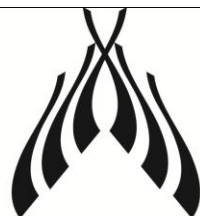


**OPINNÄYTETYÖ**

Jenni Kaaretkoski-Lakela 2011

**Poroemännän ilta**  
- elämänmakua Korvatunturin juurelta



Rovaniemen  
ammattikorkeakoulu  
University of Applied Sciences  
LUC

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU  
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö

## **POROEMÄNNÄN ILTA**

Jenni Kaaretkoski-Lakela

2011

Kaaretkoski edustus- ja juhlapalvelu Oy

Pirjo Ahvonen

Hyväksytty \_\_\_\_\_ 2011 \_\_\_\_\_

|                            |   |       |      |
|----------------------------|---|-------|------|
| <b>Tekijä</b>              | Jenni Kaaretkoski-Lakela                              | Vuosi | 2011 |
| <b>Toimeksiantaja</b>      | Kaaretkoski edustus- ja juhlapalvelu Oy               |       |      |
| <b>Työn nimi</b>           | Poroemännän ilta – Elämänmakua Korvatunturin juurelta |       |      |
| <b>Sivu- ja liitemäärä</b> | 59 + 2  |       |      |

---

Tässä opinnäytetyössä kehitin ja toteutin ohjelmapalvelullisen ruokatuotteen Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy:lle Sodankylään. Taustalla on työkokemukseni yrityksessä usean vuoden ajalta. Työni poroelinkeinoon parissa otettiin mukaan tuotteen luomiseen, josta johtuen poro nousi tuotteen pääteemaksi. Tuotetta lähdettiin kokoamaan asiakaslähtöisesti havainnoimalla asiakaskunnan mielenkiinnon kohteita. Tuotteeseen haettiin kontrastia aitouden näkökulmaa korostamalla.

Teoriapohjaksi työlleni käsittelin hyvän matkailutuotteen sisältöä ja rakennetta. Tutkin asiakkuuksia ja niiden tulevaisuutta, jotta osaisin suunnata tuotteen oikealle kohderyhmälle. Teoria elämysten tuottamisesta ja elämyskolmion hyödyntäminen loivat pohjan kehittämistyölle. Ruokailu- ja ohjelmapalvelun yhdistäminen tuotteeksi vaati monialaosaamista. Teoria ruokamatkailusta auttaa ymmärtämään, miksi ruoka ja sen ympärille luodut puitteet ovat niin vetovoimainen tekijä matkailukohteissa. Poromatkailun, poronlihan ja poronvuoden käsitteleminen kuuluvat koko tuotteen sisältöön, jonka vuoksi teoriaa porosta löytyy laajasti. Olennaisena osana käsittelin myös vuoden kulkua poroemännän näkökulmasta eli omista kokemuksistani.

Monivivahteisen tuotteen luominen osoittautui haasteelliseksi kokonaisuudeksi, jossa usean alan ammattitaitoa tarvittiin. Työssäni on tarkoitus avata kaikkia näitä aloja löytämällä niitä yhdistävät tekijät ja luomalla niistä toimiva kokonaisuus. Työn sisältö kertoo tuotteen luomisesta, sekä sen toteuttamisesta keväällä 2011. Toteutus tapahtui Luostolla Aarnikodassa. Poroemännän ilta sujui toivotulla tavalla, jossa tarinointi ja pororuuat tukivat toinen toisiaan. Asiakkailta kerättyjen palautteiden perusteella ilta oli menestys. Tilaaja oli tuotteeseen tyytyväinen ja aikoi myydä sitä kevätsezonkina 2012.

Pitkäjänteisyys ja järjestelmällisyys korostuvat tuotteen kehittämisessä. Tuotteen luominen ei sujunut ongelmitta, vaan prosessi vaati ajanhallinnallisia ja henkisiä resursseja. Tuotteen valmistumiseen vaikuttivat tilaavan yrityksen puitteet ja asiakaskunta. Pitkäikäisten asiakkuuksien hallitseminen auttoi tuotteen suunnittelemista juuri heille sopivaksi. Elämyskolmio, työkokemus ja ravitsemisalalan opinnot olivat suurena apuna kehittämistyössä.

Avainsanat: Ruokamatkailu, poroelinkeino, poronliha, ohjelmapalveluiden tuottaminen, asiakaslähtöisyys ja lähiruoka

Muita tietoja

Työhön liittyy tuotteen produkti

|                          |   |             |      |
|--------------------------|---|-------------|------|
| <b>Author</b>            | Jenni Kaaretkoski-Lakela  | <b>Year</b> | 2011 |
| <b>Commissioned by</b>   | Kaaretkoski edustus- ja juhlapalvelu Oy                             |             |      |
| <b>Subject of thesis</b> | Evening with a Reindeer Woman –Taste of Life from Korva-<br>tunturi |             |      |
| <b>Number of pages</b>   | 59+ 2   |             |      |

---

In this thesis, a product for catering company Kaaretkoski representation and feast service Ltd in Sodankylä was developed. The author has been an employee at the company for several years. The product consists of food and the service program. The author's background in reindeer husbandry was included in the creation of the product. The main theme of the product was reindeer and reindeer herding.

The background of this work was obtained by observing the customers' interests. The product was based on real life and real issues of reindeer herding. Product planning required a wide range of expertise, which posed challenges. Creating the product included knowledge on the tourism product development, food tourism, local food, reindeer husbandry, reindeer meat and consumers' needs. The purpose of this thesis was to open all of these areas and make them a functional entity.

In this thesis the creation of the product, as well as the implementation of it in the spring 2011 are explained. The implementation was carried out in Luosto. The implementation proceeded as expected with storytelling and food which supported one another. Perseverance and systematic planning were the starting points. The company gave the resources to implement the product. The product was designed to meet customer expectations. The author's work experience and studies in the field of nutrition helped the progress of the work.

On the basis of the feedback gathered from customers, the evening was a success. The commissioner was satisfied with the product and planned to sell it in the spring season 2012.

**Key words:** Food tourism, reindeer husbandry, reindeer meat, production of program services, customer orientation, local food

**Special remarks:** A folder of the product attached

# SISÄLTÖ

|  |    |
|--|----|
| <b>1 JOHDANTO</b> .....                                  | 1  |
| <b>2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY</b> .....                  | 3  |
| <b>3 TOIMINNALLISEN OPINNÄYTETYÖN TAUSTAA</b> .....      | 5  |
| <br>   |    |
| <b>4 MATKAILUTUOTTEEN- JA PALVELUN TUOTTAMINEN</b> ..... | 7  |
| 4.1 Hyvä matkailupalvelu .....                           | 7  |
| 4.2 Yrityksen tuotekehitystoiminta .....                 | 7  |
| 4.3 Suunnitteluprosessi .....                            | 9  |
| 4.4 Käytännön toteutus .....                             | 13 |
| 4.5 Tuotteen testaus .....                               | 14 |
| 4.6 Tuotekuvausten tekeminen .....                       | 15 |
| <br>   |    |
| <b>5 ASIAKKAAT</b> .....                                 | 17 |
| 5.1 Matkustaminen nyt ja huomenna .....                  | 17 |
| 5.2 Asiakaslähtöinen tuote ja palvelu .....              | 20 |
| 5.3 Kehitettävän tuotteen kohderyhmä .....               | 22 |
| <br>   |    |
| <b>6 ELÄMYS KÄSITTEENÄ</b> .....                         | 24 |
| 6.1 Elämyksen syntyminen .....                           | 24 |
| 6.2 Kokemukseen vaikuttavat tekijät .....                | 26 |
| 6.3 Elämyksen tasot ja moniaistisuus .....               | 28 |
| 6.4 Elämys kilpailu- ja lisäetuna .....                  | 29 |
| <br>   |    |
| <b>7 RUOKAMATKAILU</b> .....                             | 31 |
| 7.1 Ruokamatkailun muotoja .....                         | 31 |
| 7.2 Lähiruoka Lapin matkailussa .....                    | 33 |
| 7.3 Poronliha .....                                      | 34 |
| 7.4 Illallinen avotulella .....                          | 36 |
| <br>   |    |
| <b>8 POROTALOUS</b> .....                                | 38 |
| 8.1 Porokulttuuri matkailuna .....                       | 38 |
| 8.2 Poron vuosi .....                                    | 41 |
| 8.2.1 Vasonta .....                                      | 41 |
| 8.2.2 Vasanmerkitys .....                                | 42 |
| 8.2.3 Luonnonravinto .....                               | 42 |
| 8.2.4 Etto ja erotus .....                               | 43 |
| 8.2.5 Paimennus .....                                    | 44 |
| 8.3 Poroemännän elämää .....                             | 44 |
| <br>   |    |
| <b>9 TUOTTEEN TOTEUTUS</b> .....                         | 47 |
| 9.1 Toiminnallinen opinnäytetyö Poremännän ilta .....    | 47 |
| 9.2 Tuotteen arviointia .....                            | 49 |
| <br>   |    |
| <b>10 POHDINTA</b> .....                                 | 53 |
| <br>   |    |
| <b>LÄHTEET</b> .....                                     | 58 |
| <b>LIITTEET</b> .....                                    | 60 |

## KUVIOLUETTELO

|   |  |
|---|--|
| Kuva 1 Logo .....                                 | 4  |
| Kuva 2 Matkailukäyttämisen sisäiset tekijät ..... | 18   |
| Kuva 3 Matkailukäyttämisen ulkoiset tekijät       | <b>Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.</b> |
| Kuva 4 Elämyskolmio .....                         | 26   |
| Kuva 5 Kupilka.....                               | 27   |
| Kuva 6 Kommentti/Lapin Kansa.....                 | 27   |

## 1 JOHDANTO

Toiminnallinen opinnäytetyöni oli tuottaa Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy:lle uusi ruokapalvelullinen ohjelmapalvelutuote. Yritys edustaa ja arvostaa lappilaisia perinteitä ja arvoja, jonka vuoksi asiakkaille haluttiin visioda tuote, missä näitä piirteitä ilmenee niin ruuan kuin ohjelmankin suhteen. Tuotteen ajatuksena on herättää asiakkaan aisteja monivivahteisesti. Ammattini poroelinkeinon parissa, sekä useamman vuoden työkokemukseni kyseisessä yrityksessä, olivat lähtökohtana tuotteen rakentamiselle. Tilaajana tuotteelle toimi sodankyläläinen ravitsemisalan yritys Kaaretkoski edustus- ja juhlapalvelu Oy.

Tuotetta lähdettiin kokoamaan tilaajan kanssa hyvin tiiviissä yhteistyössä, jolloin nousi esille ajatus Poroemännän illasta. Tuotteen luojana ja kehittäjänä koin itseni asiantuntijaksi porotalouden ja pororuokien alueella. Ammattini porotalouden parissa on kulkenut suvussa verenperintönä jo useamman sadan ajan. Pitkä työkokemus kyseisessä yrityksessä ja vakiintunut asiakaskunta antoivat turvallisen pohjan toteutuksen luomiselle. Tilaava yritys halusi tuotteella monipuolistaa palvelutarjotinta. Aikaisemmin pelkästään ruokapalveluihin keskittyneelle yritykselle uusi ohjelmapalvelullinen ruokatuote loi kilpailuetua.

Tarinoinnin lähtökohtana oli poronvuosi. Sen ympärille rakentuvassa ruokakokemuksessa ydinajatus oli poronliha. Tuote kehitettiin vetäjän eli poroemännän näkökulmasta, koska sen kautta tarinointia voitiin siivittää aidoilla kokemuksilla ja ammattitietoudella poroelinkeinosta. Tarkoituksena oli pyrkiä tuottamaan mielikuvia, joissa porotalouden omat termit, tavat ja kulttuuri olisivat aidoimmillaan.

Poroa ja porotaloutta käsittelevä tuote on ajankohtainen. Itse poronomistajana halusin tuoda esille positiivista näkökantaa poronhoitoa kohtaan. Jo useamman vuoden ajan porotalous on saanut negatiivista julkisuutta mediassa ja herättänyt paljon eriäviä kantoja. Haluni ei ollut

puuttua näihin epäkohtiin, mutta halusin aidolla kokemuksella kertoa poronhoitajan näkökulmaa kulttuuristamme.

Poronlihan erinomaisuuden korostaminen oli minulle toteuttajana tärkeä tekijä. Oma ammattitaitoni ruokapalvelullisen ohjelmapalvelun vetäjänä on vankka työkokemukseni ansiosta. Tuote edustaa yrityksen arvoja ja pääruokatuotetta poroa aidoimmillaan. Yrityksen suosima ajatus lähiruuan hyödyntämisestä korostuu. Ruokapalveluihin keskittyneenä yritys hankki lisäarvoa tuotteelleen ohjelmapalvelulla, ilman alihankkijoita. Tuotteen tarkoitus oli olla uniikki ja yksilöllinen. Tämä loi yritykselle kilpailuetua uudella, erilaisella palvelukokonaisuudella. Ohjaavana opettajana työssäni toimi Pirjo Ahvonen.



## 2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy on Sodankylässä sijaitseva ravitsemisalan yritys. Yrityksen omistajana ja toimitusjohtajana toimii Teija Kaaretkoski. Yrityksen liikeidea on tuottaa laadukkaita ravitsemis-alan palvelukokonaisuuksia. Tuotteissa panostetaan laatuun, mikä näkyy laadukkaiden paikallisten raaka-aineiden käytössä, sekä alusta loppuun itse valmistetuissa ruokatuotteissa. Laadukkuus korostuu myös palveluasenteeltaan erinomaisessa henkilökunnassa, sekä persoonallisissa ja loisteliassa kattauksissa ja somistuksissa. Laadun takeena on valmistaa juhlat ja muut tilaisuudet, niin kuin itselleen laittaisi. Tyylikkyys palvelutilanteessa asiakkaan kanssa on yritykselle tärkeä arvo. (Kaaretkoski 2011.)

Tähän asti asiakaskunta on koostunut lähinnä etelän vierailevista yrityksistä Sodankylän Luostolla. Näistä vanhimmat asiakkuudet ovat kestäneet jo yli kahdenkymmenen vuoden ajan. Luostolla töitä on pääsääntöisesti kevät- ja ruskasesonkina. Nykyään toiminta on laajentunut muun muassa Sodankylässä jo olevien, sekä tuloillaan olevan kaivosten osalta. Tämä on helpottanut hiljaisia kausia kesällä ja syystalvella. Kaivosten myötä siivouspalveluiden tarve on kasvanut huomattavasti. Yksityiset hyödyntävät juhlatilaisuuksien osalta firman palveluita. Erilaiset juhlikesongit, kuten pikkujouluaika ja kesähäät, näkyvät yrityksen toiminnassa. (Kaaretkoski 2011.)

Yritys aloitti toimintansa jo lähes kolmekymmentä vuotta sitten yhden naisen toimesta. Yrityksen palvelutarjotin sisältää edustus- ja juhlatilaisuuden suunnittelupalvelun, edustusmenut, teemakattaus- ja somistuspalvelut, tarjoilu- ja organisointipalvelun, lahjapalvelun, viihde- ja retkipalvelut, kuljetuspalvelut, erityispalveluja, siivouspalveluja ja majoituspalveluja. Yritys pyrkii tarjoamaan asiakkailleen mahdollisimman monipuolisia palvelukokonaisuuksia. Ohjelmalveluilla ja ruokapalveluilla kodalla, lumilinnassa, metsässä, tai muussa asiakkaan mielimässä paikassa, haetaan monipuolisuutta. Verkostoituminen muiden yrittäjien kanssa on hyvin merkittävässä asemassa kokonaisuuksien luomisessa. (Kaaretkoski 2011.)

Yrittäjän ajatus perustui intohimoon lappilaisiin raaka-aineisiin ja perinteisiin. Yritys on toiminut menestyksekkäästi, vaikka alkutaival oli raskas ja kivinen. Vakiintuneet asiakassuhteet ovat olleet suurena apuna. Laadukkuuden korostaminen pienellä paikkakunnalla ei olisi onnistunut ilman Luostolla vieraillevia yrityksiä, sillä he eivät aristele maksaa kunnon hintaa hyvin tehdystä työstä. Nykyään asiakkuuksia löytyy jopa Ylläksen ja Saariselän alueelta. (Kaaretkoski 2011.)

Yritys on pieni yritys, joka työllistää ympäri vuoden kolme henkilöä: yrittäjä, kokki/emäntä ja toimistotyöntekijä. Sesonkien ajaksi keittiöön tarvitaan jopa kolme kokkia, keittiöapulainen ja mahdollisia harjoittelijoita. Majoille ja liikkuvaan työhön tarvitaan pääsääntöisesti noin neljä emäntää/tarjoilijaa, sekä tarvittaessa saatavaa ekstratyövoimaa. Lisäksi työtiimiin kuuluu nykyään viisi siivoojaa. (Kaaretkoski 2011.)

Tällä hetkellä yritys on elinkaarensa huipulla, sillä toiminta on hyvin tuottavaa. On kuitenkin huomioitava, että osa uusista kaivosasiakkuuksista on vasta aluillaan ja voi tulevaisuudessa olla suurikin tulon lähde. Myös uudet asiakkuudet Luostolla voivat kasvattaa liiketoiminnan kannattavuutta. Yrityksen ongelmana onkin löytää osaavaa työvoimaa, sillä työt vaativat hyvin monipuolista osaamista ja tehokkuutta. Kilpailevia yrittäjiä alueelta löytyy muutama. (Kaaretkoski 2011.)



Kuva 1 Logo

### 3 TOIMINNALLISEN OPINNÄYTETYÖN TAUSTAA

Tavoitteena toiminnallisella opinnäytetyöllä on tuottaa ammatilliselle kentälle toimintojen järjeistämistä ja järjestämistä, sekä opastamista ja ohjeistamista (Vilkka - Airaksinen 2004, 9). Suositeltavaa opinnäytetyötyypille on hyödyntää mahdollista tilaajaa (Vilkka - Airaksinen 2004, 16). Tässä opinnäytetyössä tarkoitukseni oli luoda Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy:lle uusi tuote, jonka toteutin keväällä 2011. Produktina, eli erillisenä tuotoksena tuotteesta, tein tuotekortin, ajanhallintalomakkeen, menyyn ja tarinoinnin. Tilaava yritys on toiminut työnantajani jo useamman vuoden ajan. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on hyvin tärkeää käytännön toteutuksen alue. Tutkimuksellisuus ei varsinaisesti kuulu toiminnallisen työn piiriin, mutta mahdollisia selvitystöitä joudutaan toisinaan toteuttamaan tiettyjen taitojen ja tietojen selventämiseksi. (Vilkka - Airaksinen 2004, 9.)

Toiminnallisen opinnäytetyön tekeminen on pitkä prosessi, jonka vuoksi tekijä tarvitsee muistin tuekseen esimerkiksi oppimispäiväkirjan. Oppimispäiväkirjan sisältö on vapaa ja tukee omaa oppimista, joten kaikki havainnot, ideat ja ajatukset on hyvä kirjoittaa ylös. (Vilkka - Airaksinen 2004, 20.) Omassa työssäni muistilistani kulki mukani työssä kevätsezonin ajan. Tilaajan kanssa käymistämme keskusteluista ylläpidin listaa hänen toiveistaan ja ajatuksistaan. Työn ohessa ”ajatusten jalostaminen” kävi tehokkaammin, sillä sain mahdollisuuden havainnoida asiakkaiden kiinnostusta aiheen piiristä.

Aiheen valinnassa tiesin aina keskittyväni poroon ja poronlihaan, koska porotalous on minulle henkilökohtaisesti elämäni sisältö ja rikkaus. Rakkaus Lappiin ja sen raaka-aineisiin näkyy jokapäiväisessä työssäni. Taustani ohjelmalvelujen vetäjänä sai minut kiinnostumaan niiden tuottamisesta ja laatisemisesta. Toiminnallisen opinnäytetyön aiheen ideointivaihe, eli aiheanalyysi, auttaa selvittämään omalle työlle lähtökohdat (Vilkka - Airaksinen 2004, 23). Vaikka matkailun aihealue ei varsinaisesti ole koulutukseni perusta, kuuluu se silti olennaisena osana alaani ja kuuluu merkittävänä osana työhöni. Olen myös lukenut matkailua hyvin vahvasti sivuaineissa.

Toimintasuunnitelma antaa opinnäytteelle rungon, sekä selkiyttää aikomuksia ja lähtökohtia. Sen kautta perustellaan omat harkitut valinnat. Ennen kaikkea suunnitelma vahvistaa omia aikomuksia. Lähtökohtaisesti suunnitelmassa tehtyihin lupauksiin tulisi sitoutua, mutta aina se ei ole mahdollista. Aikataulun suunnittelemisen on tärkeä seikka, jotta ohjaava opettaja voi visioida ajankäytön toteutumista. Toisinaan myös sisällyksen hahmotteleminen auttaa pääsemään työssä ripeämmin eteenpäin. Lähdekirjallisuuden viitteitä haetaan suunnitelman tueksi, jotta raportin teoriapohja on hyvästi halussa heti alkuun. (Vilka - Airaksinen 2004, 26-35.)

Kohderyhmän valitseminen omaan aihealueeseen sopivaksi kuuluu aiheanalyysiin. Tietoperustan ja käytännön toiminnan yhdistäminen ja niiden analysointi kuuluvat olennaisesti korkeakoulutasoiseen päättötyöhön. Tällä pyritään ajatteluun, jonka kautta omaa ammattialaa voisi kehittää. (Vilka - Airaksinen 2004, 38-42.) Omassa työssäni tutkimussuunnitelman laatiminen sai minut ymmärtämään, mitä työn toteuttaminen pitää sisällään. Näin jälkeempäin ajateltuna, olisi jo tutkimussuunnitelmavaiheessa laadittu sisällysluettelon hahmotteleminen ollut paikallaan. Kevään aikana tapahtuneen havainnoinnin, ideoinnin ja tiedonkeruun jäljiltä oli hyvin vaikea tarttua itse kirjoittamiseen. Tutkimussuunnitelman luomisvaiheessa lähteiden hakeminen auttaa hahmottamaan myös raportin sisältöä. Sesonkityön ohessa tapahtuva havainnointi antoi hieman liian vähän aikaa kaikkien ajatusten kirjaamiselle.

## 4 MATKAILUTUOTTEEN- JA PALVELUN TUOTTAMINEN

### 4.1 Hyvä matkailupalvelu

Hyvän matkailupalvelun määrittelee tuottajan, asiakkaan, sekä yhteistyötahojen tyytyväisyys siihen. Tuotteen syntymistä ja kokemuksen tasoja on hyvin vaikea ennalta suunnitella, sillä vasta kokemalla ja käyttämällä tuotetta todellisessa tilanteessa, voidaan ilmaista millainen tuotteesta varsinaisesti tuli. Pyrkimys päästä mahdollisimman lähelle asiakkaan kokemuksesta, edesauttaa suunnittelua. Muistettava kumminkin on, että ihmiset kokevat tunteet ja elämykset omalla yksilöllisellä tavallaan. Onnistunut muistijälki asiakkaalla antaa tuottajasta ja hänen toiminnasta positiivisen kuvan. Hinta-laatusuhteessa tulee olla järkevä. Tuotteen yliveraisuus ja ainutlaatuisuus ovat valtti korkeammalle hinnalle, mutta se tarkoittaa myös, että tuotteen saatavuus ja laatu ovat hyvät. (Verhelä - Lacman 2003, 75.)

Itse tuottajalle hyvä tuote on markkinoilla menestyksellinen, sekä tuo voittoa yritykseen. Se on oltava helposti toistettavissa, koska hyvän tuotteen tulisi synnyttää asiakkaassa uusintaoston reaktio. Ostamisen tulee olla yksinkertaista ja selkeää. Pitkäikäisyys on hyvän tuotteen elinkaarelle ominaista, eivätkä siihen vaikuta ulkopuoliset epävarmuustekijät. Yksityiskohtainen dokumentointi on hyvälle tuotteelle tärkeä ominaisuus. Jos tuotteella on jälleenmyyjä, on tuotteen myös hänen kannaltaan oltava toimiva. Toimintaympäristön näkökulmasta työpaikkojen syntyminen ja muu hyöty ovat etu, koska se voi kasvattaa alueen tunnettavuutta. Imagon ja pitkän elinkaaren kannalta tulisi ympäristö- ja luontoystävällisyyteen kiinnittää huomioita. (Verhelä - Lacman 2003, 75.)

### 4.2 Yrityksen tuotekehitystoiminta

Tuotekehitystoimintaa harjoitetaan yrityksissä, jotta saavutetaan kilpailuetua markkinoilla. Katseet on suunnattava tulevaisuuteen ja pyrittävä joustamaan nykyisen ajankohdan rajoituksista. Merkittävien resurssien, kuten raaka-aineiden, reaaliomaisuuden, rahoituksen, energian ja työvoiman optimaalinen

hyödyntäminen ovat olennainen osa tuotekehitystyötä. Yhteen osa-alueeseen keskittyminen ei ole pitemmälle hyväksi, vaan kehitystä täytyy pyrkiä tekemään koko prosessin alueella. Tuotekehitysprosessin lähtökohta on se, että kokonaisuus hahmotetaan, jotta eri osa-alueiden resurssit pystytään visioimaan ja jakamaan oikein. (Jaakkola – Tunkelo 1987, 33.)

Matkailutuotteella ja palvelulla on eroa, vaikka sen osoittaminen ei olekaan niin yksiselitteistä. Matkailutuote koostuu palvelukokonaisuudeksi, johon sisältyy useampia palveluita, kuten aineeton palvelu, mutta myös todellisia ominaisuuksia. Matkailijalle matkailutuote voi tarkoittaa laajaa kokonaisuutta, mikä alkaa jo matkan suunnitteluvaiheessa ja päättyy kotiinpaluuseen. Asiakas mieltää matkailutuotteen yleisimmin useasta eri kokonaisuudesta kootuksi kokonaispaketiksi, kun taas alan yrittäjälle se voi tarkoittaa yksittäistä palvelua, kuten ohjelmapalvelua. Matkailutuote on kohteessa oleva palvelupaketti, joka sisältää sekä aineellisia, että aineettomia elementtejä. (Verhelä - Lacman 2003,15 - 16.) Palvelun aineettomuus ilmenee siinä, ettei palvelua voida esitellä etukäteen, mutta siihen voi liittyä tiettyjä aineellisia osia, jotka nousevat esille vasta matkan aikana, muun muassa matkamuistoina. Aineettomuus vaikeuttaa palvelukokemuksen korvaamista tai hyvittämistä. (Komppula - Boxberg, 2002,10.)

Matkailutuote, kuten muutkin palvelutuotteet, on kehitelty niiden käyttöä ja hyödyntämistä varten. Kokonaisuus rakentuu matkailupalvelun osa-alueista, jonka lopullinen tarkoitus synnyttää asiakkaassa tunnepohjaisen elämyksen. Elämystä ei voida varsinaisesti taata asiakkaalle, mutta sen syntymiselle annetaan mahdollisimman hyvät puitteet. Palvelun tuottajan on äärimmäisen hankalaa ennakoida asiakkaan odotuksia tuotteen suhteen, jonka vuoksi ennakkomarkkinoinnin rooli kasvaa haasteelliseksi. Asiakkaan odotuksien täyttäminen voi myös epäonnistua, jos asiakkaan olo jää epävarmaksi siitä, saiko hän tuotteelta sen mitä odotti. Loppuunkin asti ajateltu hyvä tuote, sekä teknillisesti, että vuorovaikutustaidollisesti, voi tuottaa pettymyksen asiakkaalle, jolloin koko tuote, palveluntarjoaja ja yritys ovat olleet hänelle pettymys. (Verhelä – Lacman2003, 74.)

Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy on harjoittanut toimintaansa

useamman kymmenen vuoden ajan. Ruokapalvelulliset matkailutuotteet ovat tuoneet vaihtuvuutta ja monipuolisuutta palvelutarjottimelle. Lähtökohtana tuotteille ovat olleet pitkäaikaiset yritysasiakkuudet, jotka ovat vierailujen lomassa toivoneet persoonallisia ruokakokemuksia. Kontrastia on pyritty luomaan rekvisiitan, paikan ja ohjelmankin suhteen. Yhteistyökumppaneiden kautta voidaan räätälöidä paketti, jolloin kaikki tarvittavat elementit ja asiakkaan toivomukset saadaan mukaan. Verkostoitumisen kautta asiakkaan ei tarvitse huolehtia välikäsistä, vaan yrittäjät hoitavat kulut keskenään. Verkostoituminen antaa enemmän mahdollisuuksia ja paremman kokonaiskuvan alueen toiminnasta.

Yritys on tähän asti tuottanut hyvin ruokapalvelukeskeisiä tuotteita. Yrittäjän juuret ovat poroperheestä ja rakkaus Lappiin ja sen raaka-aineisiin näkyvät koko yritystoiminnassa. Yrittäjällä on visio pyrkiä näkemään jokaisen työntekijänsä vahvuudet, jotta osaaminen osattaisiin suunnata oikein. Työn toteuttajana omat vahvuuteni, eli työkokemukseni kyseisessä yrityksessä, ja intohimoni poroelinkeinoon, antoivat positiivista lisäarvoa aiemmille ruokapalvelutuotteillemme. Tilaaja halusi hyödyntää nämä vahvuudet uuden tuotteen puitteissa. Tavoitteena opinnäytetyölle oli luoda toimiva ja mielenkiintoinen tuote, joka täyttäisi hyvän matkailupalvelun kriteerit. Tilaaja antoi vapaat kädet tuotteen sisällölle ja toivoi lopputuotokseksi dokumentteja tuotteen tiedoista ja sen toteuttamistavoista. Ideointi, suunnittelu ja toteutus kuuluivat tuotteen valmistamiseen. Tilaaja aikoi itse huolehtia markkinoinnista ja hinnoittelusta.

#### 4.3 Suunnitteluprosessi

Suunnitteluprosessi koostuu useista erinäisistä elementeistä, joiden mukana uusi tuote hioutuu. Suunnitelmat ja dokumentointi tulisivat olla erillisiä omia kokonaisuuksiaan. Suunnitteluprosessi alkaa ideoinnista. Tässä voidaan hyödyntää muun muassa ideointikilpailuja, tutkia toisten yritysten toimintamuotoja, tai pyrkiä synnyttämään ideoita aivoriihiyöskentelyssä. Jokainen valitsee ideointitapansa itselleen sopivimmaksi. (Verhelä – Lacman 2003, 76 - 77.) Yrityksen palvelujen syntyminen lähtee yleensä työntekijöiden tavoitteesta, jotka huomaavat käytännössä muutos- ja kehitystarpeita.

Tarpeita voi ilmetä myös asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden taholta. Ideointi voi olla hyvin spontaania, ilman johdonmukaista syytä. (Kinnunen 2004, 40.)

Lähtökohtina uuden tuotteen syntymiselle täytyy muistaa kaksi asiaa: asiakkaan tarpeet, sekä yrityksen liike-idea tukevat ja täydentävät ajatukset. Taustalla voivat olla voimavarat yrittäjän asuinpaikan tai osaamisen kautta. Muiden yrittäjien kautta voidaan hankkia hyödyllistä tietoa asiakkaiden tarpeista. Aiemmin aiheesta tehtyjä tutkimustuloksia tulee myös käyttää hyödyksi ideoinnissa. Benchmarking, on oman yrityksen toiminnan vertaaminen toiseen, vastaavaan menestyneeseen yritykseen. Tämä auttaa tutustumaan uusiin toimintamalleihin, mikä kehittää oppimista. Suora kopioiminen ei ole suotavaa eikä järkevää, mutta ideoiden jalostaminen omiksi persoonallisiksi kokonaisuuksiksi herättää uusia ajatuksia. (Verhelä – Lacman 2003, 76-77.)

Yritys kaipasi ohjelmopalvelullista ruokatuotetta. Etsiessäni aihetta opinnäytetyökseeni huomasimme työnantajani kanssa mahdollisuuden yhdistää tarpeemme. Tilaajan toivomus oli, että voisimme hyödyntää kyseistä tuotetta jo kevään loppupuolella. Tammikuussa 2011 lähdimme visioimaan lähtökohtia tuotteelle. Voimavara hyvien ruokapalveluiden tuottamiseen, sekä sujuvaan tarinan kerrontaan oli jo olemassa. Tietous porotalouden parista, sekä asiakkaiden osoittama kiinnostus sitä kohtaan päätettiin hyödyntää.

Asiakkaiden kiinnostusta havainnoitiin 2011 kevätseisongin aikana työn ohessa. Osa asiakaskunnasta tunsu taustani poronaisena, mikä edesauttoi muidenkin kiinnostumista. Heti alkuun kävi ilmi, että asiakkaita nimenomaan kiinnostivat aidot asiat porotalouden arkielämästä. Mielenkiintoa herätti se, kuinka lähelläkin asuvien ihmisten kulttuuri voi erota niin merkittävästi toisistaan. Esille nousivat erityisesti eksoottinen elämäntapa, joka ei ollutkaan sidottu kellon, vaan poronvuoteen. Myös murre ja poroelinkeinon oma persoonallinen kulttuurisanasto nousivat erityisen mielenkiintoiseksi. Poronkorvamerkkien lausumistakin verrattiin jopa runonlausuntaan. Perinteiset pororuuat jotka edustavat yritystä parhaimmillaan, ovat aina pidettyjä. Keskustelu porotaloudesta nosti kumminkin esiin eksoottisempien



pororuokien maistelun, esimerkiksi sisäelimestä valmistetut.

Tuotteen ohjelmanpalveluksi aloin kasata tarinointia porosta ja porotaloudesta. Ruokailun osuus olisi osa ohjelmaa, jotta kokonaisuus ei hajoaisi. Alustavat ruuat suunniteltiin helmikuun alussa yhteistyössä tilaajan, sekä yrityksen pääkokin kanssa. Tarjolle ideoitii perinteisiä herkkuja hieman uusin makuvivahtein. Erikoisuuksia porosta, kuten kieli, maksa, kylkirulla, makkara ja savustettu filee, tarjoiltaisii pieninä maistiaisina. Yksittäisenä suurempana palana kieli, tai sydän, olisi ollut liian erikoinen. Jokainen herkku sai lisäksi lisäkkeen, kuten puolukka, suolakurkku, konjakkisinappi, punajuuri ja sienisalaatti. Lisukkeeksi pääruualle oli myös puikulamuusi. Jälkiruuaksi päätin tarjota poromiesten perinteiset leipäjuustokahvit, jossa leipäjuusto olisi kuksassa kahvin seassa paloina. Alkuruoka jäi odottelemaan sopivaa ajatusta.

Tarkoituksena oli ajatuksen mukaisesti tarjoilla poron eri osia pieninä annoksina. Aiemmin runko ideoitii illan ruoka-aineiden ympärille, mutta niiden kautta tarinointi ei koostunut loogiseksi kokonaisuudeksi. Poronvuoden kulku antoi haluttua särmää tarinoinnille, jolloin elämän sidonnaisuus kalenteriin ja kelloon unohdetaan. Poron vuosi alkaa keväästä mikä sopi sesongin ajankohdalle hyvin. Vuoden kierto jaksotti osa-alueet sopiviksi kokonaisuuksiksi, mihin myös ruokien sijoittaminen sopi erinomaisesti.

Tervetulojuomaksi ajateltii kuusenkerkkäjuomaa, mutta valmistaja ilmoittikin lopettavansa juoman tuottamisen. Alkujuomaksi ideoitii ”toti” lapin omasta itse kerätystä yrtistä, väinönputkesta. Väinönputkea yritys käyttää hyvin monipuolisesti. Väinönputki on poron kesäravintoa ja sopi näin erinomaisesti teemaan. Väinönputkesta löytyi paljon tarinaa myös yrityksen aikaisemmista tuotteista. Väinönputken kaveriksi liitettiin kevääseen sopiva maistiainen kuivastalihasta, minkä valmistamisesta löytyy omat tarinansa. Tervetulon lomaan ajateltii persoonallinen esittely ja tarinointia alkujuomasta, sekä herkuista.

Tarinoinnin jatkumiselle tarvittiin selkeä ”punainen lanka”. Poron vuotta seuraten idea jatkuisi kevääseen vasontaan ja korvamerkityksen

symboliikkaan, jolloin myös osa elinkeinon organisaation toiminnasta ilmeni. Alkuruuan valmistuksen lomassa tarinoinnissa siirrytään keväästä kesään ja syksyyn, jolloin esille nousivat poron ravinto ja kuntoutuminen talvea varten.

Ideoinnin lomassa heräsi ajatus kehittää alkuruoka nimenomaan itse poron ruuasta. Metsäsienikeitto sopi erinomaisesti tukemaan tarinointia ravinnosta, koska sienet ovat poron laadukasta ravintoa kunnon kohottamisessa huippuunsa. Syötävän jäkälän hankkiminen annosten koristeeksi kiehtoi, mutta saatavuuden ja ajan puutteen kanssa jouduttiin unohtamaan kyseinen idea. Alkuruualle haettiin ekologista lisäarvoa tarjoamalla se ison leivän sisältä, lautasen sijaan. Alkuruoka tuki tarinointia erinomaisesti – ensin maistellaan, mitä poro syö. Tällä periaatteella illan ideaa lähdettiin kehittämään eteenpäin aina jälkiruokaan saakka.

Murre ja porotalouden sanasto antoivat hienoa kontrastia, joten illan tarinointi lähti kehittymään niiden kautta värikkääksi, hauskaksi ja persoonalliseksi. Työssä aiemmin havainnoimani murteen ihannointi ja porotalouden termit nostattivat jatkuvasti tunnelmaa muiden illallisten lomassa. Sanavisailut ja leikit eivät tuntuneet sopivan kuvaan, joten ne jäivät heti alkuunsa pois. Loppukevennyksesi suopunginheitto olisi kuitenkin aito ja mukava ajanviete. Ideointivaiheessa rekvisiitta jäi vähemmälle huomiolle. Aitouden idea herätti ajatuksia, jonka vuoksi rekvisiitat olivat aitoja elementtejä, joita voisi konkreettisesti koskea. Tuotteen nimi ideoitiin sen sisällön perusteella ”Poroemännän illaksi”, koska niin tietous porotaloudesta, kuin poroherkkujen taitaminenkin kuuluvat poroemännälle.

Keskustelua tilaajan kanssa pyrittiin käymään useita kertoja viikossa. Tilaajan puolesta tulleet tilat, ruuat, tavarat ja auto antoivat kaiken mahdollisen avun työn ideoinnille. Ajatuksena oli, että tuotteen toteuttaminen tapahtuisi kodassa, tulien loisteessa. Kodan sijainnilla ei ollut väliä, sillä illan tuottaminen ei ollut kiinni ulkoisista elementeistä. Kokemus ruokapalveluiden tuottamisesta kodassa helpotti tarvittavien tavaroiden listan laatimista. Tavaroiden määrä ja tarpeellisuus tarkentuivat tuotteen testauksen vaiheessa. Ruokien valmistus tulilla ei ollut huolenaihe, koska kokemus oli

karttunut vuosien varrella. Ruoka-aineet olivat ennalta tuttuja ja erikseen testattuja, ainoastaan kylkirulla oli uusi tuotejaloste, jonka toimivuutta ajateltiin kokeilla tuotetestausillassa. Kylkirulla on lihanjalostajan valmistama raakatuote, joka tulee kypsentää. Kylkirulla on sananmukaisesti poronkylkeä ilman luita. Kylki kääritään rullalle ja sisälle jätetään poron- ja sianlihasta tehtyä massaa. Rulla muistuttaa ulkomuodoltaan kääretorttua. Rulla leikataan sopiviksi paloiksi ja kypsennetään.

Tuotetta ei haluttu sitoa vuodenaikoihin, koska toteutus tulisi olemaan sisätiloissa. Vuorokaudenajaksi ajateltiin iltaa, koska kysymyksessä oli illallisruokailu. Itse tapahtuman kestoa suunniteltiin noin kolmen tunnin pituiseksi, mutta myöhemmin toteutetussa testausillassa ajankohta varmistuisi tarkemmaksi. Tuotteen toteuttaminen vaatii ennakkointia, jolloin tavarat ja ruuat esivalmistellaan ja pakataan. Matkoille ja auton purkamiseen täytyy varata aikaa. Kodalla tehtävät esivalmistelut ja loppusiivous laskettiin mukaan ajankuluun. Astioiden ja tavaroiden pesu ja huolto pääkeittiöllä kuuluu myös pakettiin. Aikatauluista tarkemman dokumentin antaa ajanhallintalomake, joka kuuluu valmiin tuotteen dokumentteihin.

#### 4.4 Käytännön toteutuksen visiointi

Ajatuksena on, että asiakas kokee, näkee, tekee, huomaa, aistii ja ymmärtää asioita. Näin ollen kokonaistavoitteiden on oltava selvillä, kun tiedetään ne tavoitteet ja tekijät, joiden kautta asiakas kokee elämyksen. Näiden tavoitteiden perusteella kehitellään ohjelmopalvelulle teema. Teeman kautta on luotu niin sanottu ”punainen lanka”, eli mikä tarkoitus tällä palvelulla on. Kaikki ennakkotieto asiakkaista on aina voimavara ja auttaa suunnittelussa. Suunnittelun konkreettinen osia ovat aika, vuorokaudenaika ja vuodenaika. Lisäksi huomioita aikaseikka on itse tapahtuman kesto. Säättä ei voida kovin pitkälle ennakoida, vaan sen havainnointi perustuu pariin aiempaan päivään ennen tapahtumaa. Kaikki ulkopuoliset seikat toimintaympäristössä, kuten esimerkiksi maisemat, tulee nostaa esille jo suunnittelussa. Menetelmät, joilla ilta toteutetaan, on mietittävä myös etukäteen, esimerkiksi kilpailu, leikki, tai tutkimustehtävä. Jokainen ohjaaja hoitaa oman sovelluksensa tavallaan. Käytännön asiat, kuten luvat, välineet, kalusto ja muut tarpeet illalle tulee

huolehtia ajoissa. (Verhelä – Lacman 2003, 77-78.)

Teemana tuotteella oli tuottaa asiakkaalle uniikki ja aito kokemus perehtyä poroelinkeinoon ja porosta valmistettaviin herkullisiin ruokiin. Teemaa korostaa nimenomaan aitouden elementti, koska tuote lähtee itse poroemännän kokemuksista, aidosta elämästä. Yksinkertaistettuna teemana on poro. Poro lappilaisena luonnon raaka-aineena on yrityksen tärkeimpiä elementtejä, joka korostaa yrityksen liikeideaa konkreettisesti. Poroelinkeino ja poro pitävät sisällään paljon sellaisia arvoja, mitä yritys haluaa tuotteissaan korostaa. Tuote tukee sekä ruuan, että ohjelman osalta yrityksen liikeideaa.

#### 4.5 Tuotteen testaus

Uusi tuote on aina ennen markkinointia ja varsinaista myyntiä testattava. Testauksen perusteena on mahdollisten toiminnallisten puutteiden kartoittaminen ja korjaaminen. Ulkopuolisten ihmisten hyödyntäminen koeasiakkaana, on omaa henkilökuntaa parempi vaihtoehto, jotta lopputulos vastaisi mahdollisimman paljon totuutta, eikä ennalta odotettua päätöstä. (Verhelä – Lacman 2003, 78.)

Testasimme tuotetta tutulla asiakasryhmällämme helmikuun lopulla. Opinnäytetyötaustasta ei mainittu mitään, ennakkokäsitysten välttämiseksi. Esivalmistelut onnistuivat pääsääntöisesti hyvin ja tavarat saatiin vaivatta matkaan. Pitopalvelutyöhön erikoistuneelta yritykseltä oikeaoppinen pakkaaminen sujui vaivatta ja esivalmistelut kodalla sujuivat hyvin. Illankulku ei tuottanut toivottua tulosta. Pelkkien ruokien kautta esiteltynä, poroelinkeino ei tuntunut olevan johdonmukainen, vaan kaipasi tuekseen selkeämpää runkoa. Tarinat olivat hajanaisia eikä kokonaiskuvaa syntynyt. Tämä vaikutti myös aikatauluun, mikä ilmeni illan venymisenä jopa neljään tuntiin. Ruokien valmistaminen ja tarjoilu vievät merkittävästi aikaa kolmelletoista asiakkaalle, jolloin tarinointi vaikutti katkonaiselta. Tilaajan kanssa seuranneen keskustelun puitteissa, heti testi-illan jälkeen, tuli päätös, että yli kahdentoista hengen seurueen ruokkiminen ja tarinointi vaatii toisen henkilön avuksi.

Tuotetestauksen ruuat saivat paljon kehuja. Illallinen oli hyvin runsas, joten

asiakkaat olivat todella kylläisiä. Tämä herätti myös keskustelua tilaajan kanssa ja menyytä uusittiin. Ensinnäkin lisäkkeistä punajuuret ja sienisalaatti poistettiin. Puolukka ja suolakurkku säilytettiin niiden suosiollisuuden vuoksi. Konjakkisinappi säilytettiin myös makkaran lisukkeena. Puikulamuusi korvattiin kevyemmällä vaihtoehdolla, eli juuresmuusilla. Alkuruokana ollut metsäsienikeitto leivän sisässä tarjottuna oli menestys. Leipäjuustokahvit loppussa säilytettiin keveyden ja perinteisyyden vuoksi. Lopputyöt sujuivat hyvin.

Lopullinen ideointien karsinta oli haasteellista, koska tietoa oli paljon. Poron vuosi pitää sisällään paljon monipuolisia asioita aina elinkeinonharjoittamisesta poron elinkaareen. Janan avulla vuoden jaottelu pääpiirteisiin ja tärkeimpiin kohtiin antoi selvyyttä. tarinat saivat lisätukea omista kokemuksistani ja antoivat näin aitoa näkemystä. Määrällistä tietoa rajattiin paliskuntien määrään ja porolukuun, jotta mukana olisi myös hieman faktatietoa. Turha tilastollinen esitys ei sopinut tarinoinnin tyyliin, vaan ne pyrittiin upottamaan esitykseen sujuvasti. Tuotetestauksen jälkeen kirjoitin kaiken tarinoinnin paperille puhtaaksi ja opettelin ne ulkoa, jotta varsinainen toteutus sujuisi vaivatta.

#### 4.6 Tuotekuvausten tekeminen

Toimivan tuotteen tulee sisältää mahdollisimman tarkka ja selkeä tuotekuvaus. Tuoteseloste, tai tuotekortti, luodaan yrityksen henkilökunnalle sekä jälleenmyyjille. Siitä ilmenevät yksityiskohtaiset tiedot tuotteesta, joista asiakas saa myös selkeän käsityksen. Myös olemassa olevan laadun ylläpitämiseksi tuotekortti on hyödyllinen työkalu pitemmällä aikavälillä. (Verhelä – Lacman 2003, 78-79.)

Tuotekortin sisältö voi olla muun muassa seuraava:

- nimi ja napakka kuvaus tuotteesta
- hyödyt ja käyttötarkoitus asiakkaille
- markkinat ja asiakkaat
- asiakaspalvelut ja sisältö
- saatavuus ja jakelu

- markkinointiviestintä
- asiakaspalaute
- hinta
- lisäpalvelut

(Verhelä – Lacman 2003, 79.)

Tuotekuvausten tekeminen oli yksi tilaajan toive, jotta tuotteesta olisi heti alkujaan mahdollisimman monipuolisesti tietoa. Tuotekuvausten tekeminen oli tärkeä prosessi, sillä niiden kautta saatiin lopulliset rajat tuotteelle ja sen sisällölle. Tuotetiedot sisällytettiin tämän opinnäytetyön produktiin, eli erilliseen kansioon, joka luovutetaan tilaajalle. Produktiin liitettiin tuotekortti, menyy, tarinointi, tarvittavien tavaroiden lista ja ajanhallintalomake. Tietojen avulla tuotteen toteuttaminen myöhemmin on selkeää.

## 5 ASIAKAS

### 5.1 Matkustaminen nyt ja huomenna

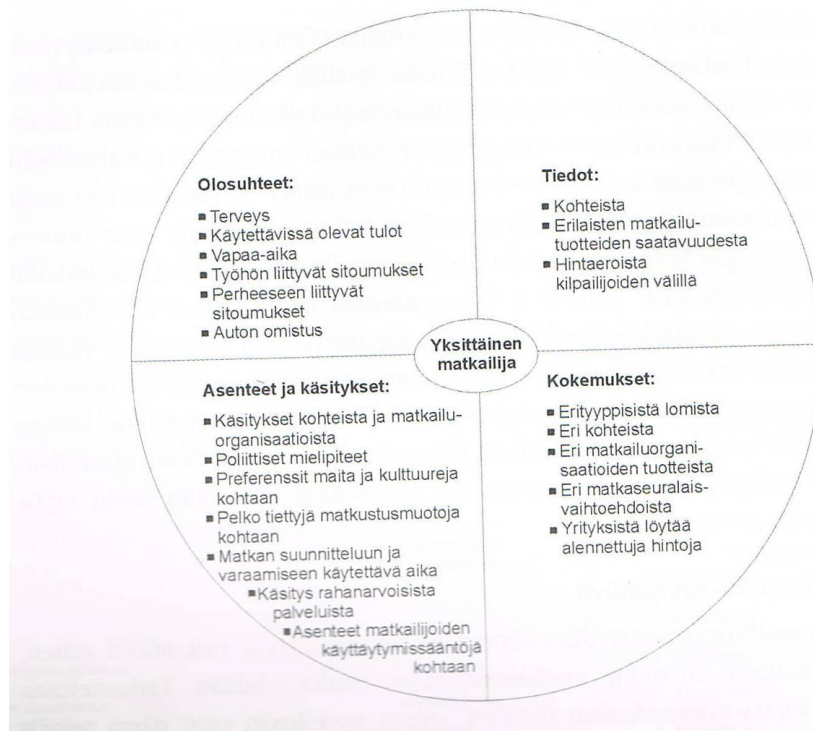
Matkustamisella on pitkä historia takanaan. Syyt ovat aikoinaan lähteneet kaupankäynnistä ja sodista, mutta nykyään matkustellaan, koska siihen on mahdollisuus, halu ja tarve. Matkalle lähdetään yleensä kahden motiivin vuoksi. Ensin keskitymme ensisijaisiin motiiveihin, jotka kertovat miksi matkalle on lähdetty? (Verhelä – Lacman 2003,24-27.) Toissijainen motiivi ilmaisee tavan ja päämäärän, sekä kenen kanssa matkustamme, kauanko matkalla olemme, missä ja miten majoitumme, sekä kuuluuko lomaan jotakin aktiviteetteja (Komppula – Boxberg, 2002, 71).

Ihmisten ensisijaiset syyt matkustaa voidaan kiteyttää eri ryhmiin:

- työmatkat; varsinaiset työmatkat ja kannustematkat
- fyysiset ja fysiologiset syyt, eli hyvinvointi ja terveys
- kulttuuriset ja psykologiset syyt, eli oma kehitys ja oppiminen
- etniset syyt, eli muu muassa juurien etsimien
- sosiaaliset syyt, eli sukulointi ja ystävät
- ajanviete, nautinto, huvittelu ja viihde
- uskonnolliset matkustamisen syyt

(Verhelä – Lacman 2003,24-27.)

Matkailijan käyttäytymiseen vaikuttavat myös sisäiset tekijät (kuvio 2) (Komppula – Boxberg 2002, 72-73).



Kuva 2 Matkailukäyttäytymisen sisäiset tekijät

Ihmiset matkustavat eri syistä, sekä syyt heidän tarpeilleen matkustaa muuttuvat jatkuvasti. Tärkeintä on muistaa asiakkaan pohjimmaiset syyt lähteä matkalle ja perustaa omien tuotteiden tarjonta niihin. Aikaisemmin asiakkaiden lähtökohdat olivat perustarpeiden tyydyttäminen, kuten matkat, majoitus ja ruoka. Nykyään puhutaan ihmisten muuttuvista tarpeista lähteä reissuun, kuten yksittäiset elämänmuutokset (kuvio 2). Nykyisin asiakkaalle ei riitä vain pelkkä arjesta irtautuminen, vaan matkan on annettava hänelle jotain, mahdollisesti kokemuksia ja elämyksiä. Periaatteessa matkailupalveluiden tarjoaja voi tarjota hänelle fyysiset puitteet kokea elämys. Asiakkaan oman pään sisällä on tapahduttava lopullinen elämyksen syntyminen. Ohjelmopalveluiden tuottajan tehtävä on panostaa fyysisiin puitteisiin niin paljon, että ne olisivat mahdollisimman suotuisat asiakkaan kokemuksen syntymiselle. (Verhelä – Lacman 2003, 30.)

Palveluiden tuottajan on huomioitava useita asioita yhteiskunnan tapahtumissa, jotka vaikuttavat hänen kykyynsä tarjota tuotteitaan. Kasvu, työelämän tehokkuus, kiristynyt kilpailu, koulutustaso, tietotekniikan taso ja työelämän tehokkuus ovat tekijöitä, jotka näkyvät myös matkailussa ja



vaikuttavat sen olemassaoloon. Ihmisten vapaa-ajan pirstaloituminen, tulee näkymään lyhyiden ja tiiviimpien matkailupakettien suosimisena. Matkailun kasvaessa ihmiset tulevat suosimaan enemmän omatoimimatkailua ryhmämatkailun sijaa. Myös itse rakennetut spontaanit kokonaisuudet tulevat olemaan suosiossa. (Verhelä - Lacman 2003, 30-31.)

Toisaalta myös ryhmämatkailu lisääntyy, mutta kysymyksessä tulevat olemaan tietyt "heimot", kuten kulttuuri, luonto tai urheilu. Nykyinen ihminen panostaa itseensä ja omaan hyvinvointiinsa, jatkuvan tiedon hankinnan ja sen käyttämisen sijaan. Elämänlaatuun satsaaminen tulee näkymään matkailussa yhä selkeämmin. Työelämässä matkoilla sitouttaminen ja palkitseminen alkaa olla tätä päivää. Kannustematkailuun yleensä sisältyy paljon ohjelmapalvelua, jotta matkasta saataisiin mieleenpainuva kokemus. Syyllä matkustaa on muutakin tarvetta, kuin rannalla makaaminen. Ihmiset ovat kiinnostuneita kuulemaan, oppimaan uutta, esimerkiksi kansanperinteestä nousevat hoitomuodot ja hyvinvointi ovat uusimpia koukkuja. (Verhelä - Lacman 2003, 30-31.)

Nykyisin lomalle lähdetään oppimaan, eli niin sanotusti aktiivilomailemaan. Prosentuaalinen luku oppimista kaipaavista matkailijoista on 80-luvun noin 20-30 prosentista nousemassa jopa 40 prosenttiin. Uuden oppiminen uudenlaisten kokemusten kautta on nyt tärkeimpiä syitä matkustaa. Alkuperäisväestöihin tutustuminen ja heihin kontaktien luominen koetaan mielenkiintoiseksi. (Vähätalo - Ruotsalainen 1996, 52.) Hyvinvointi ja terveellisyys näkyvät selkeästi erilaisten liikuntakurssien, kuten jooga ja taiji suosiossa. Perinteisten yrttien ja kasvien kerääminen on yhä kiinnostavampaa. Parisuhteen hoitaminen on usein keskeinen osa lomaa, etenkin erilaisten kurssien muodossa. (Verhelä - Lacman 2003, 31.)

Poroemännän iltaa luodessa pyrin vastaamaan tuotteella tulevaisuuden asiakkaiden tarpeisiin. Tuotteen sisältöä tarkasteltaessa, huomaan onnistuneeni löytämään tuotteeseen mukaan piireitä aina alkuperäisväestöön tutustumisesta uuden oppimiseen asti. Hyvinvointi nousee esille lähiruuan ja ekologisuuden ajattelussa.

## 5.2 Asiakaslähtöinen tuote ja palvelu

Palvelujen tuottamisen lähtökodaksi olisi hyvä asettaa asiakkaan tarpeet, halut tai ongelmat. Näiden tarpeiden tunnistaminen ja huomioiminen heti alkuun ylläpitää oikeaa lähtökohtaa tuotteen luomiselle. Jos näitä tarpeita ei tunnisteta, voi lopputulos olla täysin väärin suunnattu, eikä asiakas saa tuotteelta tarvitsemaansa hyötyä. (Kinnunen 2004, 42.) Palvelun huonosta suunnittelusta voi seurata mittavia laatuongelmia, mikä ilmenee asiakkaan ja palvelun laatijan ymmärryseroissa luodun palvelun ja koetun palvelun välillä. (Grönroos 2000,100.) Palvelun tuottajan tulisi ymmärtää, miksi joku haluaisi ostaa, tai jättää ostamatta kyseisen tuotteen. (Komppula - Boxberg 2002, 70.) Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy:ssä asiakkaiden tarpeiden ja halujen havainnointi on arkipäivää ja kuuluu työn kuvaan. Teija Kaaretkosken mukaan yrityksessä tapahtuu jatkuvaa tuotekehitystyötä, jonka kautta asiakastyytyväisyyttä pidetään yllä. Näin ollen asiakkaiden tarpeita pyritään ennakkoimaan. Palautteen aktiivinen kerääminen sähköisesti on ollut suurena apuna asiakaslähtöisyyden parantamiseksi. (Kaaretkoski 2011.)

Lähtökohtaisesti tärkeänä pidetään tuotteen arvoa asiakkaalle. Palvelun tuottajan tarkoitus on luoda asiakkaan kokemukselle mahdollisimman hyvät lähtökohdat ja suotuisat edellytykset. Näiden edellytysten täytyminen vaatii kolme komponenttia; palvelukonseptin, palveluprosessin ja palvelujärjestelmän. Palvelukonseptissa ilmenetään asiakkaan haluista ja tarpeista lähtevää ideaa. (Komppula - Boxberg 2002, 21.) Käytännössä tarpeet on huomioitu ammattitaidolla sellaisena sisältönä, mitä tuotteeseen aiemmin on luvattu kuuluvan. Syvällisempää ja merkittävämpää ammattitaitoutta ilmenee, kun huomioidaan kaikkien asioiden tarpeet yksilöllisesti ja osataan kuunnella asiakasta. (Verhelä - Lackman, 2003, 200.)

Moitteettomasti toimivassa tuotteessa on pelaava palveluprosessi, jonka kautta tuote voidaan toteuttaa. Toteuttaminen vaatii resursseja, jotka syntyvät palvelujärjestelmästä. Näiden prosessien tulos on kokemus, jolloin asiakas on osallistunut palvelun tuotantoprosessiin. (Komppula - Boxberg, 2002, 21.) Kaaretkoski edustus- ja juhlapalvelu Oy palvelunjärjestäjänä loivat erinomai-

set puitteet toimivan palveluprosessin etenemiselle. Kaikki lähtökohdat paikan, tavaroiden ja jopa asiakkaiden suhteen olivat valmiina.

Olennainen osa ohjelmapalveluiden tuottamista on asiakkaiden ohjaus. Elämyksen syntymisen kannalta ohjaaja on tärkeässä roolissa ohjaamassa asiakasta. Ohjaaja toimii myös yrityksen edustajana, joten heidän roolinsa palvelukokonaisuudessa on merkittävä. Ohjelmapalvelun sisällön taitaminen, turvallisuus, ympäristö, sekä lainsäädäntö täytyy huomioida. Itse palvelun tulisi tapahtua aiemmin asiakkaan kanssa sovittujen sääntöjen ja päätösten puitteissa. Vuorovaikutussuhteen asiakkaan ja vetäjän välillä tulisi olla toimiva. Vetäjällä on merkittävä rooli, koska hänen ammattitaitoutensa kautta jokaiseen tuotteeseen osallistuvan tulisi kokea palvelu henkilökohtaisesti omaksi kokemukseksi. Samanaikaisesti myös vetäjän on oltava valppaana havainnoimaan asiakkaiden kokemuksia ja tunteita, sekä mahdollisesti jopa pyydettävä palautetta. (Verhelä - Lackman 2003,196-198.)

Kyseisessä yrityksessä asiakaspalvelun korostetaan olevan merkittävä arvo yritykselle. Työntekijän rooli on suuri ja vaatii monipuolista osaamista ja taitoa ymmärtää, sekä kuunnella asiakasta. Työntekijä edustaa yritystä jokaisella toiminnallaan asiakkaan silmissä. Itse ohjaajana Poroemännän illassa pyrin hienovaraisuuteen, koska tiedän kyseisen elinkeinon herättävän ihmisissä monenlaisia tunteita. Olen tietoisesti valinnut hillityn ja kantaa ottamattoman linjan tämän hetken kuumiin puheenaiheisiin, kuten petopoliitiikkaan. Illan aikana pyrin luomaan keskustelua, mutta kumminkin hallitsemaan sitä. Hallitsemattomuus voi hajottaa kokonaisuuden ja asiat karkaavat väärille urille. Keskustelun hallitseminen ei kuitenkaan saa olla näkyvää, vaan pyrin siihen hienovaraisesti.

Palvelun tuottaja näyttölee merkittävää osaa tuotteen toteuttamisessa, mutta hänen tehtävänsä ei ole olla keskipisteenä, vaan asiakkaita varten. Aidon ja luonnollisen tunnelman saavuttamiseksi palvelun tuottajan roolin tulee olla vain työkalu, muutoin asiakas on kohdattava ihmisenä ihmisten seurassa. Sanotaan, että asiakaspalvelijaksi synnyttään, koska kaikki eivät omaa siihen tarvittavia sosiaalisia ominaisuuksia. Hyviä asiakaspalvelijan piirteitä ovat positiivisten kuvien antaminen omasta elämästään, edustamastaan yritykses-

tä, sekä ylipäättään kaikesta ympärillä olevasta. Positiivisuus kuuluu myös ulkoiseen olemukseen kielenkäytössä ja pukeutumisessa. Aito olemus ja asiakasryhmän palveleminen on merkittävimpiä ominaisuuksia mitä palvelun tuottajalta toivotaan. (Verhelä - Lackman 2003, 200-201.)

Illan aikana puhun paljon omasta kulttuuristani ja elämästäni, mutta minun on huomioitava myös asiakkaiden elämä. En pyrkinyt erilaisuudellani nostamaan itseäni ylemmäs, vaan halusin antaa erilaisia näkemyksiä elämään. Pukeutumiseni oli asiaankuuluvaa. Ruokien valmistustapa ja -tyyli ilmaisivat kunnioitukseni raaka-aineita ja lähiruokaa kohtaan. Puheissani olin oma itseni, omalla murteellani ja omalla tyyllilläni iloisesti tarinoiden.

### 5.3 Kehitettävän tuotteen kohderyhmä

Asiakaskunnan valikoiminen on yritykselle ihanteellinen tilanne, koska myös asiakkailla on mahdollisuus valita omat yhteistyökumppaninsa. Molempipuolista tyytyväisyyttä ja arvostusta ylläpitävä tuote voi olla avaintekijä pitkälle luotettavalle asiakkuudelle, joihin kilpailevilla yrityksillä ei ole saumaa. (Selin - Selin 2005,14.) Kaaretkoski edustus- ja juhlapalvelu Oy:n asiakassuhteista osa on hyvin pitkäaikaisia, jopa kahdenkymmenenvuoden takaisia. Toimiva ja luotettava asiakassuhde helpottaa erikoistuotteiden myyntiä ja markkinointia.

Tuotteelle, Poroemännän ilta, ei varsinaisesti rajattu asiakaspiiriä, mutta sitä markkinoitiin ja tullaan markkinoimaan tietoisesti kanta-asiakkaille, joiden tiedetään olevan kiinnostuneita erityistuotteista. Erityisesti tämä painottuu Luostolla vieraileviin yritysasiakkaisiin, jotka haluavat tarjota asiakkailleen ja alaisilleen kokemuksia. Tuotteen asiakaspiirin kohdentaminen etelän yritysasiakkaisiin oli viisasta, koska heille poronhoitokulttuuri on kaukainen. Poro-kulttuurin vertaaminen liike-elämän hektisen ihmisen arkeen toi sisällölle kontrastia.

Tuotetta olisi mahdollista markkinoida myös muille ihmisille, koska harva lappilainenkaan ihminen kokee vastaavaa arjessaan. Poronhoito on oma alan-

sa, johon harvoin pääsee tutustumaan ulkopuolisen silmin. Tuote sopii paremmin ryhmille, kuin yksittäisille ihmisille. Enempää, kuin 20 henkilöä, ei käytössä olleiden kotatilojen vuoksi voida harkita. Ulkoilmaisille asiakkaille tuotetta ei ole tällä hetkellä kohdistettu, etenkin sen vuoksi, että kielellinen anti ilman murretta rikkoo kokonaisuutta. Luulen että tuotetta tulisi kehittää pidemmälle ulkomaalaisille asiakkaille, jolloin muille seikoille annettaisiin merkitystä murteen sijaan. Tällä hetkellä tilaavan yrityksen asiakasryhmään kuuluu lähinnä kotimaisia asiakkuuksia, joten aihe ei ole ajankohtainen.

## 6 ELÄMYS KÄSITTEENÄ

### 6.1 Elämyksen syntyminen

Tuotetta haluttiin lähteä visioimaan elämyskolmion avulla (kuvio 4), koska tuotteen toivottiin herättävän asiakkaissa positiivisia elämyksiä. Elämys sanan määrittelemisen on hyvin vaikeaa, etenkin sen vuoksi, että sen kokeminen on jokaiselle ihmiselle henkilökohtainen. Määriteltynä elämystä kuvailaan vahvaksi kokemukseksi, tai tapahtumaksi, joka vaikuttaa muutoin voimakkaasti. Elämyksen käsite voidaan määritellä kokemukseksi, joka on positiivinen, ainutkertainen ja muistijäljen jättävä henkilökohtainen kokemus. (Verhelä - Lackman 2003, 34-35.)

Kysymyksessä on aistien tuoman viestin kautta syntyvä elämys ihmismielessä. Niihin tuntemuksiin vaikuttavia tekijöitä nousee henkilön aiemmasta elämänhistoriasta. Elämyksen syntymistä voidaan verrata puun elämään. Koko elämänhistoriaa voidaan verrata itse puuhun ja koetuttuja elämyksiä ja tietoperustaa taas sen vuosilustoihin. Ihmisen kasvaminen ja uusien elämyksien muodostamat kokemukset näkyvät puun erilaisina muotoina sen eri elämänvaiheissa. (Vähätalo – Ruotsalainen 1996, 54.) Elämysten tuottaminen on ollut pinnalla jo useamman vuoden ajan. Yleisimmin elämysten tuottaminen tunnetaan luontomatkailun piirissä erilaisten ohjelmapalveluiden parissa. Elämysten tuottamisesta ja elämysten lupaamisesta on tullut jo niin kova buumi, että enää on hankala erottaa toisistaan normaali mukava kokemus ja oikea elämys. (Tarssanen 2007, 6-7.)

Yleisesti elämys jaotellaan neljään eri osa-alueeseen. Ensiksi lähdetään siitä, onko tuotteen ostanut matkailija mukana sen kokemisessa passiivisesti vai aktiivisesti, eli tekeekö hän konkreettisesti jotain, vai pysyykö sivusta seuraajan roolissa. Myös henkinen puoli otetaan mukaan elämyksen kokemiseen, jos asiakas kokee asian seuraamisen kiehtovaksi. Toisessa tapauksessa asiakas vain liittyy osaksi tapahtuman kulkua. Tv:n katsominen voi olla viihteellistä, ilman että ihminen keskittyy siihen. Oppimisen ja ymmärtämisen kautta asia saa uutta näkökulmaa ja elämyksestä tulee

koulutuksellinen. Tämäkään ei tarkoita sitä, että asiakas olisi täysin keskittynyt asiaan, mutta tekemisen kautta hän joutuu tilanteeseen mukaan pakostakin. Asiakkaan heittäytyessä elämyksen vietäväksi niin henkisesti, kuin fyysisestikin, hän saa kokea kokonaisvaltaisen elämyskokemuksen, kuten esimerkiksi kiipeilyssä. Jos asiakas vain keskittyy maisemien ihailuun, tilanne on passiivisempi, mutta toisaalta kokemus esteettisempi. (Tarssanen 2007, 6-7.)

Tuotteessa, Poroemännän illassa, elämyksen syntymiselle pyrittiin antamaan mahdollisimman suotuisat lähtökohdat erilaisten elementtien kautta. Asiakkaat olivat mukana kuuntelemassa, katsomassa, koskemassa, sekä haistamassa ja maistamassa. Ympäristöllä, sekä erilaisilla elementeillä murteesta havainnointivälineisiin oli merkittävä vaikutus kokonaisuuteen. Tarinankerronta ei ollut vain kuuntelemista, vaan asiakas otettiin mukaan oppimaan. Ruuan ja tarinan yhdenmukaisuus vahvistivat toisiaan. Looginen kokonaisuus satoi kaiken tiiviiksi paketiksi, minkä kautta asiakkaan toivottiin saavuttavan tietämystä, oppimista ja mahdollisesti näkemysten kehittymistä.

Oppaan tehtävänä on toimia elämyksen ohjaajana, joten hänellä on oltava kaikki tieto ja taito mahdollisimman hyvän perustan antamiseksi elämyksen kokemiselle. Elämystä ei voida taata, vaan sille voidaan pyrkiä luomaan mahdollisimman hyvät lähtökohdat. Asiakas itse voi vain vaikuttaa lopullisesti elämyksen kokemiseen, koska jokaisella se on yksilökokemus. Taustatekijöinä vaikuttavat tietenkin asiakkaan tausta ja ohjaajan kanssa käyty vuorovaikutustilanne. (Tarssanen 2007, 7-8.) Asiakkaiden asenne oli kiinnostunut ja utelias, mikä vaikutti omaan innostuneisuuteeni positiivisesti. Tarinankertojana, poronaisena, puhun kokemusteni pohjalta, jonka vuoksi asioiden ulosanti on hyvin luontevaa.

Elämyksen syntyminen voi parhaillaan tarkoittaa sitä, että asiakas kokee muutoksen omassa ajatusmaailmassaan sen myötä. Elämys määritellään positiiviseksi, moniaistiseksi ja kokonaisvaltaiseksi kokemukseksi. Elämyskolmio (kuvio 4) on elämysentuottajan työkalu, jonka kautta voidaan kehittää ja analysoida omia tuotteita. Kolmion kautta on tarkoitus puuttua kriittisiin kohtiin ja puutteisiin. Kolmiossa on kaksi näkökulmaa asennoitua

asioihin. Kolmion kautta voidaan asettaa joko asiakkaan kokemuksen näkökulmaan, tai perehtyä tuotteen elementtien kautta. Kolmion alalaidan ominaisuudet kertovat, mitä tekijät vaikuttavat asiakkaan kokemukseen. (Tarssanen 2007,8.)



Kuva 3 Elämyskolmio

Elämystä ei voida taata, mutta edellä mainittuja elementtejä hyväksi käyttäen sille luodaan mahdollisimman erinomaiset lähtökohdat. Näillä elementeillä tuote niin sanotusti elämyksellistetään, koska tämän kautta tuotteen elämyksen kriteerit täyttyvät. (Tarssanen 2007, 8-9.) Poroemännän iltaa lähdettiin kokoamaan elämyskolmion elementtien kautta. Yksilöllisyyttä pyrin luomaan omilla henkilökohtaisilla kokemuksillani ja poikkeuksellisen tuotteen luomisella. Menyy rakentui yksilölliseksi uusien ja itse kehiteltyjen tuotteiden puitteissa. Aitous nousi esille myös omissa kokemuksissani, sillä tämän lähemmäs aidon poroemännän elämää tuskin voidaan päästä. Aitoutta korostivat myös ympäristö, raaka-aineet ja tarinat omana kokemuksena porotalouden parista.

## 6.2 Kokemukseen vaikuttavat tekijät

Asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät, kuten yksilöllisyys, ilmaisee sen, ettei vastaavaa tuotetta ole, koska tämä on ainutkertainen. Asiakaslähtöisyys, räätälöity kokonaisuus ja joustavuus ovat tunnusomaista yksilöllisyydelle. Muuntautuminen asiakkaan tarpeita vastaavaksi voidaan kehittää hyvinkin



pitkälle. Mitä pidemmälle tuotetta räätälöidään, vaikuttaa se myös hinnan nousuun. Aitous on tekijä, mikä antaa tuotteelle uskottavuutta. Parhaimmillaan aitous ilmenee muun muassa kulttuurina, aitona elämänä ja asioina. Aitouden määrittelemisen jää loppujen lopuksi asiakkaan harteille. Täytyy kuitenkin muistaa, ettei voida sanoa varmasti, mikä on aitoa ja oikeaa. Kopioiden esittäminen ei ole oikein ja antaa vääriä käsityksiä. Vain alkuperäinen kulttuurin asiantuntija voi kertoa asiasta uskottavasti. Tuotteessa täytyy huomioida kulttuuris-eettinen näkökulma, minkä vuoksi muun muassa saamelaisena esiintyminen, ilman alkuperää on paheksuttavaa. (Tarssanen 2007, 9-10.)

Ohjaajana aitous ilmenee omassa kulttuurillisessa alkuperässäni. Sukuni pitkä historia porotalouden parissa antaa ylpeyttä ja näkökulmaa puhua asiasta. Poronmerkin ja porojen omistajana olen ollut ikäni. Tietouteni ja taitoni ovat kokemusperäisiä. Pororuuat ovat elinkeinon ohella olleet osa arkeni. Useamman vuoden työkokemukseni lappilaisuutta vaalivassa yrityksessä antoivat ammattitaitoutta.

Tarinointi on yksi erittäin hyvä elementti, minkä avulla tuote saa rungon. Sen avulla tuotteen kulku on jouhevaa ja kiinnostavaa. Mukaansatempaava tarina sisältää niin faktaa kuin fiktiota. Uskomukset ja legendat ovat erinomaisia elementtejä tarinoinnissa. Tarina tulee aina kirjoittaa puhtaaksi ennen esiintymistä. Näin ollen vältytään kiusallisilta töksähdyksiltä juonen käännteissä. (Tarssanen 2007, 10-11.) Oma tarinointini sai alkunsa omista näkemyksistäni. Vahvistin tarinoinnin kulkua kirjallisella taustatiedolla, jotta mukana olisi todistettua faktaa. Fiktio, eli uskomusten, elementtejä nousi esille muun muassa raaka-aineiden, kuten väinönputken tarinoissa. Puhtaaksi kirjoitettuna tarinointi oli oivallinen työkalu harjoitteluun. Pidin tarinoiden murteella kirjoittamista tärkeänä, koska se auttoi virittämään itseni oikeanlaiseen tunnelmaan.

Kaiken tulee olla ennalta suunniteltua ja testattua. Monipuolisen tuotteesta tekee moniaistisuus, jolloin mahdollisimman monia aisteja herätellään. Aistiärsykkeiden tulisi olla silti sopusoinnussa keskenään ja tukea haluttua tee-

maa. Häiritsevät ärsykkeet pilaavat kokonaisuutta, tai vaikuttavat negatiivisesti muiden aistien kokemiseen. Jotta tarjottava kokonaisuus olisi erilainen kuin asiakkaan oma arki, on tuotteessa oltava kontrastia. Tavallisesta poikkeavat ominaisuudet, uudet asiat ja eksoottisuus ovat toivottuja piirteitä kontrastia haettaessa. Asiakkaalle kokemus, ympäristö, tai jokin muu seikka voi olla mullistava ja saada näkemään oman itsensäkin tyystin erilaisessa valossa. Myös omasta arjesta ja sen rajoittimista irrottautuminen nousee esille. Asiakkaan alkuperä ja kansalaisuus on hyvä olla tiedossa, jotta kokemus voisi erota hänen tavallisesta arjestaan. (Tarssanen 2007, 10-11.)

Huolellinen suunnittelu ilmeni tarvittavien tavaroiden ja ruokien tarkassa kirjaamisessa. Tarinointiin kirjasin myös kohdat, missä kohtaa hyödynnän mitään rekvisiittaa, sekä missä kohden mitään ruokaa valmistetaan. Poroelinkeinon ainutlaatuisuuden vuoksi tuotteelle ei ollut vaikea saada kontrastia asiakkaan normaaliarkeen. Tässäkin kohtaa yrityksen aktiivisesti ylläpidetty asiakasjärjestelmä on hyödyllinen. Järjestelmän avulla tiedämme, mitä juuri kyseisille asiakkaille tulisi tarjota.

Vuorovaikutus asiakkaan ja oppaan kesken on ensiarvoisen tärkeässä asemassa, mutta myös asiakkaiden keskeinen vuorovaikutus on tärkeää. Tärkeä tekijä on yhteisöllisyyden tunne, jonka vuoksi ennestään tuntemattomien asiakkaiden toisilleen esittelemisen nousee tärkeäksi. Yhdessä koettu elämys on paljon merkityksekkäämpi ja antaa sille yleisen hyväksynnän. Oppaan ja asiakkaan välisen vuorovaikutuksen onnistuminen säätelee koko illan kulkua ja on merkittävässä osassa elämyksen kokemisessa. (Tarssanen 2007, 11-12.) Tuotteen asiakasryhmä oli toisilleen ennalta tuttuja, mutta silti alkuperästä puhuttaessa usea ilmaisi oma-aloitteisesti omat juurensa. Oudompien ryhmien kohdalla esittely voisi olla hyödyllinen.

### 6.3 Elämyksen tasot ja moniaistisuus

Tutkittaessa elämyskolmion (kuvio 4) alhaalta ylöspäin nousevia tasoja, puhumme asiakkaan kokemuksen rakentumisesta. Alin taso on motivaatio, mikä alkaa parhaillaan jo markkinoinnista. Tarkoituksena on nostaa asiakkaan

kiinnostus tuotetta kohtaan niin suureksi, että osa elämuskriteereitä täyttyy jo markkinoinnissa. Toinen taso on fyysinen taso. Tällä tasolla ilmenee tuotteen tekninen laatu. Asiakkaalle se ilmenee tiedostamisena, mihin olemme tulleet ja miksi. Mukaan liitetään myös hyvän ja turvallisen tunnetilan tuntemukset, eikä hän tunne esimerkiksi kylmyyttä, nälkää ja pelkoa. Toisissa lajeissa, kuten extreme- lajissa, jännitys on jopa toivottu elementti. Seuraavaksi kolmiossa on älyllinen taso, jonka kautta asiakas oppii ja ymmärtää. Älyllinen taso ilmaisee asiakkaalle sen, pitääkö hän tuotetta hyvänä, vai ei. Ideana parhaimmillaan on saada asiakas oppimaan jotain uutta, tai kehittyä ajatuksissaan. Oppiminen voi tapahtua täysin tiedostetusti, tai sitten täysin huomaamatta asiaa sen kummemmin tiedostamatta. (Tarssanen 2007,12-13.)

Kolmion toiseksi ylin osa sisältää emotionaalisen tason, eli tason, jolla ihminen varsinaisesti kokee elämyksen. Jos kaikki on sujunut muiden tasojen kohdalla odotetusti, voi asiakas tässä kohti tuntea iloa ja riemua, sekä mahdollista oppimisen ja onnistumisen iloa. Näin ollen asia on tullut ihmiselle merkityksekkääksi. Lopuksi kolmiosta löytyy henkinen taso, joka viittaa asiakkaan henkilökohtaisen tunnetilan, tai ajatusmaailman muutokseen elämyksen seurauksena. Tämä voi näkyä olotilan muutoksena, tai kokonaan elämäntapamuutoksena. Elämyksen kautta koettu muutos voi muuttaa jopa asiakkaan maailmankatsomusta, tai saada näkemään oman persoonansa aivan uudessa valossa. (Tarssanen 2007, 13-14.) Asiakaspalautteiden kautta asiakkaan kokemusta on helppo arvioida. Varsinaisen toteutuksen yhteydessä illan päätteeksi asiakkaat täyttivät suunnittelemani lomakkeen heidän tuntemuksistaan. Palaan luvussa 10.2 käsittelemään tuotteen arviointia asiakkaan kokemuksena.

#### 6.4 Elämys kilpailu- ja lisäetuna

Elämystuotteen rakentaminen ei ole välttämättä kovin monimutkaista, vaan täytyy rakentaa sellainen palvelu, missä asiakkaan omat perusvietit ovat lähtökohtana (Vähätalo - Ruotsalainen 1996, 55). Nykyään yrittäjä joutuu toimimaan hyvin monipuolisena osaajana työssään, koska hallinnassa tulee olla niin tarinankerronta, kuin paikallistietouskin. Elämyksen tuottaminen asiakkaalle ei ole yksinkertaista, vaan osaamista on oltava monella eri

tasolla. Kilpailu on kasvanut ja asiakaskunta tullut yhä laatumietoisemmaksi, jonka vuoksi matkailutuotteiden luomisesta on tullut yhä monimuotoisempaa. Kaikki yrityksen työntekijät ovat mukana luomassa matkailutuotetta, vaikka kaikkien panos ei näy asiakkaalle asti. (Tarssanen 2007,14.)

Tuotteen monialaisuus vaatii usean alan osaamista. Pitkän työkokemukseni kautta ruokapalveluiden tuottaminen ei tuottanut vaikeuksia. Poronaisen taustani ja sosiaalinen luonteeni olivat suurena apuna ohjelmapalvelun vetämiselle, mutta tietoutta tuotteen rakentumisesta tarvitsin. Tarinankerronta ei rajoitu vain tiettyihin tarinoihin, vaan on aina varauduttava kertomaan muustakin. Itse kokosin varalta tietoutta myös ydintuotetta lähellä olevista asioista. tarinat paikallisesta legendasta ”poromies Moskusta” ja muu paikallistietous antoivat pelivaraa yllättävien kysymysten kohdalla. Tässä ilmenee tarinankertojan ammattitaito.

Aikaisempina vuosikymmeninä elämysten merkitys ei ollut läheskään niin suuri voimavara, kuin se tällä hetkellä on. Nykyinen kauppatavara on tunnekokemus, josta asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Elämysten tuottaminen on kilpailuetu ja niiden kautta yritys voi tuottaa selkeää rahallista lisäarvoa. Kokemukselta odotetaan niin paljon, että siitä ollaan valmiita maksamaan myös hieman enemmän. Näin päästään asian ideaan, eli pienemmällä asiakasryhmällä saadaan hankittua enemmän katetta. Elämysten puhuminen on noussut esiin jo useiden vuosien ajan, mutta siltikään suuri osa yritystoiminnoista ei ole hyödyntänyt kaikkea kapasiteettia sen osalta. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2011.) Näen yrityksen toiminnassa merkittäviä mahdollisuuksia elämysten tuottamiseen tulevaisuudessa. Väistämätön tosiasia on kumminkin se, ettei tekijöitä ja tuottajia vastaavanlaisiin tuotteisiin löydy niin vain.

## 7 RUOKAMATKAILU

### 7.1 Ruokamatkailun muotoja

Aina kun tuotteen kulkuun kuuluu pääasiallinen ruokien ja juomien nauttiminen, katsotaan tuote kuuluvan ruokamatkailun piiriin. Ruokailun valmistamiseen voidaan joko osallistua, tai sen valmistamista voidaan seurata. Yleensä nämä tapahtuvat erityisolosuhteissa esimerkiksi viinitilalla, tai metsässä kodassa. Ruokamatkailu on kasvattanut suosiotaan koko ajan myös tavallisten matkaajien parissa, kun aiemmin se usein oli suosittua alan harrastajien ja asiantuntijoiden parissa. (Verhelä – Lacman 2003, 150.) Poroemännän ilta kuuluu mielestäni olennaisesti ruokamatkailuun. Poroteema on hyvin pitkälle ajateltu paikan, ruuan, tarinoiden, vetäjän, sekä niitä yhdistävien tekijöiden suhteen.

Lappilainen keittiö on saavuttanut merkittävästi jalansijaa yhtenä suomalaisena ruokasuuntauksena. Taustalla ovat vuosina 1975–1980 lappilaisten perinneruokien keruu. Lappiin on tehty ruokamatkoja vuodesta 1980 lähtien. Näistä muun muassa Gastronomiset lapinmatkat, Perinneruokamatkat ja Lapin perinneruokamatkat ovat tulos menestyksekkästä tuotekehitystyöstä lappilaisten raaka-aineiden ja ruokien parissa. Seuraava askel oli kansainvälisempi nimi, Lappi Á la carte, jonka sisällöllinen merkitys oli selvä. (Sointu – Stenros 2005, 4.)

Ruokamatkailu on yksi tämän hetken kuumimpia trendejä, jonka vuoksi matkalle lähdetään. Ruoka ja kulttuuri yhdessä on nimetty yhdeksi vetovoimaisimmaksi yhdistelmäksi. (Iltalehti 2011.) Makuelämyksistä syntyvät yleensä parhaat lomamuistot matkan varrelta. Ruokamatkailun perinnemaiden Italian ja Ranskan lisäksi muutkin maat ovat huomioineet gastronomisen matkailun. Ruuan kautta voidaan alueen kulttuuriin tapoihin ja historiaan syventyä hyvin mieleenpainuvalla tavalla, koska se herättelee useita aisteja ja jättää muistikuvia. Tärkeimmiksi teemoiksi ruokamatkailussa määritellään: paikallisuus, kausiluonteisuus, aitous ja pienimuotoisuus. Tarinankerronta on erinomainen tapa kasvattaa ruokakokemukselle lisäarvoa. Ruokamatkailu ei rajoitu vain ravintoloissa syömiseen, vaan sen

puitteissa voidaan vieraila maataloilla, sekä erilaisille festivaaleille. Pakettimatkoja, sekä matkareittiä, voidaan muun muassa koota erilaisten teemojen ympärille. Ruokamatkailija kaipaa aitoja makuja, idyllisiä miljöitä, sekä pieniäkin annoksia monen ruokalajin annoksien sijaan. Pieniltä yrityksiltä löytyy loistavia, jopa hittituotteita, mutta tunnettavuus ja saatavuus nousevat ongelmaksi. (Terve.fi 2011.) Yritys, Kaaretkoski edustus- ja juhlapalvelu Oy, on pieni, mutta omaa erittäin mielenkiintoisia tuotteita. Tällä hetkellä tuotteiden tarkoitus on vahvistaa yrityksen ydintuotetta eli tarjota ravitsemispalveluita asiakkailleen. Ydintuotteen tueksi näillä sivutuotteilla luodaan yksilöllisyyttä ja monipuolistetaan palvelutarjontaa, etenkin pitkäaikaisten asiakkuuksia ajatellen.

Yrityksellä, Kaaretkoski edustus- ja juhlapalvelu Oy, ruokamatkailu ilmenee heidän jokapäiväisessä työssään. Asiakaskunnan palautteen mukaan yrityksen vetomaisimpia tekijöitä ovat sen lappilaiset arvot, mitkä näkyvät henkilökunnassa, ruuassa ja järjestelyissä. Erään asiakkaan palautteen mukaan: ”Kaikki on ajateltu aina loppuun saakka”. Asiakkaan toiveita ja haluja kuunnellaan aina, mikä näkyy mitä eksoottisimpina paikkoina ruokailla. Kysymyksessä voi olla jopa illallinen lumilinnassa, tai keskellä korpea. Erilaiset teemaillalliset esimerkiksi ametistien loisteessa, tai poronsarvien ja -nahkojen täyttämässä pöydässä ovat perustuotteita. Toisinaan teemana voi olla kullanhuuhdonta. Ruuista kerrottavat tarinat vahvistavat teemaa. Yritys on tuottanut ruokamatkailua jo parikymmenen vuoden ajan ja nykyisin vain mielikuvitus on rajana.

Teemaruokailun olennaisin osa on tietenkin tuotteen teema, jonka ympärille kaikki rakentuu. Yleisiä teemoja ovat muun muassa keskiaikaiset pidot, venäläiset juhlat, tai maakunnallinen teema, kuten Lappi. Myös raaka-aineisiin voidaan keskittyä ja käyttää sadonkorjuuteemaa. Jotta kaikki sujuisi jouhevasti, on vetäjän oltava perehtynyt teemaan erittäin huolellisesti. Käyttäytyminen ja puhuminen teeman mukaisesti kuuluvat asiaan. Rekvisiittaa voidaan käyttää havainnollistamiseen ja koristamiseen teeman mukaisesti. Ohjelma voidaan painaa menykorttiin, joka on luotu teemaa käyttäen viimeistä piirtoa myöten. Erilaiset juhlaperinteet voivat olla myös pohjana teemalle. Mukaan voidaan liittää mitä ihmeellisimpiä elementtejä

korostamaan elämystä, kuten auringonlasku, tai kaadetun karhun hyvittelyä. Erikoisruokien nauttimisesta voidaan lopuksi tehdä kunniakirja joko ohjelmanumerona, tai perinteisenä lappuna. (Verhelä – Lacman 2003, 153-154.)

Tuote, Poroemännän ilta, on ruokamatkailua aidoimmillaan. Illan teema on poro, jonka kautta ruoka, emäntä ja ohjelma nousevat esille. Tuote poikkeaa aikaisemmista yrityksen tuotteista kokonaisen ohjelman yhdistämisellä iltaan. Tässä tuotteessa kaikki on ajateltu alusta lähtien olemaan samaa kokonaisuutta. Asiakkaat tulevat katsomaan aitoa poroemäntää, aidossa ympäristössä, aitoa pororuokaa antiminaan tarinoilla höystettynä. Mahdollisuudet hienoon lahjaan ovat mahdollisia, mutta nämä tuotteen tilaaja saa itse päättää. Naisryhmille lahjaksi suunniteltiin Lumenen poronmaitopäivävoidetta ja miehille muun muassa poron kylmä- tai lämminsavupaistia.

## 7.2 Lähiruoka Lapin matkailussa

Lähiruoksi katsotaan paikallisista raaka-aineista ja tuotantopanoksista syntyvää ruokatuotantoa ja kulutusta, jonkin alueen kuten maakunnan, tai kunnan alueen sisällä. Lähtökohtana ovat itse omien peltujen kautta tuotetut rehut, sekä alueen tuotteita käyttävät jatkojalostajat. Lähiruoka-ajatteluun kuuluu myös hyödyntää ruoka kyseisellä alueella. (Marttaliitto 2011.) Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy:n toiminta perustuu lähes kokonaan lähiruuan hyödyntämiselle, koska se vastaa yrityksen liikeideaa. Paikallisuutta korostetaan asiakkaalle ruokien nimissä ja tarinoissa. Lappilaiset hienot raaka-aineet ovat tae laadukkaalle ruualle. Poroemännän ilta – tuotteen ruokia lähdettiin kokomaan paikallisista luonnonantimista.

Lappilaisen keittiön raaka-aineet ovat peräsin puhtaasta Lapin luonnosta. Laadukkuus nousee esille monipuolisuuden ja luonnollisuuden parista. Vesi- ja luonnon puhtaus antavat raaka-aineille loistavan kasvualustan. Ruokien perinteikäs valmistaminen ja raaka-aineiden vaaliminen kuuluvat lappilaiseen kulttuuriin, vaikka avoimuutta löytyy myös uuden kokeilemiseen. Merkittävänä elinkeinona Lapille poro ja poronliha ovat tärkeä osa vanhaa ruokaperinnettä ja tätä päivää. Erikoisena herkkuna muun muassa löytyy ilmakuivattu

poronkuivaliha. Riistasta hirvi ja metsäkanalinnut ovat hyvin perinteikkäitä herkkuja. Herkkukaloina Lapin puhtaista joista ja järvistä nousevat lohi, rautu, siika ja tammukka. Lapinpuikula on ensimmäisenä raaka-aineena EU:n myötä saanut alkuperäisnimisuojan. (Ruokatieto Lappi 2011.) Tuotteessa jokaisella illan ruoka-aineella on oma tarinansa lappilaisessa alkuperässä. Perinteikäs elinkeino vaatii rinnalleen perinteikkäät raaka-aineet.

Paikallisuus on yksi matkailun voimakkaimpia vetovoimatekijöitä. Kokemuksia haetaan paikallisesta ruuasta ja siihen liittyvistä tavoista. Matkaa voidaan kuvata löytöretkeksi, jossa uppoudutaan uudenlaisten kokemusten vietäväksi. Matkailijalla on usein hyvin romantisoituneet odotukset uusista ruuista, joita he tulevat matkallaan kohtaamaan. Useassa maassa matkailustrategia on perustettu täysin ruualle, nähtävyyksien sijaan. (Parasecoli 2008, 131-132.) Poroemännän illan tuotteen tuli olla ehyt kokonaisuus paikallisuudesta, minkä tuli näkyä tarinoissa, ruuissa, tavoissa ja kokonaisuudessa. Matkailijalle ilta antaa kuvaa lappilaisesta elinkeinonharjoittajasta parhaimmillaan.

### 7.3 Poronliha

Poronliha on herkullinen, murea, monipuolinen, terveellinen ja omaa jäljittelemättömän maun. Perinteisesti poronliha on kuuluisa kärityksestä, mutta siitä syntyvät vaivatta niin arki- kuin juhlaruokakin. Lihana se on jopa monipuolisempi käytöltään kuin nauta. Poron kasvuympäristö on puhdas ja tarjoaa monipuolista ravintoa, minkä vuoksi myös liha on laadultaan hyvin terveellistä. Liha koostuu runsaasta proteiinimäärästä ja vähäisestä rasvasta ja sisältää runsaammin kivennäisaineita ja vitamiineja, kuin tavalliset tuotantoeläimet, esimerkiksi sika ja nauta. Porojen vapaa laidunnusoikeus ja puhdas ympäristö tekevät lihasta myös eettisen. (Deliporo 2011.)

Poronlihan koostumusta tarkasteltaessa huomataan merkittävän korkeat kivennäis- ja hivenainemäärät. Rautapitoisuus on 3-5mg/100g ja vitamiineista löytyy A- ja E-, sekä kaikkia B-ryhmän vitamiineja. Sisäelimet sisältävät runsaasti aminohappoja, sekä valkuaisainepitoisuus on noin 23 %. Rasvaa poroon kertyy lihan ja nahan väliin, eikä juurikaan lihasyihin. Tätä rasvaa paikalliset kutsuvat kuuksi, tai pinnaksi. Terveysvaikutteita poron rasvasta löytyy, sillä sen on todettu alentavan huonoa LDL-kolesterolia, koska pintarasva si-



sältää 50-60 % tyydyttämätöntä öljyhappoa. Nautaan verrattuna seleenimäärä poronlihassa on jopa 5-10 kertainen. Poronlihan on todettu Allergia- ja Astmaliiton mukaan käyvän erinomaisesti allergisille ja ainakin sen sopivuutta voi huoletta testata. (Deliporo 2011.)

Lihaa tuotetaan vuodessa 2,5 miljoonaa kiloa, eli vain noin puoli kiloa ihmistä kohden. Porossa lihasyyt ovat ohuita, mikä tekee siitä erinomaisen mureaa ja nopeasti valmistuvaa. Ihmiset ostavat mielellään vasaa, koska raavas, eli aikuinen poro, maistuu huomattavan paljon enemmän riistalle. (Maulavirta - Välimäki - Jylhä - Mäntykangas 2010, 28.) Poroemännän illan porotuotteet ovat vasaa. Yritys hyödyntää vasanlihaa siksi, että sitä on paremmin saatavilla ja maku on miedompi. Sisäelimet suositellaan otettavaksi nuorelta porolta.

Porokirjan valmistaneella huippukokilla, Markus Maulavirralla, on selkeä mielipide porosta: ”Poro on huomattavasti monipuolisempi ja kiinnostavampi raaka-aine kokon kannalta, kuin esimerkiksi naudanliha. Siinä on omintakeinen, selkeästi tunnistettava makunsa.” Lapille poro on ikoninen brändi, josta on PR-hyötyä hankittu monin eri keinoin, vaikka lihana sen kaikkia käyttömahdollisuuksia ei ole vielä tutkittu. Klassikoiden lisäksi tästä maailmanluokan huipputuotteesta halutaan luoda nykyään mitä ihmeellisimpiä herkkuja eri keittiötyylit edustettuina. (Maulavirta - Välimäki - Jylhä - Mäntykangas 2010, 11.)

Poroemäntänä olen perinteitä kunnioittava, mutta myös uuden luoja. Halusin illassa tuoda esille uusia makukokemuksia, tutun käretyksen sijaa. Nykyisin lihanjalostajat ovat keskittyneet erityistuotteisiin, mikä antaa uusia mahdollisuuksia ruuan valmistajalle. Esimerkkinä savustettu sydän paistettuna muurikalla, antaa aivan uudenlaisen makunautinnon raakana paistetun sydämen sijaan. Tuotekehittelyn tulokset, kuten illan kylkirulla auttavat hyödyntämään poron osia, joista ei aiemmin osattu ajatella muuta kuin keittolihan jatketta. Mielestäni ravitsemusalan yrittäjät sesonkitöidensä ohella ovat viisaita hyödyntäessään lihanjalostajien valmistamia erityistuotteita. Juuri näillä tuotteilla luodaan kontrastia, eli erilaisuutta alkuperäiseen. Mielestäni tämä on merkittävä seikka, etenkin pitkäaikaisia asiakkuuksia ajatellen.

#### 7.4 Illallinen avotulella

Aterioiminen luonnossa tulilla on aina persoonallinen kokemus. Ruokaa voidaan tehdä yhdessä avotulella ja nauttien se sitten luonnon helmassa. Pääsääntöisesti tämä liitetään vaellusretkien osaksi, mutta aterioiminen luonnossa voi olla myös pääsyy, miksi luontoon lähdetään. Hyödyksi voidaan käyttää näyttäviä ruuanvalmistustapoja, kuten lohien loimuttaminen, tai rosvopaistin maan alla hauduttaminen. Luonto ja tuli tekevät tunnelmasta leppoisaa ja nautinnollisen suuressakin seurueessa. Persoonallisuutta tuotteeseen saadaan liittämällä mukaan asiakkaiden itsensä hankkimat raaka-aineet sienistä, marjoista tai kaloista. (Verhelä - Lacman 2003, 154.)

Tuote, Poroemännän ilta, luotiin porokulttuurin mukaisesti kotaan, jossa ruoka voidaan valmistaa avotulella perinteisellä tavalla. Kotaelämä on tälläkin hetkellä olennainen osa elämäämme, koska alkukesäisin poronvasojen korvamerkitysaikaan asumme noin kuukauden verran metsässä kodassa. Kokkaaminen kodassa avotulella on senkin vuoksi tullut hyvin tutuksi osaksi arkea. Valurautapata, muurikka ja nokipannukahvit kuuluivat myös olennaisesti asiaan. Avotulella ruuan valmistaminen on tunnelmallista, sekä herättelee asiakkaan ruokahaluja kokkauksen lomassa. Aitous korostuu raaka-aineiden ja ruuanvalmistuksen näkemisellä ja tuoksujen aistimisella. Avotulella kokkaaminen on taito, joka antaa tuotteelle lisäarvoa.

Ruokia voidaan korostaa käyttämällä alueen omia raaka-aineita aina alkumaljasta jälkiruokaan. Ruokien nimiin voidaan liittää aiheen elementtejä, kuten nuotioperunat, mikä tekee niistä persoonallisemmat. Jälkiruuissa hyödynnetään usein myös syötävää astiaa. Vain mielikuvitus on rajana tarjoiluastioiden valinnassa, muun muassa lätyt tarjoiltuna pöydän päältä, on ekologista ja aiheeseen sopivaa. Nokipannukahvit kruunaavat aterioinnin. Jotta kokemus olisi onnistunut, on kiireettömyydestä luovuttava ja panostettava tunnelmaan ja seurusteluun. (Verhelä - Lacman 2003, 154.)

Poroemännän illan tuotteessa haluttiin hyödyntää yritykselle juuri hankittuja Kupilka-astioita (Kuvio 5). Valmistusaineena astioissa on biomateriaali. Etuina, tavalliseen puuastiaan verrattuna, tuotteessa on konepuhdistuksen

mahdollisuus, kosteudenkesto, tasalaatuisuus ja halkeamattomuus. (Kupilka 2011.)



Kuva 4 Kupilka

Astiasto on todella käytännöllinen konepesumahdollisuutensa vuoksi, etenkin sesonkiaikoina. Astioista löytyy ruokakuksa, eli syvä lautanen, matalampi lautanen, juomakuksa, eli lapin kuksaa mustuttava juoma-astia, sekä kaikki aterimet. Astioita luultiin perinteisiksi puuastioiksi, mutta asiakkaan kysyessä ilmoitin niiden alkuperän. Astiasto antaa tuotteelle ekologista lisäarvoa ja on yritykselle käytännöllinen. Ekologisuutta näkyy myös honkalautatarjoittimissa. Mitään kertakäyttöisiä astioita yritys ei suosi epäekologisuuden ja laadun vuoksi. Muiden juomien kanssa yritys haluaa käyttää viinilasia, joka on muovinen ja pestävä. Snapsien tarjoilu tapahtui keraamisista snapsilaseista, jotka tarjottiin niille tarkoitetulta honkalaudasta. Servetit olivat normaalit paperiset, koska yritys ei omista tällä hetkellä muita kuin kankaiset valkoiset. Mahdollisesti tulevaisuudessa kankainen, tummahko servetti on hankinnassa.

Raaka-aineet iltaan valittiin lähiruokaajattelun mukaisesti, koska myös porokulttuurissa niitä suositaan (LIITE 2) . Alkuun kuivalihanmaistiaiset ja väinönputkesta keitetty ”tervetulototi” olivat näyttävä alkupöytä illalle. Kuivalihan poroemäntä leikkeli paikan päällä honkalaudalle ja tarjoili tarinoissaan samalla hieman kuivalihanteon salaisuuksista. Alkuruuassa iso, vaalea Lapinherkun valmistama leipä aseteltiin matalan Kupilka-lautasen päälle. Leipän sisältö oli poistettu ja reunus oli paahdettu mukavan rapsakaksi, jotta

se pysyisi tiiviinä keitto sisällään. Poroemäntä annosteli jokaiselle leivän koon verran kermaista metsäsienikeittoa kiehuvaan padasta. Leivän kansi laitettiin mukaan, jotta sitä saatiin maistella keiton lomassa. Itse pääruuan raaka-aineet olivat esillä teräksisillä tarjottimilla kauniisti aseteltuina. Kylkirulla, savustettu sydän, keitetty kieli, poromakkara ja savufilee paistetaan erittäin kuumassa muurikassa. Ruuat tarjoillaan yksi kerrallaan lisukkeiden kera, jotta jokaista herkkua voi maistella erikseen. Paistamisessa tulee olla erittäin tarkka, jotta ruuat eivät pala ja kuivetu. Pimeä ja savuinen kota asettaa omat haasteensa. Puolivalmiit tuotteet eivät vaadi pitkää kypsennysaikaa, lähinnä värin ottamisen ja kuumennuksen. Juuresmuusi oli ainoa ruoka, joka otettiin keittiöltä kuumana matkaan. Lisukkeet olivat myös kauniissa, pienissä, teräksisissä kipoissa tulisijan ympärillä. Muurikka odotteli kuumana poroherkkujen paistamista.

Kahvi- ja teepannut olivat valmiina täytettyinä kuumana tulen läheisyydessä. Leipäjuustokuutiot annosteltiin valmiiksi Kupilka-kuksiin odottelemaan kahvia. Leipäjuustokahvit ovat perinteinen poroihmisten herkku, kuten yleensäkin lappilaisessa ruokakulttuurissa. Leipäjuusto on paikallisen yrittäjän valmistamaa Luomu leipäjuustoa. Yritys pyrkii käyttämään raaka-aineissa mahdollisimman pitkälle luomua. Leipäjuustokahvit valittiin jälkiruuaksi, koska ajateltiin sen olevan ”keveämpi” vaihtoehto raskaan illallisen päätteeksi. Itse leipäjuusto ei ole kevyttä, mutta vähäinen määrä kahvin seurana ei ole yhtä ”raskasta” kuin esimerkiksi oikea jälkiruoka. Toisaalta hillat olisivat voineet olla toinen raikas vaihtoehto jälkiruuaksi, mutta itse poroihmisenä koin leipäjuustokahvien sopivan teemaan ja olevan käytännöllisempi. Leipäjuustokahvien yksinkertaisuus helpottaa toteuttajan taakkaa, eikä vaadi paljon huolehtimista.

Mielestäni kyseisen tuotteen kaltaisessa illassa tärkeintä on toimivuus. Tulella ruokien valmistaminen ei ole helppoa, vaikka ammattitaitoa lyötyisikin. Helpot ja toimivat raaka-aineet antavat mahdollisuuden ohjelmalle. Poro on mukava raaka-aine ja puolivalmiina liha helpottaa työskentelyä. Kypsyyden ja maun arviointi pimeässä kodassa asiakkaiden edessä asettaa haasteita. Asiakkaalle puolivalmius ei tietenkään näy.

## 8 POROTALOUS

### 8.1 Porokulttuuri matkailuna

Porotalouden ja matkailun suhde on kaksihaarainen. Toisaalta kasvava matkailu on vienyt porolaitumia, minkä vuoksi osan laitumien hyödyntäminen on joko kokonaan tai osaksi estynyt. Positiivisena tekijänä ovat poronhoitoperheet saaneet poromatkailun kautta toivottua lisätienestiä hiljaisille ajoille. (Huttu-Hiltunen - Nieminen 1993,183.) Matkailua pohdittaessa on kuitenkin väistämättä selvää, että poro on toiminut vetovoimatekijänä Lapin matkailulle aina. Omintakeisia tekijöitä löytyy, niin valkoisen peuran tarinasta, kuin suloisista poron vasoista aina persoonallisiin poronhoitajanaisiin ja – miehiin kiehtovan elämäntapansa ja perinteisen työnsä ympäriltä. (Poronet 2011.)

Poroemännän iltaa suunniteltaessa kartoitettiin asiakkaiden kiinnostuksen kohteita havainnoimalla. Havainnointi nosti esille, kuinka konkreettisesti alkukantainen kulttuuri ja sen tapojen mukaan elävä ihminen voikaan kiinnostaa. Ihmisiä kiinnosti, mikä tässä kulttuurissa on niin vetovoimasta ja miksi siihen suhtaudutaan niin intohimoisesti. Poro on Lapin ainutlaatuinen voimavara, jonka ympärille syntynyttä kulttuuria tunnetaan hyvin vähän, vaikka itse poro on hyvin näkyvä osa Lappia. Poro matkailussa näkyy enemmän joulupukkiin liitettyinä, mutta nykyisin matkailukeskuksissa näkee myös porotilamatkailua, joihin on liitetty kulttuuria avaavia seikkoja.

Porotilamatkailun puitteissa on mahdollista tutustua poronhoitajien perinteiseen arkeen heidän omassa kodissaan. Poromiehen tai – naisen asiantuntemus tekee kokemuksesta rikkaamman ja aidomman tavan perehtyä tähän kiehtovaan maailmaan. Mahdollisuuksien mukaan käytännön toimiin otetaan myös matkailija mukaan, mikä tekee elämyksestä merkittävämmän ja vahvemman. Perinteiset tavat, kuten suopunginheitto, on erinomaista ajanvietettä, niin lasten kuin vanhempienkin mielestä. Poroajelut ovat perinteisempiä muotoja poromatkailussa, joihin nykyisin on liitetty muun muassa poroajokortti. Retket luonnonhelmaan porojen kanssa ovat aivan omaa luokkaansa maisemien ja nokipannukahvien kera. Takkaporojen hyödyntäminen syksyisillä

vaelluksilla luo uutta hohtoa reissuun. Takkaporot kantavat varusteet mukanaan, joten retkeilijä voi keskittyä kulkemiseen. (Poronet 2011.)

Itse näin Poroemännän illan tuotteena, joka voisi erottua muista keskittymällä poron ja porotalouden arkeen. Halusin käyttää rekvisiittana jotain mitä asiakas ei varmasti olisi vielä kokenut. Poromerkkiasiaa on hyvin hankala havainnollistaa ihmiselle yhdessä illassa selkeästi, jonka vuoksi näin ainoastavaksi ottaa mukaan aidot kuivatut poron korvat. Näin asiakas sai oikeasti kokeilla millainen on esimerkiksi pykälä; miltä se korvassa tuntuu. Asiakkaiden mielestä oikeiden korvien tunnustelu teki asiasta heti selkeämmän ja ymmärrettävämmän. Näin pyrin luomaan mukaan kontrastia, mitä muilla ei olisi. Persoonallisuutta nostatti myös asiakkaiden suhtautuminen naiseen poronhoitotöiden parissa poromiehen sijaan.

Ruokailu on tärkeä osa poromatkailua. Poroemäntien herkut ovat aitoja makukokemuksia metsän antimilla höystettynä. Avotulella valmistetut ruuat vaativat taitoa, mutta jättävät persoonallisen muistikuvan tapahtuneesta. Mukaan voidaan liittää majoituspalveluita aina korkealaatuisista mökeistä, kotimajoitukseen, kotoon tai laavuun. Luonto näyttelee tärkeää osaa lappilaisessa elämässä. (Poronet 2011.) Luonnon ja luonnonmukaisuuden korostaminen on Poroemännän illan tärkeimpiä elementtejä. Poroihminen kasvaa luontoon ja elää siitä. Poroihmissen elämä keskittyy luonnonrytmiin, puhtaiden raaka-aineiden ja ympäristön kunnioittamiseen. Peurasta Poroksi kirjan etusivuilla runon säkein kirjoitetaan maan ja luonnon kunnioittamisesta:

”Vielä muinaisina aikoina sanottiin:

Rakasta maata, maata älä kiroa, sinä elät maasta.

Se ruokkii sinut.

Jäkälä elättää poron, poro elättää sinut.

Sienet, marjat ja ruoho ovat poron ruokana

ja myös sinun, ja ne myös lääkitsevät sinut.

Tämä täytyy tietää ja maata rakastaa.

Sinä, isäntä, säästä maata.

Se on sinun elättäjäsi”

kirjoittaja: Efim Danilov, 1928. Vanha Kuolan Lapin saamelainen

(Nieminen, M – Pietilä, U 1999, 2.)

Poromatkailunäkökulmasta tuotteessa oli tarkoitus ylläpitää niitä arvoja, joita koko elinkeino edustaa. Oma näkökulmani ja arvomaailmani ilmenevät tavassani kertoa ja ilmaista sisältöä. Yrityksen arvot ja asenteet nostetaan esille puhtaan ruuan kunnioittamisena, ekologisuutena, sekä lappilaisen aitouden ylläpitäjänä.

## 8.2 Poron vuosi

### 8.2.1 Vasonta

Poroemännän illan runko koottiin poron vuoden ympärille, koska sen kautta saatiin toivottu kokonaiskuva syntymään. Ruuat nousivat esille eri ajankohtiin liitettyinä. Poron vuodesta puhuttaessa, ei puhuta tavanomaisesta kalenterivuodesta, vaan se alkaa 1. kesäkuuta ja loppuu 31. toukokuuta. Poronhoitovuoteen kiteytyy hyvin vahvasti pohjoinen luonnonrytmi. Merkittävimmän osa aijasta poronhoitotöistä käytetään porojen kokoamiseen. Sen lisäksi porot luetaan, erotellaan, teurastetaan ja niitä paimennetaan. Vuosi voidaan jakaa kahteen työhuippuun: Keväällä syntyneet porot, eli vasat merkitään kesäheinäkuussa ja syys-marraskuussa erotellaan teuraaksi menevät porot eloon jäävistä. (Kempainen – Nieminen - Rekilä 1997, 95.)

Tavallisimmin poro vasoo, eli synnyttää touko-kesäkuussa, mutta vasominen voi jatkua myöhempäänkin. Keväisestä syntymätapahtumasta on sanonta: ”Vappuna vasa hangella”. Lumien pikkuhiljaa väistyessä tulevat esille pälvet, eli maalaikut, joille poro synnyttää kesäkuuhun mennessä. Vasoja syntyy kaiken kaikkiaan vuosittain noin 100–120000 ja niiden keskipaino vaihtelee viidestä seitsemään kiloon. Paino alkaa kuitenkin välittömästi kohota rasvai-

sen maidon ansioista ja on jopa kaksinkertainen jo kuukauden päästä. Vasat eivät selviä ilman maitoa, jonka vuoksi vaatimen, eli äitiporon maidon tuotto on tärkeää. (Ruokatieto 2011.)

### 8.2.2 Vasanmerkitys

Räkkä, eli hyönteiset, ovat oiva apu poroihmisille. Niiden avulla porot kokoontuvat tokkiin, eli isoihin laumoihin avarille paikoille alkukesästä. Tämä helpottaa porojen etsimistä ja niiden paimentamista vasanmerkitysaitoihin. Vasanmerkityksen ajatuksena on merkitä keväällä syntynyt vasa emänsä merkkiin, mikä turvaa poronomistajan omistusoikeuden. Vasa ”juovoo” eli seuraa herkeämättä emäänsä, minkä avulla poroihmiset näkevät emäporon merkin ja tietävät merkitä vasankin siihen. Öinen aika on viileämpää ja näin ollen porolle helpompaa. Vasat merkitään yön aikana. Kaikkia vassoja ei saada kesän aikana aitaan, joten osa joudutaan merkitsemään vasta syksyllä erottelun yhteydessä. Merkin kautta poronomistajat tunnistavat omat poronsa. (Kempainen – Nieminen - Rekilä 1997, 95.)

Vasanmerkitysajasta oli helppoa kertoa omiin kokemuksiin tukeutuen. Isäni on harjoittanut myös omien porojensa vasottamista useamman vuoden ajan. Toiset poroihmiset harjoittavat porojensa vasottamista laajoissa luonnonaitauksissa ja merkitsevät syntyvät vasat heti itselleen. Vasottaminen vaatii hyviä puitteita, rahaa ja pitkiä hermoja. (Kempainen – Nieminen - Rekilä 1997,95-96.)

### 8.2.3 Luonnonravinto

Kesällä ja syyskesällä porot kasvavat ja ”kuntoutuvat” talvea varten, eli hankkivat itselleen ravintoa päästäkseen parhaaseen kuntoon kovaa talvea varten. Ravinto on hyvin monipuolista ja sitä löytyy soilta, jokivarsilta, tuntureilta ja hakkuualuilta. Ravinto sisältää ruohoja, saroja ja heiniä. Etenkin järvikorte, raate, kultapiisku, lehtipuiden vesat ja horsma ovat herkkua. Ravintoa on tarjolla runsaasti, joten poro pyrkii aina valitsemaan parhaassa kasvuvaiheessa olevaa ravintoa syötäväksi. Syksyisiä herkkuja ovat sienet, joiden ravitsemuksellinen tärkeys on merkittävä. Sarat ja ruohot ovat myös oivaa syysra-



vintoa. Talven lähestyessä tulee jäkälästä yhä tärkeämpää ravintoa, koska se sisältää runsaasti energiaa runsaan hiilihydraattipitoisuuden vuoksi. Varvut, heinät ja ruohot, joissa on talvivihreä osa, kuuluvat talvella lumen alta kaivettavaan ravintoon. Niin kauan kuin lumen pinta on pehmeä, eikä kanna poroa, poro joutuu kaivamaan paksun lumivaipan alta ravintonsa. Myöhemmin hankikeleillä puiden luppo, eli naava, on hyvää energiatehokasta ruokaa. Riippuen alueiden talvilaitumista ja talvesta, osa poroihmisistä joutuu antamaan poroille lisäruokaa metsään tai ruokkimaan niitä kotona. Tällöin kesän aikana tehdyt kortteet, heinät ja lehtikerput otetaan esille. (Ruokatieto 2011.)

Halusin illassa korostettavan poron monipuolisia ruokailutottumuksia ja uskomatonta selviytymiskykyä talvella. Se kertoo erinomaisesti sen, mikä on maukkaan poronlihan salaisuus. Poron ravinto ja poro ravintona ovat erittäin ekologisia ja terveellisiä vaihtoehtoja ihmiselle.

#### 8.2.4 Etto ja erotus

Syksyllä, elokuun lopussa, alkaa porojen kiima-aika eli rykimäaika. Lokakuun loppupuolella suurimman osan naarasporoista pitäisi olla kantavia, osa vasta marraskuussa. Rykimän takia porot ovat ”parttioissa”, eli noin useamman kymmenen poron ryhmissä, joissa on yksi valtahirvas eli urosporo. Lainsäädäntö määrää erottelemaan porot syksyllä, sekä lukemaan eloon jätetyt. Porojen kokoaminen helpottuu erotusaitoihin, kun ne ovat valmiiksi parttioissa. Toisinaan apuna ovat mönkijä ja moottorikelkka, sekä helikopteri, sääoloista riippuen. Kokoaminen voi paliskunnan pinta-alan suuruuden vuoksi kestää useitakin viikkoja. (Kempainen – Nieminen - Rekilä 1997, 96.)

Erotus tarkoittaa käytännössä sitä, että teurasporot erotellaan eloon jätettävistä poroista. Tilaisuus on julkinen tapahtuma, joissa nähdään toisinaan vierilemassa myös matkailijoita. Toisinaan toisen paliskunnan, eli eri poronhoitoalueen porot ovat eksyneet väärälle puolelle ja ne palautetaan. (Kempainen – Nieminen - Rekilä 1997, 96.) Osa urosvasoista jätetään siitoshirvaiksi, eli polkijoiksi. Luettu poro merkitään karvamerkillä, eli karvaan viilletään kuvio, josta tiedetään onko kyseinen poro jo luettu. Tämä on lakisääteinen toimenpide. Poroja jätetään eloon noin 200000. Vanhimmat hirvaat, eli urospo-

rot kuohitaan häriksi, jotta ne olisivat seuraavana vuonna hyviä syömäporoja. Poroja teurastetaan suurin piirtein 80 000-120 000 kappaletta, joista vasaaja on yli 70%. (Ruokatieto 2011.)

### 8.2.5 Paimennus

Syystalven jälkeen siirrytään hiljaa talven puolelle. Urosporot tiputtavat kiiman jälkeen sarvensa. Ravinnossa poro siirtyy talviravintoon, eli jäkälään, varpuihin ja naavaan. Mikään muu vastaavan kokoinen eläin ei voi hyödyntää jäkälää ja naavaa niin hyvin. Talviruoka on niin niukassa, että porot tyydyttävät vain ensisijaiset ravinnontarpeensa. (Ruokatieto 2011.) Talven aikana poro laihtuu, mutta pysyy kumminkin pääsääntöisesti hengissä. Riippuen alueesta poroja paimennetaan, tai niiden liikkuja seurataan vahinkojen varalta. Tunturialueilla paimennus ja lisäruokinta ovat tärkeää perinteistä työtä. Paimennuksen kautta poroja pyritään ohjailemaan parhaimmille ruoka-alueille. Metsäalueella porot ovat pääsääntöisesti vain metsässä, mutta petovahinkoja tarkkaillaan. (Kempainen – Nieminen - Rekilä 1997, 97.)

### 8.3 Poroemännän elämää

Poroemännän vuosi alkaa siitä mistä poronkin, eli keväästä. Elämä porojen parissa ei ole yksinkertaisen helppoa, vaan vaatii luopumista ja sopeutumista nyky-yhteiskunnan ja EU:n luomien rajoitteiden puitteissa. Porotalous on oma elämäntapansa, johon on sopeuduttava. Sukuni pitkät perinteet poronhoidosta näkyivät jo minunkin toimissani pienestä pitäen. ”Poroihmiseksi kasvetaan, siihen ei aleta”, sanoi isäni minulle aikoinaan. Isäni on ollut elämäni ”suurmies”, joka on toiminut poromiehenä olon lisäksi poroisäntänä lapsuuden paliskunnassani, Sattasniemessä, Sodankylässä toista vuosikymmentä. Hän opetti minulle kaikki tietoni ja taitoni porotaloudesta jo pienestä alkaen. Hän sanoi minulle jo pienestä pitäen, että ”Jennillä on selvästi oikiat otteet tähän hommaan”. Muiden tyttöjen ollessa kiinnostuneita hevosista, minä kuljin poroaidalla ruokkimassa poroja tai ujuttauduin isän kyytiin erotuksiin. Yksitoistavuotiaana heitin kunniakkaasti kiinni erotuksessa juoksennelleen vasan, kun muut eivät sitä saaneet. Siinä oli vanhoilla poromiehillä ihmettelemistä.

Poroelinkeinoa ajatellaan usein hyvin miehisenä elinkeinona, vaikka joukosta löytyy suhteellisen paljon myös naispuolisia henkilöitä. Naisia on noin 22 % poronomistajien määrästä ja mitä pohjoisemmas menemme määrä kasvaa. (Kemppainen - Nieminen - Rekilä 1997,51-52.) Porotyöt ovat aina olleet hyvin miesvaltaisia ja naiset ovat toimineet apuna aidalla ja muissa töissä, kun miehet ovat hoitaneet porojen hakemisen. Nykyisin naisia näkyy kaikissa porotöissä jo enemmän. Omasta kokemuksestani voin kertoa, että työ ei ole helppoa ja vaatii paljon sellaista tietotaitoa, jota ei voisi kuvitellakaan. Pitkät päivät, jopa viikot ”haussa” eli porojen kokoamisessa metsiltä ja tuntureista, on tehtävä, oli kyseessä 35 asteen pakkanen tai vesisade. Säähän, saati kelon aikaan ei ole tuijottaminen, vaan töihin lähdetään aamun valaistuessa ja palataan illan pimetessä.

Porojen käsittely ja vetäminen aidassa vaativat voimaa ja uskallusta. On tärkeää tuntea poron piirteitä ja kartoittaa sairauksia. Korvat on osattava leikata merkkiin ja merkit tunnettava melko kauaskin katsottuna. Poroista on suurin osa hävitettävä ja pyrittävä jättämään hyväkuntoisimmat elämään. Lihaa saadakseen on osattava nylkeä ja leikata lihat. Poroihmisen tilipussi on aina sidonnainen löytyneisiin poroihin, joten ne on haettava, olivat ne sitten raatoina tai elävinä. Raaka totuus on, että luonto vie osansa.

Suurin osa vuodesta kuluu porojen kokoamisen ja käsittelyn merkeissä. Muina aikoina oma arkeni täyttyy poron talviruokien tekemisestä, eli heinän, kerppujen ja jäkälien parissa. Itse emme poroja talvella ruoki, mutta kilpalporot, joita mieheni harjoituttaa syövät runsaasti. Porokilpailutoiminta pitää sisällään kaksi lajia, kilpasuopunginheittoa ja suksilla porojen perässä ajamista. Toisinaan myös huonokuntoiset ja vasat tuodaan kotiin. Aitojen ylläpitäminen ja korjaaminen kuuluvat syksyn arkeen.

Porojen parissa eläminen on kaikki mitä haluan. Porokulttuuri on hyvin perhekeskeinen. Huvittavaa kyllä, erotusaidan ulkopuoli alkaa nykyään olla varsinainen ”vaunuparkki”. Aidan ympäryksessä täyttyy pienten ja suurten lasten äänistä ja leikeistä. Nykyinen asuinkuntani on Savukoski, josta mieheni on kotoisin. Mieheni suvulla on myös pitkät perinteet poronhoidon parissa. Suvun juurilta löytyy muun muassa kuuluisa poromies Mosku alias Aleksi Hihnavaa-

ra. Alue kuuluu Kemin-Sompion paliskuntaan, joka on pinta-alaltaan ja poroluvultaan Suomen suurin. Savukosken kunnalle tällä elinkeinolla on suuri kulttuurillinen merkitys. Poronhoito antaa kunnan 1800 asukkaasta noin 200 henkilölle tuloja. (Savukosken kunta 2011.)

Vasanleikon aikaan asumme ”kotakylässä” noin kuukauden ajan, mikä on yleensä lasten kohokohta kesäloman aikana. Ruoka valmistetaan tulilla ja yöt nukutaan laavussa taljoilla. Koen niin suurta halua kertoa ja ylläpitää tätä elinkeinoa. Asiakkaiden mukaan aitous ja intohimo poroelinkeinoon parista huokuvat minusta, mikä tekee tarinoinnista mielenkiintoista kuultavaa. Löysin syksyn Lapin Kansasta mielestäni poromiehen/naisen elämää hienosti kuvaavan kirjoituksen:



Kuva 5 Kommentti/Lapin Kansa

(Lapin Kansa/Sointu Oinas/kommentti 2011)

## 9 TUOTTEEN TOTEUTUS

### 9.1 Toiminnallinen opinnäytetyö Poremännän ilta

Tilaaaja halusi kokeilla tuotetta heti sesongin loppupuolella, jotta se olisi valmistuote sesonkia 2012 ajatellen. Tuote toteutettiin 15. päivä huhtikuuta 2011. Vierainksi saimme 13 hengen ryhmän opettajia Tavastian koulutuskeskuksesta, jotka olivat tulleet virkistysviikolle Luostolle. Tilaaaja markkinoi heille tuotetta, kun he halusivat illallisohjelmaansa jotakin poikkeavaa. He kaikki tiesivät, että kyseessä oli opinnäytetyökseni valmistamani tuote. Asiakasryhmä ei ollut minulle aiemmin tuttu.

Esivalmistelut sujuivat mallikkaasti ja aikataulut pitivät. Asiakasryhmä saapui Luoston Aarnikodalle noin viisi yli seitsemän aikataulun mukaisesti. Otin asiakkaat vastaan lämpimästi tervehtien ja ohjaten kotoon istumaan. Alkuun tarjosin kuumaa väinönputkijuomaa ja juuri orrelta hakemaani kuivalihaa. Tarinoinnin aloitin esittelemällä poromännän taustani ja juureni persoonallisella tyylilläni. Rento esittelyni herätti hilpeyttä ja tuntui rikkovan jään ympäriltämme. Väinönputken ja kuivalihan osalta kerroin niiden käytöstä ja valmistuksesta. Asiakkaat eivät tuntuneet saavan tarpeekseen herkullisesta kuivalihasta. Väinönputkijuoma oli heille kaikille uusi positiivinen kokemus.

Asiakkaiden kuunnellessa tarinointia aloin puhua porosta ja poron vuodesta. Aloitin alkuruuan valmistelemisen ja ilmasin hieman vitsinä, että maistelisivat seuraavaksi itse poron ruokaa ja nostelin mukani ollutta jäkäläsäkkiä. Otin säkistä kourallisen jäkälää ja mainitsin kuinka hienona gurmeena sitä maailmalla tällä hetkellä pidetään. Hieman ympäröidessä katseiden jälkeen huomautin, että sentään porojäkälää ei voi syödä, vaikka oikeasti laadukasta jäkälää hyödynnetäänkin. Ilta jatkui metsäsienikeiton annostelulla ja tarjoilulla. Alkuruoka oli erittäin pidetty ja usea asiakas halusikin lisää. Samalla kerroin heille porotalouden organisaatiosta, jotta he saisivat käsityksen toiminnan periaatteista.

Seuraavaksi aloin kertoa poron vuodesta, josta ensimmäisenä nousivat esille vasominen, vasanleikko ja korvamerkkiasiat. Poron vasojen, eli vastasyntyneiden porojen esittelemiseksi mukanani oli Inkeri Westin pieni kuvakirja vasan keväästä. Asiakkaat olivat erityisen kiinnostuneita poronkorvamerkeistä. Syömisen jo hieman rauhoituttua otin avukseni rekvisiittaa asian hahmottamiseksi. Erityistä kiitosta asian ymmärtämisen tiimoilta sai aito poronkorva, jota tunnustelemalla sai oikeaa tuntumaa korvaa tehdyistä teoista. Asiakkaat mainitsivat kokemuksen olevan ensimmäinen, jonka kautta he ymmärsivät korvamerkkien taustaa ja tekoja itse korvissa. Poromerkkiasian puitteissa käytin hyödykseni myös honkalaudalle piirtämäni merkkiä, jonka kautta havainnollistin, mitkä osat kokonaisesta korvasta leikataan omassa merkissäni. Annoin asiakkaille katseltaviksi myös taulukot erilaisista teoista. Omissa korvissani olleet merkkikorvakorut olivat asiakkaiden mielestä hienot ja he kuvasivat niitä runsaasti.

Pääruokaan siirryttäessä pannuilla ja muurikalla paistuivat jo maittavat poroherkut savufileestä, makkarasta, kielestä, sydäimestä ja kylkirullasta. Aloin tarinoida porojen syksystä, jolloin liha on parhaimmillaan ja syksyiset erotukset alkamassa. Poron monipuolisesta ravinnosta ja itse lihan laadusta kertominen hämmästytti useita kuulijoista. Erotuskäytännön kertominen toi esille mielenkiintoisia ja asiakkaista jopa ”hupaisevia” termejä. Isot urosporon sarvet toimivat vakuuttavana rekvisiittana. Poron kuohitseminen herätti erityistä hilpeyttä etenkin vanhaan tyyliin tehtynä. Tarjoilin ruokaa raaka-aine kerrallaan pieninä annoksina, jotta maut eivät sekoittuisi. Tämä helpotti myös ylensyömisen tunteen välttämistä.

Poron vuodessa kevätkauteen siirtyminen toi erilaista tarinaa esille. Jälkiruuaksi perinteiset leipäjuustokahvit toimivat hyvin. Tässä vaiheessa tuskin kukaan olisi jaksanut ”tuhdimpaa” jälkiruokaa. Osalle leipäjuuston nauttiminen oli ennalta tuttu perinne, toisille täysin tuntematon. Nokipannukahvien keittotyyli herätti paljon keskustelua. Porokulttuuriin olennaisesti liittyneenä kerroin porokisakauden tapahtumista ja omasta kilpaurastani suopunginheittäjänä SM-tasolla, sekä mieheni kilpaporoharrastuksesta. Rekvisiitaksi minulla oli tietenkin mukana poron kilpavaljaat ja oma moderni kilpasuopunkini, joka poikkeaa alkuperäisestä

suopungista materiaailtaan. Asiakkaita huvitti välineurheilun näkyminen myös porokilpailussa. Lopuksi lausuin Naltiohumppa laulun säkeistö pari säveltä ja kiitin. Pyysin asiakkaita täyttämään asiakaspalautekyselyn, jonka tilaajan kanssa laadimme ennen iltaa. Loppukevennykseksi heitimme pihalla suopunkia.

## 9.2 Tuotteen arviointia

Tuotteen toimimattomuuteen ja asiakkaiden tyytymättömyyteen täytyy puuttua. Asiakaspalaute on aina paikallaan, koska ohjaajalta voi helposti jäädä jotain huomaamatta. Suora henkilökohtainen palaute asiakkaalta ja vetäjältä antavat erilaista näkökulmaa. Palautteen antamista sähköpostilla on helppo seurata ja se ei sido aikatauluihin, mutta myös perinteiset kirjalliset lomakkeet käyvät. Tuotteen aikana tapahtuva havainnointi on tehokas tapa huomioida asiakkaiden reaktioita. Jos tuotteeseen kuuluu yhteistyökumppaneita, heidän kanssaan epäkohtien läpikäyminen kuuluu asiaan. (Verhelä - Lacman 2003, 85.)

Tilaajan pyynnöstä kehitelimme ennen varsinaista toteutusta palautelomakkeen. Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy:llä on tapana laittaa jokaisen tilaisuuden jälkeen sähköinen palautelomake asiakkaiden arvioitavaksi, koska laatua halutaan ylläpitää. Asiakasryhmän poikkeuksellisuuden vuoksi palautetta pyydettiin heti tilaisuuden jälkeen arvioitavaksi. Lomake nimettiin – kehitämme tuotetta - nimekkeellä (LIITE 1). Lomakkeen sisältö koottiin elämuskolmion (Kuvio 4) elementtejä hyödyntäen.

Analysoidessani lomakkeita voisin sanoa yleisarvosanaksi kiitettävän. Ensimmäinen kysymys oli tuotteen yksilöllisyydestä. Vastauksina tuotetta kehitettiin yksilölliseksi, uniikiksi, monipuolisesti koostetuksi ja ainutkertaiseksi kokemukseksi. Yksilöllisyys ilmeni asiakkaiden mielestä myös kokemuksena, jota ei koskaan aikaisemmin ole kokenut. Myös menyy sai kehuja yksilöllisyydestään. Osa asiakkaista ei uskonut löytävän vastaavaa kokemusta muualta.

Seuraava kysymys aitoudesta antoi monipuolisia vastauksia. Iltaa kehuttiin anniltaan lappilaisen poron ja tunnelman puolesta. Useat vastasivat sen tuntuneen erittäin aidolta. Murre lähti itsestäni, eikä ollut opeteltu, jonka vuoksi sen koettiin antavan aitoutta. Paikallisuus ilmeni osan mukaan selkeästi illassa. Aitous ilmeni asiakkaiden mukaan myös kokemuksessa, välittömyydessä ja lämminhenkisyydessä. Mielenkiintoista oli mielestäni, että eräs asiakas koki aitouden siinä, ettei ilta vaikuttanut turistitapahtumalta. Illan koettiin edustavan erinomaisesti porolapinkulttuuria, sillä eräällä asiakkaalla olivat juuret Lapissa. Omaa mieltäni lämmitti suuresti kommentti, jossa asiakas kertoi tämän olevan elämänsä ensimmäinen oikea lappilainen kokemus. Myös ympäristö koettiin aidoksi.

Kolmas kysymys moniaistisuudesta ilmeni palautteessa illan monipuolisuutena ja kaikkien aistien virkeytenä. Maun, kuulon, tunnon ja näön koettiin saavan positiivisia kokemuksia. Tuntemukset olivat hyviä niin ruuan kuin tarinoinninkin suhteen, mutta myös ympäristön kautta. Osa koki tuotteen visuaalisesti ja kulinaarisesti jäljittelemättömäksi. omakohtaiset näkemykset ja tietämys poron vuodesta koettiin erittäin positiivisena. Menyyn koettiin kehittyvän alusta loppuun harkitusti ja hyvin. Kokemus avasi omat aistit/ajatukset todelliseen pohjoiseen porotalous – pororuokatalouteen erään asiakkaan mielestä.

Neljäs kysymys kontrastin, eli erilaisuuden kannalta, ilmeni kokemuksena, johon asiakkaat eivät koskaan aiemmin ole pohjoisessa törmänneet. Myös ruuan suhteen tuntemukset olivat samanlaisia. Eräs asiakas ilmaisi tuotteen olevan erityisen upea, joka varmasti jäi mieleen ja herätti tunteita. Ruokalajien erilaisuus teki asiakkaihin vaikutuksen. Ruokien ja esityksen tunnettiin höystävän toisiaan upeasti.

Vetäjän vuorovaikutuksesta asiakkaisiin saatiin hyvää palautetta. Vuorovaikutusta kuvailtiin kiinnostavaksi ja toimivaksi. Kiitosta sai keskustelun mahdollisuus ja kysymyksiin vastaaminen. Havaintoesineiden ja – kielen hyväksikäyttäminen oli erinomaista. Vetäjän ilmeikästä esitystä kehuttiin. Matkailun ja porotalouden yhdistäminen nousi keskustelun aiheeksi illan päätteeksi, mikä miellytti asiakkaita.



Lopuksi asiakaspalautteessa kyseltiin millaisia tuntemuksia ilta herätti. Asiakkaiden mielestä ilta antoi miellyttävän kuvan lappilaisesta elämänmuodosta. Hyvään mieleen ja erinomaisuuteen viitattiin useassa palautteessa. Tuotetta keuhuttiin hyväksi ideaksi, jossa poron vuosi koettiin kekseliääksi tavaksi lähestyä elinkeinoa. Iltaa sai kehuja jopa ikimuistettavana. Usea asiakas halusi suositella iltaa eteenpäin, sekä ottaa omia ystäviä ja perhettä mukaan. Eräs asiakas kirjoitti ymmärtävänsä vasta nyt porotaloudesta jotain, vaikka oli aiemmin luullut tienneensä. Harvinaisempien osien maistelu poronlihasta oli jäänyt mieleen. Esittäjä oli jäänyt mieleen aiheeseen hyvin perehtyneenä, jonka vuoksi asiakkaan mielestään poro ja matkailu ovat edelleenkin hyvä yhdistelmä. Poroemännän näkemykset elämään tuntuivat asiakkaista positiivisilta ja lämpimiltä.

Analysoidessani palautteita tulin erittäin hyvälle mielelle ja koin saman onnistumisen tunteen, kuin sinä iltana, kun tuote toteutettiin. Mieltäni hieman askarrutti pelkän positiivisen palautteen saaminen, niin mukavalta kuin se tuntuukin. Asiakaspalautekyselyn toteuttaminen jälkeinpäin sähköpostilla olisi voinut olla fiksumpaa, jotta illan rakenne ei olisi kärsinyt. Itseäni kyselyn toteuttaminen illan päätteeksi hieman epäilytti. Ajattelin, että rentouttavan illan jälkeen palautekyselyyn keskittyminen voidaan kokea myös negatiiviseksi, etenkin kun kysymyksiä oli useampi. En havainnut illassa kyselyn vaikuttavan tunnelmaan, vaan hilpeä tunnelma jatkui siitä huolimatta. Jälkeinpäin tehtävän kyselyn anti on mielestäni kaksiahaarainen. Toisaalta illan tuntemukset olivat tuoreessa mustissa, mutta toisaalta aika olisi antanut tilaa pohtia illan antia. Ajan riittävyys kysymys on yleensä haasteellinen, sillä kaikki eivät jouda tai jaksa vastata kyselyihin jälkikäteen.

Havainnointini mukaan asiakkaiden palautteet vastasivat hyvin illan tunnelmaa. Olin itse tyytyväinen omaan suoritukseeni, lievästä flunssasta huolimatta. Tuotetestaus tuotteen kehittämisen alkuun jätti minulle hieman huonoja tuntemuksia omasta ammattitaidostani. Hyvä suunnitelma, aikataulut, sekä tarinoiden kirjoittaminen ja lukeminen tekevät ihmeitä ja antavat itsevarmuutta. Tuotteen laatiminen ei ole läheskään niin yksiselitteistä, kuin sen aiemmin arvelin olevan. Tuttukin aihe voi muuttua

hankalaksi, jos ei ymmärrä tarinankerronnan logiikkaa.

Pyysin tilaajalta arvioin keväisestä toteutuksesta sähköpostiini. Sähköpostin sisältö: ”Palautteeni opinnäytetyön illasta: Vahvalla ammattimaisella otteella hoidit etukäteisjärjestelyt. Tarkentamatta jäi vain kodan varustus, mikä ilmeni muutaman paistinpannun puutteena. Aika ennen asiakkaiden tuloa on aina liian lyhyt. Nytkin olisi ehkä kaivannut puoli tuntia aikaa hengähtää ja rauhoittua.” (Kaaretkoski 2011.)

”Tarinankerronnan ja ruuanvalmistuksen, sekä vielä tarjoilun yhdistäminen kokonaisuudeksi on ammattilaisellekin todella vaativa kokonaisuus. Yli kymmenen hengen illassa tulee apuhenkilö, joka joko valmistaa tai auttaa ruuanvalmistuksessa tai /ja tarjoilussa. Liian monen tehtävän hoitaminen voi tehdä tarinasta ja jutustelusta rikkonaisen kuulijalle. Hoidit todella hienosti ja omalla persoonallisella tyyllilläsi koko illan erittäin vahvasti ja jouhevasti. Asiat etenivät luontevasti ja asiakkailla oli kuitenkin mahdollisuus osallistua, kyselemällä ja ottamalla osaa keskusteluun. Tämä tekeekin illasta todella haasteellisen. On muistettava illan juoni vaikka välillä poiketaan varsinaiselta polulta. ” (Kaaretkoski 2011.)

”Menyykokonaisuus oli onnistunut – asiakkaat nauttivat todella erikoisista ja erilaisista makuelämyksistä. Vaihtoehtoja oli monta, siispä kaikille tuli varmasti kylläinen olo, vaikkei jostakin tuotteesta erityisemmin olisi pitänytkaan. Siisti, persoonallinen ja huoliteltu työasu kruunasivat kauniin esiintyjän viehättävyyden. Tämä tuote on erikoinen ja elävä, mutta täysin valmis kokonaisuus matkailijoiden nautittavaksi. Kiitos Jenni!” (Kaaretkoski 2011.)

## 10 POHDINTA

Toiminnallisen opinnäytetyön valintaani vaikutti sen käytännönläheisyys. Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelmani päättötyöksi ravitsemisalan yrityksen tuotteen kehittäminen sopi erinomaisesti, sekä tuki omaa oppimistani alalla. Tuotteen kokonaisvaltainen suunnittelu, organisointi ja toteutus olivat laaja-alaista työtä, joka antoi näkemystä restonomiopinnoilleni, sekä vahvisti ammattitaitoani tilaavassa yrityksessä. Hyvä opinnäytetyö vahvistaa mahdollisuuksia työelämässä joko olemassa oleviin suhteisiin, tai voi mahdollisesti synnyttää uusia (Vilkkä - Airaksinen 2004, 16).

Kaaretkosken edustus- ja juhlapalvelu Oy:lle kehitetty uusi tuote sai paljon positiivista palautetta osakseen niin tilaajan, kuin asiakkaidenkin osalta. Tuotteen kehittäminen pisti oman ammattitaitoni koetukselle ja sai pohtimaan matkailualan monialaisuutta. Tilaajalle tuote loi mahdollisuuden myydä ohjelmapalvelua ruokatuotteen ohessa. Aidosta näkökulmasta kerrottuna porokulttuuri herätti positiivisia tunteita. Lapin imagolle poro on merkittävä tekijä, jonka vuoksi ei pitäisi unohtaa ihmisiä sen ympärillä. Poro kokonaisvaltaisena elämyksenä vaikuttaa useisiin aisteihin. Poronlihan erinomaisuutta voi ymmärtää paremmin kuulemalla sen monipuolisuudesta ja alkuperästä. Tilaavalle yritykselle tuote antoi lisäarvoa edustaessaan yritykselle useita tärkeitä arvoja, aina lappilaisesta lähiruuasta lappilaisen elinkeinon elämäntapaan.

Tapani lähteä kokoamaan tuotetta havainnoinnin perusteella osoittautui loogiseksi keinoksi etsiä asiakkaille sitä, mitä he halusivat kuulla. Näin mielestäni luodaan asiakkaiden tarpeita vastaava tuote. Aikataulussa pysyminen tuotti minulle ongelmia hektisen sesongin keskellä, minkä vuoksi tarkempi analyysi havainnoista jäi pois. Yrityksen ylläpitämä asiakasrekisteri antoi minulle mahdollisuuden olla asiakkaita ”askeleen edellä”, koska osasin tarjota heille sitä, mitä he eivät olisi osanneet odottaa. Tilaava yritys antoi minulle erinomaiset puitteet ja lähtökohdat, minkä vuoksi itse välttyin massiivisempien taustatutkimusten laatimiselta. Tuotteen laatiminen antoi minulle uutta näkemystä ja ammattitaitoa. Alkuun hyvin ”ammattitaidoton” käsitykseni työn ku-

lusta muokkautui oman arvosteluni edessä työn edetessä ja ymmärryksen kasvaessa.

Työn toteuttajana koin suurta ylpeyttä ja intohimoa lähteä kokoamaan porosta kokonaisvaltaista elämystä. Innokkuus ja innovatiivinen luonteeni saivat minut valtaansa heti alkuun. Mielivaltainen luominen ei ole oikea perusta lähteä kehittämään uutta matkailutuotetta, vaan ymmärrän vaiheittaisen suunnittelun työn tarkoituksen. Suunniteltu ajankäyttö on tarpeellinen, mutta etenkin työsesongin keskellä haastava. Tuotteen kehittäminen vaatii taustalleen ammattitaitoa ottaa huomioon myös oheisseikkoja, jotka tukevat ydintuotetta. Kokemus ohjelmapalveluiden tuottamisesta ei riitä itse palvelun kehittämiseen. Teoria tukee kokemuksia, minkä kautta luodaan uskottavuutta ja aitoutta parhaimmillaan.

Tarinankerronta ei ole ollenkaan niin helppoa, kuin alkuun oletin. Luulin hallitsevani sen suvereenisti, mutta kokemuksen kautta opin, ettei spontaani ilmaiseminen kuulu tarinankertojan tyyliin. Kaikkeen on varauduttava, jopa niihin asioihin, joita ei osannut odottaa. Ammattitaitoinen tarinankertaja kehittää itseään jatkuvasti opettelemalla uusia tarinoita ”takataskuun”. Ymmärrän nyt, minkä vuoksi juoni, eli niin sanottu ”punainen lanka”, täytyy hyvässä tarinoinnissa olla. Avoimuuden lisäämiseksi keskustelulle tulee antaa tilaa, mutta ohjat on pidettävä omissa käsissä. Monivivahteisen illan kokonaisuuden hallitseminen vaatii järjestelyitä ja loogista suunnittelua. Kaikki elementit tulee liittää toisiinsa jouhevasti ja luonnollisesti, kuten tässä tuotteessa ruoka, tarjoilu, tarinat ja toteuttajan olemus.

Monialaisuus oli haastava tekijä Poroemännän illan toteutuksessa. Asioiden hallitseminen ei aina tarkoita sitä, että kaikki pitäisi tehdä alusta loppuun itse, vaan on osattava suunnitella työn kulku. Illan kokonaisuus vaatii toteuttajalta paljon, jonka vuoksi tehokkaat ohjeistukset keittiölle, toimistoon ja johdolle helpottavat taakkaa. Asiakkaalle muiden työpisteiden työ ei näy, eikä ole tarkoitustaan. Tuotteen kehittäminen vaatii yrityksen henkilöstöltä kokonaisvaltaista panosta. Omassa työssäni ymmärsin, etten osannut ottaa tätä kantaa alun perin tarpeeksi huomioon. Tämä ilmeni pieninä, mutta merkittävinä seikkoina, esimerkiksi väärin astioiden pakkaamisessa ja väärän tietouden yllä-

pitämisessä yrityksen sisällä. Huomaan, kuinka tarpeellista on kertoa jokaiselle tuotteen toteuttamiseen osallistuvalla henkilöllä tuotteen tarkoitus, sisältö ja merkitys. Pitemmällä aikavälillä tämä voi tarkoittaa väärin tuotetietojen leviämistä yrityksen ulkopuolelle, joka vahingoittaa tuotteen alkuperäistä tarkoitusta.

Tuote vastasi mielestäni hyvin tämän ja tulevaisuuden asiakkaiden matkustustarpeita. Tuotteen pääasiakaskunta koostuu yritysten asiakkaista ja työntekijöistä. Tuote antaa asiakkaalle mahdollisuuden tutustua vanhaan elinkeinon nuoren naisen näkökulmasta, mikä herättää tunteita ja luo kontrastia. Huomaan nyt, kuinka useasta näkökulmasta olisin voinut tuotetta lähteä luomaan. Vanhojen aikojen muistelu olisi muuttanut illan luonteen aivan uudellaiseksi. Olen kuitenkin tyytyväinen valintaani kertoa porotaloudesta tämän päivän näkemyksen mukaan, koska vanhojen muistelu olisi ollut kerättyä tietoutta muilta, eikä olisi mielestäni antanut itselleni poroihmisenä samankaltaista uskottavuutta. Asiakaspalautteiden mukaan merkittävä tekijä illassa oli nimenomaan oma uskottavuuteni tiedon, murteen ja innokkuuteni takia.

Tuotteen suunnittelussa valmiille asiakasryhmälle visioiminen oli merkittävä apu. Yrityksen pitkät asiakassuhteet ja asiakastietojen rekisteröinti antavat kilpailuetua, koska osaamme arvioida asiakkaiden odotukset ja rajoitukset. Valmiin tuotteen toteutuksessa asiakaskunta ei koostunut vakituisesta asiakaspiiristämme, mikä asetti osaltaan haasteita. Ilta kumminkin osoitti, että tuote on toimiva myös uusille asiakkuuksille. Positiivinen palaute ja lähimmäisille suosittelu tuntuu erityisen hyvältä, koska mielestäni se osoitti tuotteen onnistuneisuuden.

Tuotetta lähdettiin visioimaan elämyskolmion (kuvio 4) avulla. Elämyskolmion elementit olivat apuna myös palautekyselyn rungossa. Kolmiosta oli suuri apu tuotteen luomisen kannalta, jotta löysin aiheistani elämyksen tuottamiseen tarvittavat piirteet. Elämystietouden avulla ymmärsin, mikä ero elämyksen ja muuten vain mukavan kokemuksen välillä on. Elämysten tuottamisen ollessa hyvin ”in” matkailualalla, halusin luoda erilaista ja poikkeavaa. Asiakaspalautteessa eräs asiakas vertaisi tuotetta muihin matkailutuotteisiin porosta ja totesi, sen poikkeavan laadultaan ja tyyliltään täysin. Hän huomautti

myös, ettei tuote tuntunut tavalliselta suunnitellulta ”turistituotteelta”, vaan hyvin yksilölliseltä, ainutkertaiselta ja aidolta.

Mielestäni tuote oli hyvin ajankohtainen useasta suunnasta katsottuna. Ajankohtaisuus ilmeni matkailualalle tyypillisten elämysten tuottamisena, lähiruoan ja ruokamatkailun korostamisena. Onnistuin kertomaan porosta ja porotaloudesta sitä edustavalla tavalla. Porotalouden positiivisia asioita uutisoidaan hyvin vähän, minkä vuoksi muidenkin näkemysten, kuten ongelmien, esiintuominen olisi kannattavaa. Poron merkitys Lapin matkailulle on huomattava. Lapin Liiton vuoden 2008 loppuraportissa visioidaan Lapin kulttuurihistorialle merkittävien matkailutuotteiden kehittämistä. Luonnon, kulttuurin, ekologisuuden, sekä elämyksiin perustuvaa matkailua kehoitetaan synnyttäväksi maaseudun yrittäjien ja matkailukeskusten kesken. (Lappi työryhmän loppuraportti 2008.) Poimin tämän otteen, koska mielestäni tuotteeni vastaa hyvin loppuraportin kehoitukseen Lapin matkailun edistämiseksi. Kotipaikassani Savukoskella näen paljon potentiaalisia vaihtoehtoja vastaavanlaisten tuotteiden kehittämiseksi, koska alueelta löytyy paljon kulttuurihistoriallisesti merkittäviä kohteita, kuten savottaperinne, metsästyskulttuuri ja porotalous. Nämä ovat aitoja asioita, joiden toteuttaminen aidoimmillaan tapahtuu paikallisten ihmisten toimesta.

Toteuttajien puuttuminen on aina ongelmallista. Poroemännän ilta tuotteen sisältö kärsii, ellei sitä toteuttava henkilö ole elinkeinon sisällä kasvanut. Erikoistuotteiden toteuttaminen vaatii monipuolista osaamista ja kokemuksia – minkä vuoksi niitä kai voidaankin nimittää erityistuotteiksi. Aitous on niin merkittävä osa iltaa, ettei ulkopuolinen henkilö voi koskaan opetella sen sisältöä täydellisesti. Tilaajan kanssa keskusteltuani aiheesta totesimme tuotteen kumminkin hyvin muunneltavaksi. Muunneltavuudella tarkoitan tuotteen perusajatuksen säilymistä, mutta sisällön muuttamista omaa alaansa vastaavaksi. Tilaaja itse mainitsi, että voisi esitellä kyseistä tuotetta poronlihasta ja sen käyttöominaisuuksista, koska se vastaa hänen aitoa tietouttaan asiasta.

Analysoidessani sitä, vastasiko tuote sitä, mitä lähdin alun perin tavoittelemaan, koen erilaisia tuntemuksia. Alun perin tuotteen tuli perustua poroihmisiltä kerätyille tarinoille ja muisteluille, mikä olisi ollut historiallisesti merkittä-

vää tiedonkeruuta. Pian kuitenkin ymmärsin voivani itse tuottaa tarinointia omasta näkemyksestäni, mikä osoittautui oikeaksi päätökseksi aitouden näkökulmaa tarkasteltaessa. Asiakkaiden kokemukset osoittivat, että he selvästi olivat oppineet uutta, osa jopa joutunut muuttamaan näkemystään aikaisemmasta. Mielestäni olen näin ollen onnistunut tuottamaan asiakkaileni elämyksen. Hienoa oli kuulla etenkin kommentti siitä, että ilta oli asiakkaan ensimmäinen oikea lappilainen kokemus. Asiakkaan kommenttia miettiessäni, ymmärtäisin hänen päässeen sisälle lappilaisuuteen ja poroelinkeinoon aidolla tavalla. Uskottavuutta näin ollen ainakin löytyi. Loppujen lopuksi yllätyin tulosten positiivisuudesta. Nyt olen ylpeä, etten lähtenyt hakemaan mitään muuta, kuin mitä itse koin poroemännän illaksi.

Tilaajan tavoitteena ja toiveena oli tuote, joka olisi toimiva matkailupalvelutuote. Tuotteella haluttiin monipuolistaa olemassa olevaa palvelutarjontaa pitkäaikaisille yritysasiakkuuksille. Yrityksen arvoja edustuva monipuolinen tuote antoi kilpailuetua yksilöllisyydellään. Tilaajan palautteen mukaan hän oli tyytyväinen tuotteeseen ja toteuttajaan. Toiveessa tilaajalla oli saada myydä tuotetta kevätsezonkina 2012, koska tuote on hänen mielestään täysin valmis myytäväksi.

Työni oli ajankohtainen matkailualan trendeihin viitaten. Asiakaslähtöisyyden taustatutkimuksena työssäni tutkittiin asiakkaiden tarpeita matkustaa myös tulevaisuudessa, jotta tuote omaisi mahdollisimman pitkän elinkaaren. Elämyksen tuottamisen ymmärtäminen auttoi minua luomaan paremman tuotteen. Ruokamatkailun trendit avasivat näkemystäni ihmisten mieltymyksestä liittämään ruokailun yhteyteen muistoja ja merkittävistä kokemuksista. Ajankoh-taisuus nousi esille myös aiemmin viitatessani Lappi työryhmän loppuraporttiin 2008.

Mielestäni työ tuki omaa oppimistani erinomaisesti, sekä kattoi monipuolisesti ammattialani aiheet. Toisaalta koin merkittävää onnistumisen tunnetta, mutta osasin myös suhtautua kriittisesti omiin huonoihinkin valintoihin. Tuote on erinomaisesti jalostettavissa oleva, mikä mielestäni takaa sen jatkuvuuden. Tuote on poikkeuksellinen tapa tutustua elinkeinoon, joka on niin lähellä, mutta kuitenkin niin kaukana.

## LÄHDELUETTELO

Deliporo 2011. [http://www.deliporo.fi/keittio\\_1.html](http://www.deliporo.fi/keittio_1.html) 21.10.2011

Huttu-Hiltunen, V – Nieminen, M – Valmari, A – Westerling, B.1993. PORO-TALOUS.Helsinki: Painatuskeskus/Opetushallitus

Iltalehti verkkojulkaisu 2.3.2011

[http://www.iltalehti.fi/matkajutut/2011030213283506\\_ma.shtml](http://www.iltalehti.fi/matkajutut/2011030213283506_ma.shtml)  
19.10.2011

Jaakkola, J – Tunkelo, E. 1987. Tuotekehitys – Ideoista markkinoille. Espoo: Weilin+Göös.

Kaaretkoski Teija haastattelu kevät 2011.

Kemppainen, J – Nieminen, M – Rekilä, 1997. Poronhoidon kuva. Helsinki: Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

Komppula R – Boxberg, M , R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

Kupilka 2011. Joensuun meskari Oy 2010.

<http://www.kupilka.fi/fi/tuotteet/yleiskatsaus/>  
25.10.2011

Lapin Kansa 5. 10.2011. Elämässä kiinni. Sointu Oinas.

Lacman, P – Verhelä, P.2003. Matkailun ohjelmalvelut – Makuelämyksien tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WSOY.

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus LEO

<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=166> 19.9.2011

Lappi työryhmän loppuraportti 2008. Matkailu ja elämysteollisuus. Sompion kirjasto, linkki elämys, pdf-tiedosto

<http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf> 31.10.2011

Maulavirta, M – Välimäki, H – Jylhä, K – Mäntykangas, T. 2010. PORO. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy

Marttaliitto 2011.

[http://www.martat.fi/neuvot\\_arkeen/ruoka/ekokokki/lahiruoka/](http://www.martat.fi/neuvot_arkeen/ruoka/ekokokki/lahiruoka/)  
2.11.2011

Nieminen, M – Pietilä, U-A.1999. Peurasta poroksi. paliskuntain yhdistys. Jyväskylä: Gummerus



- Huttu-Hiltunen, V - Nieminen, M –Valmari, A – Westerling, B.1993. Porotalous. Helsinki: Painatuskeskus Oy.
- Paliskuntaryhdistys. Poronet 2011. Poronhoito ja poromatkailu  
<http://www.paliskunnat.fi/default.aspx?page=Poronhoito>  
20.10.2011
- Ruokatieto. Suomalaisen ruokakulttuurin asialla. Ruokatieto yhdistys Ry  
2011  
[http://opetus.ruokatieto.fi/Suomeksi/Nuoret/Maailma/Kotielaimet/Poro/Poron\\_vuosi](http://opetus.ruokatieto.fi/Suomeksi/Nuoret/Maailma/Kotielaimet/Poro/Poron_vuosi) 21.10.2011
- Savukosken kunta 2011.  
[http://www.savukoski.fi/index.php?option=com\\_content&view=article&id=9&Itemid=20](http://www.savukoski.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=20) 30.10.2011
- Selin, E – Selin, J.2005. Kaikki on kiinni asiakkaasta. Avaimia asiakasrajapintojen hallintaan. Pieksämäki:Tietosanoma
- Tarssanen, S. 2007. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Terve.fi verkkoklinikka. 3.8.2007  
<http://www.verkkoklinikka.fi/?page=9427347&id=8202922>
- Vähätalo, L – Ruotsalainen, M. 1996. Metsästä elämyksiä – Opas metsämatkailupalvelun tuottamiseen. Helsinki: F.G.Lönnberg
- Sointu, T – Stenros, M. 2005. Lappi Á la carte. Jyväskylä: Gummerus Printig.

**LIITE 1****Palaute aina paikallaan – kehitämme tuotetta!**

Oliko tuote yksilöllinen?

Koittetko illan aidoksi?

Oliko tuote moniaistinen, eli herättikö se useampia aisteja?

Oliko tuotteessa kontrastia, eli erilaisuutta?

Oliko vetäjä hyvässä vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa?

Minkälaisia tunteita ilta herätti sinussa?

## POROEMÄNNÄN MENYY

### \_\_TERVETULO\_\_

Lämmin väinöjouma kuksasta

Kuivalihaa honkalaudalta

### ALKUKEITTO

Kermainen metsäsienikeitto leivästä

### PÄÄRUOKA POROHERKUT

Kylkirullaa

makkaraa & konjakkisinappia

savufileetä & puolukoita

savumaksaa & suolakurkkuja

Lisukkeena juuresmuusi

### JÄLKIRUOKA

Perinteiset Leipäjuustokahavit