the South Baltic Region. Kristianstad University Press, 131–142.

## LIITTEET

Liite 1. Ruoan ja maiseman yhdistäminen maaseutumatkailuyritysten elämykselliseksi palvelutuotteeksi -esikysely

Liite 2. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken mainos

Liite 3. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken asiakaspalauteen haastattelulomake

Liite 4. Makuaarteita Maisemassa -opintoretken toteuttajien haastattelulomake

Liite 5. Maaseutu- sekä maaseutumatkailuyrittäjille suunnattu jälkimarkkinointiesite Makuaarteita Maisemassa -opintoretkeltä

Liite 6. Pilotoidun Makuaarteita Maisemassa -opintoretken Blueprint-kuvaus

Liite 7. Pilotoinnin avulla muokatun palvelumallin Blueprint-kuvaus

## LIITE 1 Ruoan ja maiseman yhdistäminen maaseutumatkailuyritysten elämykselliseksi palvelutuotteeksi -esikysely

### Ruoan ja maiseman yhdistäminen maaseutumatkailuyritysten elämykselliseksi palvelutuotteeksi

Hei,  
Olen Mira Aaltonen Seinäjoen ammattikorkeakoulun kolmannen vuoden restonomiopiskelija. Teen opinnäytetyötä Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisille. Opinnäytetyön aiheena on ruoan ja maiseman yhdistäminen elämykselliseksi palvelutuotteeksi maaseutumatkailuyrityksissä. Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni tutkimusprosessissa.

Kyselyyn vastaaminen vie aikaa noin viisi minuuttia. Kyselyyn avulla selvitetään teidän maaseutumatkailuyrittäjien mielipiteitä, arvoja sekä kiinnostusta ruoan ja maiseman yhdistävien elämyksellisten palvelutuotteiden tuotteistukseen. Minä hyödynnän vastauksia osana opinnäytetyöni kehitystehtävää. Lisäksi Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset käyttävät vastauksianne suunnitelluissaan teille maaseutumatkailuyrittäjille suunnattua Makumaisema -opintoretkeä. Se järjestetään ensimmäistä kertaa syyskuussa 2018 Pirkanmaalla sekä Uudellamaalla.

Lisätietoja kyselystä sekä järjestettävästä Makumaisema -opintoretkestä saat Outilta.

Jokainen vastaus on tärkeä, toivon, että vastaat kyselyyn.  
Kiitos!

Mira Aaltonen  
Restonomiopiskelija, SeAMK

Outi Penttilä  
Ruoka- ja yritysasiantuntija  
Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset  
040 719 8959  
outi.penttila@maajakotitalousnaiset.fi

#### 1. Mikä on toimialasi? \*

Voit valita useamman vaihtoehdon

- GreenCare
- Kotieläintila
- Luonnontaidunnus
- Maatilamatkailu
- Majoituspalvelu
- Ohjelmapalvelu
- Ruokapalvelu
- Muu, Mikä?

#### 2. Missä maakunnassa yrityksesi toimii? \*

Voit valita useamman vaihtoehdon

- Etelä-Karjala
- Kanta-Häme
- Kymenlaakso
- Pirkanmaa
- Päijät-Häme
- Uusimaa
- Muualla, Missä?

#### 3. Teetkö yhteistyötä muiden alalla toimivien yritysten kanssa? \*

- Kyllä, yhden
- Kyllä, useamman
- En, mutta haluaisin tehdä
- En

#### 4. Mitkä seuraavista ovat mielestäsi ruoan ja maiseman yhdistäviä elämyksellisiä palvelutuotteita? \*

Maiseima voi synnyttää ympärilleen uutta liiketoimintaa tai se voi tuoda uudenlaista arvoa jo olemassa oleville palveluille. Visuaalisen kokemuksen rinnalla maisema voi muodostaa tietystä paikasta syntyvän kokonaisvaltaisesti aistittavan elämyksen. Elämyslähtöisissä paikoissa asiakas voi itse olla osa tarinaa osallistumalla ruoan hankkimiseen luonnosta ja sen jälkeen valmistaa opastuksessa hankituista raaka-aineista aterian tai aterian osia. Yhä useampi matkailija hakee tietoisesti uusia kokemuksia sekä maku-elämyksiä matkoiltaan.

- Eräruokailu
- Eväretki kansallispuistoon
- Juhlat pellonlaidalla
- Kalastusreissu ja ruoan valmistus mahdollisesta saaliista
- Peltolintukonsertti
- Perunannosto
- Ruokaelämyksiä luonnontaitumella
- Ruokakonsertti pellonlaidalla
- Sieniretki
- Muu, mikä?

#### 5. Mitä hyötyä elämyksellisistä palveluista olisi yrityksellesi? \*

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Brändillistä etua
- Kasvattaa asiakaskuntaa
- Luo yhteistyön mahdollisuuden toimia yhdessä muiden yrittäjien kanssa
- Lisää jo olemassa olevaa yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa
- Monipuolistaa palvelujen tarjontaan
- Rahallista
- Muuta, mitä?

**6. Näetkö esteitä miksi ruoan ja maiseman yhdistävät elämykselliset palvelutuotteet eivät soveltuisi yrityksesi palveluiden tarjontaan? \***

**7. Kuinka tärkeitä seuraavat arvot ovat sinulle yrityksesi tarjoamia palveluja suunnitellessa? \***  
1= ei lainkaan 6= erittäin tärkeä

	1	2	3	4	5	6
Aistittavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaslähtöisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakkaan osallistaminen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekologisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvinvointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuriperinteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luonnollisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähirooka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarinallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**8. Oletko mahdollisesti kiinnostunut osallistumaan Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten järjestämälle Makumaisema -opintoretkelle? \***

Maaseutumatkailuyrittäjille suunnattu Makumaisema -opintoretki järjestetään Pirkanmaalla sekä Uudellamaalla syyskuussa 2018. Opintoretkellä perehdytään ruoan ja maiseman yhdistämisen mahdollisuuksiin maaseutumatkailun näkökulmasta. Tapahtuman tarkempi sisältö ja ajankohta ilmoitetaan yhteystietonsa antaneille. Ilmottautuminen ei ole sitova.

- Kyllä  
 En

### 9. Yhteystiedot

Etunimi:  
Sukunimi:  
Yritys/Organisaatio:  
Puhelin:  
Sähköposti: \*

**10. Mitä mieltä olet aiheen ajankohtaisuudesta ja hyödyllisyydestä yritystoimintasi palveluihin nähden? \***

## LIITE 2 Makuaarteita Maisemassa -opintoretken mainos



## Tervetuloa Makuaarteiden maisemamatkalle

Opintoretki maiseman ja paikallisen ruoan tuotteistukseen

**Aika:** torstai 20.9.2018 klo 8.30-16.00

**Paikka:**

**Bussikuljetus, reitti:** Tampere (Lahdesjärven ABC) - - -

**Kohderyhmä:** maaseutuyrittäjät ja sidosryhmät

Suomalainen maaseudun kulttuurimaisema on tärkeä osa ruuantuotannon maisemaa. Kulttuurimaisema ja ruoka muodostavat toisistaan riippuvaisen yhdistelmän. Miten tätä yhdistelmää voisi hyödyntää yritystoiminnassa?

Ruokailureitit ovat mielenkiintoinen ja elämyksellinen tapa mennä maisemaan ja maistella aitoja ja puhtaita aineksia, jotka on kehitetty mielenkiintoisiksi herkuiksi. Näin voi nauttia paikallisesta ruuasta ja kulttuurimaisemasta yhtä aikaa.

Tervetuloa kanssamme testaamaan yhtä ruokareittiä, joka on toteutettu paikallisten yrittäjien kanssa yhteistyönä. Tavoitteena on pilotoida tuotetta yhdessä aiheesta kiinnostuneiden maaseutuyrittäjien kanssa. Mahdollisuudet ovat kaikkien lähellä, miten teema saadaan toimimaan.

**Ohjelma:**

8.30 Lähtö, Tampere, Lahdesjärven ABC

10.00 : tila  
- maistellen maatalousmaisemiin,

12.15 tila

- kiertokävely nautiskellen kulttuurimaisemassa

Retkille pysähtelemme maistelemaan kuhunkin kohteeseen kehitettyjä ja tuotteistettuja makuja.

n.16.00 Paluu, Tampere

Tiloilla tutustumme maisemiin, tarinoihin ja kulttuuriin kävellen ruokareittiä. Matkan varrella herkuttelemme paikallisella ruoalla. Ruokapalvelut tuottaa

**Ohjelma tapahtuu ulkona, reitit kävellään. Säänmukainen varustus ja kävelyyn sopivat kengät.**

Ilmoittautumiset 14.9 mennessä: etela-suomi.maajakotalousnaiset.fi ->tapahtumat tai outi.penttila@maajakotalousnaiset.fi

Mukaan mahtuu 20 hlö

Hinta 38 eur (sis. alv)

Toimintaa tukee

Vihtori Peltonen-Lihasula -säätio



## LIITE 3 Makuaarteita Maisemassa -opintoretken asiakaspalautteen haastattelulomake

### Makuaarteita Maisemassa -opintoretken asiakaspalautteksen haastattelulomake

Makuaarteita Maisemassa -opintoretki järjestettiin 20.9.2018 Pirkanmaalla tilalla ihasteltiin ja maisteltiin maatalousmaisemia sekä tilalla nautiskeltiin kulttuurimaisemista. Retken tarkoituksena oli yhdistää ruoka ja maisema elämykselliseksi palvelutuotteeksi. Lisäksi retken avulla haluttiin tuoda esille ruoan ja maiseman yhdistämisen näkökulmaa sekä yrittäjä yhteistyön toimivuutta ja sen välttämättömyyttä järjestettäessä tällaisia kokonaisuuksia.

Retken järjesti Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset yhdessä kolmen paikallisen yrittäjän kanssa. Toimintaa tuki Vihtori Pellonen-Lihasula -säätiö.

#### 1. Piditkö Makuaarteita Maisemassa -opintoretkeä hyödyllisenä? \*

- Kyllä  
 Kyllä, mutta näen siinä kehitettävää  
 En  
 En osaa sanoa

#### 2. Yhdistyikö sinun mielestäsi ruoka ja maisema elämykselliseksi palvelutuotteeksi Makuaarteita Maisemassa -opintoretkellä? \*

- Kyllä  
 Ei  
 En osaa sanoa

#### 3. Millaisena koit retken toteutuksen, jossa erialojen toimijat tekivät yhteistyössä Makuaarteita kokonaisuuden? \*

#### 4. Arvioi retken onnistumista asteikolla 1-5 \*

1 = huono 5 = erinomainen

	1	2	3	4	5
Ruoka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juoma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maisemat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarinallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elämyksellisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aistittavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teeman toteutuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleinen tunnelma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Millaisia kehitysideoita sinulla on retken tai sen teeman osalta tulevaisuuden toteutusta ajatellen? \*

6. Mitä sinulle jäi käteen opinretkestä omaa yritystoimintaasi nähden tai sen kehittämistä ajatellen? \*

7. Oletko valmis ottamaan omaan yritystoimintaasi mukaan ruoan ja maiseman yhdistäviä elämyksellisiä palvelutuotteita tai niiden elementtejä? \*

- Kyllä  
 En  
 En osaa sanoa

8. Mitä olet valmis maksamaan tällaisesta Makuaarteita Maisemassa -retkestä? \*

Tämän opintoretken toteutukseen ja pitotointiin oli myönnetty avustusta Vihtori Peltonen-Lihasula -säätiöltä. Koetun retken hinta osallistujalle edullisempi juuri avustuksen sekä pilotinnin ansiosta. Tulevaisuudessa retken osallistumismaksu tulee olemaan korkeampi, jotta pienyrittäjät saavat siitä ansiota.

- alle 40 euroa  
 40-50 euroa  
 50-60 euroa  
 60-80 euroa  
 80-90 euroa  
 90-100 euroa  
 yli 100 euroa



Haastattelut suoritettiin kontaktihaastattelulla Makuaarteita Maisemassa -opintoretken jälkeen linja-autossa 20.9.2018. Haastateltavat olivat retkelle osallistuneita maaseutu- sekä maaseutumatkailuyrittäjiä, osallistujat A-F. Haastateltavista viisi oli naisia ja yksi mies.

## LIITE 4 Makuaarteita Maisemassa -opintoretken toteuttajille suunnattu haastattelulomake

### Makuaarteita Maisemassa -opintoretken toteuttajille suunnattu haastattelulomake

Makuaarteita Maisemassa -opintoretki järjestettiin 20.9.2018 Pirkanmaalla tilalla ihasteltiin ja maisteltiin maatalousmaisemia sekä tilalla nautiskeltiin kulttuurimaisemista. Retken tarkoituksena oli yhdistää ruoka ja maisema elämykselliseksi palvelutuotteeksi. Lisäksi retken avulla haluttiin tuoda esille ruoan ja maiseman yhdistämisen näkökulmaa ja yrittäjä yhteistyön toimivuutta.

Retken järjesti Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset yhdessä kolmen paikallisen yrittäjän kanssa. Toimintaa tuki Vihtori Peltonen-Lihasula -säätiö.

#### 1. Tuntuiko ruoan ja maiseman yhdistäminen elämykselliseksi palvelutuotteeksi selkeältä teemalta?

- Kyllä
- Kyllä, pienen pohdiskelun jälkeen
- Kyllä, harjoitan sitä osana jo yritystoimintaani
- Ei
- En osaa sanoa

#### 2. Millaisena koit Makuaarteita Maisemassa -opintoretken toteuttamisen?

- Mielekkäänä
- Haastavana
- Opettavana
- Omaa toimintaani kehittävänä
- En pitänyt mielekkäänä
- En osaa sanoa

#### 3. Millaisena koit mahdollisuuden toteuttaa Makuaarteita-retken yhdessä muiden yrittäjien kanssa, jossa te yhteistyössä loitte ruoan ja maiseman yhdistävän elämyksellisen palvelukokonaisuuden?

#### 4. Mitä sinulle jäi käteen Makuaarteita Maisemassa -opintoretken toteuttajana toimisesta?

#### 5. Aiotko jatkossa hyödyntää ruoan ja maiseman yhdistettävyyttä omassa yritystoiminnassasi?

- Kyllä, miten?
- Kyllä haluaisin, mutta en tiedä vielä miten
- En
- En osaa sanoa

#### 6. Huomasitko retkeä toteutettaessa, joitakin kehittämisen kohteita?

#### 7. Olisiko Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten toiminnassa ollut parannettavaa?

- Kyllä, miten?
- Ei
- En osaa sanoa

**8. Arvioi omaa toimintaasi asteikolla 1-5**

Minkä arvosanan annat yrityksellesi Makuaarteita Maisemassa -opintoretken toteutuksesta?

1 = huono 5 = erinomainen

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

**9. Arvioi retken onnistuminen toteuttajan näkökulmasta asteikolla 1-5**

1 = huono 5 = erinomainen

Mieti retken yksittäisien elementtien onnistumista sekä yhteen sopivuutta ja niiden luomaa kokonaisuutta.

	1	2	3	4	5
Ruoka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juoma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maisemat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarinallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elämyksellisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aistittavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleinen tunnelma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teeman toteutuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**10. Mikä on mielestäsi tulevaisuudessa realistinen osallistumismaksu yhdeltä osallistujalta vastaavanlaiselle Makuaarteita Maisemassa -retkelle?**

Tulevaisuudessa yrittäjät vastaavat itse kokonaisuudessaan retken toteutuksesta ja syntyneistä kuluista. 20.9.2018 järjestetyn Makuaarteita Maisemassa -opintoretken toteutuksessa oli mukana Etelä-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset sekä rahallinen avustus Vihtori Peltonen-Lihasula -säätiöltä.

- 40-50 euroa  
 50-60 euroa  
 60-80 euroa  
 90-100 euroa  
 yli 100 euroa

**11. Mikä on mielestäsi tulevaisuudessa sopiva palkkio yhdelle yrittäjälle yhdestä osallistujasta, jos osallistujien ryhmäkoko on 10 henkilöä?**

20 euron palkkiolla yrittäjä saisi 10 henkilön ryhmästä 200 euroa itselleen.

- 20-25 euroa  
 30-35 euroa  
 40 euroa  
 50 euroa  
 60 euroa  
 yli 60 euroa



Haastattelut suoritettiin puhelimitse Makuaarteita Maisemassa -opintoretken jälkeen 25.-28.9.2018. Haastateltavat olivat retken toteuttaja yrittäjät A-C. Kaikki haastateltavat olivat naisia.

LIITE 5 Maaseutu- sekä maaseutumatkailuyrittäjille suunnattu jälkimarkkinointiesite Makuaarteita Maisemassa -opintoretkeltä

Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset

## MAISEMAN MAKUAARTEET



Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset on ruuan, maaseutumaiseman sekä yrityspalveluiden asiantuntijajärjestö sekä maaseutuhenkisten ihmisten suuri ja aktiivinen verkosto.

### Ruoka ja maisema - mahdollisuuksien pari

Tavoitteemme on rakentaa maaseutua, jonka vahvuksina ovat vahva paikallinen ruokakulttuuri, hoidettu maaseutumaisema ja kulttuuriympäristö, kilpailukykyinen yritystoiminta ja yhteisöllisyys.

Maiseman makuaarteet, tuotekehityspalveluun voi sisältyä:

- reitit maisemassa, sopivat maisemapaikat
- sisältö: tarinallistaminen, moniaistisuus yms.
- reseptiikka ja tuotteet
- hoitosuunnitelma ja kustannusarvio
- materiaali (kartat, esitteet yms)

Tarjoamme asiantuntijapalvelujen lisäksi koulutusta aiheesta

Teemme työtä maaseudun yrittäjien, yhdistysten ja asukkaiden kanssa.

Ota yhteyttä, olemme palveluksessanne!  
maisema-asiantuntija Jutta Ahro, p. 040 544 4899  
ruoka- ja yritysasiantuntija Outi Penttilä,  
p. 040 719 8959  
etunimi.sukunimi@maajakotitalousnaiset.fi

