

LAADUKASTA LÄHIRUOKAA JA LAAJAA YHTEISTYÖTÄ – ALUEEN PALVELURAKENTEISIIN SYYTÄ PANOSTAA

Matkailija tai tapahtumakävijä ei välttämättä tule ajatelleeksi etukäteen kohdealueen palvelurakennetta. Kuitenkin palvelurakenteella ja -tarjonnalla on selkeästi merkitystä tarjotessamme elämyspalveluja niin alueen ihmisille kuin vierailijoillekin. Lähiruoka on vahvasti esillä erilaisissa politiikkaohjelmissa. Millä tavalla välitämme ruokaelämyksiä vierailijoille ja oman maakunnan asukkaille? Minkälaisia ruokaelämyksiä Etelä-Savossa on tarjolla? Helsingin kauppakorkeakoulun Pienyrityskeskus on ollut mukana yhteispujoismaisessa EXPLORE (*Experiencing local food resources in the Nordic countries*) hankkeessa, jossa tavoitteena oli tuottaa tietoa ruokaelämysten arvoketjuista. Pääpartnerina projektissa on ollut Nordlands Research Institute, Bodø (Norja) ja muina kumppaneina Pienyrityskeskuksen lisäksi Jönköping International Business School (Ruotsi) ja Reykjavikin yliopisto (Islanti). Hankkeen yhtenä rahoittajana on Pohjoismainen innovaatiokeskus (The Nordic Innovation Centre).

Tutkimuskohteena ovat olleet korkeatasoiset maaseuturavintolat Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Islannissa. Suomesta tutkimukseen valittiin kolme eteläsavolaista ravintolaa: Anttolan Hovin Kartano, Kenkävero ja Tertin kartano. Ne sijaitsevat melko lähellä Mikkelin kaupunkia, mutta niiden ympäristö on hyvinkin maaseutumainen. Niitä yhdistää myös kyky havaita uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja siten mukautua toimintaympäristönsä muutoksiin. Yksi osoitus tästä on aktiivinen toiminta 14 matkailuyrityksen muodostamassa ketjussa, Saimaan Charmantit Oy:ssä.

Kaikkia tutkimuksessa mukana olevia maaseuturavintoloita yhdistää kiinnostus ja panostus paikallisiin korkealaatuisiin raaka-aineisiin, joita käytetään vuodenaikojen vaihtelun mukaan. Kenkävero ja Tertin kartano valmistavat myös omia elintarvikkeita. Lisäksi kummankin ravintolan keittiössä käytetään hyväksi itse kasvatettuja yrtejä, salaatteja ja vihanneksia. Tarjonnassa korostetaan perinteistä ruokaa laadukkaasti ja nykyaikaisesti valmistettuna. Palvelussa pyritään yksinkertaisuuteen ja leppoisuuteen.

Liiketoimintamallit

Ravintolaliiketoiminnassa asiakkaalle syntyvä arvo on yhdistelmä tuotetta ja palvelua. Pohjoismaisissa maaseuturavintoloissa on havaittavissa suuntaus, joka siirtää huomiota lautasesta ja aterialta kohti asiakkaan kokonaisvaltaista kokemusta ravintolavierailun aikana ja myös sen jälkeen. Tämä on johtanut strategiaan ja operationaalisiin muutoksiin ravintoloiden liiketoimintamalleissa. Laadun merkityksen muutos näkyy suurempana kiinnostuksena paikallisia raaka-aineita ja reseptejä kohtaan. Tämä vaikuttaa kustannuksiin ja raaka-ainetarjonnan monipuolisuuteen sekä logistiikkaan ja tavarantoimittajasuhteisiin. Asiakstarjonnan laajeneminen varsinaisesta aterialta kokonaisvaltaiseen ravintolavierailuun vaatii ravintolanpitäjältä laajempaa verkostoa ja uusia kumppaneita.

Yrittäjät ovat yhä enemmän tietoisia välttämättömyydestä tuottaa asiakkaille lisäarvoa yhdistämällä ravintolapalveluihin erilaisia elämyksiä. Tutkimuksessa esiin tulleet tyypilliset elämykset liittyvät joko itse ruokailukokemukseen tai sitä täydentäviin palveluihin. Esimerkiksi Tertin kartanossa isäntä tai kokki esittelee tarjolla olevia ruokalajeja, kun taas ruotsalainen ravintola 50 Kvadrat järjestää yhdelle asiakasryhmälle ruoanvalmistusillan yhdessä huippukokin kanssa. Lähes kaikki tutkitut ravintolat tarjoavat paketteja, joihin sisältyy myös majoitusta, teatterinäytöksiä tai muita paikallisia palveluja. Tutkituista

11 maaseuturavintolasta vain yksi toimi puhtaasti ravintolana. Kaikilla suomalaisilla ravintoloilla on yhteistyötä paikallisten elämystuottajien kanssa. Tässä mielessä myös mielikuva ravintolayrittäjästä on muuttumassa.

Ravintolayrittäjien vetovoima asiakkaiden silmissä voi kasvaa liittoutumien ja kumppanuuksien avulla. Esimerkiksi Saimaan Charmanttien verkosto Suomessa kykenee markkinoimaan kohteitaan näyttävästi valtakunnallisessa päivälehdissä. Lisäksi se pyrkii edistämään jäsentensä brändi-mielikuvia tarinankerronnan kautta. Kulinariska Gotland verkosto Ruotsissa mahdollistaa jäsenravintoloilleen vahvemman neuvotteluaseman suurten toimittajien keskuudessa, mutta motivoi myös jäseniään jatkuvaan kehittämiseen ja liiketoiminnan vahvistamiseen keskinäisen oppimisen avulla. Norjassa ja Islannissa vastaava verkosto käsittää sekä paikallisia ravintoloita, tavarantoimittajia että muita yhteistyötahoja, jotka yhdessä pyrkivät parantamaan alueen tunnettua. Verkostoituminen on tärkeää maaseuturavintoloille, jotka sijaitsevat syrjäisissä paikoissa kaukana suurista keskuksista ja asiakasvirroista. Siihen liittyvät strategiset päätökset tarjonnasta ja yhteistyökumppaneista vaikuttavat paitsi yrityksen menestykseen myös kumppaneiden ja toimittajien taloudelliseen tilanteeseen.

Arvontuottamistapojen perusteella tutkimuksen ravintolat voitiin jakaa ruokailukokemuksen (gourmet, perinteinen, yksinkertainen) ja asiakkaan sijainnin perusteella (paikalliset asiakkaat, vierailijat) erilaistajiin. Kaikki suomalaiset ravintolat olivat tehneet tietoisin päätöksin olla viittaamatta gourmet-ruokailuun. Sen sijaan haluttiin pitäytyä perinteisessä juhlaruoassa ja tuoda siihen nykyaikaisia vivahteita.

Ravintoloiden arvoketju

Korkeatasoisten maaseuturavintoloiden arvoketjusta löydettiin viisi johtamisen haastetta. Haasteita ovat kausiluonteisuus, paikallinen ainutlaatuisuus, tuottajaverkoston (arvoketjun) rakentaminen, täydentävät palvelut ja elämykset sekä myyntityöstämisen mekanismit. Pohjoismaissa vuodenaikojen vaihtelun vuoksi kysyntä ja tarjonta ovat voimakkaasti kausiluonteisia, mikä vaikuttaa sekä matkailukauden pituuteen että paikallisten tuotteiden kasvukauteen. Paikallisuutta korostettiin sekä Anttolan Hovin Kartanossa, Kenkäverossa että Tertin kartanossa. Paikallisuudesta haetaan ainutlaatuisuutta ja kilpailuetua, toisaalta itse ruoan ja siihen liittyvien perinteiden avulla, toisaalta käyttämällä ravintolan sijaintia historiallisessa rakennuksessa tai paikallista muotoilua ja taidetta yhdistävänä tekijänä paikallisuuteen. Näitä vaikutteita Tertin kartanossa vahvistetaan edelleen ruokailun aikana, jolloin isäntä voi kertoa paikkaan tai ruokaan liittyviä tarinoita. Kenkäverossa näyttelytilan muotoilu ja taide tuovat paikallista ainutlaatuisuutta esiin. Voimakas vaikutus saadaan aikaan yhdistämällä paikan, kulttuurin ja ruoka-aineiden ainutlaatuisuus ja viestimällä siitä kaikkien viiden aistin avulla.

Lähtökohtaisesti paikallisilla raaka-aine- ja elintarviketuottajilla ei ole ollut juurikaan kokemusta korkeatasoisten ravintoloiden palvelemisesta. Haasteita on ilmennyt tuottajien kyvyssä toimittaa riittävän korkeatasoisia raaka-aineita ja räätälöidä tuotteitaan ja valmiudessa tehdä kokeiluja ja tuottaa vaihtelevia valikoimia. Yhteistyö vaatii ravintoloilta tiivistä kanssakäymistä tuottajien kanssa sekä tuottajilta yhteistyötä jopa kilpailijoiden kesken. Paikallisten tuottajien verkoston laajuus vaihtelee suuresti. Suomalaisten ravintoloiden yhteistyö kymmenien paikallisten elintarviketuottajien kanssa on koettu molemmin puolin erittäin hedelmälliseksi.

Täydentävien palvelujen ja elämysten onnistunut varmistaminen koettiin myös haasteelliseksi. Ravintolat, joiden läheisyydessä on täydentäviä palveluja, voivat keskittyä ruokailukokemukseen ja sen kehittämiseen eikä niiden tarvitse huolehtia täydentävistä palveluista. Kaikki eteläsavolaiset ravintolat sijaitsevat kohtuullisen matkan päässä täydentävistä palveluista ja niillä onkin useita yhteistyökumppaneita erityisesti elämystarjonnan puolella.

Myynninedistämisen järjestäminen esimerkiksi palveluntarjoajien verkostona auttaa paikallisten erityispiirteiden esiin tuomisessa. Nämä verkostot houkuttelevat henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneita kohteen ainutlaatuisuudesta ruoka mukaan lukien. Verkostot ovat seurausta paikallisten ja kansallisten viranomaisten tietoisesta toiminnasta. Suomessa idea Saimaan Charmanttien verkostosta on saanut alkunsa EU:n hanketoiminnan piirissä, mutta toteutunut jäsenten vahvan sitoutumisen ja yhteisten ponnistelujen kautta.

Tarkasteltaessa korkealaatuisten maaseuturavintoloiden merkitystä alueen elinkeinotoiminnassa ei mistään Pohjoismaasta löytynyt politiikka toimenpiteitä, mitkä olisivat suoraan suunnattu maaseuturavintoloihin. Sen sijaan epäsuoria toimia löytyi monelta rintamalta. Etelä-Savon kannalta merkittävimmät ovat olleet verkostoitumishankkeet, jotka ovat edesauttaneet Saimaan Charmantit Oy:n syntymiseen. Vaikka matkailu nähdään tärkeänä kaikille tutkimuksessa mukana olleille alueelle ja kolme neljästä matkailijasta nimeää ruokaelämykset yhdeksi tärkeimmistä alueella vierailemisen syistä, ei suoria politiikkatoimenpiteitä ole suunnattu tähän sektoriin. Maaseuturavintoloiden toiminnan edistämiseen suunnattuja epäsuoria politiikkatoimenpiteitä olivat verkostoitumisen edistäminen, kasvusopimusten tekeminen (Islanti) ja erilaiset ruokaan liittyvät innovaatio- ja kehittämishjelmat. Poliittikkatoimenpiteiden positiiviset vaikutukset saadaan kuitenkin esille vain, jos alueen yrittäjät ja muut toimijat innostuvat ja sitoutuvat yhteisiin päämääriin ja toimivat yhteistyössä. Matkailututkimuksessa olisi kuitenkin syytä kiinnittää enemmän huomiota palvelurakenteisiin ja niiden mielikuvavaikutuksiin.

Konkreettisenä toimenpide-ehdotuksena eteläsavolaisten ruokaelämysten edistämiseksi kehitimme tutkimuksessa esitettyjen ongelmien perusteella yhden hypoteettisen toimintamallin. Useat paikalliset tuottajat olivat huolissaan pienistä volyymeista ja korkeista kuljetuskustannuksista. Toisaalta he olivat tyytyväisiä laadukkaiden ravintoloiden kanssa tehtävään yhteistyöhön, sillä se kohensi heidän imagoaan. Ratkaisuna pieniin tuotantomääriin ja korkeisiin kuljetuskustannuksiin voisi olla yhteinen alueen elämyspalvelujen tuottajien näyteikkuna pääkaupunkiseudulla. Maakuntaliitto voisi olla aloitteellinen tällaisen tilan järjestämisessä esim. Tikkurilaan hyvien ratayhteyksien saavutettavaksi ja myös lähelle lentoasemaa. Tässä toimitilassa pitäisi olla hyvät puitteet ruokatarvikkeiden varastointiin ja myyntiin. Alueen tuottajat voisivat tuottaa suurempia määriä ja käyttää hyväksi yhteiskuljetuksia rautateitse. Tapahtumajärjestäjät hyötyisivät siitä, että tietoisuus alueen palvelutarjonnasta lisääntyy ja ravintolat ja muut palveluntarjoajat saisivat tätä kautta lisää asiakkaita.

Lisätiedot:

Professori Markku Virtanen, markku.virtanen@pyk.hkkk.fi, +358 40 754 5539

Vanhempi tutkija Sinikka Mynttinen, sinikka.mynttinen@pyk.hkkk.fi, +358 50 496 5227