

Petra Kaitonen

RUOKAREITTIIEN SUUNNITTELU, KOHTEENA SATAKUNTA

Matkailun koulutusohjelma

2019

RUOKAREITTIEN SUUNNITTELU, KOHTEENA SATAKUNTA

Kaitonen Petra
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Huhtikuu 2019
Sivumäärä: 39
Liitteitä: 3

Asiasanat: benchmarking, ruokareitit, ruokamatkailu

Tämä opinnäytetyön tarkoituksena oli ruokareittien benchmarkkaus muualta Suomesta ja tulosten avulla suunnitella Satakuntaan ruokareittejä. Tämä opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailun liiketoiminnan tutkimusryhmä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa kerrottiin toimeksiantajasta ja tutkimusryhmän tavoitteista. Teoriassa käytiin läpi ruokamatkailua sekä Suomen ensimmäistä ruokamatkailustrategiaa. Teoriassa käsiteltiin myös satakuntalaista ruokakulttuuria. Teoria osuuden lopussa käsiteltiin benchmarking- menetelmää kymmenen askeleen- mallin kautta.

Tässä opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Tutkimus toteutettiin käyttämällä benchmarkingia. Tutkimuksessa tutkittiin kolmea benchmarkkauksen kohteeksi valittua reittiä.

Tutkimuksesta selvisi, että muualla Suomessa tuotettujen ruokareittien pääpiirteitä olivat paikallisuus, osallistaminen sekä reitin räätälöitävyys. Näiden teemojen pohjalta suunniteltiin kaksi reittiä Satakuntaan. Reitit olivat nimeltään Makumatka Poriin ja Päiväretki Satakunnan herkkuihin.

FOOD ROUTE PLANING, TARGET SATAKUNTA

Kaitonen, Petra

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

Month 2019

Number of pages: 39

Appendices: 3

Keywords: benchmarking, food routes, food tourism

The purpose of this thesis was to benchmark food routes from elsewhere in Finland and to use the results to plan food routes in Satakunta. This thesis was commissioned by the Satakunta University of Applied Sciences tourism business research group.

The theoretical part of the thesis was told about the client and the goals of the research group. In theoretical of the thesis, food tourism and Finland's first food tourism strategy were reviewed. The theoretical part also dealt with Satakunta's food culture. At the end of the theoretical part, the benchmarking method was discussed through a ten-step model.

This thesis used qualitative or research method. The study was conducted by using Benchmarking. Benchmarking was carried out by using by applying a ten-step model, and it was used to explore three benchmarked selected routes.

The study revealed that the main features of food routes produced elsewhere in Finland are localization, involvement and customization of the route. Based on these themes, I planned two routes to Satakunta. The routes are called Makumatka in Pori and Päiväretki to Satakunta delicacies.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	4
2	TYÖN TAVOITTEET, TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ.....	5
3	TYÖN TILAAJAN ESITTELY	5
4	RUOKAMATKAILU	6
4.1	Ruokamatkailun kehittämisen temaattiset painopistealueet	9
4.2	Suomalainen ruokamatkailutuote.....	10
4.3	Tuotekehitys- kärkituotteet	11
4.4	Ruokamatkailun teemat	12
4.4.1	Hyvinvointimatkailu.....	13
4.4.2	Kulttuurimatkailu	13
4.4.3	Luontomatkailu.....	14
4.4.4	Talvimatkailu	15
4.5	Satakuntalainen ruokakulttuuri	16
4.6	Maailmanlaajuiset trendit.....	17
4.6.1	Poliittiset tekijät ja talouden kehitys.....	19
4.6.2	Ympäristökysymys ja teknologian kehitys.....	20
4.6.3	Demografiset tekijät	20
4.6.4	Sosiokulttuuriset tekijät.....	21
5	TUTKIMUSMENETELMÄT	21
5.1	Laadullinen tutkimus	22
5.2	Toiminnallinen opinnäytetyö	22
5.3	Benchmarking	23
6	RUOKAREITIN RAKENTAMINEN	25
6.1	Benchmarkingin toteutus	26
6.2	Karjalainen ruokaretki	26
6.3	Sienet- ja villiyrtit-viikonloppu.....	28
6.4	Majatalosta majataloon - karjalainen ruokamatka	29
7	SUUNNITELLUT RUOKAREITIT	30
7.1	Makumatka Poriin.....	30
7.2	Päiväretki Satankunnan herkkuihin	33
8	LUOTETTAVUUSTARKASTELU	35
9	POHDINTA.....	36
	LÄHTEET.....	39
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Ruon merkitys matkailussa kasvaa jatkuvasti. Yhä useammat meistä hakevat tietoisesti ruokaelämyksiä matkailusta. Monelle kohteen valinnan perusta on ruokakulttuuri ja elämykset, mitä ruoan avulla voidaan tarjota. Matkailukohteen ruokia ja elämyksiä voidaan muistella matkan jälkeen kotona valmistaen samankaltaisia herkkuja. Elämyksellisyys, tarinallisuus ja paikallisuus ovat asioita, mitä kuluttajat haluavat. Suomessa tuotettu ruoka on puhtaudessaan Euroopan kärkeä. (Havas, Adamsson & Sievers 2015, 6.)

Opinnäytetyöni aiheena on potentiaalisten ruokareitti-ideoiden löytäminen Satakuntaan. Opinnäytetyöni on toiminnallinen ja kvalitatiivinen. Tutkimusmenetelmä, jota tulen työssäni käyttämään on benchmarking. Aihe valikoitui minulle, sillä matkailun tutkimusryhmä haluaa kehittää ruokamatkailua Satakunnassa. Ruokareittien luominen luo vetovoimaisuutta ja antaa mahdollisuuksia Satakuntalaiselle matkailulle. Aihe kiinnosti minua heti, sillä ruokamatkailu on lähellä sydäntä, sekä sen parissa työskentelyn näen vaihtoehtona tulevaisuudessa. Aiheen sain ruokamatkailun tutkimusryhmän kautta. Suoranaista kokemusta ruokamatkailusta minulla ei ole muuta kuin kuluttajana, mutta olen valmistunut vuonna 2014 kokiksi, joten tämä syventää jo aiempaa aihealueen osaamista. Aihe on ajankohtainen, sillä ruokamatkailun merkitys matkailussa kasvaa jatkuvasti (Havas, Jaakonaho & Sievers 2013, 6).

Teoriapohja muodostuu suurimmaksi osaksi ruokamatkailun kirjallisuudesta, artikkeleista sekä tutkimuksista. Työssä käydään läpi myös benchmarkingin teoriaa ja avataan kymmenen askeleen malli, jota työssä käytetään. Suomeen on jalkautettu ensimmäinen ruokamatkailustrategia, jota käytän myös työssäni lähteenä. Aihe on rajattu niin, että vastuullani on ruokareittien benchmarkkaus ja sen pohjalta reittien suunnittelu. En hinnoittele, tuotteista enkä testaa reittejä, ettei työstä tule liian laaja.

2 TYÖN TAVOITTEET, TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ

Opinnäytetyöni tavoitteena on saada taustatietoa ruokareiteistä ja luoda hyvä pohja niiden rakentamiselle Satakuntaan. Näin opinnäytetyön tilaajani on helpompi jatkaa kehittämistä eteenpäin. Tulevaisuudessa reitti voidaan tuotteistaa Satakuntaan matkailupalvelutuotteeksi.

Olen valinnut kolme muualla Suomessa tuotettua reittiä, joista poimin elementtejä, jotka sopivat Satakuntaan. Jokaisessa benchmarkattavassa kohteessa on kohtia, joista on hyvä ottaa oppia ja mallia. Benchmarking on menetelmänä toimiva, sillä siinä otetaan oppia lähtökohtaisesti itseä paremmalta ja kokeneemmalta (Niva & Tuominen 2005, 13). Tarkoitus on saada mahdollisimman laaja käsitys ruokareiteistä ja tämän kautta työni tilaaja pystyy jatkamaan reittien tuotteistukseen. Aihe on rajattu alueellisesti niin, että minun vastuullani on toimivan reitin kehittäminen. Lähtökohtana on, että reitin tulee olla houkutteleva, kiinnostava sekä helposti lähestyttävä, sillä sen tarkoitus on lisätä ruokamatkailun houkuttelevuutta Satakunnassa.

Tutkimustehtävällä tarkoitetaan niitä kysymyksiä, joihin ollaan etsimässä vastauksia. Tutkimuskysymykset pitää rajata huolella, sekä kertoa perustelut kyseiselle aiheelle. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 174-175.) Opinnäytetyöni on tutkimustehtävä vertailla muualla tuotettuja ruokareittejä ja ideoida reitti Satakuntaan.

3 TYÖN TILAAJAN ESITTELY

Satakunnan ammattikorkeakoulun tutkimusryhmän tarkoituksena on kehittää matkailuelinkeinon liiketoimintaosaamista, -malleja sekä alan verkostoja, tuotteita ja palveluita Satakunnassa. Tutkimusryhmän suurena painopisteenä on myös alan yrittäjyyden uusien muotojen kehittäminen. Tarkoituksena on myös edistää yritysten kilpailukykyä ja kasvua sekä matkailupalveluiden tuottamista Satakuntaan. Heidän toiminnassansa korostuu asiakaskeskeisyys, mikä tarkoittaa liiketoiminnan kehittämistä asiakasymmärrystä hyödyntämällä ja asiakkaita osallistamalla. Tutkimusryhmään kuuluvat

yhteyshenkilö Sanna-Mari Renfors, projektipäällikkö Soile Vahela sekä lehtorit Maarika Berg, Maarika Iijolainen, Vappu Salo ja Jaana Ruoho. (Satakunnan Ammattikorkeakoulun www-sivut 2019.) Opinnäytetyöni tilaaja on Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailun liiketoiminnan tutkimusryhmä.

Hyödynnettäviä resursseja, joita tutkimusryhmä käyttää ovat maaseudun vetovoimatekijät, joita ovat esimerkiksi luonto ja lähiruoka. Tutkimusryhmä haluaa jalkauttaa ruokamatkailua Satakuntaan ja sen seurauksena tehdä Satakunnasta vetovoimaisempi ruokamatkailukohde. Merkityksellinen osa tutkimusryhmän toimintaa on elinkeinon kansainvälistäminen Satakunnassa. (Satakunnan Ammattikorkeakoulun www-sivut 2019.)

Tarkoitukseni on tutkia muualla Suomessa kehitettyjä ruokareittejä ja poimia niistä ideoita, joita Satakunnassa voisi toteuttaa. Yhteyshenkilö tutkimusryhmästä toimii lehtori Vappu Salo. Työn avulla tutkimusryhmä saa tärkeää tietoa muualla tuotetuista ruokareiteistä ja niiden toimivuudesta, jonka avulla voidaan jatkaa kehitystyötä.

4 RUOKAMATKAILU

”Ruokamatkailutarjonta on matkailijoiden kohtaama paikallisuuteen ja tarinoihin perustuva maukas ravintolaruokailu, kotiruokailu, katuruoka, suomalaisen ruoan tekeminen ohjatusti, luonnonantimiin ja keräilyyn liittyvät ruokamatkailutuotteet, luonnossa ja kulttuuriympäristössä tapahtuva ruokailu, erilaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit ja tapahtumat, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, viinitilat sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma. Ruokamatkailuun liittyvät tarinat, paikallisuus ja puhtaus. Parhaimmillaan ruokamatkailutuote on osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta ja tekee matkailutuotteen elämykselliseksi.” (Havas ym. 2015, 4.)

Ruoan merkitys onnistuneessa matkailuelämyksessä kasvaa jatkuvasti. Paikalliset tuottajat, tarinat sekä eri ruokakulttuurit yhdistyvät vahvasti ruokaan ja tekevät

ruokatuotteista mielenkiintoisempia sekä kohteen profilointi helpottuu. Parhaimmillaan ruoan merkitys matkailussa on tuottaa yksilöllisiä sekä unohtumattomia elämyksiä matkailijoille. Kehitettävillä läpi vuoden saatavilla ruokaelämyksillä ja ruokatuotteilla, joita tarjotaan niin suomalaisille kuin ulkomaisille matkailijoille, voidaan helposti parantaa suomalaisen ruoan tunnettavuutta ja mainetta. Samalla pystytään lisäämään ruokamatkailun houkuttavuutta ja luomaan positiivista Suomi-kuvaa. (Havassy 2013, 2.)

On olemassa useita määritelmiä mitä on ruoka- ja juomamatkailu. On epätodennäköistä, että siitä ollaan koskaan samaa mieltä. Se on kuitenkin hyvä, että yksi määritelmä ei ole perusta, koska se heikentäisi ja yksinkertaistaisi liikaa ruokamatkailun monimuotoisuutta. Ruoka ja juomamatkailussa on monia erilaisia muotoja ja tyyppejä minkä perässä kuluttajat matkustavat. Esimerkkeinä ovat alueen ruokakulttuuri, kulinaristiset tottumukset, erityiset kiinnostuksen kohteet, ruoan ja juoman alkuperä, paikallisuus sekä urbaanimatkailu. Kaikki kuluttajat ovat yksilöitä ja heillä on eri tarpeita. Ihmiset arvostavat erilaisia asioita ja piirteitä elämässä, ja niin myös matkailussa. (Everett 2016, 10.)

Ruokamatkailuun voidaan laskea kaikki matkailun ohjelmamuodot, joissa matkan pää tarkoitus on tutustua erilaisiin juomiin ja ruokiin matkailun lomassa. Matkailijat voivat osallistua ruoan valmistukseen esimerkiksi luonnossa valmistettavissa ruoissa tai seurata ruoan laittoa esimerkiksi viinitiloilla. Ruokamatkailua ovat niin yhden kohteen käynnit, kuten pidot Suomen linnassa, että pidemmät niin sanotut kiertokäynnit, joissa vierailaan monessa ruokakohteessa saman matkan aikana. Eniten ruokamatkailua harjoittaa alan harrastajat, gastronomit ja viinin- ja oluiden asiantuntijat, mutta ruokamatkailu on koko ajan nostanut suosiotaan myös muiden matkailijoiden keskuudessa. Onhan ruoka keskeinen osa jokaista matkaa. (Verhelä & Lackman. 2003, 151.)

Ruokakulttuuri on eläväinen kokonaisuus, joka muotoutuu ja muuttuu ajan kuluessa, ja jokainen meistä toteuttaa sitä. Suomalaiseen ruokakulttuuriin ja siihen miten ja mitä syödään vaikuttavat historia, yhteiskunta, kulttuuri ja luonto. Hyvä ruoka tekee matkasta täydellistä, ja samoin niin, että mukavalla matkalla hyvä lisä on maistuva ruoka. Teemaan liittyen toteutetaan monia hankkeita eri puolilla Suomea ja lisäksi on jo

olemassa monia valmiiksi mietittyjä ruokaan liittyviä matkakokonaisuuksia. (Aitojamakuja www-sivut, 2019.)

Ruokamatkailun suosio on noussut viime vuosien aikana. Yhä useammat matkailijat hakevat tietoisesti ruokaelämyksiä matkoiltaan. Kuluttajat haluavat kokea kulttuurin, luonnon sekä paikalliset elämäntavat. Suomalaisessa ruokamatkailussa on paljon mahdollisuuksia. Aitous, paikallisuus, tarinat sekä puhtaus luovat arvoa nykypäivän matkailijalle ja nämä kaikki Suomella on tarjota. Ruokamatkailutuote on parhaimmillaan tekemistä ja osallistamista, joista matkailijat oppivat jotain uutta. (Havas ym. 2013, 6-7.)

Ruokamatkailu on nouseva matkailutrendi etenkin yhdistettynä maaseutumatkailuun. Tuotteiden aitous ja ainutlaatuisuus sekä suomalaisen maaseudun poikkeuksellisuus ovat elementtejä, joiden avulla voidaan luoda toimiva ruokamatkailukonsepti. (Salo, 2014, 62.)

Suomeen on tehty ensimmäinen ruokamatkailustrategia vuosille 2015-2020. Strategia on syntynyt Haaga Helian ammattikorkeakoulun koordinoimana. Ruokamatkailustrategian keskeisin tavoite on määrittää kehittämisen roolitus ja yhteinen päämäärä tulevaisuudessa. Strategian avulla pyritään kärkituotevetoisesti kehittämään ruokamatkailua Suomessa ja aktivoimaan kansainvälisiä markkinoita. Strategian tarkoitus on myös viestittää laajasti asiakkaille ja toimijoille Suomen ruokamatkailumahdollisuuksista sekä kärkituotteista. Strategiasta olevilla toimenpiteillä lisätään laadukkaita sekä houkuttelevia suomalaisia ruokamatkailutuotteita niin kotimaisille kuin ulkomaisille matkailijoille. (Havas ym. 2015, 2.)

Strategian hyötyjä ovat Suomen matkailun vetovoiman kasvu, joka tarkoittaa lisää kiinnostusta Suomesta ja tätä kautta suurempia matkailijavirtoja. Suomen matkailun ja elintarvikealan kilpailukyky paranee strategian jalkautumisen ansiosta. Näin ollen pystytään tarjoamaan kilpailukykyisiä, houkuttelevia paketteja matkailijoille. Suomalainen identiteetti sekä kulttuuri kehittyvät ja yhdistyvät monien elinkeinojen kehittymiseen. Toimialojen ja toimijoiden menestys ja tuloksellinen yhteistyö paranevat, suomalainen kulttuuri ja identiteetti kehittyvät sekä suomalaisten ja ulkolaisten

matkailijoiden arvostus suomalaisen ruokaan ja ruokakulttuuriin lisääntyy. (Havas ym. 2015, 10.)

4.1 Ruokamatkailun kehittämisen temaattiset painopistealueet

Maailmalla ruoka on noussut yhdeksi mielenkiintoisimmaksi trendiksi matkailusektorin toimesta. Nyt onkin tärkeää saada ruoka myös Suomeen vahvaksi ja houkuttelevaksi matkailun teemaksi. (Havas ym. 2015, 11.) Ruoka on aina oleellinen ja elämyksellinen osa matkailutuotetta. Strategian tavoitteena on vahvistaa tuotteistettua ja liiketoiminnallista matkailun kehittämistä. Tärkeänä painopisteenä on kohottaa ruokailun ja ruoan roolia osana matkailutuotetta ja samalla pyrkiä tehokkaaseen tuotteistamiseen. Ruokamatkailun painopisteet on jaettu strategiassa kolmeen. (Havas ym. 2015, 13.)

Taste of place- teema käsittää suomalaisuutta ja sitä kuinka suomalainen elämäntapa maistuu. Suomalaisessa ruokailussa huomaa selkeästi alueelliset erot, Karjalassa tarjotaan karjalaista ja Lapissa lappilaista ruokaa ja aina ylpeydellä. Suomalainen ruoka on persoonallista ja suomalaisten arkisissa, oudoissa tavoissa on jopa tuotteistamisen mahdollisuus. Suomessa itä ja länsi kohtaa ja molemmat ovat tärkeä osa ruokakulttuuriamme. (Havas ym. 2015, 13.)

Pure pleasure- teemalla tarkoitetaan suomalaisen puhtaan ruoan tekemiä hyviä vaikutuksia niin keholle kuin mielelle. Suomen luonto ja sieltä saatavat raaka-aineet ovat uniikki voimavara. Luonnon antimet tekevät hyvää niin mielelle kuin ruumille. Luonnonkokeminen yhdistettynä ruokaan on uskomaton kokemus. Hyviä esimerkkejä ovat revontuliruokailu, ruokailu meren rannalla tai tunturin huipulla. (Havas ym. 2015, 14.)

Cool and creative from- Finland teeman alla käsitellään kansainvälisesti tunnustettuja ruokailmiöitä. Suomessa on paljon maailmalla tunnettuja kuuluisia kokkeja, mutta ei Suomalainen ruoka pelkästään heistä ole tunnettu. Taste of Helsinki, Flow festival ja suomalainen katuruoka ovat jo nostaneet Suomen yhdeksi ruokatrendien luojaksi. Uusia ruokatrendejä tulee jatkossa ideoida, rakentaa ja hyödyntää. Ruokatrendejä ei tule hyödyntää pelkästään osana matkailutuotetta vaan on hyvä myös huomioida suora

ruokamatkailu ja kehitellä sen kautta uusia ideoita. Näitä kolmea teemaa painotetaan erityisesti kehitystyössä. (Havas ym. 2015, 14-15.)

4.2 Suomalainen ruokamatkailutuote

Suomalainen ruokamatkailutuote on helposti tunnistettavissa, paikallinen, lähellä tuotettu, kansainvälisesti tunnettu, maistuva sekä elämyksellinen osa matkailua niin sisätiloissa kuin luonnonhelmassa. Ruoan ympärille voidaan rakentaa moniulotteinen matkailupaketti tai se voi toimia osana esimerkiksi kulttuurimatkailua. Suomalainen ruoka herättää kiinnostusta ja se on omaperäistä. (Havas ym. 2015, 12.) Strategiaan on koottu lista menestyvän suomalaisen matkailutuotteen ominaisuuksista (Taulukko 1) (Havas ym, 2015, 37).

Taulukko 1 Menestyvän matkailutuotteen ominaisuudet (Havas ym, 2015, 37).

1.	Ruoan maku, ruoan on oltava selkeää, herkullista, monipuolista, valmistettu tuoreista raaka-aineista, aitoja makuja unohtamatta perinteisyyttä, paikallisuutta ja puhtautta.
2.	Toinen ominaisuus on kohteen myynti ja markkinointi, kohteen/palvelun tulee olla viimeistelty, todettu ja varma kohde, tunnistettava, luotettava sekä ostettava.
3.	Kolmas on elämyksellisyys, kohteen ainutlaatuisuus, tarinallistaminen, mahdollisuus osallistamiseen, elävää ruokaperinnettä, idyllisyys, lämmin tunnelma, kauniit maisemat sekä hyvää mieltä tuottava
4.	Seuraava ominaisuus on palvelu, henkilökunnan ammattitaito, luonnollinen ammattitilpeys, karismaattisuus, iloisuus, luonnollisuus sekä rento meininki, ei turhan vakavaa.
5.	Viides ominaisuus on tuotteistaminen, innovatiivisuus, joukosta erottuminen, puhtaus sesongin mukaisuus sekä suomalaisuus. Taidokkaasti suunnitellut kokonaisuudet, jotka esittävät kohteen monipuolisesti. Paikallisten toimijoiden, tuottajien, historian ja perinteiden hyödyntäminen. Miljöön rakentaminen ruokatuotteen ympärille, sisustus, estetiikka perinteitä kunnioittaen.

Näitä viittä ominaisuutta (Taulukko 1) halutaan lisätä yrityksissä erilaisilla työkaluilla ja valmennuksilla koko strategian jalkauttamisen ajan (Havas ym. 2015, 37).

Suomen matkailutuotteissa ja uusia tuotteita suunniteltaessa tulee olla tietyt asiat huomioituna: ruoan hyvä maku, asiakasymmärrys, hinnoittelu tarpeeksi korkeaksi, sijainti, markkinointi ja näkyvyys, osaava henkilökunta joka on ylpeä työstään, sesonkien hyödyntäminen, yhteistyö paikallisten tuottajien sekä toimijoiden kanssa, tuoteistaminen kunnossa, miljöö ja estetiikka, verkottuminen alueen yritysten kanssa (yhteinen rintama), yrityksen tarttuva tarina sekä paikallisuus- perinteisyys- suomalaisuus, mutta ei tavanomaisuus. Nämä toimivat menestyvän matkailuyrityksen perustana, joiden ympärille on helppo rakentaa muita ajankohtaisia elementtejä. (Havas ym. 2015, 4.)

4.3 Tuotekehitys- kärkituotteet

Ruokamatkailustrategiassa pyritään nostamaan Suomen matkailun imagoa ja parantamaan alan yritysten kilpailukykyä kärkituotevetoisesti. Kärkituotteet ovat myös merkittävässä roolissa kansallisten matkailun teemojen toteuttamisessa sekä myös Suomen maakuntien brändien parantamisessa. Ollakseen menestyvä ruokamatkailutuote, tarvitaan siihen ympärille yleensä muita palveluja ja aktiviteetteja tukemaan kokonaispakettia. Esimerkiksi kesäteatteria, ulkoilua, kulttuuria tai majoitusta. Strategiassa pyritään nostamaan suomalaisten ruokamatkailua vetovoimaa ja kilpailukykyä kärkituotteiden johdolla. Suomena matkailualueilla on jo kärkituotteita, jotka esittelevät alueen historiaa, perinteitä, raaka-aineita, elämäntapaa ja tarinoita. (Havas ym. 2015, 15.)

Tavoitteena tuotekehityksessä on mentävä kärkituotteet edellä. Ensimmäinen strategian tavoite on saada matkailualueille kärkituotteita, jotka heijastavat alueen raaka-aineita, perinteitä, tarinoita ja elämäntapaa. Näin ollen syntyy ruokamatkailuverkostoja sekä ruokamatkailutuotteita. Toinen strategian tavoite on Visit Finlandin tuoteteemoissa ruokamatkailutuotteiden vahvistuminen. Tuoteteemoja ovat hyvinvointi-, kulttuuri-, luonto- ja talvimatkailu. (Havas ym. 2015, 15-16.)

Kolmas strategiassa oleva tavoite on saada kansainvälisesti kiinnostavat ruokailmiöt vahvistumaan ja kasvamaan määrällisesti. Tällä hetkellä olemassa on jo monia kiinnostavia ilmiöitä ja niistä on hyvä ammentaa tulevaisuuteenkin. Esimerkiksi Solar Kitchen, Flow Festival ja Fiskarsin ruokamarkkinat. Tuotekehityksen kärkituotteiden avulla keskeinen tavoite on yksinkertaisesti lisätä suomalaisia, houkuttelevia kärkituotteita, (Havas ym. 2015, 18.)

Tuotekehitystä tehdään kansallisella, alueellisella sekä yritystasolla. Alueellisella tasolla tavoitteena on maakuntien ja alueiden alueelle tavallisiin ruokiin, raaka-aineisiin sekä perinteisiin perustuvien ruokamatkailutuotteiden kehittämiseen. Samalla yhteistyössä tuotekehitystä ja teemaohjelmien kehittämistä Visit Finlandin kanssa. (Havas ym. 2015, 19.)

4.4 Ruokamatkailun teemat

Visit Finland on listannut neljä ruokamatkailun tuoteteemaa. Näitä teemoja ovat luonto-, hyvinvointi-, kulttuuri- sekä talvimatkailu. Tuoteteemojen avulla pystytään parantamaan ja kehittämään jokaisen teeman ruokamatkailutuotetta. Kaikissa tuoteteemoissa tulisi ottaa huomioon paikallisuus, aitous sekä alkuperä. Esimerkiksi paikallinen ruoka, luomuruoka, ylpeys omasta ruoasta, saariston, metsän tunturin sekä vesistöjen näkyminen ruoassa. On huolehdittava, että ruokatarjonta on monipuolista ruokamatkailureiteillä. Suomessa on paljon juhlapyyhiin liittyviä ruokatottumuksia, niiden sekä vuodenaikojen näkyminen ruoassa on myös suositeltavaa. Paikallisuudella tarkoitetaan omien lähialueiden tuottajien ja toimijoiden tuotteita. Paikallisuutta voi hyvin tuoda esille esimerkiksi majoituspaikan aamiaisella, tällä hetkellä hotelliaamiaiset ovat lähes samanlaisia joka paikassa. Paikallisten tarinoiden, alkuperän sekä vuodenaikojen tuominen tuotekuvauksiin tuo asiakkaalle aitoja mielikuvia kohteesta. Teeman kokonaisvaltainen huomioiminen ruokamatkailutuotteessa, mukaan lukien esimerkiksi tuotteiden pakkaukset. Mukaan ostettavat paikalliset ruokatuliaisat ovat myös merkittävä lisä hyvään ruokamatkailutuotteeseen. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

4.4.1 Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailussa keskiössä on ruoan alkuperä, terveellisyys ja puhtaus. Hyvinvointimatkailijat arvostavat luomu- ja lähiruokaa sekä luonnosta saatavien raaka-ainesten käyttöä mahdollisimman monipuolisesti. Hyvinvointimatkailun ruokatuotteiden suunnittelussa käytetään suomalaisia ravitsemussuosituksia. Terveellisessä ruokavaliossa on paljon hedelmiä, marjoja ja kasviksia, sesongit huomioiden. Kalaa on hyvä suosia aina ja viljatuotteet tarjoilla täysjyväisinä. Juomana kannattaa tarjota suomalaista puhdasta hanavettä. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Nykyään Suomessa on paljon erikoisruokavalioita. Näistä tavallisin on vähälaktoosinen tai laktoositonruokavalio. Keliakiaruokavalio on toinen suuri erikoisruokavalio. Keliakiaruokavaliossa on poistettava kaikki gluteiinia sisältävät viljatuotteet ruokavaliosta. Viime vuosina on kasvisruokavalio nostanut suosiotaan. Tavallisin kasvisruokavalio on lakto-ovo vegetaarinen ruokavalio, jossa on sallittua käyttää maitotuotteita sekä kananmunaa. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Hyvinvointimatkailun yksi tärkeä ruokatuote on saunaruoka. Monipuolinen ja ennen kaikkea terveellinen saunaruoka on isossa osassa koko saunakokemusta. Ruokia tulee miettiä niin ennen saunaa, saunaelämyksen aikana sekä saunan jälkeen. Huomioitavaa on myös, missä sauna on, onko ulko-, sisä- vai mahdollisesti savusauna. On myös muistettava huomioida ulkomaalaisten ruokatottumukset ja ruokatavat. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

4.4.2 Kulttuurimatkailu

Kulttuurimatkailussa painotetaan suomalaisia ruoanlaittotapoja, elämyksellisyyttä, asiakkaiden osallistamisesta sekä ruokaperinteitä. Matkailija pääsee osallistumalla kokemaan maan ja kaupungin kulttuuria ja paikallisuutta. Toki myös nykyhetken trendit, kuten villiruoka esittelee ruoan kulttuurillista ulottuvuutta. Paikallinen ruoka ja suomalainen sekä skandinaavinen ruokakulttuuri kiinnostavat kulttuurimatkailijoita ja näillä teemoilla kannattaa lähestyä matkailijoita. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Kulttuurikohteissa yksi keino tuotteistaa kulttuuria matkailullisesti on ruoka. Esimerkiksi festivaaleilla ruokatuote usein kuvastaa teemaa tai vuodenaikaa. Esimerkiksi keuhällä tuoreet kotimaiset raaka-aineet. Museoissa, joissa on oma kahvila tai ravintola, on helppo muokata teemoja vaihtuvien näyttelyiden ansiosta. Suomalainen muotoilu ja design nousevat kulttuurimatkailussa arvoonsa. Esimerkkejä näistä ovat Iittalan lasi, Arabian astiat sekä kattauksissa kädentaidot. Usein ruoan ja kattauksen yhtenäisyys suomalaisen kulttuuriin saattavat tarvita opastusta vierailijoille. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Kulttuurimatkailussa on monia mahdollisuuksia. Ruoka voidaan kerätä suomalaista elämäntapaa kunnioittaen itse oppaan johdolla luonnosta. Luonnosta voi kerätä esimerkiksi marjoja, sieniä, villiyrtejä, kalastaa tai perunan nostaminen maasta. Näistä kerätyistä luonnon antimista voidaan yhdessä vierailijoiden kanssa valmistaa lounas ja päivällinen tai kotiin vietäväksi tuotteeksi. Näytetään suomalaista vieraanvaraisuutta ja annetaan matkailijoille elämyksellisyyttä. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

4.4.3 Luontomatkailu

Luontomatkailussa keskeisessä osassa on ulkona luonnossa syöminen ja luonnon antaminen keräily yhdistettynä luontoliikuntaan. Esimerkiksi pyörämatkailijoita kiinnostaa myös pienet paikalliset kohteet sekä Suomen kulttuurin erikoisuudet. Luontomatkailijat osallistuvat yleensä fyysisiin aktiviteetteihin, mikä tarkoittaa sitä, että ruoan ravitsemuksellisuus oltava kohdallaan. Luontomatkailija haluaa syödä hyvin ja heille ruokaa valmistettaessa onkin kiinnitettävä huomiota ruoan laatuun, makuun, ruokailuympäristöön sekä estetikkaan. Eritäin tärkeä huomioita asia on myös riittävä energian saanti. Riittävän energian saamiseksi on varattava useita välipaloja sekä riittävästi juomista. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Elämykselliseen ruokailuun liittyvät hygieenisuus, suomalaisuus, paikallisuus, luonnonantimet, tarinallisuus sekä esteettisyys. Ruokailujen joustavuus ja ajankohdat tulee ottaa huomioon luontomatkailussa. Esimerkiksi ulkomaalaisten matkailijoiden kohdalla on huomioitava, että nauttivat aina myöhäisen illallisen. Näin ollen maaseuduilla

olevien majoituskohteiden tulee varata suppea illallisruokalista, jotta saadaan varmistettua asiakkaiden tyytyväisyys. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Aamupalan tärkeys on luontomatkailijoille ehdottoman iso asia. Ravitsevuus ja aamupalan proteiinerikkaus ovat avain asemassa luontomatkailijalle. Majoituskohteissa tulisi aamuisin olla myytävänä mukaan otettavia välipalapaketteja sekä juomia. Ekologisuus tulee näkyä kaikissa ruokailuissa. Esimerkiksi lautaset ja ruokailuvälineet tulee olla ympäristöystävällisiä. Varasuunnitelma luonnossa ruokailun ruokailutilaksi säänyllättäessä tulee aina olla. On varmistettava, että luontomatkailijat saavat ruokaa, vaikka säähän tulisi radikaaleja muutoksia.

(Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Nouseva trendi Suomen ruokamatkailussa on globaali lähiruoka ja villiruoka. Näiden kahden yhdistäminen luontomatkailuun toimisi varmasti. Luontomatkailun paketoiminta ja tuotteistamista tulisi tehdä näitä teemoja yhdistellen. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

4.4.4 Talvimatkailu

Talvimatkailutuote on hyvin kausiluontoinen ja siksi tarjottavan ruoan tulisi olla mahdollisuuksien mukaan talven ajan kotimaisia raaka-aineita, talven teemaruokia sekä talven juhlapyhien perinteisiä ruokalajeja. Näistä esimerkkinä ovat joulu, uusivuosi sekä pääsiäinen. Talvisaikaan matkailtaessa ruoka ja ruokailu liittyvät voimakkaasti hiihtokeskusten rinneravintoloiden tarjontaan. Siinä onkin yksi panostettava kohde, että saadaan hyvää ruokaa tunturiin. Talvella matkailtaessa matkailu liittyy usein liikkuamiseen, joten ravitsemuksellisesti järkeviin ruokavaihtoehtoihin on kiinnitettävä huomiota. Esimerkiksi rinneravintoloiden sekä hiihtokeskusten ruokavalikoimaan olisi hyvä saada monipuolisuutta. Terveellisiä vaihtoehtoja matkailijoiden valittaviksi on olemassa niin ruoka kuin juomapuolella. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Talvimatkailu on suosittu lapsiperheiden keskuudessa ja hiihtokeskuksissa liikkuukin paljon lapsia. Lastenlistalla tulisi olla enemmän terveellisiä kotiruokatyyppejä vaihtoehtoja kuin vaihtoehtoisesti pitsaa tai hampurilaisia. Lapsiasiakkaissa korostuu myös

erikoisruokavaliot, tarkemmin allergiat. Yleisimmät allergiat lapsilla ovat maito- ja kananmuna-allergiat. Maitoallergisen on jätettävä pois kaikki maidon proteiinia sisältävät tuotteet. Maitoallergiaa ei saa sekoittaa laktoosi-intoleranssiin. Henkilökunnan tulee tietää, mitä ravintolassa tarjoillaan. Tämä tarkoittaa, että henkilökunta on koulutettava tuntemaan ruokatarjonta todella tarkasti. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

Talven elementtien, kuten jään ja lumen innovatiivinen sekä monipuolinen hyödyntäminen talvimatkailun ruokatuotetta mietittäessä. Esimerkkeinä ruokailu iglussa, ruokailu luonnossa hiihto-, moottorikelkka-, tai koiravaljakkoretken yhteydessä tai jääbaarit. Vaihtoehtoja on monia. Yksi idea voisi olla myös asiakkaan osallistaminen esimerkiksi ruoan valmistamiseen tai tulen tekoon. Se tuo matkailijalle uutta ulottuvuutta ja kokemuksesta tulee ikimuistoisempi. Vaikka alussa painotetaan tuoreiden kausituotteiden suosimista, ei tule unohtaa perinteisiä säilöttyjä tuotteita. Esimerkiksi syksyn marjoista tehdyt mehut ja hillot sekä syksyllä poimitut ja sen jälkeen pikkelöidyt sienet, kurkut ja punajuuret. Myös talvella pitää muistaa raaka-aineiden monipuolinen käyttö, sillä talvellakin on raaka-aineita mistä valita. (Hungry for Finland www-sivut, 2016.)

4.5 Satakuntalainen ruokakulttuuri

Satakuntalainen ruokakulttuuri on tunnettua sen runsaudesta ja vieraanvaraisuudesta. Tätä kuvaakin hyvin sanonta ”sen seitsemää sorttia” joka on peräisin Satakunnan pitopöydistä. Satakunnan ruokakulttuurin rikkauksia ovat kalaruoat, etenkin siika ja silakka sekä tottakai, erikoisuus nahkiainen. Maakunnassa toimii myös useita suuria ruokatuottajia ja Satakunnassa tuotetaankin paljon siipikarjaa, sianlihaa, juureksia sekä avomaan vihanneksia. (Satakunnan www-sivut, 2017.) Aidot, paikalliset tuotteet pitävät vahvasti yllä satakuntalaisten ruokailutottumuksia. Lähellä tuotettu ruoka on nostanut suosiotaan niin arkiruoassa kuin juhla-aterioissa. (Ruokatiedon www-sivut, 2019.)

Aiemmin jo mainittu satakuntalainen pitopöytä on ollut nimensä veroinen jo kauan aikaa. Jo 1960-luvulla kirjoitetussa teoksessa kerrotaan, miten satakuntalaista pitopöytää on jo silloin ihailtu. Pitoruokailu alkoi voileipäpöydästä, johon kuului monia

erilaisia suolaisia kaloja, rosollia eli satakuntalaisittain sallattia, erilaisia laatikoita sekä makkaroituja, syltittyä, keitettyä sianlihaa, palvia ja juustoja, myöhemmin joukkoon on liittynyt perinteiset lihapullat. Nämä kaikki siis toimivat alkuruokina. Alkuruokien jälkeen tarjottiin puljongit, puurot, sopat ja erilaiset paistit. Aterian loppuksi tarjottiin yhdestä kahteen jälkiruokia. Kattauksia oli yleensä neljästä kuuteen. (Valonen, Uusivirta, Arha & Tuulos 1982, 12.)

Satakuntalaisessa ruokakulttuurissa on samoja elementtejä kuin muiden maakuntien ruokakulttuureissa. Satakuntalainen ruokakulttuuri muistuttaa eniten Hämeen ruokakulttuuria ja Varsinais-Suomen ruokakulttuuria. Satakuntalaisissa ruokailuperinteissä näkyy meren läheisyys. Merestä saadut saalit ovat iso osa satakuntalaista ruokakulttuuria. Meren antimista silakka- ja siikaruuat ovat tunnetuimpia. (Valonen ym. 1982, 15.)

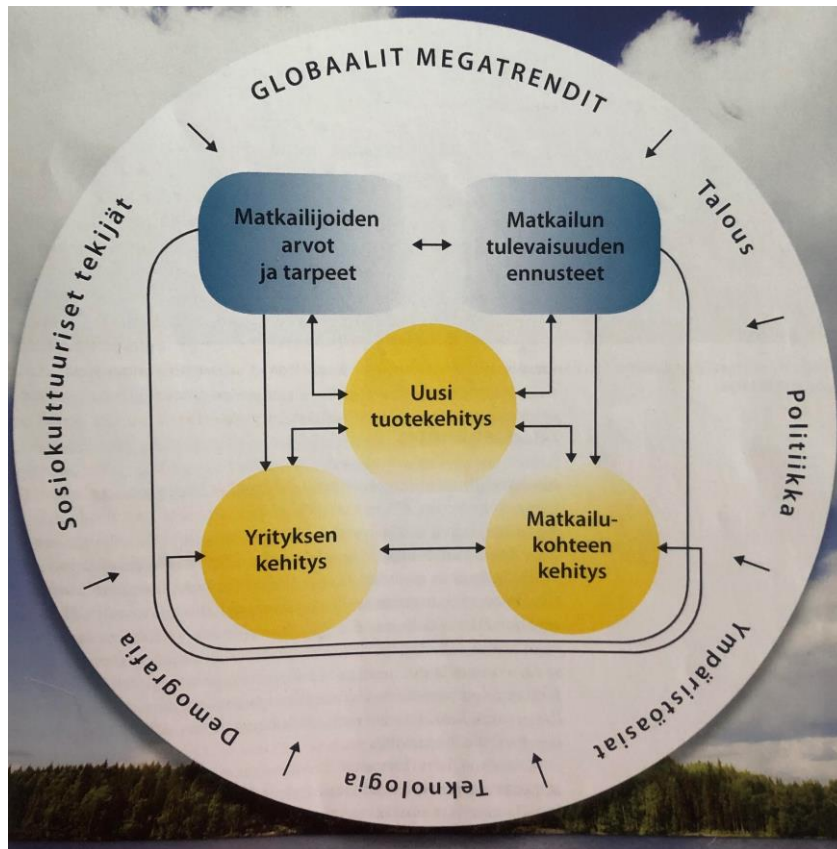
Nahkiaisat ovat erikoisherkkua Satakunnassa. Kokemäenjoen alueelta nostettavat nahkiaisat ovat alkusyksystä pyyntiaikaan suosituimpia ja silloin niitä on tarjolla toreilla ja kauppahalleissa. Satakuntalaisesta pitopöydästä löytyy myös runsaasti muita herkkuja. Näitä ovat muun muassa rosolli eli satakuntalaisittain sallatti, erilaiset makkarat, salaattit, juurekset, paistit sekä perunat. Lukuisat hirvimetsästäjät pitävät huolen siitä, että myös riistaa on saatavilla. (Ruokatiedon www-sivut 2019.) Satakunnan toinen erikoisherkkua on kakko. Kakko on pyöreä hiivaleipä, joka leivotaan ohrasta ja vehnästä. Alun perin kakkoa on tehty viikonloppuherkuksi, mutta nykyään se on osa satakuntalaista ruokapöytää päivittäin. (K-Ruoka www-sivut 2019.)

Merenrannan herkkua, tyrni kuuluu myös vahvasti satakuntalaiseen ruokakulttuuriin. Tyrni on hieno ja maukas marja ruoanlaittoon. Se sopii erityisesti jälkiruokiin, juomiin ja leivontaan. Tyrniä voi myös käyttää lisäkkeenä esimerkiksi liharuokille vahvan maunsa ansiosta. (Ruokatiedon www-sivut, 2019.)

4.6 Maailmanlaajuiset trendit

Maailmanlaajuiset trendit vaikuttavat myös täällä Suomessa. Ne vaikuttavat suoraan niin matkailuelinkeinon monialaisiin muotoihin kuin matkailukysyntään sekä

kuluttajien kulutuskäyttäytymiseen. STEEP- malli (Kuva 1) on muodostettu niin, että siinä huomioidaan kansainvälisten megatrendien vaikutus matkailuelinkeinoon. (Tonder 2013, 30-31.)



Kuva 1. STEEP-Malli (Tonder 2013, 23)

STEELP- sanan kirjaimet tulevat Englannin kielen sanoista Social (sosiaalinen), Technological (teknologinen), Environmental (ympäristö), Economic (taloudellinen) sekä Political (poliittinen). Globaaleja kehityssuuntia tarkastellaan mallissa poliittisten tekijöiden, talouden kehityksen, ympäristökysymyksen, teknologian kehityksen, demograafisten tekijöiden sekä sosiokulttuuristen tekijöiden kautta. (Tonder 2013, 30-31.) Näitä tekijöitä käsitellään seuraavissa luvussa tarkemmin.

Malli (Kuva 1) on tehty niin, että tarkastelu-aika on 10-15 vuotta, joten vuodesta 2020 eteenpäin voidaan tarkastella sen kehittymistä. Tarkastelun kohteena on kansainvälinen kehitys. Muutokset ovat tärkeitä myös suomalaisessa matkailuliiketoiminnassa. Vaikka yritys olisi keskittynyt kotimaan markkinoihin, on yritys joka tapauksessa alttiudessa maailmanlaajuiselle kehitykselle. Toki etenkin pienten toimijoiden on

vältettävä trendien vaikutusten ylianalysointia. Kaikilla uudistuksilla ja muutoksilla ei ole välittömiä vaikutuksia yrityksen toimintaan. Trendien tarkan tarkastelun jälkeen voidaan luoda katsaus siihen, miten trendit tulevat vaikuttamaan matkailuliiketoimintaan ja matkailukohteen sekä yksittäisen yrityksen toimintaan. (Tonder 2013, 22-23.)

4.6.1 Poliittiset tekijät ja talouden kehitys

Keskeisimmin matkailuliiketoimintaan vaikuttavat poliittiset tekijät ovat kansainvälinen politiikka, turvallisuus sekä alueelliset konfliktit. Nämä kolme politiikan tasoa ovat kaikki lähellä toisiaan, mutta niitä voidaan tarkastella omina kokonaisuuksina. Kansainvälisessä politiikassa korostuu erityisesti USA:n valta-asema ja sen vaikutus valtioiden välisiin suhteisiin. Toinen merkittävä tekijä matkailuliiketoimintaan vaikuttava tekijä on Aasian ja etenkin Intian ja Kiinan taloudellisen aseman nouseminen. Kolmas tekijä on Euroopan Union poliittinen linja vaikuttaa mantereiden maiden välisiin suhteisiin, pääsääntöisesti niitä lähentäen. Turvallisuustekijät ovat pääsääntöisesti seurauksia kansainvälisessä politiikassa syntyvistä tapahtumista. Matkailuliiketoiminnan kannalta turvallisuustekijät ovat erityisen merkittäviä kuluttajien ostokäyttäytymisen sekä matkailukohteisiin kulutettavien investointien kannalta. Rauha, turvallisuus ja luotettavuus ovat erittäin merkittävässä roolissa matkailuelinkeinon olemassaololle ja kehittymiselle. Turvallisuus tulisi saada automaattisesti kiinteäksi osaksi yrityksen tarjontaa ja palveluja. Alueelliset ja etniset konfliktit vaikuttavat erityisesti yksittäisiin valtioihin. Näillä kuitenkin on myös vaikutus taloudelliseen kehitykseen ja toimintojen kehittymiseen. Toinen puoli asiassa on kuitenkin se, että erilaiset etniset ryhmät ja kulttuurien monipuolisuus on suuri matkailun vetovoimatekijä, joka kasvattaa merkitystään jatkuvasti. (Tonder 2013, 25-26.)

Matkailuliiketoiminta on erittäin voimakkaasti sidoksissa taloudessa tapahtuviin muutoksiin. Matkailu on kasvanut voimakkaasti viime vuosikymmeninä ja se on pitkälti maailmantaloudessa ja yksittäisissä kansantalouksissa tapahtuneiden muutosten ja kehittymisen ansiota. Talouskasvun mukana on matkailuliiketoiminnasta kehittynyt yksi isoimmista teollisuuden aloista. Kansantalouksien kehittymisen ansiosta matkailualalle on pystytty tekemään suurempia investointeja ja samalla yksittäisten

matkailijoiden kyky käyttää enemmän rahaa matkailuun ja elämyksiin on kasvanut. (Tonder 2013, 24.)

4.6.2 Ympäristökysymys ja teknologian kehitys

Ympäristökysymyksellä on suuri merkitys tulevaisuudessa matkailusektorilla. Ilmasto-olosuhteissa ja luonnon ympäristössä tapahtuvat muutokset ovat suuri tekijä matkailun vetovoimassa. Matkailuelinkeinon kannalta kaikkein merkittävimmät ympäristökysymykset ovat luonnonvarojen väheneminen, ilmastonmuutos sekä biodiversiteetin väheneminen. (Tonder 2013, 27.)

Matkailun elinkeino on riippuvainen teknologiasta. Teknologiassa ja sen kehityksessä mukana pysyminen luo kilpailuetua, mikäli siinä onnistuu. Tieto- ja viestintäteknologia kehittyvät koko ajan ja niiden myötä yritykset saavat käyttöönsä koko ajan uusia välineitä kehittääkseen toimintaansa. Tieto- ja viestintäteknologia ovat tuoneet matkailupalvelut kuluttajien kotiin, matkatoimistojen kustannuksella. Tulevaisuudessa tulee korostumaan entistä enemmän omatoimisuus ja yksilöllisyys. Tällöin on löydettävä enemmän palvelumuotoja pysyäkseen kilpailukykyisenä. (Tonder 2013, 28.)

4.6.3 Demografiset tekijät

Omat muutostrendinsä matkailuelinkeinoon luovat demografiset eli väestönrakenteelliset sekä sosiaaliset muutokset. Matkailun kannalta merkittävimmät tekijät ovat länsimaissa väestön kaupungistuminen, keskimääräinen ikääntyminen sekä vapaa-ajan ja työn kokemat muutokset. Kaupungistumisen takia useimmat ihmiset asuvat isoissa kaupungeissa. Suurten kaupunkien läheisyyteen rakennetaan koko ajan enemmän ja enemmän vapaa-ajanviettokeskuksia. Väestön keskittyminen tarkoittaa lisäkysyntää matkailupalveluiden järjestämiselle. Väestön ikääntyminen on länsimainen ilmiö. Ikäkehitys on täysin erilainen kehitysmaissa sekä teollisen kehityksen alkuvaiheessa olevissa maissa. Esimerkiksi Suomessa, kotimaanmarkkinoilla on asiakkaiden keski-ikä nousemassa, kun vastaavasti esimerkiksi Aasiasta tuleva matkailijavirta tuo yritykselle koko ajan nuorempia kuluttajia. Keskeisin sosiaalisten rakenteiden kokema muutos on perinteisten ydinperheiden merkitysten pienentyminen ja sitä kautta uusien

perhemuotojen merkityksen kasvaminen. On noussut uusia lomakonsepteja perinteisen perhelomakonseptin rinnalle. Kotitalouksien matkailukulutustavat tulevat vielä muuttumaan ja moninaistumaan vaatien palveluilta aina enemmän. (Tonder 2013, 29.)

4.6.4 Sosiokulttuuriset tekijät

Väestössä tapahtuu jatkuvasti muutoksia. Ihmisten asenteet, arvot ja käyttäytyminen muuttuvat. Erilaiset muoti-ilmiot muokkaavat kuluttajien kuluttajatottumuksia ja vaikuttavat suuresti ostokäyttäytymiseen. Matkailuala on erityisen herkkä erilaisille muutoksille ja ilmiöille. Yksi keskeisimmistä kuluttajien matkustuskäyttäytymiseen heijastavista asioista on elintason nousu ja sitä kautta matkailuun käytettävä kasvava rahamäärä. Toisaalta ihmisistä on tullut kiireisempiä ja aika matkailuun on vähentynyt. Loma-matkoilta halutaan elämyksiä ja niiden on oltava laadukkaita. Näistä ollaan myös valmiita maksamaan enemmän. Nykyisin kuluttajilla on myös enemmän kokemuksia palveluista, joten loistavaa palvelua ja laadukasta sisältö osataan matkailulta vaatia. Yksilöllisyys on länsimaalaisuuden yksi keskeisin piirre ja sen merkitys tulee kasvamaan jatkuvasti. Matkailussa se tarkoittaa, että matkailijat korostavat yhä enemmän ostopäätöksissä elämyksellisyyttä, ainutlaatuisuutta sekä räätälöityjä palveluita juuri omiin tarpeisiin. Matkailuelinkeinon tuotekehityksessä elämyksellisyys onkin korostunut huomattavasti. Yritysten on koko ajan pystyttävä tarjoamaan vaativille kuluttajille houkuttelevia elämyksiä. (Tonder 2013,31.)

5 TUTKIMUSMENETELMÄT

Opinnäytetyöni on kvalitatiivinen tutkimus eli toiminnallinen tutkimus, jota tukee laadullinen tutkimusmenetelmä. Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Tutkimuksessa pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman monipuolisesti ja kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään enemminkin löytämään tai paljastamaan tosiasioita kuin todentamaan jo olemassa olevia väitteitä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 157.)

5.1 Laadullinen tutkimus

Laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan tutkimusta, minkä avulla halutaan tuloksia ilman määrällisiä keinoja kuten tilastoja. Laadullisessa tutkimuksessa käytetään sanoja ja vastaavasti määrällinen tutkimus perustuu lukuihin. Laadullisen tutkimuksen pyrkimys on asian tai ilmiön kokonaisvaltainen ja syvällinen ymmärtäminen. Laadullinen tutkimus voidaan nähdä myös esitutkimuksena. Tällöin kvantitatiivinen tutkimus on varsinainen tutkimus. Toisaalta asia voi olla myös toisin päin, jolloin laadullista tutkimusta voidaan käyttää määrällisen tutkimuksen tuloksien analysointiin, syventämiseen ja ymmärtämiseen. (Kananen 2014, 24.)

Tutkimusprosessi kvalitatiivisessa tutkimuksessa on joustavampi ja se ei ole yhtä selkeä verrattaessa määrälliseen tutkimukseen. Tutkimusprosessin vaiheet tulee silti tuntea ja tietää tässäkin tutkimusotteessa. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijalla on käytössä analyttisyys sekä luovuus. (Kananen 2014, 42.)

5.2 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on ammatillisen kentän käytännön toiminnan opastamista, ohjeistamista, järjestämistä tai järjeistämistä. Alasta riippuen se voi esimerkiksi olla ammatilliseen käytäntöön suunnattu ohjeistus tai opastus, kuten turvallisuusohjeistus. Toiminnallinen opinnäytetyö voi myös olla jonkin tapahtuman toteuttaminen, esimerkiksi konferenssin tai kansainvälisen kokouksen. Tärkeää toiminnallisessa opinnäytetyössä on yhdistää käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoja käyttäen. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tulee muistaa selvityksen tekeminen. Ammattialoilla on iso määrä taitoja ja tietoa, joita on jossain tapauksissa mahdoton tavoittaa ilman selvitystä. Toiminnallisen opinnäytetyön tulisi olla työelämälähtöinen, tutkimus näkökulmainen, käytännönläheinen sekä kyseisen alan tietojen ja taitojen hallintaa osoittava. (Villka & Airaksinen 2003, 9.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä olisi suositeltavaa olla toimeksiantaja. Toimeksiantajan avulla opiskelija pystyy laajentamaan osaamistaan sekä luomaan kontakteja työelämään. Toimeksi annettu opinnäytetyö tukee opiskelijan ammatillista kasvua,

mahdollisuus verrata tietoja ja taitoja senhetkisiin työelämän vaatimuksiin ja tarpeisiin. (Vilka & Airaksinen 2003, 16-17.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä tavoitteet ovat tärkeä määrittellä heti työn alkuvaiheessa. Tavoitteiden tulee olla harkittuja, tiedostettuja, realistisia sekä perusteltuja. Opinnäytetyön alussa on myös tehtävä suunnitelma itsellesi, mitä ollaan tekemässä ja miksi. Kohderyhmä, mitä ollaan tekemässä ja kenelle on avainasemassa idean luomisessa. Tässä vaiheessa on myös sitouduttava tavoitteisiin ja lupauduttava tekemään parhaansa niiden saavuttamiseksi. Seuraavaksi tulee pohtia, miten päästään tavoitteisiin, mitä keinoja käyttää, millaisilla tutkimusmenetelmillä saadaan ideaalein tulos. Aikataulut on hyvä tehdä jo suunnitteluvaiheessa, näin työ valmistuu helpommin aikataulussa. (Vilka & Airaksinen 2003, 28-30.)

5.3 Benchmarking

Benchmarking on menetelmänä oppia itseä paremmilta (Niva & Tuominen 2005, 13). Menetelmä perustuu laadun kehittämiseen ja tuotekehitykseen, jossa omaa toimintaa verrataan jonkin toisen kohteen toimintaan. Menetelmän tehokkuus perustuu ihmisten perusominaisuuksiin. Oppimisen kannalta näitä ominaisuuksia ovat johtopäätösten teko, matkiminen ja opituiden asioiden soveltaminen. Menetelmän logiikka perustuu ajatukseen, että jokaisella on heikkoudet sekä vahvuudet ja näistä molemmista on mahdollisuus oppia. Toisten yritysten seuraaminen ja niiltä oppiminen on aina ollut osa oman tuotteen kehittämisessä. Benchmarking on kuitenkin tuonut prosessiin ja oppimiseen järjestelmällisyyttä ja tavoitteellisuutta. Parhaimmillaan benchmarking on molemminpuolista oppimista. Benchmarkingin tavoitteena on saavuttaa jatkuva oppimisprosessi, jonka avulla aktivoidaan toimijoita ja autetaan heitä löytämään parhaat menetelmät työtehtäviinsä. (Komppula & Boxberg 2005, 123.) Tulen käyttämään tiedonhankinnassa benchmarkkausta ja käytän soveltaen kymmenen askeleen mallia (Taulukko 2).

Taulukko 2. Kymmenen askeleen benchmarking- malli (Niva & Tuominen 2005, 47)

Askel 1 Kohteen määrittely	Mitä halutaan oppia benchmarkattavalta kohteelta, missä halutaan kehittyä.
Askel 2 Benchmark-kohteiden tunnistaminen	Tunnistetaan potentiaaliset kohteet, joilla on riittävästi tietoa ja taitoa.
Askel 3 Suorituskyky erojen mittaus	Mitataan suorituskyky ero oman ja benchmarkattavan yrityksen välillä.
Askel 4 Kohteen menestystekijöiden tunnistaminen	Tunnistetaan ne tekijät, prosessit ja osaaminen, joilla kohde on kehittynyt ja menestynyt.
Askel 5 Oman yrityksen prosessien tunnistaminen	Kuvataan menetelmät ja prosessit jo aikaisemmin määritettyyn suorituskykyyn pohjautuen.
Askel 6 Benchmark-prosessin suorituskyvyn määrittäminen	Määritetään benchmarkkauksen suorituskyky sekä kuvataan sen menetelmät ja toimintatavat.
Askel 7 Benchmark-prosessin tavoitteiden asettaminen	Asetetaan tavoitteet, joihin halutaan päästä benchmark-prosessilla
Askel 8 Oppitujen asioiden soveltaminen ja käyttöönotto	Muutokset omiin toimitapoihin. Käytetään löydettyjä menetelmiä oman prosessin kehittämiseen.
Askel 9 Muutoksen vakiinnuttaminen ja kehittäminen	Varmistetaan erilaisilla mittauksilla, että muutokset ovat toimivia ja tavoitteet saavutetaan.
Askel 10 Prosessin uudelleen aloittaminen	Benchmarking on jatkuva prosessi ja tavoitteena kehittää omaa benchmark-prosessia.

(Niva & Tuominen 2005)

Malli alkaa benchmarking-kohteen määrittelystä (Taulukko 2). Tämä tarkoittaa kartoitusta siitä, missä halutaan kehittyä sekä tunnistamista omasta suorituskyvystä. Oman suorituskyvyn mitattua voidaan siirtyä mallin toiseen vaiheeseen, joka on benchmark-kohteiden tunnistaminen. Benchmarkkaajan tulee tunnistaa kohteet, joilla on haluttua taitoa ja tietoa. Kohteet valitaan vertailemalla suorituskykymittauksia sekä määrittelemällä niissä olevien erojen syyt. Kolmannessa vaiheessa tunnistetaan suorituskykyero benchmarkattavan kohteen ja oman organisaation välillä. Tässä vaiheessa on hyvä ottaa selvää yrityksen suorituskyvyn kehittyminen, kuinka nopeasti se on kehittynyt ja miten se tulee tulevaisuudessa kehittymään. (Niva & Tuominen 2005, 35-45.)

Neljäs vaihe mallissa on benchmarking-kohteen menestyksen taustalla olevien tekijöiden tunnistaminen. Mitkä ovat ne tekijät, prosessit ja osaaminen joilla kohde on

kehittynyt ja sitä kautta menestynyt. Viidennessä vaiheessa tulee tunnistaa omat vastaavat prosessit, joita käsiteltiin kohdassa neljä. On kuvattava tarkoin omat menetelmät ja toimintatavat jo aikaisemmin määritettyyn suorituskyykyyn pohjautuen. Huomiota tulee kiinnittää erityisesti suorituskyykyä haittaaviin tekijöihin. Vain silloin, kun tunnistaa ja tietää omat prosessit voi vertailla ja oppia muilta. Kuudennessa vaiheessa määritellään benchmark-prosessin suorituskyyky sekä sen menetelmien ja toimintatapojen kuvaus. Tässä kohdassa erityishuomiota kiinnitetään suorituskyykyä edistäviin tekijöihin. (Niva & Tuominen 2005, 35-45.)

Seuraavassa vaiheessa asetetaan tavoitteet, joihin halutaan päästä benchmark-prosessilla. Tavoitteita voi asettaa heti toteutuviksi sekä pitkän aikavälin tavoitteet. Tavoitteiden määrittely on yksi keskeisimmistä benchmark-prosessin osista. Kahdeksannessa vaiheessa opitut asiat sovelletaan ja otetaan käyttöön. Muutoksen omiin toimintatapoihin suunnitellaan, suunnitelma laaditaan ja muutokset toteutetaan. Tässä vaiheessa käytetään löydettyjä menetelmiä ja toimintatapoja oman prosessin kehittämiseen. Yhdeksäs vaihe on muutosten vakiinnuttaminen ja kehittäminen. Tavoitteena on useilla mittauksilla varmistaa, että tavoitteet saavutetaan ja benchmark-taso ylitetään. Viimeinen vaihe on benchmark-prosessin uudelleen aloittaminen. Benchmarking on jatkuva prosessi ja tavoitteena on kehittää jatkuvasti omaa benchmarking-prosessia oppimalla parhailta. (Niva & Tuominen 2005, 35-45.)

6 RUOKAREITIN RAKENTAMINEN

Menestyvän yrityksen yksi tärkeimmistä ominaisuuksista on kyky muutosten tunnistamiseen niin yhteiskunnassa kuin markkinoilla. Oma toiminta tulee sopeuttaa mahdollisimman hyvin muutosten mukaisiksi. Jos matkailuyritys haluaa olla kilpailukykyinen, pitäisi pystyä löytämään markkinoilta markkinarako eli liikeidea, jota kehittämällä ja tuotteistamalla yritys on kykenevä toteuttamaan liiketoimintaa. Matkailuelinkeino on herkkää ja muutoksia tapahtuu koko ajan. Tästä syystä yritysten on oltava koko ajan muutoksessa mukana. Ympäriällä tapahtuvat muutokset ovat sisäisestettävä nopeasti. Muutosherkkyys ei yksin kuitenkaan takaa menestystä koko ajan kiristyvässä

kilpailussa. Kilpailukyvyn kannalta tulisi kuitenkin olla enemmänkin tulevaisuuden tekijä kuin muutokseen sopeutuva. (Tonder 2013, 21-22.)

6.1 Benchmarkingin toteutus

Valitsin benchmarkkauksen kohteeksi kolme erilaista ruokareittiä, jotka ovat tuotettu muualla Suomessa. Ensimmäinen valittu reitti on Karjalainen ruokaretki. Toinen valittu ruokareitti on Sienet ja villiyritit- viikonloppu. Kolmas valittu reitti on Majatalosta Majataloon. Valitut reitit päättyivät benchmarkkauksen kohteeksi, sillä jokaisessa on piirteitä, joista kannattaa ottaa mallia. Reiteistä on saatavilla hyvin tietoa ja niihin on helppo tutustua. Reittien esittelytekstit ja markkinointi on houkuttelevaa sekä sisältö jokaisessa monipuolinen. Valitut reitit ovat kaikki erilaisia, mutta samoja piirteitä on jokaisessa.

Benchmarkingin toteutuksessa lähdin liikkeelle askel askeleelta toteuttamaan mallin mukaista benchmarkkausta (Taulukko 2). Ensimmäisenä lähtökohtana mietin, että mitä halutaan oppia. Mitä halutaan saada selville ja miten laajasti. Tarkoituksena oli saada taustatietoa jo Suomessa toteutetuista ruokareiteistä. Hyvin nopeasti löytyi sopivia benchmarkkauskohteita. Sopivien benchmarkkauskohteiden löydyttyä tutkin reittejä huolellisesti. Vertasin heidän suorituskykyänsä mahdolliseen toimeksiantajani suorituskykyyn. Tavoitteiden määrittely, mihin benchmarkkauksella halutaan päästä ja mitä siitä halutaan saada. Tämä näkyy työssäni kehitetyissä reiteissä. Kymmenen askeleen- malli on laaja ja se on mielestäni hyvä benchmarkkaukseen, Tässä tekemässä benchmarkkauksessa en pystynyt askel askeleelta mallia käymään läpi, sillä suunniteltuja reittejä ei tuotteisteta, hinnoitella tai testata.

6.2 Karjalaiset ruokaretket Karelia á la carte ruokaverkostossa

Karelia á la carte on Pohjoiskarjalan ravintoloiden ja matkailuyritysten verkosto. Verkostossa on mukana yli 70 yritystä eripuolilta maakuntaa. Perinteisessä Karelia á la carte- ruokapöydässä tuoksuvat haudutetun villisian, lampaan ja karjalanpaistin aromit. Pöydässä on lähes aina myös järvikalat, kuten muikut, siitake- ja metsäsienet, erilaiset kasviksen monessa muodossa, haudutetut hunajaiset juurekset sekä maistuvat

perinneleivonnaiset, kuten karjalanpiirakat, sultsinat, kukkoset, pyöröt ja vatruskat. Karelia á la carten arvoja ovat karjalaisuus, paikallisuus, omaleimaisuus, vieraanvaraisuus sekä luonto. (Karelian alacarten www-sivut, 2019.)

Tällä ruokaretkellä kuluttajille tutuksi tulevat pohjoiskarjalainen yrittäjäyys, ruokakulttuuri, nykypäivän gastronomia sekä Karelia á la carte –verkosto. Karjalaiset makuelämykset sekä vieraanvaraisuus höystettynä ohjelmapalveluilla ja kädentaidoilla tekevät tämän reitin. (Liite 1.) Luonto on Pohjois-Karjalassa lähellä kulkijaa. Puhdas vesi ja luonto on luonut ympäristön Karelia á la cartelle. Karjalainen ruokapöytä on tunnettu aidoista tuoksuista ja mauista, jotka saavat vieraiden ruokahalun heräämään ja mielen virittäytymään matkailun makumuistoihin. Reitti on kaksipäiväinen ja se sisältää paljon karjalaisia makuja ja majoituksen Sokos Hotel Kolissa. (Karelian alacarten www-sivut, 2019.)

Benchmarkattavan reitin lisäksi karjalaisia ruokaretkiä on myös päivän mittaisina. Kolme vaihtoehtoa takaavat sen, että jokaiselle ryhmälle löytyy sopiva. Retkiä ovat Karelia á la carte- jouluretki, Joensuusta Ilomantsiin sekä Kiteeltä Joensuuhun. Karelia á la carte- jouluretki alkaa kello 10 ja päättyy 16. Päivän aikana nautitaan jouluinen pitopöytäateria, valmistetaan saippuaa pikkujoululahjaksi, ajellaan hevosreellä metsässä, käydään tutustumassa Käsityöyhdistys Lipin joululahjatarjontaan sekä vietetään jouluinen hartaushetki Taipaleen kirkossa. Lopuksi vielä jokainen osallistuja saa muistoksi pikkujoululahjan.

Joensuusta Ilomantsiin- retki pitää sisällään Hermannin viinitilaan tutustumista marjaviinejä maistellen, karjalanpiirakoiden leivontaan ammattilaisen opastuksella, ateria nautitaan Parppeinpirtillä kantelemusiikin tahdittamana ja lopuksi vielä tutustutaan Parppeinvaaran kylään. Päivä alkaa kello 11 ja päättyy kello 17.

Kiteeltä Joensuuhun retkellä nautitaan kuukauden Karelia á la carte- lounas Joensuun Teatteriravintolassa, tutustutaan Wanhan Kulman Puotiin sekä TaitoKortteliin. Iltapäiväkahvit nautitaan Kukkolan tilalla, jossa tutustutaan Antti Kukkosen museoon, Antti Arboretumiin, Marttojen näytepuutarhaan sekä leivotaan karjalanpiirakoita tai kerätään yrtejä/sieniä oppaan johdolla. Päivä alkaa kello 10 ja päättyy kello 16. (Karelian alacarten www-sivut, 2019.)

Karelian reitit ja ruokaverkosto päätyi benchmarkkauksen kohteeksi, sillä toiminta on siellä ainutlaatuista. Kohteen ruokaverkosto on hyvin ja laajasti rakennettu, se on monipuolinen, joka tarjoaa jokaiselle jotakin. Siinä on mukana monta paikallista toimijaa ja yritystä, jotka herättävät mielenkiintoa. Reiteissä selkeänä piirteenä on paikallisuus, alueen tavat ja toiminta sekä karjalaisuus. Reitit ovat tunnistettavia, räätälöitäviä sekä hyvin houkuttelevia. Karelia on konseptina jo tunnistettavissa ja Karjalassa tehdään hyvää työtä ruokamatkailun edistämiseksi. Reitit houkuttelevat ja esittelytekstit saavat lukijan kiinnostumaan. Reitit ovat selkeästi löydettävissä ja niistä on kerrottu monipuolisesti. Reitti on helppo hahmottaa, ja lukija pystyy luomaan mielikuvia, millainen kokemus tämä voisi olla. Benchmarkkauksessa hyvin nopeasti tämä reitti päätyi kohteeksi edellä mainituista syistä. Reitistä ja koko verkostosta löytyy hyvin tietoa, ja reitin tutkiminen ja vertailu oli mielenkiintoista.

6.3 Sienet- ja villiyrtilt- viikonloppu

Hotelli Punkaharju sijaitsee Punkaharjulla. Hotelli järjestää monenlaisia tapahtumia ja kursseja, joista yksi on Sieni- ja villiyrtilt- viikonloppu. Viikonloppu sisältää sieniretket oppaiden opastamana, sieniretken jälkeiset saunomiset rantasaunassa, Hotelli Punkaharjun sieniteemaiset lounaat, aamiaiset sekä viikonlopun kruunaava Hotelli Punkaharjun viiden ruokalajin villiyrtilt ja sieni- illallinen. Ohjaajina viikonlopussa toimii sieniasiantuntija ja luonnonyrtiltineuvoja Jarkko Korhonen sekä villiyrtiltien käyttöön ja perinnekäyttöön erikoistunut Marjaana Lahtua. Viikonlopun emäntänä toimii sienimentori Saimi Hoyer. (Hotelli Punkaharjun www-sivut, 2019.)

Viikonloppuja järjestetään keväästä syksyyn asti. Viikonloppuja pystyy muokkaamaan tyhmän tarpeiden mukaan. Ihannekoko ryhmälle on 25 henkilöä. (Hotelli Punkaharjun www-sivut, 2019.)

Sienet- ja villiyrtilt viikonloppu on rakennettu perinteiden sienten sekä ilmiöksi muodostuneiden villiyrtiltien ympärille. Benchmarkkauksen kohteeksi reitti päätyi, koska se on ajankohtainen, trendikäs, mielenkiintoa herättävä sekä osallistava. Reitiltä saa jotain konkreettista mukaan, se haastaa osallistujia, ja osallistujat varmasti oppivat uutta

niin sienistä, kuin villiyrteistä. Reittiä on markkinoitu myös julkisuudesta tutun Saimi Hoyerin kautta. Saimi toimii reitin emäntänä ja tuo jo henkilönä lisämielenkiintoa reittiin.

6.4 Majatalosta majataloon -karjalainen ruokamatka

Majatalosta majataloon on palkittu vuoden 2015 parhaana ruokamatkailutuotteena. Ruokamatka on lähtökohtaisesti kestoltaan neljä päivää, mutta matka on tilattavissa myös yhden päivän mittaisena. Tällöin tulee valita päivistä se, joka ryhmää eniten kiinnostaa. On mahdollista myös räätälöidä matkan kestoksi kaksi tai kolme päivää. Majatalosta majataloon retki kiertää neljä erilaista majataloa. (Liite 2.) Jokaisessa majatalossa pääsee tutustumaan ja halutessaan kokeilemaan karjalaisten herkkujen valmistamista. Jokainen majatalo on erilainen ja jokaisella majatalon emännällä on omat vahvuutensa ruoanlaitossa, joten kävijät pääsevät neljän erilaisen emännän ruokapöydän ääreen. (Visitkarelian www-sivut, 2019.)

Majatalosta majataloon- retken ja konseptin suosion vuoksi on niitä kehitelty lisää. Nykyään retkiä on mahdollisuus toteuttaa eri variaatioin: Majatalosta majataloon me-loen ja pyöräillen, Majatalosta majataloon- pyörävaellus sekä Riippumaton matkailija. Nämä retket ovat toteutettavissa keväästä syksyyn. Talvella retki kulkee nimellä Majatalosta majataloon- hiihtovaellus. Tämä retki on myyty tältä talvelta jo loppuun ja tällä hetkellä myydään retkiä jo vuodelle 2020. (Visitkarelian www-sivut, 2019.)

Majatalosta majataloon ruokamatka on palkittu ja syystä. Ajatuksena vierailu neljässä samankaltaisessa paikassa saattaa kuulostaa yksitoikkoiselta tai jopa tylsältä. Jokainen majatalo on kuitenkin erilainen ja emäntänsä näköinen. Jokaisessa pääsee näkemään ja kokemaan erilaisia elementtejä ja tapoja. Tämä ruokamatka osallistaa kävijänsä erinomaisesti. Matkailijat pääsevät itse kokeilemaan perinneruokien valmistamista ja saa myös sen jälkeen nauttia itse tehdyistä herkuista. Reitti on muokattavissa yhdestä päivästä neljään päivään jokaisen ryhmän tarpeiden mukaisesti.

Tämä reitti osoittaa, että kun luodaan yksi toimiva reitti, sen jalostus erilaisiksi variaatioiksi on yksinkertaista. Alkuperäinen Majatalosta majataloon on esimerkiksi

jalostettu talviseksi Majatalosta majataloon- hiihtovaellukseksi. Näin pienellä ideoinnilla saadaan uusi matkailutuote talvisesonkia varten.

7 SUUNNITELLUT RUOKAREITIT

Benchmarkkauksen tuloksena yksi tärkein elementti reittiä ideoidessa on kuluttajien osallistaminen. On tärkeää, että osallistetaan reittiin osallistuvia henkilöitä. Osallistaminen luo elämyksellisyyttä sekä muistoja, joita ei helposti unohda. Tärkeää on saada kuluttajat tuntemaan unohtamattomia elämyksiä. Toinen elementti on paikallisuus. On tuotava esille juuri kyseisen kohteen erikoisuuksia sekä paikallisia toimijoita. Reitin houkuttelevuus ja mielenkiintoisuus on myös tärkeässä osassa. Reitillä on oltava niin sanottu punainen lanka, joka saa ryhmät valitsemaan juuri tämän paketin.

Reittien tulee olla räätälöitävissä juuri kyseisen ryhmän tarpeisiin. On osoitettava joustavuutta ja yksilöllistämistä juuri kyseistä matkailijaryhmää kohtaa. Reitit on ideoitu niin, että kohderyhmiä reiteille on monia. Asiakassegmenttiä ei ole rajattu mihinkään tiettyyn. Reitit voivat olla esimerkiksi osa ulkomaalaisen matkailijaryhmän lomamatkaa tai vaikka yrityksen tyky-päivä. Reitit, jotka olen suunnitellut, ovat esimerkkejä siitä, minkälaisia reitit voisivat olla.

7.1 Makumatka Poriin

Reitti (Taulukko 3) on suunniteltu ryhmille. Reitti on mahdollista toteuttaa ympäri- vuotisesti. Reitin välimatkat siirrytään pääsääntöisesti kävellen tutustuen Poriin. Reitti on ideoitu Porin keskustan läheisyyteen, jossa liikkuminen on helppoa ja esimerkiksi reitin varrella pääsee tutustumaan upeaan Kirjurinluotoon. Päivä alkaa Porin paahtimolta ja sen yhteydessä olevalta Cafe Sololta.

Porissa on paahdettu kahvia jo vuodesta 2005 Puuvillan alueella Porin Paahtimossa. Paahtimo ja kahvila yhdessä on ollut ensimmäisiä vastaavia Suomessa. Samassa tilassa toimii kahvila ja terassi, jossa voit aistia kaikki kahvin tuoksut ja tutustua

paahtamiseen, kun laitteet ovat käynnissä. Kahvi on tuoretta ja makuelämykseltään ainutlaatuista. (Cafe Solon www-sivut,2018.) Kahvin juonnin lomassa tutustutaan paahtimoon. Osallistujien on mahdollista ostaa paahtimon kahvia mukaan. Sieltä matka jatkuu lounastamaan Raatihuoneen kellariin.

Raatihuoneen kellarissa valmistetaan selkeää, laadukasta ja korkeatasoista ruokaa hyvistä raaka-aineista. Vaihtuvan ruokalistan perustana toimii kala, liha sekä riista. Tilauksesta ravintola valmistaa erilaisia juhlamenuja. Lounas voidaan räätälöidä ryhmän halun mukaan joko hienommin À la Carte- lounaana tai vastaavasti edullisempi vaihtoehto on nauttia lounas lounasbuffetista. (Raatihuoneen kellarin www-sivut, 2018.) Lounaan jälkeen siirrytään Porin kauppakeskus Isokarhuun ja siellä Jätskibaari Vohveliin.

Jätskibaari Vohveli on 2011 perustettu yritys, joka myy ja valmistaa itse tuotteensa. Jätskibaarin pienen pieni jäätelötehdas sijaitsee myös Isokarhussa, jossa valmistetaan lähes joka päivä pieniä eriä erimakuisia jäätelöitä. Omatekoisissa jäätelöissä suositaan luomu-, Reilun kaupan ja lähialueilla tuotettuja raaka-aineita. Jätskibaari Vohvelin jäätelöt eivät sisällä lisä- ja väriaineita, esansseja eikä keinotekoisia aromeja. Tärkeää ovat aidot luonnon maut. Vaihtuvassa valikoimassa on tällä hetkellä noin 100 eri makua ja uusia kehitellään koko ajan lisää. Päivittäin kahvilan vitriinissä on tarjolla 12-18 makua. (Jätskibaari Vohvelin www-sivut, 2018.) Jätskibaari Vohvelissa nautitaan erimakuisia jäätelöitä ja kuullaan Jätskibaarin tarina. Reitin viimeisenä kohteena on Porin torin laidalla sijaitseva panimoravintola Beer Hunter's.

Beer Hunter's on 1998 perustettu perheyritys, joka toimii tänä päivänä jo kolmannessa polvessa. Beer Hunter's valmistaa vuodessa noin 200 000 litraa palkittua Mufloni-olutta. Olutta valmistetaan kahdessa panimossa. Ravintolan yhteydessä on toinen, joka on kapasiteetiltaan pienempi kuin Herranlahdesa sijaitseva panimo. Ravintolan panimossa tehdään rohkeita kokeiluja ja valmistetaan pieniä erikoiseriä. Herranlahden panimolla valmistetaan suuria määriä hittioluita. (Beer Huntersin www-sivut, 2018.) Tässä tunnetussa panimoravintolassa on järjestetty maistelu, joka sisältää erilaisia oman panimon oluita sekä kausittain vaihtuva talon siideri.

Olutmaistelun jälkeen iltaa voi jäädä istuskelemaan Beer Huntersiin tai muihin Porin alueen ravintoloihin. Beer Hunter's sijaitsee aivan torin laidalla, joten kävelymatkan päässä on vaikka mitä mahdollisuuksia, jokaisen ryhmän tarpeen mukaan.

Taulukko 3. Makumatka Poriin

<p><i>Makumatka Poriin</i></p> <p><i>Klo 10 Aamu alkaa mitä mainiommalla kahvihetkellä Cafe Solossa. Porin paahtimolla kahvi paahdetaan itse, ja se on aina tuoretta.</i></p> <p><i>Klo 12 Lounastetaan arvostetussa ja hirstoriallisessa Raatihuoneen kellarissa. Lounaan yhteydessä kuullaan Raatihuoneen historiasta.</i></p> <p><i>Klo 13.30 Vierailu paikallisessa Jätskibaari Vohvelissa, jossa päästään maistamaan herkullisia jäätelöitä.</i></p> <p><i>Klo 16 Paikallisen panimon Beer Hunter'sin olutmaistelu. Beer Hunter's valmistaa itse omissa panimoissaan oluet ja ne ovat maultaan ainutlaatuisia.</i></p>

Reitti (Taulukko 3) syntyi lähtökohdista helposti lähestyttävä, paikallinen sekä mielenkiintoinen. Halusin erityyppisiä kohteita, kuitenkin kaikkien tuli olla Porissa kävelymatkan päässä toisistaan. Reitin kohteet ovat Satakuntalaisia toimijoita, jolla jokaisella on rooli Porin imagossa. Reittiä voisi myydä kuka tahansa yrityksistä, jotka ovat mukana reitissä. Myös esimerkiksi VisitPori voisi olla mahdollinen myyjä. Reitti helpottaa kuluttajien kokemusta. Kaikki on ostettavista samasta paikasta ja siirtymät ja ajankohdat ovat valmiiksi mietittyjä. Reitti myös varmistaa, että jokaiseen paikkaan mahtuu ja reitin aikana kuluttajat pääsevät osallistumaan ja tutustumaan yrityksiin syvällisemmin.

7.2 Päiväretki Satankunnan herkkuihin

Päiväretki Satakunnan herkkuihin (Taulukko 4) on reittinä hyvin erityyppinen kuin makumatka Poriin. Tässä reitillä tutustutaan mielenkiintoisiin Satakunnan kohteisiin. Reitti kuljetaan linja-autolla, sillä välimatkat ovat suhteellisen pitkiä. Tämä reitti olisi toteutettavissa kesäaikana ja reitti alkaa Porin kauppatorilta.

Kauppatori sijaitsee aivan kaupungin ytimessä, lähellä kaikkea. Kauppahallin, alueen yritysten ja kävelykadun kanssa se muodostaa viihtyisän kaupunkikeskustan. Porin torilla on kesäisin tarjolla runsaasti tuoreita paikallisia marjoja ja vihanneksia. Ostettavissa on myös niin tuoretta kalaa ja kuin vaatteita ja kukkiakin. Torilla käy kova kuhina aamupäivisin ja siellä porilaisilla onkin tapana vaihtaa kuulumisia ja tavata tuttuja. Torin laidalla palvelee myös kahvila Parlamentti, josta voi ostaa esimerkiksi aamukahvit. (Porin www-sivut, 2019.) Torilta matka jatkuu linja-autolla kohti Ahströmin ruukkia.

Ruukki sijaitsee Noormarkussa ja matka Porista sinne kestää noin 20min. Ahströmin ruukki on viimeinen ruukki, joka on perustettu Suomeen Ruotsin vallan alla. 1870 ruukki pakkohuutokaupattiin ja sen osti liikemies Antti Ahlström. Silloin ruukki oli huonossa kunnossa. Ahlströmin suku kunnosti ja korjasi ruukkia useaan otteeseen. 60 vuoden aikana ja kolmen sukupolven aikana ruukki -alueelle rakennettiin suvun asuinrakennuksiksi kolme merkittävää rakennusta Isotalo, Havulinna sekä Villa Mairea. Asuinrakennusten lisäksi rakennettiin Pääkonttori, Klubi, työväenasuntoja sekä virkailijahuiloita. Ruukki on edelleen Ahlströmin omistuksessa. (Ahlströminruukit www-sivut, 2018.)

Vierailun aikana tutustutaan upeaan historialliseen miljööseen ruukin alueella. Ruukin Klubilla ryhmä osallistuu ruoanlaittokurssille, jossa valmistetaan itse lounas ammattilaisen johdolla. Ahlströmillä on kestitty kautta aikain niin valtiovieraita, taiteilijoita kuin kuninkaallisiakin. Ruokatarinoita Ahlströmeillä riittää ja heille onkin tärkeää, että ruualla on tarina. Vuosisatojen perinnereseptit ovat edelleen käytössä ja löytyvät viikoittain Klubin ruokalistalta. Klubilla suositaan lähi- ja luomuruokaa lähituottajilta.

Sesonki näkyy vahvasti valmistettavissa herkuissa. (Ahlströminruukit [www-sivut](#), 2018.) Matka Ahströmiltä jatkuu villiyrttikurssille Poriin.

Villiyritit ovat luonnossa kasvavia kasveja ja yrttejä, joiden maku ja ravintopitoisuus ovat usein parempia kuin mitä viljeltyjen kasvien ja yrttien. Luonto tarjoaa monenlaisia herkkuja, joita on mahdollisuus itse käydä poimimassa ja sen jälkeen syödä. Kurssille on mahdollista viedä itse poimimia villiyrttejä ja kasveja mukanaan. Marttojen järjestämällä kurssilla on ammattilaisia opastamassa ja neuvomassa. (Marttojen [www-sivut](#), 2019)

Taulukko 4. Päiväretki Satakunnan herkkuihin

<p><i>Päiväretki Satakunnan herkkuihin</i></p> <p><i>Klo 9.00 Päivän aloitus kauppatorilla tutustuen tarjontaan.</i></p> <p><i>Klo 9.45 Lähtö Ahströmin ruukille</i></p> <p><i>Klo 10.15 Kierros Ahlströmin ruukeilla</i></p> <p><i>Klo 11.00 Ruoanlaittokurssi alkaa</i></p> <p><i>Klo 13.15 Lähtö villiyrttikurssille</i></p>

Klo 14.00 Villiyrttikurssi Porissa alkaa

Klo 16.00 Päivä päättyy

Reitti (Taulukko 4) on eri tyyllisesti rakennettu kuin aiemmin nähty Makumatka Poriin. Päiväretki Satakunnan herkkuihin painottuu vierailuun Ahlströmin ruukeilla. Ahlströmin ruukki on ainutlaatuinen kohde. Ruukeilla osallistujat pääsevät itse tekemään ruokaa sekä pääsevät tutustumaan historialliseen miljööseen. Villiyrttikurssilla osallistujat saavat paljon tietoa villiyrteistä ja sinne on mahdollista viedä omia villiyrtejä ja saada apua niiden valmistamiseen. Reitti osallistaa osallistujat lähes joka osa-alueella olemalla kuitenkin mielenkiintoinen. Mielenkiintoa lisää etenkin trendikkäät villiyrtit.

8 LUOTETTAVUUSTARKASTELU

Laadullista tutkimusta voidaan pitää luotettavana, kun tulkittu materiaali ja tutkimuskohde ovat yhteensopivia. Epäolennaiset tai satunnaiset tekijät eivät saa vaikuttaa teorianmuodostukseen. Kun tutkimusprosessissa puhutaan luotettavuudesta, tarkoitetaan sillä sitä, että tutkijan tekemät tulkinnat vastaavat tutkittavan käsityksiä. Viimeisessä vaiheessa voi tutkija itse määritellä tutkimuksen luotettavuuden oikeisiin kriteereihin nojaten. Tutkijan teot, valinnat sekä ratkaisut ovat kaikki tekijöitä, jotka vaikuttavat

tutkimuksen luotettavuuteen. Luotettavuutta tulee arvioida jokaisen tehdyn valinnan sekä vaiheen kohdalla. Luotettavuuden arviointia tehdään koko tutkimuksen ajan suhteessa teoriaan, tutkimusaineiston ryhmittelyyn, luokitteluun, analyysitapaan, tulkinnaan, tuloksiin ja johtopäätöksiin. (Vilka 2015, 196-197.)

Tutkijan tulee pystyä selittämään sekä hänen on tärkeä ymmärtää, mistä valintojen joukosta valinnat ovat tehty ja mitä nämä ratkaisut ovat olleet sekä miten hän on päätenyt juuri näihin päätöksiin. Tutkijan tulee pystyä perustelemaan sekä arvioimaan ratkaisujensa niin toimivuutta kuin tarkoituksenmukaisuutta tavoitteiden kannalta. Jotta voidaan sanoa, että tutkimus on luotettava, on lukijoiden tultava tutkimuksen luettuaan samaan tulokseen kuin tutkimuksen kirjoittaja. Tähän tulokseen pääsy edellyttää tarkkaa kuvausta tutkimusprosessista, siinä käytetyistä periaatteista, päättelystä sekä tulkinnan havainnollistamisesta. Tutkimuksen luotettavuutta tarkastellessa tulee myös huomioida puolueettomuus. (Vilka 2015, 197-198.)

Voidaan sanoa, että tämä opinnäytetyö on luotettava teoriittisen- sekä tutkimustekstinvuoksi. Teoriittisessa osassa on käytetty olemassa olevia, luotettavia lähteitä. Lähteitä on käytetty monipuolisesti, suurin osa kirjallisuutta. Monipuolisuuden lisäämiseksi lähteitä löytyy myös Internetistä niin verkkojulkaisuja, artikkeleita kuin nettisivuja. Opinnäytetyössäni pyrin käyttämään mahdollisimman uusia lähteitä, jotta teoriaosuus on ajankohtainen.

9 POHDINTA

Työni aiheena oli ideoida ja suunnitella ruokareitti Satakuntaan. Suunnitellun ruokareitin pohjalta työni tilaaja Matkailun liiketoiminnan tutkimusryhmä pystyy jatkamaan reitin kehitystä eteenpäin. Työ eteni hitaasti, mutta lopputulokseen olen tyytyväinen. Työni tavoitteena oli saada taustatietoa ruokareiteistä sekä potentiaalisen reittien suunnittelu. Suunnittelin kaksi reittiä, jotka ovat molemmat hyviä.

Työni teoriaosuuden kirjoitin ruokamatkailusta, mitä se tarkoittaa ja miksi se on merkityksellistä. Isona osana ruokamatkailun teoriaa toimi Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia. Teoriaosassa kävin läpi myös benchmarking-menetelmän, jonka avulla ideointi reittiin tapahtui. Teoriaosiossa käytiin myös läpi työni menetelmiä eli laadullista tutkimusta sekä toiminnallista opinnäytetyötä.

Työtä tehdessä olen oppinut paljon. Teoriaa kirjoittaessa tuli Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia hyvin tutuksi ja ymmärrän nyt hyvin, miksi sellainen on luotu. Suomen ruokamatkailussa on paljon potentiaalia ja olen sitä mieltä, että vielä siitä ei ole kaikkea saatu irti. Sama pätee myös Satakuntaan ruokamatkailukohteena. Toivon, että työni auttaa tutkimusryhmää eteenpäin ruokamatkailun jalkauttamisessa Satakuntaan,

Benchmarking oli minulle menetelmänä vieras ennen opinnäytetyöni kirjoittamista. Työn tekovaiheessa benchmarkkaus tuli tutuksi ensin teoriassa ja sitten käytännössä. Benchmarkkausta voidaan tehdä monilla eri tavoilla samaa periaatetta noudattaen. Itse valitsin käyttöön kymmeneen askeleen mallin, sillä mielestäni se oli hyvin selkeä ja sen toteutus tuntui luontevalta juuri tähän tutkimukseen.

Opinnäytetyöni aihe on hyvin ajankohtainen. Ruokamatkailusta puhutaan koko ajan nousevana trendinä ja Suomessakin sen vetovoiman kasvattaminen on suuressa huomiossa. Seuraava vaihe voisi olla esimerkiksi reittien testaaminen ja sitä kautta tuoteistaminen. Ruokamatkailu kasvaa koko ajan ja siihen Satakunnassa tulee entisestään kiinnittää huomiota.

Opinnäytetyöprosessi itsessään on raskas, mutta palkitseva. Haasteita oli niin työn kirjoittamisen kuin oikeiden lähteiden löytämisessä. Reittien suunnittelu onnistui yllättävän helposti. Nopeasti löysin elementtejä mitä halusin reitteihin tuoda. Olen tyytyväinen suunnittelemiini reitteihin ja mielestäni ne vastaavat benchmarkingin tuloksia. Aiheanalyysistä lähtien olen tiennyt, mitä tehdä ja koko ajan työ on edennyt loogisesti oikeassa järjestyksessä. Ohjaajani on ollut loistava ja tukea sain aina, kun sitä tarvitsin. Koen, että tämä prosessi viimeisteli osaamiseni ja tunnen, että koulutukseni on nyt kokonainen, ja olen valmis työelämään.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajan arvion antoi tutkimusryhmästä Vappu Salo, joka toimi myös opinnäytetyöni ohjaajana. Salon mukaan: ”Toimeksiantona tehny opinnäytetyö vastaa siihen tarkoitukseen, jota varten se on tilattu. Opinnäytetyön antia pystytään soveltuvin osin käyttämään pohjana suunniteltaessa ruokareittejä Satakuntaan.” (Salo sähköposti 25.4.2019.)

LÄHTEET

- Ahlströmin ruukkien www-sivut, 2019. Viitattu 11.4.2019. <https://www.ahlstrominruukit.fi/>
- Aitojamakuja www-sivut, 2019. Viitattu 12.4.2019. <https://aitojamakuja.fi/ruokamatkailu/>
- Beer Hunter´sin www-sivut, 2018. Viitattu 16.4.2019. <http://www.beerhunters.fi/>
- Café Solon www-sivut, 2018. Viitattu 25.3.2019. <http://www.cafesolo.fi/>
- Everett, S. 2016. Food & Drink tourism: principles and practice.
- Havas, K., Jaakonaho, K. & Sievers, K. 2013. Evästä matkailuun. Vantaa: Multiprint.
- Havas, K., Adamsson, K. & Sievers K. 2015. Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia. Helsinki: Haaga Helia. Viitattu 18.3.2019. http://www.e-julkaisu.fi/haaga-helia/ruokamatkailustrategia_2015-2020/
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara P. 2009. Tutki ja kirjoita. 13.-14., osin uud. p. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Hotelli Punkaharjun www-sivut. 2019. Viitattu 29.3.2019. <http://hotellipunkaharju.fi/palvelut/>
- Hungry for Finland www-sivut. 2019. Tuotesuosituksset. Viitattu 22.2.2019. http://hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/RM_tuotesuositus_nettil_high_7.1.2015.pdf
- Jätskibaari Vohvelin www-sivut, 2018. Viitattu 25.3.2019. <http://www.jatskibaari.com/jaatelot.php>
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: Miten kirjoitan kvalitatiivisen tutkimuksen vaihe vaiheelta. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Liiketoiminta- ja palvelut –yksikkö.
- K-Ruoka www-sivut. 2019. Viitattu 9.4.2019. <https://www.k-ruoka.fi/artikkelit/maakuntienparhaat/maakuntien-parhaat-satakunta>
- Karelian alacarten www-sivut, 2019. Viitattu 4.3.2019. <http://www.kareliaalacarte.fi/fi/karjalaiset-ruokaretket>.
- Komppula, R & Boxberg, M. 2005 Matkailuyrityksen tuotekehys. 2. uud. p. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Marttojen www-sivut, 2019. Viitattu 28.3.2019. <https://www.martat.fi/tapahtuma/vil-liyrtit-ruokakurssi-2/>

- Niva, M & Tuominen, K. 2005. Benchmarking käytännössä. Turku: Oy Benchmarking Ltd
- Porin www-sivut. 2019. Viitattu 26.3.2019. <https://www.pori.fi/kauppatori>
- Raatihuoneenkellarin www-sivut, 2018. Viitattu 20.3.2019. <http://www.raatihuoneenkellari.fi/>
- Ruokatiedon www-sivut 2019. Viitattu 3.3.2019. <https://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/paikallista-kulttuuria/maakunnat/satakunta>
- Salo, V. 2014. Satakunta on ruokamaakunta. Teoksessa S-M. Renfors (toim.) Sata matkaa maalle! Monimuotoinen maaseutu matkailu Satakunnassa. Kaarina: Lightpress Oy. 57-63.
- Salo, V. 25.4.2019. Tilaajan palaute. Vastaanottaja: Petra Kaitonen. Lähetetty 25.4.2019 klo 08.15. Viitattu 25.4.2019.
- Satakunnan Ammattikorkeakoulun www-sivut 2019. Viitattu 20.3.2019. <https://www.samk.fi/tyoelama-ja-tutkimus/tutkimus/>
- Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.
- Valonen, N., Uusivirta, H., Arha, A-L. & Tuulos, R. 1982. Satakuntalainen keittokirja. 3. painos. Vaasa: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Verhelä, P., Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WS Bookwell Oy
- Vilkkä, H., Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.
- Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. uud. p. Juva: Bookwell Oy.
- Visitkarelian www-sivut. 2019. Viitattu 18.1.2019. <http://www.visitkarelia.fi/fi/Matkailu/hakutulos?product=f79bdce7-9c78-40b9-8f34-c434ac4ad370&list=true&adults=undefined>

LIITE 1

KARELIA À LA CARTE, KARJALAINEN RUOKARETKI

1. päivä

Klo 5 Lähtö kohti Pohjois-Karjalaa
Matkalla aamukahvit karjalanpiirakoiden ja muiden paikallisten herkkujen kera.

Noin klo 13 Tervetuloa Pohjois-Karjalaan Karelia à la carte Ruokaretkelle!
Kontiomehun herukanlehtikuohjuumat

Klo 14 TaitoKortteliin tutustuminen
TaitoKorttelissa pohjoiskarjalaisten elintarvikeyrittäjien ja käsi- ja taideteollisuusalan yrittäjien taidon-
näytteitä.
TaitoKorttelin ja Kauppaneuvoksen Kahvilan esittely
Kauppaneuvoksen Kahvilassa kahvit paikallisten tuotemaistiaisten ja suklaaisen piirakan kera

Pistäytyminen Wanhan Kulman Puodissa, jossa on myynnissä paikallisia herkuja.

Klo 16 Kolmen ruokalajin Karelia à la carte päivällinen, Ravintola Kielo Joensuu
Yritysesittely, yrittäjä Petri Heikkinen

Klo 19 Majoittautuminen ja sauna, Sokos Hotel Koli

Klo 21 Karelia à la carte iltapala, mystisiä tarinoita Koliilta & Ilo Elää Karjalassa illanvietto

2. päivä

Klo 8 - 9 Aamupala

Klo 10 Kolin Huippujen kierros
Tutustuminen patikoiden Kansallismaisemaan

Klo 13 Kontiomehu, Kontiolahti
Yrityksen menestystuotteita mm. herukanlehti- ja karpalokuohjuoma

Klo 14.30 Karjalainen pitopöytäateria, Kukkolan tila
Kukkolan tilalla tutustutaan näytepuutarhaan, merkittävään puulajipuistoon, Antti Kukkosen kotimuse-
oon.
Musiikkihetki Hiljaisuuden huoneessa. Mahdollisuus osallistua karjalanpiirakkakouluun.

Klo 17 Aamu-Usvan Riistatila, Liperi.
Villisikatarha, keramiikkapaja

Klo 18 Lähtö kotimatalle

Ruokamatkailupakettia voimme tarvittaessa räätälöidä ryhmän tarpeiden mukaisesti.

LIITE 2

Sienet- ja villiyrtilt viikonloppu

Lauantai 17.9.

- 10:00 Saimi Hoyer toivottaa vieraat tervetulleeksi. Tutustutaan viikonlopun ohjelmaan sekä viikonlopun asiantuntijoihin Toini Kumpulaiseen, Martti Hakalaan ja Tommi Kankaaseen.
- 10:15 Miksi sienestys huumaa? Saimi Hoyerin tarina ja tutustuminen sienten loppumattomaan makuskaalaan.
- 11:30-14:00 Sieniretki asiantuntijoiden johdolla
- 14:00 Sienipainotteinen lounas
- 15:00 Vieraiden itsenäinen sieniretki ja sieninäyttelyn kokoaminen ja sienten tunnistusta Toinin ja Martin kanssa
- 18:00 Sauna (naiset ensin, sitten miehet)
- 20:30 Sieniviikonlopun viiden ruokalajin juhlaillallinen sekä Tommi Kankaan puheenvuoro villiyrtilt ja sienten yhdistämisestä ruuanlaitossa. Illan aikana jaetaan sienisalaisuuksia, tarinoita ja tietoa.

Sunnuntai 18.9.

- 7:00-10:00 Aamiainen
- 10:15-13:15 Sieniretki asiantuntijoiden johdolla.
- Vaihtoehtoisesti sieniretki ratsain Aurinkolaukan Islannin hevosilla (omakustanteinen).
- 13:30-14:30 Lounas
- 14:30-16:00 Sienten tunnistusta Toinin ja Martin johdolla. Kootaan yhteen menneen viikonlopun opit.

LIITE 2

MAJATALOSTA MAJATALOON

1. päivä Ruisleipää tai yrttejä

Luomuruisleivän leipominen vaatii monenlaisia niksejä onnistuakseen. Majatalo Puukarin Pysäkin emäntä Anni opettaa kuinka oikea ruisleipä valmistuu vanhan juuren ja luomuruisjauhojen avulla. Tai jos tulet touko-kesäkuussa voit valita Yrttityöpajan, jossa emäntä opastaa villiyrttien hyötykäytöstä.

2. päivä Karjalaiset leivonnaiset ja jälkiruoat

Laitala Lomien emäntä Henna tykkää herkuista karjalaiseen tapaan. Henna neuvoa niksit karjalaisiin leivonnaisiin ja ihaniin jälkiruokiin. Henna myös "tuunaa" karjalaisia herkkuja tähän päivään.

3. päivä Kuinka ruokaa valmistetaan avotulella karjalaisella korostuksella?

Äksy Ämmä eli majatalo Pihlajapuun emäntä Minna tietää ja tuntee niin loimuttamisen, nuotiokalan kuin tikkuleivän valmistuksen salat. Miltäs kuulostaisi karjalaiset muurinpohjaletut kuhatäytteellä tai makeasti mansikoilla?

4. päivä Karjalanpiirakat

Männikkölä Pirtin karjalanpiirakan tunnettaan maustaan ympäri Suomen. Ritva leipoo perinteiset ja gluteenittomat karjalanpiirakat, sultsinat kuin vatruskatkin yli 30 vuoden kokemuksella.