



Culinary bike tour Levillä

Jenna Tiainen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Ruokatuotannon johtamisen koulutusohjelma
Produktityyppinen opinnäytetyö
2024

Tiivistelmä

Tekijä Jenna Tiainen
Tutkinto Restonomi
Opinnäytetyön nimi Culinary Bike Tour Levillä
Sivu- ja liitesivumäärä 26 + 12
<p>Tämän opinnäytetyö pohjautuu aikaisempaan opintojakso tehtävään ja työn toimeksiantajan toimii Haaga-Helia ammattikorkeakoulun Hungry for Finland -ruokamatkailuhanke. Työn pääta-voite on kehittää ruoka- ja pyörämatkailun avulla Levin hiljaista sesonkia suunnittelemalla sinne ruokamatkailureitti, joka kuljetaan pyöräillen. Alatavoitteina ovat luoda työkaluja sekä vinkkejä alueen toimijoille, aktivoida ruokamatkailu elämyksiä sekä antaa valmis paketti Levin alueen toi-mijoille.</p> <p>Ruokamatkailu on jatkuvasti kasvava ala, sekä olennainen osa matkailun toimialaa. Ruokamat-kailuun kuuluu myös juomamatkailu. Molempien avulla on mahdollista tutustua paikalliseen kult-tuuriin, historiaan ja tapoihin eli paikallisuuteen. Pyörämatkailussa tärkeintä on se matka, eikä vain pääse paikasta toiseen, tärkeintä on mitä matkan varrella kokee ja siksi se on täydellinen yhdistelmä ruokamatkailun kanssa.</p> <p>Levin matkailu keskus on Suomen tunnetuimpia kohteita. Se sijaitsee Lapissa Sirkan kunnan alueella. Levi on tunnetuin upeista laskettelu rinteistä, mutta alueella on mahdollista tehdä pal-jon muutakin ja paikalla on todella paljon potentiaalia. Vuodessa Levillä matkailijoita on jopa 750 000.</p> <p>Tietoperustan laatimisessa on käytetty lähdekriittisesti julkisten verkkosivujen tietoja, julkaistuja tutkimustuloksia sekä kirjallisuutta. Opinnäytetyön tueksi on suoritettu kaksi kappaletta puo-listrukturoituja haastatteluja Levin alueella toimivien yritysten edustajille. Haastattelut on suori-tettu toukokuussa 2024.</p> <p>Työn lopputuloksena on syntynyt opas, joka valmistui 05/2024. Opas on tehty ruoka- sekä pyö-rämatkailuun Levin alueella. Oppaassa on vinkkejä niin asiakkaille. Työn lopputulos sisältää myös valmiin suunnitellun reitin ruokatuotteineen.</p> <p>Työn jatkokehitys ideointi on muodostunut haastatteluiden sekä omien pohdintojen pohjalta. Jat-kokehittäminen jää vain ideointi muotoon, vaikkakin paikallinen toimija voi ideoituja kehitys toi-mija lähteä edistämään.</p>
Asiasanat Ruokamatkailu, pyörämatkailu, ruokamatkailureitit, pyörämatkailureitit, elämyksen rakentami-nen.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Ruokamatkailu.....	3
2.1	Ruokamatkailun trendit ja tavoitteet.....	3
2.2	Ruokamatkailu strategia ja ruokamatkailu suomessa	4
2.3	Matkailu kulttuuri ja tilanne suomessa	5
2.4	Visit Finland ja muut edistävät yritykset	5
2.5	Ruokaelämys ja sen rakentaminen.....	6
3	Pyörämatkailu suomessa	8
3.1	Pyörämatkailu reitit ja palvelut.....	8
3.2	Pyörämatkailu asiakkaat	9
4	Culinary bike tour Levillä	11
4.1	Ruokatuotteet.....	11
4.2	Levin alue ja ruoka	14
5	Haastattelut produktin tukena	15
5.1	Prosessin kuvaus	15
5.2	Haastatteluiden toteutus.....	15
5.3	Haastatteluiden tulokset	16
6	Oppaan suunnittelu ja toteutus	19
7	Johtopäätökset ja pohdinta.....	21
7.1	Opinnäytetyön prosessin arviointi ja oma oppiminen	21
	Lähteet.....	22
	Liitteet	24
	Liite 1. Opas	24
	Liite 2. Haastattelu runko.....	35

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää ruokamatkailua Levin alueella. Työssä ruokamatkailun ohella käsitellään myös pyörämatkailua Suomessa. Työ on kohdistettu pääosin suomalaisille toimijoille sekä kuluttajille. Reitti sijoittuu Suomen Lappiin Levin alueelle. Tarkoituksena on aktiivoida Levin hiljaisia sesonkeja. Työ on produktiivinen opinnäytetyö, jonka lopputuotoksena laaditaan opas. Oppaan tukena on tehty puolistrukturoituja haastatteluja paikallisille yrittäjälle sekä alueen organisaation edustajalle. Haastateltavat ovat alueen yritysten työntekijöitä, joilta on haettu mielipiteitä ja näkemyksiä alueen tilanteesta. Haastattelut on suoritettu toukokuussa 2024. Työn tuotoksena muodostunutta opasta voidaan käyttää Levin alueen kehittämiseen sekä houkuttelemaan uusia asiakkaita alueelle. Työllä tuetaan myös Hungry For Finlandin toiminnallisen ekosysteemin rakentamisen hanketta, jossa tavoitteena on tukea alueellisten ruokamatkailureittien, -tuotteiden ja palveluiden kehittämistä. Työn aihe on valittu ruoka- ja pyörämatkailun lisääntyneen kysynnän vuoksi. (Ellare 2021) Työn aihe on peräisin Ruokamatkailun kurssilta -TOU2RR001. Kursityöstä on tälle työlle tullut työnrajaus sekä kyseinen Levin alue, jonne työ on suunnattu. Työtä lähdettiin jalostamaan opinnäytetyöksi, koska kyseiselle palvelulle Levillä on konkreettista kysyntää ja tarvetta.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Hungry For Finland, joka on Haaga-Helia ammattikorkeakoulun ruokamatkailuhanke. Tämän työn päätavoite on:

- Kehittää ruoka- ja pyörämatkailun avulla Levin hiljaista sesonkia luomalla sinne ruokamatkailureitti, joka kuljetaan pyöräillen.

Työn alatavoitteet ovat:

- Luoda työkaluja sekä vinkkejä paikallisille toimijoille alueen toiminta mahdollisuuksien kanssa
- Aktivoida ruokamatkailu elämyksiä Levin alueella
- Mahdollisesti antaa valmis paketti toimijalle, jotta reitin rakentaminen olisi mahdollista

Työ jakautuu siten, että alussa käsitellään tietoperustan aiheet. Tietoperusta jakautuu ruokamatkailuun, matkailuun yleisesti sekä pyörämatkailuun. Tietoperustan jälkeen käsitellään reitin rakenne, Levin aluetta. Työn loppu puolella käsitellään haastattelut, niiden tulokset ja oppaan luominen. Työn keskeisimmät käsitteet ovat: ruokamatkailu, pyörämatkailu, ruokaelämys, pyörämatkailureitit sekä ruokamatkailureitit.

Työn tueksi suoritettiin kaksi haastattelua. Toinen tehtiin paikalliselle yrittäjälle ja toinen paikallisen alueorganisaation edustajalle. toimivien yritysten edustajille. Haastattelut suoritettiin, jotta saatiin

parempaa näkemystä paikallisten näkökulmasta. Haastattelut ovat myös reitin kannalta erittäin tärkeitä, koska yritykset ovat avainasemassa alueellisia ruokamatkailureittejä luotaessa. Siksi on tärkeää kuulla kehitysideoita, mielipiteitä sekä toiveita. Toteutettu haastattelutapa oli puolistrukturoitu haastattelu, jotka suoritettiin Teams sovelluksen kautta. Haastattelun kysymysrunko on työn liitteenä (Liite 1). Kaikki kysymykset olivat samoja kaikille, mutta keskustelun aikana tuli muita lisäkysymyksiä, jotka oli kohdistettu enemmän tietyille yritykselle. Haastatteluiden avulla saatiin myös tietää alueen potentiaalisuudesta. Apua työn tekemiseen toi myös oma tuntemukseni alueesta. Olen matkaillut alueella useasti ja ollut töissä viereisessä keskuksessa Ylläksellä.

Työn lopputuloksena syntyy opas, joka tehtiin Canva-sovelluksen avulla. Oppaassa avattiin työtä, tuotiin esiin tuloksia ja mahdollisia kehitysideoita alueelle. Opas liitettiin työn liitteisiin (Liite 1.) Opinnäytetyön lopussa on luku, jossa käsitellään omaa oppimista sekä jatkokehittämistä.

2 Ruokamatkailu

Tässä luvussa avataan yleisimpiä ruokamatkailun käsitteitä ja ruokamatkailun määritelmää sekä sitä millainen kotimaisen ruokamatkailun tilanne on tällä hetkellä, miten sitä voidaan kehittää ja mitä mahdollisuuksia alalla on. Kerron mitä ruokamatkailuun kuuluu ja avaan Suomen ruokamatkailu strategiaa 2020–2028 ja muita alalla edistäviä toimijoita.

Ruokamatkailu alana on iso osa matkailualaa ja sillä on kasvava kysyntä. Varsinkin milliaanit ovat kiinnostuneet yhdistämään ruokaa ja matkailua. (Visit Finland 2024) Ruokamatkailulla tarkoitetaan ruoka- ja juomamatkailua. Ruokamatkailussa paikallinen ruoka ja juoma tuovat esiin kulttuuria, historiaa ja paikallisuutta. (Adamsson & Havas, 2020) Niin kuin World Food Travel Association selitys ruokamatkailu termille on: ” Food tourism is act of traveling for a taste of place in order to get sense of place.” Ruokamatkailu tarjoaa vaihtoehdollista tekemistä matkustaessa, jos esimerkiksi shop-pailu tai museoiden kiertely ei ole mieleinen tapa tutustua maahan tai alueeseen. (World Food Travel Association 2022)

Ruokamatkailuun kuuluu muutakin, kuin perinteinen ravintolailallinen. Eri tapoja kokea sitä on esimerkiksi tori tapahtumat, ruoka messut, ruokakojut, viini maistajaiset, panimo kierrokset tai vaikka kokkaus tunti. Ruokamatkailu on elämyksen rakentamista ja sen kokemista. (Adamsson & Havas, 2020) Sen isona osana on ruoan tarinallistaminen, jotta ruoka on helpommin lähestyttävää. Tarinallistaminen on hyvä palvelukokemuksen tehostaja. Tarinallistaminen on myös todella yleinen yritysten markkinointi keino.

Ruokamatkailun kehittäminen on kannattavaa, koska se on laaja toimiala sekä jatkuvasti kehittyvä ala. Ruokamatkailulla on vain muutama negatiivinen puoli. Niitä on esimerkiksi ruokahävikki, pakkausjätteet, saastuttaminen ja sosioekonomiset kustannukset. Ne ovat kuitenkin verrattuna hyötyihin suhteellisen pieniä ongelmia. Ongelmat kohdistuvat myös mihin tahansa matkustustapaan eikä yksinään ruokamatkailuun. Ongelmat ovat myös mahdollista pitää suhteellisen pienenä vastuullisella toiminnalla. (Adamsson & Havas, 2020)

2.1 Ruokamatkailun trendit ja tavoitteet

Suomen matkailutavoitteita avataan paljon työ- ja elinkeinoministeriön Suomen matkailustrategia vuosille 2022–2028. Strategia on luotu yhteiseksi ohjenuoraksi suomalaisille matkailu alan yrityksille. Strategian mottona toimii ”Yhdessä enemmän- kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun.” Visiona on kehittää pohjoismaiden haluttavuutta matkakohteena ja varsinkin kasvattaa sitä kestävämmäksi. Strategiassa on tunnistettu neljä painopistettä, jotka ovat:

- kestävän kehityksen mukaisen toiminnan vahvistaminen
- digitaaliseen muutokseen vastaaminen
- saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden
- kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

(Työ- ja elinkeinoministeriö, 2022, 7)

Matkailun markkinointi on Suomelle erittäin tärkeää, kun halutaan houkutella matkailijoita ulkomailta suomeen. Suomi nähdään maailman kartalla ehkä hieman syrjässä täällä Pohjois-Euroopassa todella kylmänä maana. Ulkomailta matkailijoita täytyy houkutella ainutlaatuisen luonnon, kulttuurin ja elämysten avulla. Tässä opinnäytetyössä juuri tavoitteena käyttää niitä kaikkia. On tärkeää välittää markkinoinnissa suomen autenttisuutta, kauneutta ja puhtautta houkuttelevasti.

(MEK, 2024)

2.2 Ruokamatkailu strategia ja ruokamatkailu suomessa

Ruokamatkailu strategia on tämän opinnäytetyön toimeksiantajan Hungry for Finlandin koordinoima strategia. Strategia koostuu trendeistä, tavoitteista, visio & missiosta, kohderyhmistä, vastuullisuudesta, tuotekehityksestä, myynnistä, markkinoinnista, viestinnästä sekä tulevaisuuden suunnitelmasta. Hungry for Finland on isoimpia toimijoita, joiden päätoimi on ruokamatkailun edistäminen. Heidän visionsa on ” Ruoka elämykseksi ja ostettavaksi osaksi Suomen matkailua vastuullisesti”. Ja heidän missionsa on ”Mitä useampi kokki, sen maukkaampi soppa – ympärivuotista yhteistyötä!” (Adamsson & Havas, 2020)

Ruokamatkailustrategiassa halutaan kannustaa ja edistää tuotteiden ja ruokareittien luomiseen sekä toimijoiden yhteistyöhön. Halutaan tukea matkailu- ja elintarvikealan kilpailukykyä ja alan laadun nostoa ylemmäs. Halutaan kehittää suomen ruokamatkailun imagoa ja avata sitä mitä se pitää sisällään. Strategian tavoitteena on rakentaa aktiivinen ja parempi kansallinen ruokamatkailuverkosto. (Adamsson & Havas, 2020)

Suomessa ruokamatkailu muodostuu laajasti erilaisista tavoista kokea ja siksi se on erittäin monipuolista. Suomen vahvuudet ruokamatkailussa pyörii puhtauden ja luonnon ympärillä. ”Suomalainen villiruoka on jo luonnostaan kestävä, ja puhdas suomalainen luonto tarjoaa vastuullisen pohjan suomalaiselle keittiölle” (Visit Finland 2020). Paikallisuus ja tarinallisuus ovat myös erittäin tärkeitä asioita. Ruokamatkailu on matkailijoiden kohtaama ruokailu, joka perustuu paikallisuuteen ja tarinallisuuteen. Ruokamatkailua voi tapahtua missä vain kuten ravintolassa, kotona, kadulla tai missä tahansa alan yrityksessä. Ruokamatkailu tuote on parhaimmillaan kokemuksia,

osallistamista ja tekemistä missä matkailija pääsee itse kokemaan ja oppimaan uutta ja niin ruokatuote muuttuu myös elämykseksi. (Adamsson & Havas, 2020)

Ruokamatkailu strategian tuotekehitys kohdassa puhutaan ruokamatkailualueista ja heidän omista kärkituotteista. Puhutaan yhdistelmätuotteista, joissa kaksi kärkitoimijaa ovat yhdistäneet tuotteensa ja saadaan yhdistelmätuote. Strategiassa mainitaan, että nyt on saatu vahvasti mukaan myös elintarviketuottajia. Tämä opinnäytetyö käsittelee juuri tällaista yhdistelmätuotetta. Lapissa on kärkituote, joka on laskettelu ja sen ympärillä toimivat muut yritykset kuten majoittajat ja ravintolat. Heidän tähtituotteensa kuitenkin painottuu vain yhteen sesonkiin. Culinary bike tourin ideana on luoda tai ainakin antaa ideaa Lapin uudesta tähtituotteesta yhdistämällä jo olemassa olevia palveluita. Ruokamatkailun avulla luodaan työvälineitä, miten Levin ja koko Lapin sesonkia voidaan pidentää ympäri vuoden kestäväksi toiminnaksi.

2.3 Matkailu kulttuuri ja tilanne suomessa

Suomen matkailu on ollut nousu suuntaista ennen korona epidemiaa. Vuosina 2018–2019 ulkomaisten matkailu suomessa kasvoi keskimäärin 8 % vuodessa ja kotimainen matkailu kasvoi 3 %. (Työ- ja elinkeinoministeriö) Ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymisiä 10 % edellisvuotta enemmän tammikuussa. (Visit Finland, 27.2.2024)

Matkailu on suomessa suuren potentiaalin omaava ala ja kasvava vientiala. Matkailulla on suomessa merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia. Matkailu on myös suuri työllistävä ala suomessa. Suomen matkailuun on viime aikoina suuresti vaikuttanut korona pandemia ja Venäjän hyökkäys sota Ukrainaan. Ne ovat heikentäneet toimialan toimintaedellytyksiä. (Adamsson & Havas, 2020)

Myös Suomi-kuva on ollut nousussa viime vuosina. Suomi-kuvalla tarkoitetaan Suomen sijoitusta tärkeimmissä maakuvatutkimuksissa. Se tarkoittaa, että Suomi tunnetaan jatkuvasti paremmin ja Suomi nähdään myönteisemmin koko aika. Suomella koetaan olevan positiivinen vaikutus maailmaan ja suomalaisista yleisesti pidetään. Suomen heikkoudet liittyvät suomen vähäiseen tunnettuuteen. Suomessa ei katsota olevan kulttuurihistoriallisesti merkittäviä kohteita. (valtioneuvosto, 2022)

2.4 Visit Finland ja muut edistävät yritykset

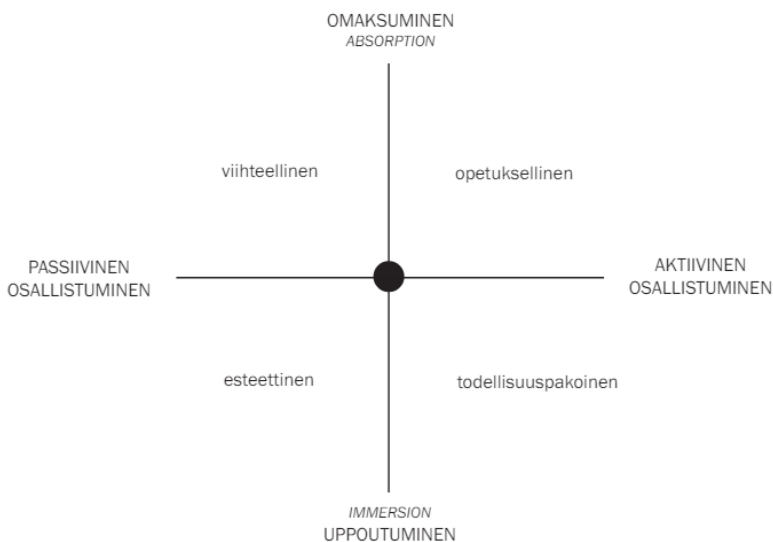
Visit Finland on Business Finlandin alaisuudessa toimiva yksikkö, jonka tehtävä on auttaa suomalaisten matkailualan yrityksiä kehittämään, myymään ja markkinoimaan erilaisia matkailutuotteita. Visit Finlandin tavoitteena on tuoda Suomesta kestävän matkailun johtava maa vuoteen 2025

mennessä. Heidän teemanansa toiminnassa on siksi juuri kestävä matkailu ja toiminta ohjautuu sen mukaisesti. Onnistuakseen tavoitteessa Visit Finland on luonut STF merkin, joka tarkoittaa Sustainable Travel Finland. Se on merkki, jonka alan yritykset voivat saada käyttöönsä maksutta käymällä läpi 7 askeleisen kestävä matkailun kehittämisspolun. STF merkki lisää vastuullisuutta suomen matkailussa.

Visit Finland kehittää Suomen kuvaa kansainvälisillä markkinoilla matkailun suhteen ja tukee valtakunnallisesti alan yrityksiä ja yritysryhmiä. Tuki painottuu juuri myyntiin, markkinointiin ja kehittämiseen.

2.5 Ruokaelämys ja sen rakentaminen

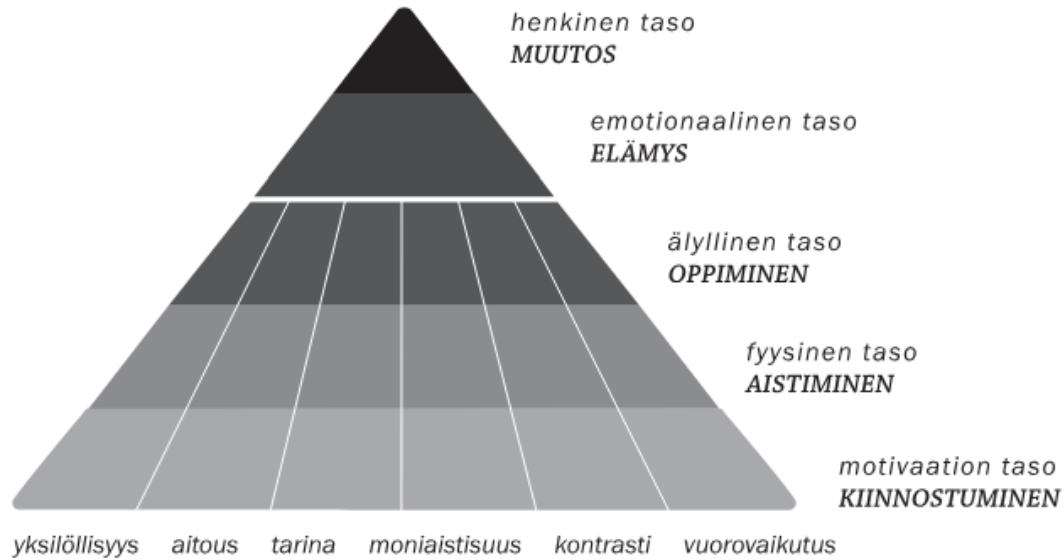
Elämyksen rakentaminen on erittäin tärkeä erilaisten ruoka kokemusten rakentamisen kanssa. Pinen ja Gilmoren mukaan elämystä voidaan tulkita neljän eri osa-alueen avulla (Kuva1). Neljän alueen yhteisenä osiona on matkailijan passiivisuus tai aktiivisuus. Sillä tarkoitetaan, onko elämyksen kokija mukana elämyksen luomisessa vai onko hän sivusta seuraaja. Toisella akselilla tulkitaan elämyksen henkistä tai fyysistä osallistumista. Elämys on viimekädessä henkilökohtainen ja subjektiivinen kokemus eikä sitä voida ikinä varmuudella taata jokaiselle, varsinkaan samanlaisena.



Kuva 1. Elämyksen neljä ulottuvuutta, The Sweet spot. (Pine & Gilmore 1999, 30)

Elämys on todella merkittävä positiivinen kokemus. Se mikä erottaa kokemuksen elämyksestä tai mitä elementtejä tuotteessa täytyy olla, pystyy tutkimaan hyvin elämyskolmion avulla (kuva 2). Elämyskolmion avulla pystytään ymmärtämään, analysoimaan ja ymmärtämään tuotteiden elämyksellisyyttä. Elämyskolmion avulla pystytään kuvamaan täydellistä elämyksellistä tuotetta. Se toimii

myös erittäin hyvänä työvälineenä kehityskohteiden löytämiseen ja siten myös tuoda parempaa kilpailuetua.



Kuva 2. Elämyskolmio

Ruokamatkailu ja sen kautta elämysten rakentaminen on todella tärkeää matkakohteille. Se lisää matkailijoiden tietämystä paikallisuudesta ja se kehittää kunnioittavampia matkailijoita. Sillä on myös merkittävä taloudellinen vaikutus paikallisten talouteen. Ruokailu nähdään nykyään osana matkan elämystä eikä sitä nähdä enää vain fyysisen tarpeen täyttämisenä.

Tässä voi hyvin käyttää apuna tarinan kerrontaa, jotta saadaan herätettyä matkailijoiden kiinnostus. Hyvänä markkinointi keinona voidaan käyttää hyvin visualisoitua ja vaikuttavaa sisältöä, jotta saadaan herätettyä Suomen tunnelmaa ja siten matkailijoiden halua kokea se itse. (MEK, 2024)

3 Pyörämatkailu suomessa

Suomi on monipuolinen pyöräily maa ja se on ollut kasvava trendi suomessa. Suomi on vaihtuvien vuodenaikojensa ansioista hieno pyöräily maa, koska sama reitti voi tarjota paljon erilaisia elämyksiä riippuen mihin aikaan vuodesta sen kulkee. Pyöräily on ekologista ja suosittu hyötyliikunta kohde, jolla kuljetaan paljon esimerkiksi töihin. Suosituimmat reitit suomesta löytää sieltä, joissa palveluita on ja ne ovat kunnossa. Suosituimpia on saaristoalueet ja turun seutu. Pyörällä matkailu on monipuolinen matkailu tapa. Pystyy tekemään lyhyitä päivämatkoja tai useamman yön reissuja. Pyöräily voi myös helposti olla sivuaktiviteetti ja upea tapa tutustua uuteen alueeseen. Ellare Oy: tekemän kyselyyn vastanneiden vastaukset todentavat, että Suomessa pyörämatkailun kysyntä ei ainakaan ole laskussa. (Ellare 2021.)

Lapissa usein pyöräily on maastopyöräilyä tai pidemmän matkan pyöräilyä. Lapissa haasteita tuo pitkät etäisyydet ja huonot palvelut. Lappiin asti tulijat kuitenkin arvostavat sen luontoa ja rauhallisuutta. Lappi on erittäin potentiaalinen pyöräilykohde, kun siellä olevien reittien varrelle saadaan rakennettua paremmat palvelut. Levillä myös on mahdollista harrastaa alamäki pyöräilyä.

3.1 Pyörämatkailu reitit ja palvelut

Levi mainostaa, että siellä pyöräillään ympäri vuoden ja jopa ympäri vuorokauden. Talvisin pyöräily onnistuu paksurenkaisilla fatbikeilla niille sopivilla talvireiteillä. Kesäisin mahdollisuuksia löytyy maastopyöräilystä sekä alamäki pyöräilystä. Luonto bonuksena löytyy myös kesällä päättymätön päivänvalo ja talvisin upeat revontulet. (Levi.fi)

Levin kierros	18,8 km / 2:00 h
Ylläs-Levi MTB	68,9 km / 6:30 h
Levi – Merkkisenvuomanan kierros	16,8 km / 4:32 h
Kätkän ja Pyhän kierros	24 km / 3:00 h
Talvi reitti, Levitunturin ympäri	15,7 km / 3:00 h
Talvireitti, Levi – Levi golf	n.12 km / 1:30 h
Sähköinen reittipalvelu	Infogis

(Taulukko 1. Levi maastopyöräreitit) (Levi.fi)

Leviltä siis löytyy erilaisia reittejä niin pituuksien kuin myös vaikeuden suhteen. Myös opinnäytetyön tuotepakettia on mahdollista muokata eri pituisille reiteille. Levin vuokraamoista löytyy jokaiselle sopiva pyörä. Valikoimasta löytyy myös sähköpyöriä. Levillä on myös ohjattuja pyöräretkiä, joihin yleensä kuuluu pyörävuokran hinta. Alueen karttoja löytää myös paperisena Levin matkailuneuvonnasta. (Levi.fi)



(Kuva 3. Levin reitti)

3.2 Pyörämatkailu asiakkaat

Pyörämatkailun asiakkaita voivat olla ketä vain. Myös mahdolliset tulevaisuuden pyöräilijät nähdään mahdollisina asiakkaina. Pyöräily on toimiva laji monelle, koska pyöräilyä pystyy tekemään usealla eritasolla (Taulukko 2).

Aloittelevat pyöräilijät	Pidempien matkojen pyöräilijät	Urheilu pyöräilijät	Ammattilaiset
<ul style="list-style-type: none"> - Potentiaaliset uudetkin asiakkaat kuuluvat asiakasprofiiliin. - päiväretkiä - Lyhyitä matkoja 	<ul style="list-style-type: none"> - Kokeneempia - Pidempiä matkoja - Tietää mitä haluaa ja omatoimisia 	<ul style="list-style-type: none"> - Etsivät vain tietynlaisia reittejä itsellensä. - Pitkiä ja vaikeampia reittejä 	<ul style="list-style-type: none"> - Vain tietynlaiset reitit käyvät - Tarvitsee hyvät huolto pisteet

(Taulukko 2. Pyörämatkailun kohdeasiakkaat)

Pyörämatkailun kohdeasiakkaiden profiilit ovat keskenään todella erilaisia ja eroavat esimerkiksi tarve tasoiltaan todella paljon. On paljon eroja missä päin Suomea halutaan matkustaa ja kuinka iso budjetti reissuun ollaan valmiita sijoittamaan. Ellare Oy:n vuoden 2022 tutkimuksen perusteella suomessa yleisin pyöräilymuoto on retki pyöräily. Tutkimuksen mukaan myös nuoret usein pyöräilevät yhdessä, maastopyöräilijät kulkevat usein yksin ja kolmasosa vastaajista matkustaa puolisonsa kanssa. (Ellare Oy 2022)

4 Culinary bike tour Levillä

Työn aiheena on Culinary bike tour, joka sijoittuu suomen Lappiin tarkemmin Levin alueelle. Opin näyte työ on jatkoa aikaisemmin kurssilla tehdylle projektille. Ideana on viedä kurssin työ pidemmälle ja tuoda se toimintaan. Kurssilla tehtäväksi saimme rakentaa uusia mahdollisuuksia, jo olemassa olevien pyöräreittien varrelle, jotta niille saadaan enemmän käyttöä. Silloin valitsimme Levin sen takia, että siellä on jo olemassa hyvä määrä palveluita ja rittäjiä, joita pystyimme käyttämään apuna.

Culinary bike tour reitti on levin reitti, joka kulkee Levin ympäri ja se alkaa Sammuntuvalla ja päättyy samaan sijaintiin, jossa on sitten muut aktiviteetit. Reitin pituudeksi tulee yhteensä 22 kilometriä. Sammuntuvalla tapahtuu ruokailu, majoitus ja saunominen. Reitin varrella on myös yksi pysähdys korkeaniemen laavulla. Suunniteltu matkailu ajankohta oli kevät, kesä ja syksy sesongit. Alueeksi valikoitu Levi myös sen tunnettavuuden takia. Pää tarkoituksena on saada Lappiin kävijöitä kaikkina kausina.

Sammuntupa on 1982 aloittanut matkailualan yritys, joka on aloittanut toimintansa latukahvilana. 90-luvulla jatkanut toimintaa poro sekä saunatoimintaan. Kenttälä kertoo olleensa toiminnassa mukana koko ikänsä, kun yritys oli ennen vanhempiensa pyörittämä. Hän itse siirtyi yrityksen johtoon 2013. Sammuntuvalla järjestetään myös kesäisin erilaisia juhlia.

Pyörämatkan aktiviteetit ja tuotepaketti on mahdollista räätälöidä asiakkaiden toiveiden mukaisesti ja siksi myös siten asiakasryhmä pysyy avoimena. Tuotteiden suunnittelussa on käytetty ruokamatkailu strategiaa sekä ruokamatkailun tuotesuosituksia. Ruokatuotteiden kohdalla on keskitytty paljon paikallisiin ja suomalaisiin ruokatuotteisiin. Pohjana kuitenkin Lapin alueen olennaisia ruoka ja juoma kulttuurin pääpiirteitä. Tuotteiden teemana on Lappi ja tarina tuotteiden ympärillä on luotu Lapin alueen kulttuurin ympärille.

4.1 Ruokatuotteet

Paketin ruokatuotteet on rakennettu matkailustrategian yhtenä ydinviestinä mainitun ”Taste of place”. Tämä tarkoittaa sitä, että ruokatuotteiden raaka-aineet on pyritty valitsemaan suosimalla paikallisia raaka-aineita ja korostamaan paikallista ruoka kulttuuria ja historiaa. (Adamsson & Havas & Moilanen 2020)

Korkeaniemen laavulla olisi tarjolla pyöräilijöille kevyt ruoka, jonka työntekijä olisi lämmittänyt valmiiksi pyöräilijöiden saapuessa. Keiton ohella olisi tarkoituksena tarjota leipää sekä kuivattua poronlihaa. Keittona toimisi porovelli. Porovelli on perinteinen keittoruoka Lapissa. Keiton ainekset ovat: poronliha, poronluut, ohrasuurimot, vesi ja perunat. Nämä ovat niin sanottu pohja aines osat

keitolle, mutta siitä on olemassa useita erilaisia versioita. Aterian kanssa tarjottaisiin myös noki-pannu kahvit.



Kuva 4. Porovelli

Toinen ateria tarjoiltaisiin pyöräilyretken jälkeen illalla Sammuntuvalla. Ateria on saanut ideansa Lapin perinteisistä raaka-aineista. Ruokailu toteutetaan Sammuntuvan ruokailutilassa. Aterian alkuruokana toimii mustikkagraavattu Lapin taimen, joka tarjoillaan Lapin rieskojen kanssa. Annokseen kuuluu myös etikkakurkut, ruskistettuvoi-smetana ja retiisiä.



Kuva 5. Mustikkagraavattu Lapintaimen & Lapin rieskaa

Pääruoka koostuu poronsisäfileestä, palsternakka peruna pyreestä, karpalo punaviinikastikkeesta ja rapeasta nauriista. Poro valittiin pääruokaan Lappi teeman takia ja myös siksi, että Sammuntupa on porotila.



Kuva 6. Poroa, karpaloo ja naurista

Jälkiruoka koostuu leipäjuustosta, lakkajäätelöstä, lakkageelistä, paahdetusta valkosuklaasta ja mustikasta. Leipäjuusto ja lakka valittiin jälkiruokaan, siksi koska ne ovat perinteinen Lapin jälkiruoka.



Kuva 7. Leipäjuustoa lakkajäätelöllä

Seuraavassa taulukossa on esitetty esimerkki viini paritukset ruuille.

Alkuruoka Mustikkagraavattu Lapin taimen ja lapinrieska	Itävaltalainen Biohof Pratsch Grüner Veltliner Rotenpüllan. Kuiva, keskihapokas, herukka, kukkainen, mineraalit.
Pääruoka Poroa, karpaloa ja naurista	Italialainen Chianti Borgo Salcetino Lucarello Riserva. Tanniininen, keskitäyteläinen, kirsikka, karpalo, karhunvatukka ja tammen aromeja.
Jälkiruoka Leipäjuustoa lakkajäätelöllä	Lakka Vahva Viini. Lakasta tehty marjaviini.

Taulukko 3. Viini paritukset

Asiakkaille on myös mahdollista heidän toiveidensa mukaisesti suorittaa olut maistelu. Maistelussa oluet olisivat Lapin Panimon tuotteita. Maistelu paketin hinta on 24,90 €. Lapin Panimon maistelu paketti koostuu 6 eri oluesta. Oluet ovat:

- Lapin Amber Lager (4,5 %)
- Aihki Lapland Dark Lager (4,6 %)
- Kero Artic Circle Ale (4,5 %)
- Saana Lapland Pale Ale (5,5 %)
- Hippi Lapland Godlen Pilsner (4,3 %)
- Hölmö IPA (5,4 %)

(Lapinpanimo)

4.2 Levin alue ja ruoka

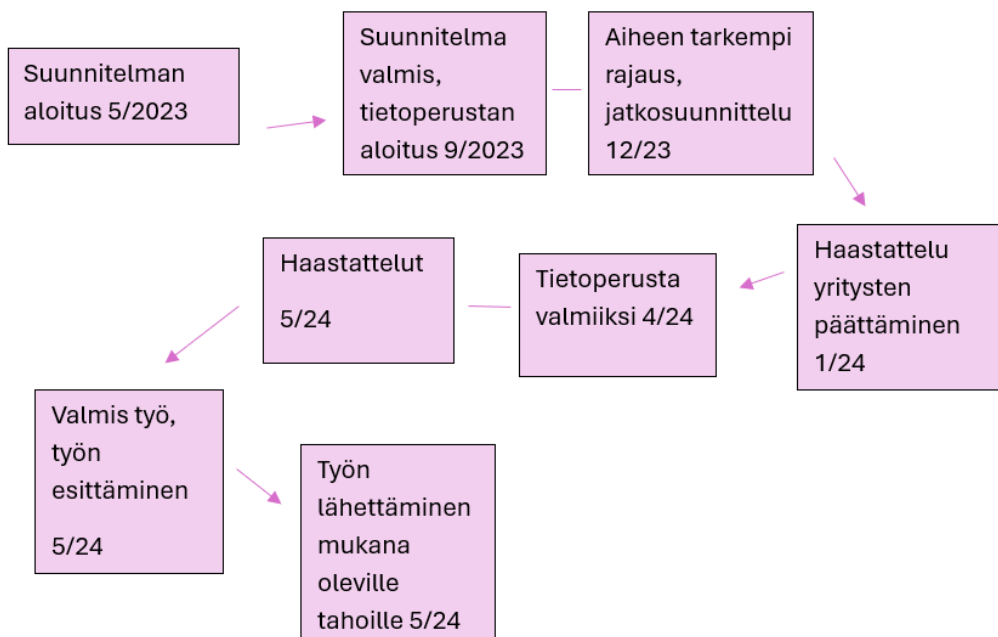
Levi on tunnettu matkailukeskus. Levi on tunturi, joka sijaitsee Kittilän kunnassa. Levin huippu on 530 metriä merenpinnan yläpuolella. Levillä voi harrastaa esimerkiksi: laskettelu, hiihto, maastohiihto, moottorikelkkailu, koiravaljakkoajelu, vaellus, pyöräily, kalastus sekä golf. Levillä järjestetään vuosittain myös Alppihiihdon maailman cupin osakilpailu. Vierailijoita vuodessa Levillä on 750,000 vuodessa. (Levi)

5 Haastattelut produktin tukena

Luvussa käsitellään produktia varten tehtyjä haastatteluja. Kuvataan tapahtunutta prosessia ja esitellään työn eteneminen sekä sen eri vaiheet.

5.1 Prosessin kuvaus

Opinnäytetyö prosessi alkoi ihan alkujaan kurssityön kautta. Pohja muodostui Haaga-Helian ruokamatkailu- TOU2RR001 kurssilla ryhmätyönä. Kurssi toteutettiin syksyllä 2022, jonka aikana kehoitettiin pohtimaan, jos omaa työtä haluaisi jatkaa opinnäytetyöksi. Opinnäytetyö prosessi alkoi keväällä 2023 suunnitelman teolla, joka valmistui kesän jälkeen. Syksyllä alkoi itse opinnäytetyön kirjoittaminen. Loppuvuosi 2023 meni tietoperustan, rajauksen ja jatkosuunnittelun kanssa. Alkuvuodesta 2024 päätettiin halutut yritykset, kenen kanssa suoritetaan halutut haastattelut. Haastattelut suoritettiin toukokuussa 2024.



Kuva 8. Työn prosessi kuvaus

5.2 Haastatteluiden toteutus

Haastattelut usein jaetaan kolmeen eri tapaiseen haastatteluun: Strukturoitu, puolistrukturoitu ja avoin haastattelu. Tässä työssä on käytetty puolistrukturoitua haastattelu mallia. Puolistrukturoitu haastattelu malli tarkoittaa sitä, että kysymykset ovat ennalta päätetyt ja kaikille haastateltaville myös samat. Haastattelulla on silloin selvät raamit, mutta se on silti vapaampi kuin strukturoitu haastattelu. (Liisa Näpärä 2017)

Valitut haastateltavat löytyi googlettamalla yrityksiä levin alueella. Otin yhteyttä mielenkiintoisiin ja siten saatiin sovittua kaksi haastattelua. Alun perin suunnitelmissa oli haastatella useampaa, mutta aikataulu syistä päädyttiin vain kahteen haastatteluun. Haastattelut sovittiin sähköpostitse ja puhe-imitse, jonka jälkeen haastateltaville lähetettiin teams palaveri kutsut. Molemmat haastattelut suoritettiin etänä Teamsin välityksellä, koska matkat suorittamaan haastatteluja paikanpäälle olivat liian pitkät. Molemmat haastattelut sujuivat suunnitelmien mukaan ja molemmat kestivät noin 30 minuuttia.

Haastatteluiden aikana kysymykset olivat Word tiedostossa, josta haastattelun kulkua oli helppo ohjata. Molemmat haastattelut tallennettiin Teams sovelluksen avulla. Ensimmäinen haastattelu oli 3.5.2024 ja toinen 7.5.2024 ja haastatteluiden litterointi tapahtui viikko 19 2024 aikana.

Päivämäärä	Haastateltava	Yritys	Haastattelutapa
3.5.2024	Johanna Kuosmanen	Visit Levi	Teams
7.5.2024	Riikka Kenttälä	Sammuntupa	Teams

(Taulukko 4. Haastateltavat)

Haastatteluiden tuloksien tarkastelu alkoi kuuntelemalla molemmat haastattelu tallenteet uudestaan. Haastattelut kirjoitettiin auki eli litteroitiin, aineistoa kertyi noin 8 sivua. Kun litterointi oli valmis, oli teksteistä helpompi nostaa selviä samanlaisuuksia ja eroja. Siten aineisto oli helpompi teemoitella ja käsitellä.

5.3 Haastatteluiden tulokset

Pyörämatkailusta puhuttaessa molemmat haastateltavat näkivät asian positiivisena. Potentiaalia löytyy, mutta joitakin palveluita olisi lisättävä ja kehitettävä. Kuosmanen kertoo, että jonkin verran tulee Leville maastopyöräilijöitä. Uskoo kuitenkin, että suuri osa menee Ylläksen puolelle, koska siellä paremmat reitit. Levillä kuitenkin alamäki pyöräilyn asiakkaita on jokusen verran. Kenttälä kertoo, että pyöräilijöitä paljon menee ohi ja varmasti olisi heillä kysyntää palveluille, mutta heillä yrityksessä ei oikein hiljaista aikaa ole, joten tällä hetkellä ei resurssit riitä. Kenttälä kuitenkin mainitsee, että on harkinnut välillä, jos olisi pitänyt kahvilaa tai keittolounasta auki pyöräilijöille. Molemmat haastateltavista ovat samaa mieltä, että suurin osa pyöräilijöistä Levillä tulee juuri hiljaisten sesonkien aikana.

Kenttälä kertoo, että matkailijat valitsevat Levin, koska sieltä löytyy hyvät palvelut sekä ravintoloita-kin on useampia. Tarjonta vastaa monenlaiseen kysyntään. Hän kuitenkin toteaa, että aina mahtuu uusiakin. Sammuntuvan asiakkaat koostuvat niin suomalaisista kuin ulkomaalaisista. Ulkomaalaiset ovat kiinnostuneita enemmän poro palveluista, kuin suomalaiset. Kahvila palvelut kiinnostavat kaikkia. Sauna ja ruoka palveluiden asiakkaat kohdistuvat suuresti vain suomalaisista matkailijoista. Juhlapaikka kysynnälle on kesälle hyvin tänä kesänä, Vaihtelee paljon vuodesta. Yhteistyötä Sammuntupa tekee paljon muiden paikallisten toimijoiden kanssa. Esimerkiksi safareiden ja matkanjärjestäjien kanssa. Markkinointi keinot ovat verkkosivu ja sosiaalinen media sekä muutaman kerran ollut lehdessä mainoksia. Kenttälä kuvailee Levin nykytilannetta siten, että asiakkaita löytyy ja kausi on todella pitkä. Asiakasmäärä on jatkuvasti kasvavaa, joutuu välillä jopa kieltäytymään asiakkaista. Kehitysideoihin Kenttälä toteaa, että koko aika on menty parempaan suuntaan. Kenttälä kertoo, ettei heillä hiljaiskesä on heillä ole hiljaista. Hiljaiskesä menee paikkoja korjaillen ja poroja hoitaen.

Kuosmanen kertoo hoitavansa Visit Levillä markkinointia ja digitaalisuutta. Visit Levi toimii koko Levin matkailu alueen markkinointi palveluna. Edistävät Levin toimintaa laajasti ja kaikilla kausina. Visit Levi hakee alueen toimijoista kumppaneita ja toimii siten koko alueen markkinointi yrityksenä eli heidän yhteistyönsä alueella on todella suurta. Tekevät myös yhteistyötä Visit Finlandin kanssa. Kuosmanen on aloittanut Visit Levillä marraskuun lopulla ja kertoo päätyneensä alalle koronan myötä ja kertoo Levin brändin aina kiinnostaneen häntä. Kysyttäessä ruokamatkailusta Kuosmanen kertoo, että kysyntää on enemmän mitä on tarjontaa. Näkee todella paljon potentiaalia varsinkin keski-Euroopan asiakkaille. Hän vertaa, että Levin kannattaisi keskittyä siihen, miten Levi eroaa Alpeista. Täytyisi korostaa Levin tarjonnassa sitä, miten eroamme Alppien tarjonnasta. Kuosmanen sanoo, että puuttuu intohimoisia yrittäjiä, jotka haluaisivat tuoda elämyksien kautta tuoda ruoan asiakkaille, esimerkiksi osallistamisen kautta. Kuosmanen kertoo, että asiakkaat jakautuvat kohderyhmittäin. Eri sesonkeina asiakasryhmät ovat erittäin erilaisia. Kansainväliset asiakkaat painottuvat keskitalveen. Suomalaisen ja ulkomaalaisten matkailijoiden kysyntä on todella erilaisia. Suomalaiset ovat selkeästi itsenäisempiä kuin ulkomaalaiset. Aktiiviset tarjonnat ovat enemmän ulkomaalaisten mieleen. Suomalaiset ovat enemmän itsenäisempiä. Ulkomaalaisten pääpaino on saksankieliset maat sekä tällä kaudella Ranskan matkailijat ovat lisääntyneet. Levin nykytilanteesta Kuosmanen kertoo, että nykykesä on ollut paras sesonki tähän mennessä ja kasvu on todella iso. Paljon on meneillään kehitys kampanjoita ja pyritään rakentamaan vahvemmin lumetonta aikaa. Kertoo kuitenkin, että suomalaisten panos on pienentyvää, jonka syyksi Kuosmanen epäilee vaikeaa taloudellista tilannetta. Kysyttäessä Levin puutteista Kuosmanen kertoo sen oleva vaikea kysymys, mutta osaa kuitenkin kertoa, että kehitettävää voisi olla ohjelmapalveluiden ja aktiivien moniaisuudessa. Hän myös kertoo, että ongelmia teettää, että moni yritys sulkee ovensa kesäksi ja se vaikeuttaa kesän markkinointi. Hän kuvailee ongelmaa muna - kana ongelmaksi ja kertoo

tilanteen olevan hieman vaikea kesäisin, kun palvelun tarjoajia ei ole vaikka olisi kysyntää. Ei voisi myydä mitään touko-kesäkuussa.

Kysyttäessä kumpikaan haastateltavista ei ollut tietoisia Hungry for Finlandista eikä heidän toiminnastaan. Sen takia myös ruokamatkailu strategia ei ollut heille tuttu. Visit Finland oli heille molemmille tuttu ja Kuosmanen kertoo, että Visit Levi tekee heidän kanssaan paljon kehitys työtä ja koustavat heidän kanssaan säännöllisesti erilaisista projekteista.

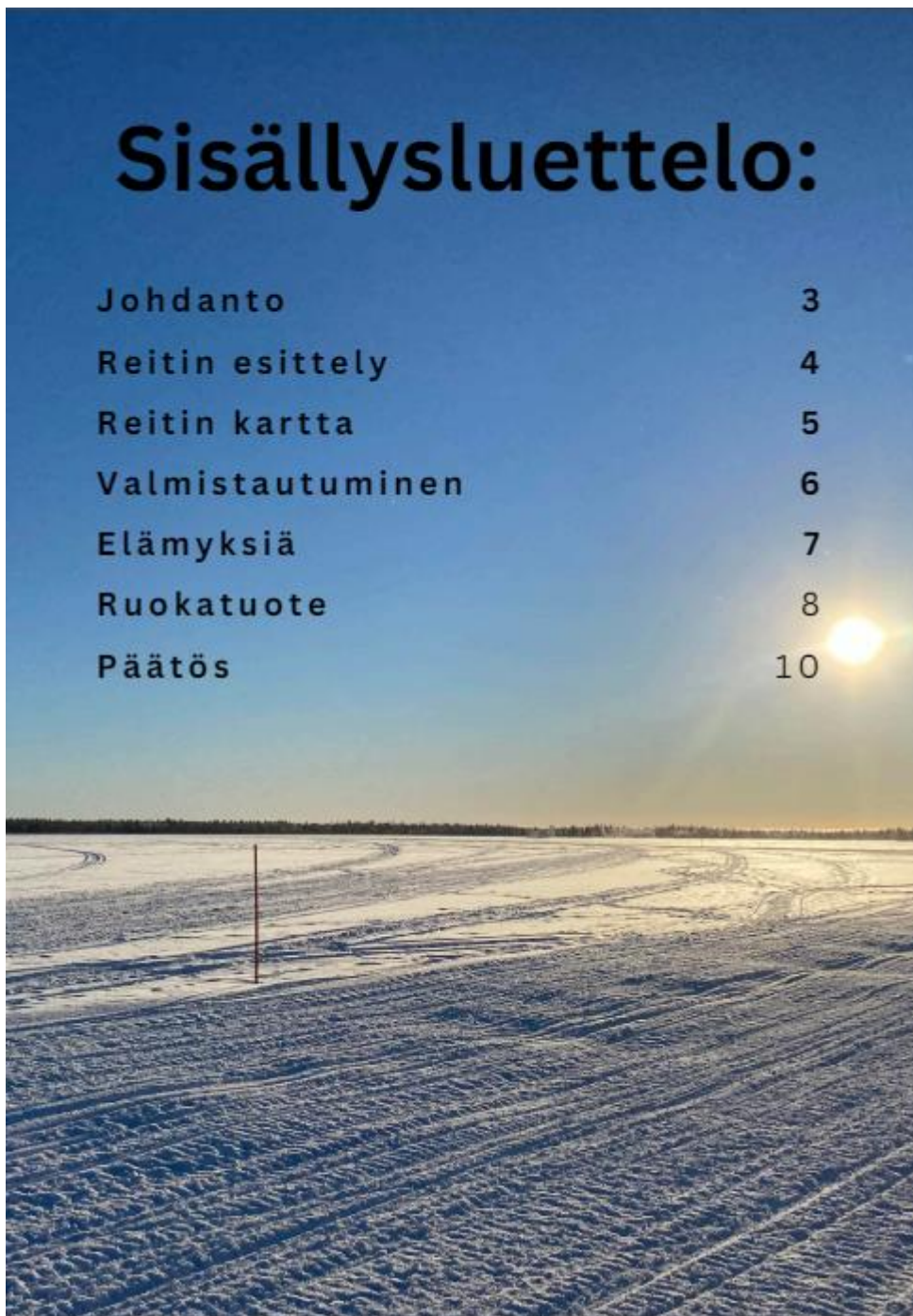
6 Oppaan suunnittelu ja toteutus

Produktin sisällön tärkeimmät tiedot koostuvat haastatteluista saaduilla sekä tietoperustan lähteistä. Tietoa on kerätty myös ei osallistavaa havainnointia, johon sisältyy myös oma tietämys ja ammattitaidon hyväksikäyttö. Oppaan luomiseen käytettiin Canva sovellusta, joka toimi tässä tilanteessa paremmin, kuin esimerkiksi PowerPoint. Oppaaseen suunniteltiin, että siitä löytyisi suunniteltu reitti, mitä tarvitset reitille mukaan ja myös reitin muista palveluista. Opas on kohdistettu tuleville asiakkaille.

Lopputulokseksi muodostui: "Ruokaelämys pyöräillen Levillä. Opas ruoka- sekä pyörämatkailuun alueella." Opas vietiin pdf -tiedosto muotoon ja sivumääriä siihen tuli 9. Pdf on jaossa julkisen linkin avulla, ja on valmiiksi tulostuskelpoinen. Linkki oppaaseen: https://www.canva.com/design/DAGFlqO2LU8/NVLMrGnJTLYPsmPUJtTSRw/view?utm_content=DAGFlqO2LU8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor Oppaasta löytyy seuraavat tiedot (Kuva 9.)

Sisällysluettelo:

Johdanto	3
Reitin esittely	4
Reitin kartta	5
Valmistautuminen	6
Elämyksiä	7
Ruokatuote	8
Päätös	10



(Kuva 9. Oppaan sisällysluettelo.)

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Työ alkoi, kun idea työstää opintojaksotehtävää opinnäytetyöksi tuli. Työ lähti etenemään alkuun aika hitaasti. Ongelmaksi tuli vahvasti aikataulu ja lopuksi työ valmistuikin todella nopealla aikataululla. Arvioin tässä luvussa työnteko prosessia ja omaa oppimista produktin aikana. Käyn läpi mahdollisia jatkokehitys ideoita sekä työn arviointia.

7.1 Opinnäytetyön prosessin arviointi ja oma oppiminen

Opinnäytetyö prosessi lähti käyntiin talvella 2023, kun aihe-ehdotus hyväksyttiin. Sen jälkeen työ eteni seuraavan kerran vasta syksyn puolella. Syksyllä alkoi aikatauluttaminen ja suunnitelman tekeminen. Työ tuntui alusta asti erittäin kiinnostavalta ja tiesin, että opinnäytetyö prosessi tulee olemaan itselle mieluinen. Tietoperustan kerääminen sujui helposti ja tietoa löytyi paljon sekä helposti.

Työn aikatauluttaminen oli haastavaa, koska suoritin samanaikaisesti paljon muitakin kursseja. En pysynyt suunnittelemassani suunnitelmassa, mutta loppujen lopuksi olen tyytyväinen, miten työ eteni aina, kun sitä sai tehtyä. Työn tekemistä helpotti suuresti se, että alusta asti itsellä oli suhteellisen selkeä visio mitä olen tekemässä ja miten sen haluan tehdä. Ainoat ongelmat olivat aiheen rajauksessa, että mitä kaikkea haluan työhön sisällyttää.

Tämän työn tekeminen laajensi omaa tietämystäni ruoka- ja pyörämatkailusta. Kiinnostuin vain ennestä enemmän elämyksen rakentamisesta. Sain myös realistisemmän kuvan, minkälaisessa tilanteessa Suomen matkailu on nykyään ja jopa yllättynyt, että monella paikalla menee nyt paremmin, kuin ennen koronaa.

Opin produktin aikana paljon omasta työskentelystä. Oli mieluista huomata, että pystyin kirjoittamaan työn nopeasti ja tehokkaasti. Koen oppineeni enemmän tutkimuksen tekemisestä sekä tietojen käsittelystä. Opin myös paljon tällaisen isomman kirjoitus projektin etenemisestä.

Jatkokehitystä lähtisin tekemään siten, että pyrittäisiin saamaan ruokamatkailu hanketta vahvemmin Levin alueelle. Pyrittäisiin kannustamaan yrittäjiä pitämään yrityksiä auki myös hiljaisten sesonkien aikana, jotta hiljaisia sesonkeja voitaisiin myös markkinoida. Lähtisin myös kehittämään enemmän osallistavaa ruokakokemusta. Siten ruokailutilanteen elämysarvoa saadaan nostettua vahvemmin esille ja asiakkaat oppivat myös paremmin paikallisuudesta ja Suomesta. Siten pikkuhiljaa saadaan Suomea vahvemmin maailman tunnettavuuteen.

Lähteet

Adamsson, K. & Havas, K. & Moilanen, T. 2020. Suomen ruokamatkailu strategia esitys 2020–2028. Luettu: 5.5.2024 Luettavissa: <https://www.hungryforfinland.fi/files/2021/11/Ruokamatkailustrategia-esitys-2020-2028.pdf>

Pyörämatkailututkimus. Ellare Oy 2020. Luettu: 12.5.2024 Luettavissa: [Tuotteistamiswebinaari \(squarespace.com\)](https://www.squarespace.com)

Spoken. Liisa Näpärä 2017. Haastattelun lajityypit. Luettu: 7.5.2024 Luettavissa: <https://spoken.fi/haastattelun-lajityypit/>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2022. Yhdessä enemmän – Kestävää kasvua ja uudistamista Suomen matkailuun. Luettu 13.3.2024. Luettavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/90165564/Suomen+matkailustrategia+2022-2028+ja+toimenpiteet+2022-2023.pdf/257e026c-e54b-456a-f536-f3e977036292/Suomen+matkailustrategia+2022-2028+ja+toimenpiteet+2022-2023.pdf?t=1659087181235>

Työ- ja elinkeinoministeriö. Matkailun talousvaikutukset. Luettu: 7.3.2024. Luettavissa: <https://tem.fi/matkailu-lukuina>

Lapin Panimo. Tuotteet. Luettu: 9.5.2024 Luettavissa: <https://lapinpanimo.fi/oluet/>

Levi. Polje vapauteen. Luettu: 12.5.2024 Luettavissa: [Pyöräily \(levi.fi\)](https://www.levi.fi)

Matkailun edistämiskeskus (MEK). 2.1.2024. Matkailu Suomessa- Luonto, kulttuuri ja unelmien. Luettu: 13.3.2024. Luettavissa: <https://mek.fi/matkailu-suomessa-luonto-kulttuuri-ja-unelmien-kohdeet/>

Valtioneuvosto. Suomi-kuva on myötätulessa, 2020. Luettu:13.5.2024 Luettavissa: <https://valtioneuvosto.fi/-/suomi-kuva-on-myotatulessa>

Visit Finland. 27.2.2024. Ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä 10 % edellisvuotta enemmän tammikuussa 2024. Luettu:1.3.2024. Luettavissa:<https://www.visitfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2024/ulkomaisten-matkailijoiden-yopymisia-10--edellisvuotta-enemman-tammikuussa-2024>

Visit Finland. Ruoka kuuluu jokaiseen matkaan. Luettu: 4.5.2024. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/tuotekehitysteemat/ruokamatkailu>

Visit Finland. Ruokamatkailun tuotesuosituksset 2020. Luettu: 5.5.2024 Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4a8317/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/visit_finland_ruokamatkailun_tuotesuosituksset_2020.pdf

World Food Travel Association. 2022. What is food tourism? Luettu: 4.5.2024. Luettavissa: <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism>

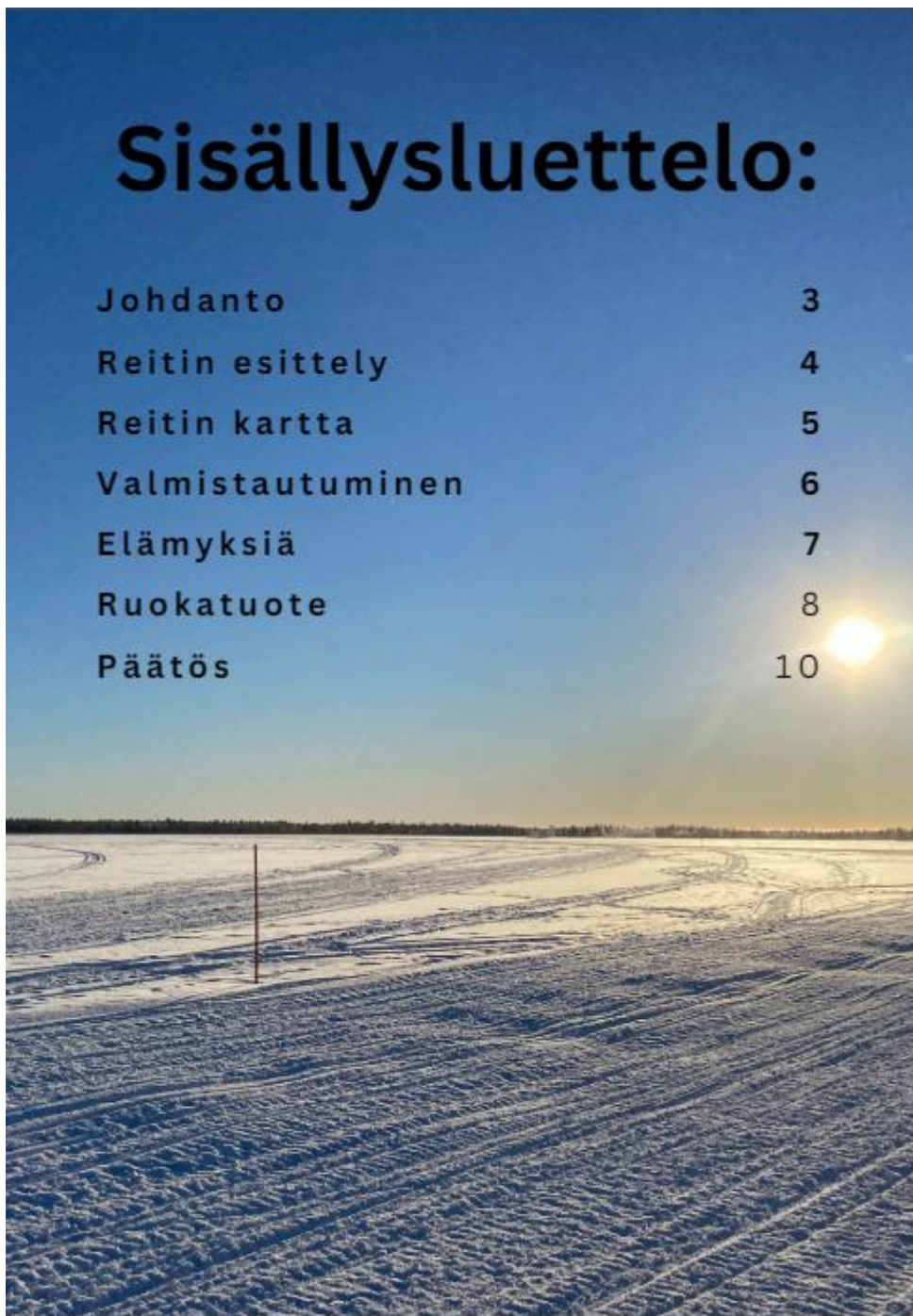
Liitteet

Liite 1. Opas



Sisällysluettelo:

Johdanto	3
Reitin esittely	4
Reitin kartta	5
Valmistautuminen	6
Elämyksiä	7
Ruokatuote	8
Päätös	10



Levin maut pyöräillen

Hei sinä ruoan ja pyöräilyn ystävä!

Levin alueelta sinun on mahdollista löytää kaikki mitä tarvitset. Alueelta löydät laajasti aktiviteettejä, kaunista luontoa ja upeaa ruokakulttuuria.

Tämä opas kertoo sinulle tiivistettynä tietoa ruokamatkailureitistä Levin ympäri. Opas on luotu osana Haaga-Helian ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä.

Levin alue tarjoaa sinulle upean luonnon. Pääset nauttimaan siitä talvisin revontulien ja kesäisin valoisien öiden kanssa.

Matkalla pääset kokemaan upeita ruokaelämyksiä ja pääset tutustumaan kulttuuriin ja paikallisuuteen uudella tavalla.

Reitti

Reitti sijoittuu Sirkan kuntaan Leville. Reitin nimi on Levin reitti ja sen varrelle on hyvin palveluita. Reitti on vaihtelevaa maastoa ja parhaat kuukaudet ovat kesä-syyskuut. Reitti on 18 km pitkä ja on suunniteltu kuljettavan yhden päivän aikana. Reitin voi aloittaa joko Sammuntuvalta tai Hullu Poro arenan edestä. Reitin matkalle on suunniteltu pysähdys laavulla, jossa on mahdollista syödä välipalaa.

Reitti on siis rengasreitti ja se on merkattu keskivaativaksi. Nousua on 236m ja laskua 238m.

Reitin arvioitu matka-aika on 2h.

Reitin kartta



Kuvat: outdooractive.fi

Valmistautuminen

Saapuminen Leville onnistuu helposti autolla tai julkisten avulla. Helsingistä Leville pääsee junalla Kolariin, josta kulkee bussit loppumatkan.

Pyöräily varusteita on mahdollista vuokrata Leviltä, jos omia varusteita ei löydy tai niiden kanssa on vaikea matkustaa. Maastopyörän päivävuokra on 43 € ilman kypärää.

Tarvittavat varusteet vaihtelevat suuresti riippuen säästä. Tärkeimpiä on kuitenkin pyörä, kypärä, hanskat, pyöräilykengät tai muut aktiviteettiin sopivat, vesipullo, eväitä ja reppu. Vaatetus on suositeltavaa valita sään mukaisesti. Muita varusteita voisi olla aurinkorasva, aurinkolasit ja ensiaputarvikkeet.

Elämykset

Ruokailu

Tuotepakettiin on suunniteltu valmis ruokamenu, joka nautitaan Sammuntuvan tiloissa kierroksen jälkeen. Menu on rakennettu paikallisuutta kunnioittaen.

Tekemistä

Sammuntuvalla voit myös tutustua poroihin, käydä poroajelulla, vieraila museossa, kokea porokasteen tai saunoa. Saunojakin löytyy kolme joista valita. Talvisin saunomisen jälkeen on mahdollista käväistä avannossa.

Majoittuminen

Sammuntuvan tiloissa on mahdollista myös majoittua. Tiloihin mahtuu n. 16 henkeä nukkumaan kerralla.

Taalontie 160, 99130, Levi

Ruokatuotteet



Alkuruoka:
Mustikkagraavattu
Lapintaimen & Lapin rieskaa



Pääruoka:
Poron sisäfilee, palsternakka
peruna pyre, karpalo
punaviini kastike ja rapeaa
naurista



Jälkiruoka:
Leipäjuustoa,
lakkajäätelöä ja
paahdettua
valkosuklaata



Kuvat: Sammuntupa.fi

Päätös

Hei!

Toivottavasti oppaasta oli apua juuri sinulle.
Toivon, että nyt voit kevyemmin mielin varata
itsellesi unelmien pyörämatkan Leville.

Kiitos, että olet tutustunut kehittämäni oppaaseen
ja reittiin. Tämä opas esitteli vain yhden upeista
reiteistä Suomessa, joten haluan kannustaa
tutustumaan myös muihin kohteisiin.

Terveisin,

Jenna Tiainen

Lähteet

Sammuntupa

https://sammuntupa.fi/fi_FI/etusivun-paakuva-alueen-kuvat-ja-tuotteet/pihapiiri

Levi.fi

<https://www.levi.fi/>

Outdooractive

<https://www.outdooractive.fi/fi/>

Levi.fi vuokraamot

<https://www.levi.fi/palvelut/zero-pointin-vuokraamo/>

Liite 2. Haastattelu runko

Kerro hieman kuka olet ja mitä teet kyseisessä yrityksessä?
Miten olet päätenyt alalle/nykyiseen työtehtävääsi?
Miten työssäsi näkyy ruokamatkailu?
Kuinka potentiaalisena ruokamatkailu alueena näet Levin?
Miksi matkailijat valitsevat juuri Levin mielestäsi? Mitkä ovat Levin vahvuudet?
Ketkä ovat yleisempiä asiakkaita?
Eroaako suomalaisten ja ulkomaalaisten kysyntä toisistaan?
Minkälaista yhteistyötä yrityksenne tekee muiden kanssa?
Millainen Levin nykytilanne on mielestäsi?
Onko Suomen ruokamatkailu strategia juttu? Onko Hungry for Finland tai Visit Finland tuttu?
Miten sinun mielestäsi matkailua, mutta varsinkin ruokamatkailua voisi kehittää Levin alueella? Miltä näyttää alueen tulevaisuus?
Mitä palveluita Leviltä puuttuu sinun mielestäsi?
Miten työssäsi näkyy pyörämatkailua?
Kuinka potentiaalisena pyörämatkailu alueena näet Levin?
Onko mielestäsi alueella sopivia palveluita pyörämatkailuun?
Mikä on Levin vahvuus alueena?
Miten olisitte valmiita edistämään alueen matkailua?
Kuinka paljon teillä käy asiakkaita hiljaisen sesongin aikana?