

OPINNÄYTETYÖ
MARJO FINNBERG,
JONNA KARPPINEN
2012

**MERI-LAPIN RAVINTOLOIDEN KILPAILIJA-
ANALYYSI JA RAVINTOLAN
PERUSTAMISEN LÄHTÖKOHDAT**



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences
LUC

HOTELLI- JA RAVINTOLA-ALAN
KOULUTUSOHJELMA

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU
MAJOITUS-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA
Hotelli- ja ravintola-ala

Opinnäytetyö

**MERI-LAPIN RAVINTOLOIDEN KILPAILIJA-ANALYYSI
JA RAVINTOLAN PERUSTAMISEN LÄHTÖKOHDAT**

Marjo Finnberg
Jonna Karppinen

2012

Marja Tolonen-Martikainen ja Merja Vankka

Hyväksytty _____ 2012 _____

Tekijät	Marjo Finnberg, Jonna Karppinen	Vuosi	2012
Toimeksiantaja			
Työn nimi	Meri-Lapin ravintoloiden kilpailija-analyysi ja ravintolan perustamisen lähtökohdat		
Sivu- ja liitemäärä	59+3		

Opinnäytetyömme tavoitteena oli selvittää mitä ravintoloita Meri-Lapin alueella on, ja mitkä voisivat olla tulevia kilpailijoitamme. Tavoitteenamme oli myös kartoittaa millaisille ravintolayrityksille voisi olla markkinarakoa, ja miten ravintola perustetaan.

Perehdyimme ensin ravintolan perustamisen teoriaan, jonka jälkeen teimme kilpailija-analyysin Meri-Lapin alueen ravintoloista. Tarkempaan analyysiin valitsimme neljä mielestämme vahvinta Meri-Lapin ravintolaa, joita analysoimme omien kokemusten ja vapaan havainnoinnin avulla.

Haastattelimme Kemin elinkeinopalveluiden kehittämiskoordinaattori Jani Koskela. Teemahaastattelusta saimme asiantuntijan näkemyksen Meri-Lapin alueen ravintolatarjonnan nykytilasta ja kehitystarpeista.

Teimme myös Internetin kautta kyselyn Meri-Lapin alueen asukkaille. 101 Vastauksista saimme selville asukkaiden ravintolakäyntitiheyden ja heidän näkemyksiään alueen ravintolatarjonnan riittävydestä, kehitystarpeista ja palvelun laadusta.

Opinnäytetyön tuloksina oli, että alueen ravintolatarjonta on määrältään laaja verrattuna alueen asukaslukuun, mutta suuri osa asukkaista käyttää ruokaravintolapalveluita suhteellisen harvoin. Selvisi myös, että ravintolatarjonnan kehittämisen, palvelun laadun ja ravintolakäyntitiheyden muuttamisen lisäksi pitäisi saada muutettua myös alueen asukkaiden asenteita ravintopalveluiden käyttämisestä myönteisempään suuntaan.

Työn tuloksina syntyi monia liikeideoita ja ravintolakonsepteja, mitä Meri-Lapin alueelle tarvittaisiin. Näistä eniten kannatusta saaneet, mielestämme kannattavimmat ja toteutuskelpoisimmat olivat lapsiperheille suunnattu teemaravintola sekä bistro-tyyppinen seurusteluravintola. Mahdollisina Meri-Lapin alueen tulevana ravintolayrittäjinä aiomme hyödyntää näitä saatuja tuloksia.

Avainsanat

Kilpailija-analyysi, ravintolan perustaminen, Meri-Lappi

Authors Marjo Finnberg, Jonna Karppinen **Year** 2012

Commissioned by
Subject of thesis Competitor Analysis of Restaurants in Sea-Lapland
and the Bases of Restaurant Establishment

Number of pages 59 + 3

The aim of this thesis was to investigate the types of restaurants in the Sea-Lapland area, and which of them could be future competitors of the authors' restaurant. The aim was also to survey what kind of restaurants could have a niche on the market, and how to establish a restaurant.

First, the theory of establishing a restaurant was studied, after which a competitor analysis of restaurants in Sea-Lapland area was made. To make a more accurate analysis, four restaurants that were strongest in Sea-Lapland were chosen. These four restaurants were analysed by the authors' own experiences and free observation.

Development Coordinator Jani Koskela from Kemi Trade and Labour Market Services was interviewed. From this theme interview, expert vision on the restaurant supply's present state and improvement needs in Sea-Lapland was obtained.

Also an Internet survey to inhabitants of Sea-Lapland was made. On the basis of 101 answers, the frequency of using restaurant services and the inhabitants' opinion of the adequacy of the restaurant supply, improvement needs and the level of service in the Sea-Lapland area were clarified.

The results showed that the restaurant supply is quite extensive compared to the population in Sea-Lapland, but the majority of the population uses restaurant services relatively seldom. According to the results, in addition to developing the restaurant supply, improving the quality of service and increasing the frequency of restaurant visits, also the attitudes of Sea-Lapland population toward using restaurant services must be changed.

Many business ideas and restaurant concepts that could be needed in Sea-Lapland resulted from the study. The most profitable and executable business ideas in the authors' opinion are a theme restaurant for families and a bistro type of socializing restaurant. These research results will be used in authors' future as restaurant owners in Sea-Lapland.

Key words Competitor analysis, establishment of a restaurant,
Sea-Lapland

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 RAVINTOLAYRITYKSEN PERUSTAMINEN	2
3 MERI-LAPIN RAVINTOLOIDEN KILPAILIJA-ANALYYSI	9
3.1 KILPAILIJA-ANALYYSI PÄÄTÖKSENTEON TUkena	9
3.2 MERI-LAPIN RAVINTOLOIDEN ANALYSOINTI	15
3.2.1 <i>Alueen ravintolat ja analysointimenetelmät</i>	15
3.2.2 <i>Cafe & Bar Ankkuri</i>	17
3.2.3 <i>Ämmilä</i>	19
3.2.4 <i>Umpitunneli</i>	22
3.2.5 <i>Ikean ravintola</i>	23
4 KEHITTÄMISKOORDINAATTORIN HAASTATTELU	26
4.1 HAASTATTELU AINEISTONHANKINTAMENETELMÄNÄ	26
4.2 KOSKELAN HAASTATTELUN TULOKSET	29
5 KYSELY JA TULOKSET	35
5.1 KYSELYN TOTEUTTAMINEN JA VASTAAJIEN TAUSTATIEDOT	35
5.2 MERI-LAPIN RAVINTOLOIDEN KÄYTTÖTIHEYS JA TOIVOTUT PALVELUT	39
5.3 AVOIMET KYSYMYKSET	43
5.4 KYSELYN TULOKSIEN RISTIINTAULUKOINTI	45
6 YHTEENVETO SWOT-ANALYYSIN AVULLA	49
7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	53
LÄHTEET	56

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Taulukko 1. Analysointiprosessi (Kamensky 2004, 122).....	9
Taulukko 2. Etniset-, pikaruoka- ja muut ravintolat Meri-Lapissa.....	16
Taulukko 3. Lounasravintolat, kahvilat ja konditoriat Meri-Lapissa.	16
Taulukko 4. SWOT –analyysi Meri-Lapin ravintolatarjonnasta.	52
Kuva 1. Cafe & Bar Ankkuri (Merihovi 2012a).	17
Kuva 2. Cafe & Bar Ankkuri (Merihovi 2012a).	18
Kuva 3. Ämmilä (Ämmilä 2012c).....	20
Kuva 4. Ämmilä (Ämmilä 2012c).....	20
Kuva 5. Umpitunneli (Nousiainen 2010).	23
Kuva 6. Ikean ravintola (Gemzell 2011).....	24
Kuvio 1. Vastaajien sukupuolijakauma (n=101).	36
Kuvio 2. Vastaajien ikäjakauma (n=101).....	36
Kuvio 3. Vastaajien ruokakunnan tyyppi (n=101).....	37
Kuvio 4. Vastaajien asuinpaikka (n=101).....	38
Kuvio 5. Vastaajien käyntitiheys ravintoloissa Meri-Lapin alueella (n=101). .	39
Kuvio 6. Toivottuja ravintoloita Meri-Lapin alueelle (n=101).	41
Kuvio 7. Toivotut palvelut ja/tai arvot ravintoloissa (n=101).....	42
Kuvio 8. Lapsiystävällisyyden arvostus vastaajien kesken.	46
Kuvio 9. Á la Carte ravintoloiden käyttö sukupuolittain.	47
Kuvio 10. Á la Carte ravintoloiden käyttö ikäryhmittäin.	48

1 JOHDANTO

Teimme kilpailija-analyysin Meri-Lapin alueen ravintoloista, ja perehdyimme ravintolan perustamiseen. Meri-Lapin alueista otimme tähän tutkimukseen mukaan Kemin, Tornion ja Haaparannan. Rajasimme tutkittavan alueen ulkopuolelle Meri-Lappiin kuuluvat Ylitornion, Tervolan, Simon ja Keminmaan, sillä alueilla ei ole kovin paljon ravintoloita.

Valitsimme tämän aiheen opinnäytetyöhömme, koska olemme kumpikin kiinnostuneita ravintola-alan yrittäjyydestä, ja halusimme laajentaa omaa alan ammattitaitoamme. Haluaisimme perustaa tulevaisuudessa omat ravintolat Meri-Lapin alueelle. Meidän opinnäytetyöllämme ei ole toimeksiantajaa, sillä halusimme tehdä työn itsellemme tulevaisuuttamme ajatellen.

Rajasimme työn käsittelemään vain ruokaravintoloita ja kahviloita. Työn tarkastelun ulkopuolelle jäivät baarit, yökerhot, pubit ja muut pääpainoltaan anniskeluun perustuvat ravintolat, koska meidän tulevat yrityksemme eivät luultavimmin tule kuulumaan näihin kategorioihin.

Meidän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitä ravintoloita alueella on, ja mitkä ovat meidän mahdollisia kilpailijoita Meri-Lapin alueella. Tästä saimme selville millaisia ravintoloita alueelle tarvittaisiin lisää, sekä otimme selvää miten ravintola perustetaan.

2 RAVINTOLAYRITYKSEN PERUSTAMINEN

Jos aikoo yrittäjäksi, täytyy siihen lähtökohtana olla halu ja tahto, sillä yrittäjäksi ryhtymisen täytyy olla huolella harkittu valinta. Ennen yrittäjäksi ryhtymistä on suositeltavaa pohtia eri vaihtoehtoja, omaa riskienottokykyä ja sopivuutta itsenäiseen toimintaan. Yrityksen perustaminen ja menestyminen pohjautuu aina hyvään ja toimivaan liikeideaan. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 13.)

Operatiivisten kykyjen lisäksi yrittäjä tarvitsee kestävyyttä ja sisua sekä sitoutumista ja omistautumista, sillä yrittäjyys on toimintaa vuorokauden ympäri. Työpäivät ovat pitkiä, eikä lomaa voi ottaa paljoa. Yrittäjän täytyy yrittää olla koko ajan oikeassa paikassa oikeaan aikaan, olla ajan tasalla kaikesta tapahtuvasta. Täytyy olla myös hyvin pitkäjänteinen, motivoitunut ja yrittää aina ajatella kaikkia toimiaan tuloslähtöisesti. (Burns 2007, 105.)

Hyvä liikeidea on syntynyt markkinoiden kysynnästä. Osalla idea syntyy siitä, kun kokee työpaikallansa, ettei siellä esimerkiksi osata ottaa kaikkea irti jostain mahdollisuudesta, tai ettei saa sanaansa ja ideaansa siellä kuuluviin. Osa huomaa erilaisia mahdollisuuksia vain seuraamalla markkinoita. Ehkä jokinlaista tuotetta tai palvelua on saatavilla muualta, mutta ei omalta asuinalueeltaan. Myös asiakkaiden kysynnän muutokset, markkinoiden muutokset tai lainsäädännön muutokset voivat tarjota mahdollisuuksia uusille yrittäjille. Monesti ensimmäinen yritys tuotteen tai palvelun kasaan saamiseksi oikealla tavalla saattaa epäonnistua. Tämä vain kertoo sen, miksi pitää olla pitkäjänteinen ja uskoa omaan tuotteeseen tai palveluun. (Burns 2007, 101–102.)

Kun perustetaan uutta yritystä, on hyvä rakentaa strategia huolella. Ensiksi pitää miettiä yrityksen missio, visio ja arvot. Nämä on tarkoitus määrittellä mahdollisimman lyhyesti ja selkeästi. Missio, visio ja arvot määrittelevät miksi yritys on olemassa, missä haluaa yrityksen olevan viiden tai kymmenen vuoden päästä, mikä on liiketoiminnan laajuus, kasvu ja kilpailutilanne, mitkä ovat yrityksen toimintaa ohjaavat periaatteet ja niin edelleen. (Ilmoniemi–Järvensivu–Kyläkallio–Parantainen–Siikavuo 2009, 28.)

Strategian rakentamisessa määritetään yrityksen tavoitteet. Strategiset tavoitteet tulee asettaa eri osa-alueille riittävän haasteellisiksi, mutta toteutettavissa oleviksi. Taloudellisia tavoitteita miettiessä tulee pohtia yrityksen kannattavuutta, eli sitä kuinka paljon yritys tekee tulosta suhteessa liikevaihtoon ja sijoitettuun pääomaan. (Ilmoniemi ym. 2009, 28–29.)

Tavoitteiden saavuttamista pitää seurata ja mitata säännöllisesti. On hyvä määritellä jo etukäteen minkälaisia mittareita aikoo käyttää. Monesti tavoitteet liittyvät myyntiin ja uusien asiakkaiden saamiseen, jolloin esimerkiksi asiakashallinta- ja laskutusjärjestelmät ovat tärkeitä työvälineitä. (Ilmoniemi ym. 2009, 29.)

Yrittäjän täytyy kiinnittää huomiota kilpailukykyynsä kilpailijoidensa rinnalla ja tutustua heidän tuotteisiinsa. Omalla tuotteella pitää olla jokin erottautumistekijä, jonka avulla se voi erottua markkinoilla edukseen ja lisätä kaupallisia menestysmahdollisuuksia. Erottautumistekijä voi olla edullisempi hinta, parempi laatu, parempi käytettävyys, jokin fyysinen ominaisuus, esimerkiksi koko, paino tai väri, ekologinen kestävyys tai parempi ulkoasu. (Yritys-Suomi 2012.)

Yritystä perustettaessa on tärkeä muistaa, että apua on saatavilla paljon. Suomesta löytyy erilaisia julkisia ja yksityisiä koulutus- ja neuvontapalveluita tuottavia organisaatioita, jotka auttavat uusia pienyrittäjiä. Uusi yrittäjä voi saada starttirahaa, jonka tarkoitus on varmistaa toimeentulo ja parantaa työllisyyttä. Starttirahan myöntämisestä päättää työvoimatoimisto, joka käyttää ulkopuolista asiantuntijaa liikeidean kannattavuuden arvioimisessa ja yrittäjäksi aikovan riittävien tietojen ja valmiuksien kartoittamisessa. Starttirahan saamiseksi saatetaan edellyttää jonkin alkaville yrittäjille tarkoitetun koulutuksen tai kurssin suorittamista. (Ilmoniemi ym. 2009, 49–50.) Tuotannollista toimintaa harjoittaville ja palvelualan yrityksille myönnetään myös yrityksen kehittämisavustusta TE-keskukselta, ja pienyrittäjä- ja naisyrittäjälainaa Finnveralta (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 16).

Naisyrittäjälaina on tarkoitettu yrityksille, joissa nainen on päätoiminen johtaja. Naisyrittäjälaina on tarkoitettu käytettäväksi samalla tavalla kuin muutkin yrityslainat, esimerkiksi liiketoimintaan liittyviin investointeihin ja muihin toiminnan aloittamis- ja laajennushankkeisiin. Naisyrittäjälaina voi täydentää esimerkiksi Työ- ja elinkeinoministeriön myöntämää starttirahaa. (Finnvera 2012.) Naisyrittäjälainan etuutena, on se, että se on 0,5 prosenttiyksikköä edullisempi kuin pienlaina, mutta muut lainaehdot ovat samat (Tasa-arvoaltuutettu 2010). Tulevina naisyrittäjinä voisimme hakea naisyrittäjälainaa, jos se sopii meidän tulevaan liiketoimintaan ja sen kokoon. Mielestämme olisi hyvä käyttää hyödyksi naisyrittäjälainaa, koska siinä on vähän paremmat etuudet kuin muissa lainoissa.

Apua tarjoavat TE-keskukset tarjoavat palvelujaan niin yrityksille, yrittäjille kuin yksityisillekin. TE-keskukset kehittävät pk-yritysten toimintaa, edistävät maatalo- ja kalataloutta, maaseutuelinkeinoja ja työmarkkinoiden toimivuutta sekä hoitavat työllisyyttä ja työelämää koskevia asioita. TE-keskuksista asiakas saa neuvontaa yritysidean arviointiin, rahoitukseen, kansainvälistymiseen ja niin edelleen. TE-keskuksista saa myös Patentti- ja rekisterihallituksen sekä keksintöasiamiehen palveluja. TE-keskukset järjestävät yrittäjäkoulutuksia. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 15 ; Työ- ja elinkeinoministeriö 2010.)

Kun uusi yrittäjä on määrittänyt toimivan liikekonseptin, on suotavaa tehdä liiketoimintasuunnitelma ennen virallista yrityksen perustamista. Liiketoimintasuunnitelma jäsentää ja syventää yritystoiminnan kannattavuuden ja menestymisen mahdollisuuksia. Suunnitelmassa kuvataan yrityksen liiketoimintaa, sen lähtökohtia ja tavoitteita. Liiketoimintasuunnitelma ei kuitenkaan ole kuvaus liikeideasta, vaan siinä on tarkoitus tehdä tarkka toimintasuunnitelma miten aiotaan toteuttaa liikeidea käytännössä. Liiketoimintasuunnitelma sisältää seuraavat osa-alueet: yrityksen lähtötilanne, markkinat ja kilpailutilanne, yrityksen tavoitteet ja strategiat, yrityksen eri toimintojen järjestelyt ja kehittämissuunnitelmat, taloudelliset laskelmat sekä tulevaisuuden riskien ja mahdollisuuksien arviointi. (Ilmoniemi ym. 2009, 51.)

Internetistä saa ilmaiseksi ladattua liiketoimintasuunnitelman malleja, joita käyttää hyödyksi. Monien lainojen ja etuuksien saanti edellyttää liiketoimintasuunnitelman tekemistä. On myös olemassa Internet -sivusto, jossa voi tehdä yritykselleen liiketoimintasuunnitelman ja yrityslaskelmia (Liiketoimintasuunnitelma 2012).

Kun tiedetään yrittäjyydestä tarpeeksi perusasioita, on yritystoiminta helpompi aloittaa. Esimerkiksi yrittäjäkursseja järjestetään ympäri Suomea. Myös toimimalla toisen pienyrityksen palveluksessa voi nähdä ja oppia yrittäjyyteen liittyviä asioita. Yrityksen voi perustaa myös yhdessä toisen henkilön kanssa, jolloin esimerkiksi resurssit ovat suuremmat. Toisaalta silloin myös päätöksen teko ja voiton jako voivat olla vaikeampaa. Mikäli päädytään yhteisyritykseen, olisi hyvä käyttää asianajajaa yhteistyösopimusten, yhtiöjärjestyksen ja osakassopimusten laatimisessa, oli sitten valittu yhtiömuoto mikä vain. (Ilmoniemi ym. 2009, 55.)

Oman yrityksen perustamisessa täytyy harkita tarkasti mikä olisi sopivin yhtiömuoto. Vaihtoehtoja ovat yksityinen elinkeinonharjoittaja, kommandiittiyhtiö, avoin yhtiö tai osakeyhtiö. (Ilmoniemi ym. 2009, 55 ; Ouluseutu Yrityspalvelut 2009, 10–14.)

Elinkeinolailla on määritelty joukko elinkeinoja, joiden harjoittamiseen tarvitaan lupa viranomaisilta. Luvan myöntää yleensä se lääninhallitus, jonka alueella elinkeinoa harjoitetaan. Luvan vaatimia elinkeinoja ovat muun muassa alkoholijuomien anniskelu ja vähittäismyynti, autokoulutoiminta, linja-autoliikenteen harjoittaminen, sairaankuljetus, taksi- ja tavaraliikenne ja yksityisen terveydenhuollon palvelut. Luvat tulee hankkia pääsääntöisesti ennen toiminnan aloittamista. On myös elinkeinoja, jotka vaativat erillisen ilmoituksen tekemistä. Tällaisia ovat esimerkiksi asunnon- ja kiinteistönvälitysliikkeet ja työvoiman vuokrausliikkeet. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 71.)

Alkoholijuomien anniskelulupa myönnetään yksityiselle henkilölle, yhtiölle tai yhteisölle, jonka yhtiöjärjestykseen, yhtiösopimukseen tai muuhun vastaavaan asiakirjaan on merkittynä toimialana ravitsemisliikkeen

harjoittaminen. Anniskeluluvat luokitellaan alkoholijuomien valikoiman mukaan enintään 4,7 tilavuusprosenttia alkoholia sisältäviin käymisteitse valmistettuihin juomiin, c-oikeudet, mietoihin enintään 22 tilavuusprosenttia sisältäviin juomiin, b-oikeudet, sekä kaikkiin alkoholijuomiin, a-oikeudet. Anniskelulupa myönnetään täysi-ikäiselle hakijalle, jolla on alkoholijuomien anniskeluun vaadittava luotettavuus, eli koulutus tai työkokemusta, ja joka ei ole konkurssissa eikä hänen toimintakelpoisuuttaan ole rajoitettu. Lupa oikeuttaa anniskelemaan kello 9.00–1.30 välisenä aikana, ja erillisestä jatkoaikahakemuksen myöntämisestä joko 2.30 tai 3.30 asti. Jatkoaikaluvan myöntämiseksi täytyy tarkemmin säädettyjen edellytysten täyttyä. Myös anniskelupaikkaa, anniskelualueita ja vastaavaa hoitajaa koskee erillisiä vaatimuksia. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 71–72.)

Elintarvikealan yrittäjän on haettava elintarvikehuoneiston hyväksymistä, tai tehtävä ilmoitus toiminnan aloittamisesta, ennen kuin voi aloittaa toimintansa. Elintarvikehuoneistolla tarkoitetaan rakennusta, huoneistoa tai muuta ulko- tai sisätilaa, jossa valmistetaan, säilytetään, myydään, tarjoillaan tai muutoin luovutetaan elintarvikkeita. Esimerkiksi myymälät, kioskit ja ravintolat ovat elintarvikehuoneistoja. Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry on laatinut omavalvontasuunnitelman mallin, jonka saa tilattua Restamarkin verkkokaupasta tai puhelimitse. Omavalvontasuunnitelma on liitettävä elintarvikehuoneiston hyväksymishakemukseen, jos sellainen täytyy tehdä. Syyskuun ensimmäisestä päivästä 2011 lähtien ravintolatoiminnan aloittamisesta tarvitsee tehdä vain erillinen kirjallinen ilmoitus valvontaviranomaiselle. Joissakin tapauksissa hyväksyntää on kuitenkin haettava, esimerkiksi jos elintarvikehuoneisto tarvitsee laitoshyväksyntää. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 74–75 ; Evira 2012.)

Huoneisto, jossa ravintolatoimintaa aletaan harjoittaa, täytyy olla myös rakennusvalvontaviraston tähän tarkoitukseen hyväksymä. Esteitä hyväksymiselle voi olla esimerkiksi asemakaavan tai huoneiston suojelumääräys, joka estää tilan muuttamisen vastaamaan ravintolalle asetettuja teknisiä vaatimuksia. Huoneistoon on tehtävä myös palotarkastus ennen toiminnan aloittamista. Yli 50 asiakaspaikan ravintolalla pitää olla myös pelastussuunnitelma. (Kulta 2011.)

Liiketoiminnan aloittamisesta tulee tehdä myös veroviranomaisille ilmoitus, joka on erilainen eri yritysmuodoille. Samalla perustamisilmoituksella ilmoitaudutaan sekä Patentti- ja rekisterihallituksen, PRH, kaupparekisteriin että Verohallinnon rekistereihin. Heti kun perustamisilmoitus on saapunut PRH:lle, verovirastoon, maistraattiin tai TE-keskukseen, yritys saa Y-tunnuksen. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 75–76.)

Jos työnantaja alkaa maksaa säännöllisesti palkkoja, täytyy hänen ilmoittaa verovirastolle perustiedot toiminnastaan, jotta voi tulla rekisteröidyksi työnantajaksi. Työnantajarekisteriin merkitään ne, jotka työllistävät vähintään kaksi työntekijää yhtäjaksoisesti vähintään vuoden ajan. Satunnaisesti palkkoja maksavaa työnantajaa ei yleensä merkitä työnantajarekisteriin, mutta se voi halutessaan rekisteröityä. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 78 ; Verohallinto 2010.)

Jokainen liiketoiminnan harjoittaja, joka myy tavaroita tai palveluita, on arvonlisäverovelvollinen. Tästä poikkeuksena, jos tilikauden voitto on enintään 8500 euroa, ei liiketoiminnan harjoittaja ole arvonlisäverovelvollinen. Jos tilikauden voitto on 8500–22 500 euron välillä, saa elinkeinonharjoittaja tilitettävästä verosta huojennuksen. Arvonlisäverollisen liiketoiminnan aloittamisesta on tehtävä kirjallinen ilmoitus Verohallinnolle. (Työ- ja elinkeinokeskus 2009, 79.)

Jokainen liike- tai ammattitoiminnan harjoittaja on kirjanpitovelvollinen. Kaikkien muiden paitsi ammatinharjoittajien on pidettävä kahdenkertaista kirjanpitoa. Ammatinharjoittajan tilikausi on kalenterivuosi, mutta muilla yrityksillä se on 12 kuukautta. Kirjanpitoon merkitään liiketapahtumina menot, tulot, rahoitustapahtumat sekä niiden oikaisu- ja siirtoerät, ja ne merkitään asian mukaan eri kirjanpitotileille. Kirjanpitomerkinnot on tehtävä selvästi ja pysyvästi. Aloittavan yrityksen voi olla kannattavaa antaa kirjanpitonsa tilitoimiston hoidettavaksi, jotta yrittäjä saa keskittyä varsinaiseen yritystoimintaan. Tässäkin tapauksessa on hyvä seurata säännöllisesti omaa kirjanpitoaan. (Ilmoniemi ym. 2009, 142–146.)

Yrittäjän on tunnettava yritystoimintaan liittyvät lait ja sopimusten peruskysymykset. On hyvä hankkia yritykselle lakimies tai muu lainopillinen asiantuntija jo toiminnan aloittamisen alkuvaiheessa, jotta kaikki sopimukset ynnä muut menisivät heti lainopillisesti oikein. Minkä tahansa ongelman, riskin tai sopimusongelman kohdalle tullessa on tärkeää, että pystyy toimimaan tilanteessa oikein ja lain mukaisesti. (Ilmoniemi ym. 2009, 161.)

Ravintoloitsijaksi alkaessa on vaihtoehtoina ostaa lisenssit pyörittääkseen franchise – yritystä, alkaa pyörittää jo olemassa olevaa ravintolaa, alkaa liikeyrityksenä tai osakkaaksi työnantajan kanssa tai aloittaa oma yritys ihan alusta. On olemassa joitain teemoja, joiden varaan oman ravintola-konseptin voi perustaa, vaikka vain mielikuvitus onkin rajana. Esimerkiksi ravintolassa voi olla jonkin tyyppinen keittiö, vaikka skandinaavinen tai ranskalainen, se voi keskittyä johonkin tiettyyn ruokalajiin, siinä voi olla jotain etnisiä vaikutteita, tai ravintolan idea voi perustua tiettyyn sisustukseen tai ilmapiiriin, johonkin tuttuun hahmoon tai tarinaan, urheiluun, harrastuksen, peliin tai vaikka maantieteelliseen sijaintiin. (Garvey–Dismore–Dismore–Godsmark 2007, 36–39, 47–48.)

3 MERI-LAPIN RAVINTOLOIDEN KILPAILIJA-ANALYYSI

3.1 Kilpailija-analyysi päätöksenteon tukena

Analyyseja on useita, ja niitä käytetään moneen eri tarkoitukseen. Kilpailija-analyysillä on yleensä kaksi päätavoitetta, jotka ovat kerätä tietoa kilpailevista yrityksistä, ja käyttää tätä tietoa hyödyksi ennustamalla kilpailijoiden mahdollista käyttäytymistä tulevaisuudessa. (Business knowledge center 2010.)

Meidän opinnäytetyössämme käytimme eri analyysimuodoista kilpailija-analyysiä, koska se soveltui parhaiten meidän ideaamme ja työhömme. Analyysityö on jo itsessään hankala ja vaativa prosessi, jossa käydään läpi jokainen pääkohta, jotka sisältävät omat ongelmansa ja haasteensa. Analyysissa vaikein kohta on kun pääkohdat pitää yhdistää toisiinsa. Yleensä analyysiprosessi työstetään alusta loppuun, mutta toistuvia takaisinhyppyjä joudutaan tekemään, jotta analyysistä saadaan hyvä ja kattava. (Kamensky 2004, 120.)

Tiedon keruu ja sen työstäminen on analyysityön ensimmäinen tärkeä vaihe analyysiprosessissa. Joissakin tapauksissa tietopohja voi olla vierestä lipaisevaa ja se myrkyttää koko prosessin. Tässä tapauksessa on aloitettava alusta, jotta prosessista saadaan oikeanlainen sekä oikeaan tietoon perustuva. Tekijän on tarkistettava, että tietopohja on oikeaa, luotettavaa sekä kattavaa. (Kamensky 2004, 120.)

Taulukko 1. Analysointiprosessi (Kamensky 2004, 122).

Tiedon hankinta
Analysointi
Synteesi, näkemys
Johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset
Analyysien vaikutus suunnitelmiin ja toimintaan: tavoitteet, strategiat ja toimenpiteet
Toteutus
Valvonta eli toteutumisen analysointi

Analysointityö vaatii paljon tekijältä, ja hänen on pyrittävä objektiivisuuteen, jossa on käytettävä niin sanottua ”helikopterointikykyä”. Analyysiprosessissa on hyvä osata katsoa omaa prosessia kuin olisi helikopterissa, josta tekijä pystyy tarkastelemaan omaa työtään eri näkökulmista. Jos tekijä ei pysty katsomaan omaa analysointiprosessia objektiivisesti, on hyvä hankkia ulkopuolinen henkilö, joka näkee asiat eri näkökulmista kuin itse tekijä. Työstä tulee silloin paljon vankempi ja parempi. Analyysiprosessissa tekijän on ymmärrettävä mitä hän analysoi omassa työssään, sekä tuntea oma aiheensa läpikotaisin. Analysointityö kehittää tekijän tuntemusta omaa aihetta kohtaan, ja työn lopussa tekijän tulisi tuntea oman työnsä aihe joka kantilta. Tekijän on myös pyrittävä analyttiseen ajattelutapaan, jossa hän saa prosessista enemmän irti. Tekijän on oltava sekä oppimis- että kehittymishaluinen, eli hän tekee työnsä jotakin varten ja haluaa oppia siitä myös jotain. Analyysiprosessi on jo itsestään haaste ja vie paljon aikaa tekijältä, mutta lopussa kiitos seisoo, ja palkitsee tekijän ahkerasta työurakasta. (Kamensky 2004, 124–126.)

Kun analyysityö on saatu työstettyä loppuvaiheeseen, on tekijän hyvä tehdä omasta työstään johtopäätöksiä, sekä toimenpide-ehdotuksia johtopäätöksistään. Analyysiprosessin tarkoitus on, että lopputienoilla saadaan prosessista selville johtopäätöksiä, jotka kuvaavat koko prosessia ja sen saavutuksia. Niiden johtopäätöksien pohjalta tehdään toimenpide-ehdotuksia, joka on oikeastaan analyysiprosessin tarkoitus. Saadaan selville mitä olisi hyvä tehdä sen jälkeen, kun on analysoitu tietty alue tai aihe. Yrittäjältä analyysityö ei lopu koskaan, koska yrittäjän on pyrittävä aina pysymään ajan tasalla ja keräämään uutta tietoa, jotta hän pystyy pitämään omaa yritystään pystyssä ja toiminnassa mahdollisimman pitkään. (Kamensky 2004, 127–129.)

Kilpailija-analyysissä tarkastellaan yrityksiä monesta eri kulmasta, mutta tärkein tarkastelualue on strategiset bisnesalueet, mistä saadaan selville alueen kilpailijat. Tässä peruskartoituksessa jaetaan yritykset neljään ryhmään: ydinkilpailijat, marginaal kilpailijat, tarvekilpailijat sekä potentiaaliset kilpailijat. Kun jaotellaan nämä kilpailevat yritykset näihin ryhmiin, on hyvä olla tarkkana, jottei mikään tärkeä kilpailija jää pois näistä ryhmäjaotteluista.

Tekijän on tehtävä tärkeitä päätöksiä ja pyrittävä ajattelemaan tulevaisuuteen, kun jaottelee toisia kilpailevia yrityksiä näihin neljään strategiseen bisnesaluryhmään. Toisia kilpailevia yrityksiä on paljon, ja siksi ne on karkeasti mutta tarkasti jaoteltava ryhmiin, ja jopa jättää pois listalta ne, jotka eivät ole saman tason tai alan kilpailijoita. (Kamensky 2004, 153.) Meidän opinnäytetyössämme teimme listan kaikista Meri-Lapin alueen ravintola-alan yrityksistä, joista valitsimme mielestämme kaikista kovimmat, tärkeimmät ja tulevaisuudessa menestyvät ravintola yritykset, jotka ovat meidän mielestämme mahdollisia tulevia kilpailijoitamme.

Kilpailevia yrityksiä ei kannata aliarvioida, sillä ne voivat kehittyä ja kasvaa alalla. Marginaalikipailijat ovat juuri näitä yrityksiä, joita on pyrittävä pitämään aina silmällä. Tämän ryhmän kilpailijat voivat helposti olla seuraavan päivän ydinkilpailijoita, joten he ovat niin sanotusti ”vaarallisia” yrityksiä. Tarvekilpailija ryhmään kuuluvat pyrkivät palvelemaan saman alueen asiakkaita, mutta eri keinoilla, tuotteilla ja tavoilla. Joskus tämän ryhmän kilpailijat ovat kovempia kilpailijoita, kuin ydinkilpailija ryhmässä olevat yritykset. Potentiaalisilla kilpailijoilla ajatellaan uusia tulevaisuuden yrityksiä, joita voi olla tai on tulossa markkinoille sekä omalle alueelle. (Kamensky 2004, 153.) Periaatteessa meidän mahdolliset tulevat yrityksemme ovat tähän kategoriaan kuuluvia yrityksiä.

Kilpailija-analyysi on prosessi, joka auttaa yritystä ymmärtämään kilpailijoidensa tekoja ja suunnitelmia. Kilpailija-analyysi auttaa yritystä ennakoimaan kilpailijoidensa hankkeet, ja löytämään ne keinot, joilla se voi hyötyä kilpailijoidensa heikkouksista ja virheistä. Kilpailija-analyysillä on viisi päätavoitetta. Ne ovat markkinaosuuksien säilyttäminen, markkinaosuuksien lisääminen, kilpailijoiden heikkojen ja vahvojen puolien selvittäminen, yllätyksiin valmistautuminen ja kilpailijoilta oppiminen. (Kelly 1991, 13–14.)

Kilpailija-analyysin tarkoituksena on laatia profiili kilpailijoiden mahdollisista toimenpiteistä ja reaktioista. Profiiliin täytyy myös sisällyttää kilpailijoiden todennäköiset reaktiot alalla tapahtumiin muutoksiin. Kilpailija-analyysia varten on olemassa neljä erilaista osa aluetta, joita diagnosoidaan. Näitä ovat tulevat päämäärät, nykyinen strategia, olettamukset ja valmiudet. Näiden

neljän osa-alueen ymmärtäminen mahdollistaa kilpailijoiden toiminnan suhteellisen tarkan ennustamisen. (Porter 1990, 72–73.)

Kilpailijoiden päämäärien diagnosointi on kilpailija-analyysin ensimmäinen osa-alue. Tieto kilpailijan päämääristä auttaa tekemään johtopäätöksiä siitä, onko hän tyytyväinen nykyiseen asemaansa ja tuloksiinsa. Päämäärien tietäminen auttaa myös päättämään miten todennäköistä on, että kilpailija muuttaa strategiansa, ja miten voimakkaasti hän reagoi ulkopuolisiin tapahtumiin ja toisten yritysten toimenpiteisiin. Joskus yritykset testaavat miten muut yritykset käyttäytyvät, jos he kehittäisivät esimerkiksi uuden tuotteen, joka voisi nousta markkinoilla isoon suosioon. Tämä ei tarkoita, että he olisivat kehittäneet uuden tuotteen. He voivat bluffata toisia kilpailevia yrityksiä saadakseen selville muiden kilpailijoiden käytöksen sekä muutoksen. Tällä tavoin voi saada toiset kilpailijat heikoille, jos he alkavat investoimaan ja kehittämään uusia tuotteita. Ja joskus se voi osua omaan nilkkaan, jos kilpailija saa kehitettyä uuden tuotteen, jolla on markkinoilla kasvava suosio. (Porter 1990, 75 ; 1998, 76–80.)

Kilpailijan nykyistä strategiaa voidaan pitää kunkin toimintayksikön toimintapolitiikkana ja tapana suhteuttaa kaikki toimintonsa. Kaikilla yrityksillä on jonkinlainen strategia muodossa tai toisessa. Strategia sisältää yrityksen numeeriset tavoitteet, menestystekijät, tavoiteltavat osaamiset, keskeiset toiminnanmittarit sekä toimenpiteiden strategiset linjaukset ja kehityskulut. (Business Fellows 2009 ; Porter 1990, 90.)

Kilpailijoiden olettamukset voidaan jakaa kahteen pääkategoriaan: kilpailijan olettamukset itsestään sekä kilpailijan olettamukset alasta ja siinä mukana olevista muista yrityksistä. Nämä olettamukset ohjaavat yrityksen käyttäytymistä ja reaktioita eri tapahtumiin. (Porter 1990, 84.)

Realistinen lähestymistapa kilpailijan valmiuksien tutkimiseen on viimeinen askel kilpailija-analyysin diagnosoissa. Valmiuksia tutkiessa pitää diagnosoida kilpailijan ydinvalmiuksia, kasvukykyä, kykyä nopeaan reagointiin, kykyä sopeutua muutoksiin sekä kilpailijan kestävyyskykyä. (Porter 1990, 90–94.)

Kilpailija-analyysin tekoon löytyy monia hyviä syitä. Kilpailun analysoiminen voi olla oman yrityksen menestymisen ehto, varsinkin tiukassa kilpailutilanteessa. Kilpailija-analyysi auttaa hallitsemaan muutoksia ja sopeutumaan hitaisiinkin kasvutilanteisiin. Kilpailija-analyysin avulla voi löytää hyviä markkinarakoja. Tällaisen analyysin sovellusalue on myös laaja. Kilpailija-analyysin hyöty ei rajoitu ainoastaan siihen, että se kertoo mitä kilpailijat tekevät. Tämän lisäksi sen avulla saa selville tärkeimpiä kilpailutekijöitä ja kilpailuasetelmia. Kilpailija-analyysin tekeminen tukee myös yrityksen intuitiivista päätöksentekoa. Monesti yritysjohtajilla on omasta alastaan intuitiivisia käsityksiä ja näkemyksiä, jonka perusteella he tekevät päätöksiä omasta toiminnastaan. Intuitiot eivät aina yksin riitä, vaan kaipaavat tuekseen myös jotain analyttistä tietoa, mitä kilpailija-analyysin tekeminen tuo. Kilpailija-analyysi lisää päätöksenteon luotettavuutta. (Kelly 1991,18–21.)

Kilpailuanalyysin tarkoituksena on, että yritys pystyy sen avulla säilyttämään kilpailukykynsä, sekä kehittämään sitä kaikilla toimintansa alueilla. Kilpailija-analyysi on tärkeää strategioiden ja toimenpidesuunnitelmien onnistumisen kannalta. Kilpailija-analyysiä varten yrityksen on kartoitettava kilpailuasemansa. Tätä varten yrityksen on tutkittava itseään ja määriteltävä oma toimialansa, yrityksen on tunnettava asiakkaansa ja heidän tarpeensa sekä selvitettävä, mitkä ovat tärkeimmät kilpailutekijät sen toimialalla. Analyysin avulla voi tunnistaa omat menestystekijät, kehittämistä vaativat osa-alueet ja kilpailijoiden mahdolliset tulevat toimenpiteet. (Kelly 1991, 27 ; Vaasan Ammattikorkeakoulu 2012.)

Kilpailija-analyysiä tehtäessä on syytä olla varovainen, ettei tietoa tule haalittua liikaa. Monilla on taipumus kerätä liikaa tietoa, jolloin tärkeät asiat hukkuvat tarpeettoman tiedon sekaan. Myös vanhentuneen tiedon keräämistä on syytä vältellä, sillä tarkoituksena on analysoida ja käyttää hyödyksi tietoa, ei kerätä sitä. Kilpailija-analyysin pitäisi tukea yrityksen tulevia hankkeita. Kilpailija-analyysiä tehtäessä pitäisi varoa myös, ettei keskity ainoastaan tärkeintä kilpailijaansa koskevaan tietoon. On hyvä nähdä,

että myös muut samalla toimialalla kilpailevat saattavat uhata heidän asemiaan. (Kelly 1991, 56–57.)

Harvalla yrityksellä on selviä sääntöjä, mitä asioita henkilökunta saa kertoa ulkopuoliselle. Useimmissa yrityksissä on sellaista henkilöstöä, jolta voi saada arvokastakin tietoa. Usein tällaiset suorat tiedustelut tehdään välikäsiensä kautta. Tämä ainoastaan sen vuoksi, että yritykset voivat olla erityisen varuillaan, jos kilpailijat ottavat heihin yhteyttä. Yrityksellä on myös mahdollisuus palkata konsultti toimialatutkimuksen tekemiseen. Havaintojen tekeminen on myös halpa ja helppo tapa hankkia tietoa kilpailijoista. Esimerkiksi pysäköintiruutujen määrän laskeminen voi antaa tuntumaa, kuinka paljon henkilökuntaa kilpailijalla on. Tehtaalle soittaminen yöaikaan antaa vastauksen kysymykseen, että tehdäänkö siellä töitä myös yövuorossa. Havainnointia voi käyttää myös muun muassa kilpailijoiden alihankkijoiden kartoittamiseen, raaka-aineostojen seurantaan, tuotantomenetelmien seurantaan sekä toimitusten ja kuljetusten seurantaan. (Kelly 1991, 76–78.)

Joillakin yrityksillä on myös tapana esitellä tuotantolaitoksiaan ja yrityksiään julkisesti yleisölle. Näihin tilaisuuksiin osallistumalla voi saada arvokasta tietoa kilpailijastaan. Myös yrityksen johdon pitämistä puheista, yritysjulkaisuista, lehdistötiedotteista, sijoittajille suunnatuista tiedoista, mainonta ja myyntityöstämismateriaalista, työpaikkailmoituksista, messuista ja näyttelyistä ynnä muista voi saada tärkeää tietoa kilpailijan toimintaa analysoitaessa. Tietoa voi hankkia myös julkisista lähteistä. Näitä ovat esimerkiksi bibliografiat, eli systemaattiset luettelot julkaisuista ja niiden aihepiireistä, hakemistot, lehdistö, leikepalvelut, tietopankit, korkeakoulut, julkishallinto ja keskushallinto. (Kelly 1991, 78–87, 92–96.)

Kilpailija-analyysia varten voi myös hankkia tietoa kolmansilta osapuolilta. Esimerkiksi asiakkailta, tavarantoimittajilta sekä sanoma- ja aikakauslehtien toimittajilta voi saada olennaista tietoa kilpailijasta. Tällaisia kolmansia osapuolia ovat myös konsultit, ammattiliittojen edustajat ja sijoitusasiantuntijat. (Kelly 1991, 106–111.) Tiedonhankintaan on siis monia lähteitä, täytyy vain osata ja huomata mistä hakea tietoa.

3.2 Meri-Lapin ravintoloiden analysointi

3.2.1 Alueen ravintolat ja analysointimenetelmät

Omaan työhömmme valitsimme analysointimenetelmiksi vapaa havainnoinnin, koska se sopi parhaiten meidän opinnäytetyöhömmme. Toisella meistä on myös työkokemusta muutamasta ravintolayrityksestä, jotka olemme listanneet alla oleviin taulukoihin. Tällä tavoin saimme analyysiin sekä ulkoista, että sisäistä näkökulmaa.

Observoimalla ravintoloita aistien avulla saamme selville tietoa esimerkiksi ympäristöstä, asiakkaista, tuotteista, palveluista, hinnoista, palvelun tasosta ja markkinointikeinoista. Tällä menetelmällä voi täydentää muita tiedon keruumenetelmiä. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2012.)

Vapaa havainnointia on hyvä käyttää silloin, kun havainnoija ei tiedä kohteesta vielä kovin paljon. Tälle havainnointitavalla on ominaista, että tutkijat määrittelevät tutkimuskohteita aluksi vain pintapuolisesti, mutta hankkivat lisää tietoa kohteesta tarpeen mukaan. (Routio 2005a.)

Alla olevat ravintolat ovat otettu Fonectan yrityshausta ja käytimme hakusanoina: Kemi, Keminmaa, Tornio ja ravintoloita. Löysimme myös sellaisia ravintoloita, joista meillä ole mitään tietoa ja jotka olivat kauempana kaupungeista. Päätimme jättää ne pois taulukosta, koska epäilemme niiden olevan hyvin pieniä kilpailijoita meidän kilpailija-analyysissä. Tämän listan perusteella valikoimme neljä ravintolaa, jotka voisivat olla meidän mielestämme isoimpia kilpailijoita meidän tuleville ravintolayrityksillemme.

Taulukko 2. Etniset-, pikaruoka- ja muut ravintolat Meri-Lapissa.

ETNISET RAVINTOLAT	PIKARUOKA- RAVINTOLAT	MUUT RAVINTOLAT
Ravintola Little Dragon II Ravintola Grekkos Vietnamilainen ravintola Orkidean kukka Ravintola New Bombay Orkideankukka Max grilli New Delhi Saigon vietnamilaisravintola Ravintola Golden Flower Little Dragon Leilani	Stadin chili & kebab Pizzeria Di Mare Jatan burger ky Aladdin kebab Pizzeria Captain Hesburger Subway Hellun pitsa Ravintola Pizzeria Roma Pizzeria Moonlight Keminmaan pizzapaikka Kotipizza Hillen kioski-grilli Scan burger Turkinpippuri Kaktus kebab & pizzeria Ravintola Kippari- grillibaari Rax Holmantien pizzeria Subway ABC Tornio Meerin grilli Max Milano Kallen Grilli	Ravintola Merihovi Ravintola Puistopaviljonki Kahvila-ravintola Pursiseura Ravintola Samaani Ravintola Huviretki Ravintola Rantamakasiini Ravintola Ämmilä Ravintola Sataman Tähti Kemin teatteriravintola Ravintola Puukerho Pohjanranta oy Motelli-ravintola käpylä Ravintola Viena Kukkolan koski-catering Hullu härkä Umpitunneli Tornion kerhoravintola Pannukakkutalo Ikea restaurang Gulasch Baronens pub

Taulukko 3. Lounasravintolat, kahvilat ja konditoriat Meri-Lapissa.

LOUNASRAVINTOLAT	KAHVILAT & KONDITORIAT
Cafe & Bar Ankkuri Ruokapaikka Kasari Pirjon lounas Lounaskahvila Kemin Paussi	Cafe Dolce Vita Kahvila konditorio Miorita Chillout Karkiainen leipomo konditoria kahvila Hevi's deli & cafe Arnolds Roberts Coffee Cafe Picnic Nya Konditoriet

Harkinnan sekä omien kokemusten jälkeen valikoimme nämä neljä ravintolaa havainnoitavaksi ja analysoitavaksi: Cafe & Bar Ankkuri, Ravintola Ämmilä, Umpitunneli ja Ikea ravintola. Valikoimme nämä ravintolat, koska ne

ovat meidän mielestämme Meri-Lapin alueen suurimmat ja parhaitein menestyvät yritykset, joista me voimme ottaa oppia, sekä löytää heidän heikkouksiaan, joita voimme käyttää hyväksi tulevaisuudessa yrittäjinä.

3.2.2 Café & Bar Ankkuri

Café & Bar Ankkuri on Kemin keskustassa sijaitseva katutason ravintola, joka on suunniteltu aikuisemmalle asiakaskunnalle. Ankkuri on kohtaamis- ja illanviettopaikka, josta saa myös lounasta. Ankkurissa voi nauttia myös livemusiikista viikonloppuisin. Aikuisempien juhlijoiden keskuudessa on Ankkurista sellainen maine, että sinne mennään lauantaina viettämään iltaa, nauttimaan elämästä ja kuuntelemaan elävää musiikkia. Ankkurin sisustuksessa näkyy mustan, punaisen ja hopean yhdistelmä. Ankkuriin on myös saatavilla maksuton eXtra -kanta-asiakaskortti, jolla saa etuja tuotteista. (Merihovi 2012a.)



Kuva 1. Cafe & Bar Ankkuri (Merihovi 2012a).



Kuva 2. Cafe & Bar Ankkuri (Merihovi 2012a).

Ankkurin internet -sivuilta löytyy Ankkurin menu, viikon lounaslista, esiintyjälista sekä yhteydenottolomake ja yhteystiedot (Merihovi 2012a). Ankkurin lounaslistan kanssa samalta sivulta löytyy myös Ravintola Ämmilän lounaslista. Ankkurin netti sivut ovat mielestämme helpot ja selkeät, ja niitä on helppo lukea. Sivuilta löytyy vaivattomasti yhdeltä sivulta kaikki yleisimmät tiedot, mitä voisi kuvitella asiakkaiden sieltä etsivän. Sieltä löytyy myös yhteydenottolomake, mikä on mielestämme erittäin hyvä, jotta asiakkaat voivat ottaa yhteyttä ja kysyä, jos heillä ilmenee jotain muuta kysyttävää.

Merihovin Internet-sivuston etusivulta löytyy mainontaa monesta muustakin ravintolasta. Tämä on luultavasti sen vuoksi, että kaikki nämä ovat saman omistajan, Päivikki Palosaaren, omistuksessa. Mainostustapana tämä on mielestämme hyvä, sillä jokaiseen mainittuun ravintolaan saadaan asiakkaita tutustumaan ja asioimaan. Ankkuria mainostetaan säännöllisesti paikallislehdissä, esimerkiksi Lounais-Lapissa. Mainoksissa on yleensä lounaslistoja, tulevia livekeikkoja ja muita tapahtumia.

Olemme käyneet Ankkurissa lounaalla muutaman kerran, ja ruoka on aina ollut maittavaa ja palvelun taso hyvää. Lounaspöydästä löytyy aina kaksi

ruokavaihtoehtoa, kalaa ja lihaa. Monista muista lounasravintoloista poiketen Ankkurin lounaaseen kuuluu myös jälkiruoka. Jos lounaspöydästä ei löydy sopivaa ruokavaihtoehtoa, myös listalta löytyy hyviä ja huokean hintaisia vaihtoehtoja. Mielestämme lounasvaihtoehtoihin voisi lisätä myös kasvisruoan.

Cafe & Bar Ankkurin sisustus on mielestämme tunnelmallinen ja rauhallinen, ja siellä on kiva viettää aikaa. Taustalla soiva musiikki on sopivalla äänen tasolla, jotta voi keskustella pöytäseurueen kanssa rauhassa. Ankkurista saatavilla olevat juomat ovat sopivan hintaisia, ja muihin alueen ravintoloihin verrattuna suunnilleen samanhintaisia. Asiakaspalvelijat ovat ammattitaitoisia ja ystävällisiä, eikä janoisen asiakkaan juoman tekoon kulu liikaa aikaa.

Ankkuri on hyvä paikka, jos haluaa seurustella rauhassa. Omien kokemustemme mukaan siellä kuitenkin on aika rauhallista tiettyinä päivinä. Jos asiakas etsii paikkaa, missä saisi tavata paljon ihmisiä, niin tämä ei ehkä ole sopivin vaihtoehto. Joskus aiemmin Ankkuri on ollut suosituimpi illanviettopaikka, mutta ehkä lisääntynyt kilpailu on vienyt osan kanta-asiakkaista. Toinen syy paikan hiljentymiseen voi olla asiakaskunnan ikääntyminen. He eivät enää käy niin paljon illanvietto ravintoloissa, ja nuorempi väestö etsii enemmän itsensä ikäiselle sopivampaa paikkaa. Lounasajalla Ankkurissa kuitenkin käy enemmän asiakkaita.

3.2.3 Ämmilä

Toiseksi ravintolaksi analyysimme valitsimme Kemin Ämmilän, jonka toinen toimipiste sijaitsee Levillä. Ämmilän omistaja on sama kuin Café & Bar Ankkurin, mutta on tyyliltään ja ruoaltaan kuitenkin aivan erilainen.

Ravintola Ämmilä on 70-luvun tyylinen rento ruokailu- ja illanviettopaikka. Ämmilästä saa rehellistä ruokaa laadukkaista raaka-ainesta ja reilun kokoisia annoksia mummolan malliin, ja taustamusiikkikin on 70-luvun tyylliseen uskollista retroa menoa. Viikonloppuisin Ämmilässä on karaoketanssit, ja samalla sisäänpääsymaksulla pääsee viettämään aikaa Club Ilonaan. Ämmilästä löytyy myös tunnelmallinen kirjaston tyyppinen nurkkaus, jossa voi

takkatulen äärellä vaikka lueskella klassikkokirjallisuutta. (Ämmilä 2012a ; 2012b.)



Kuva 3. Ämmilä (Ämmilä 2012c).



Kuva 4. Ämmilä (Ämmilä 2012c).

Ämmilän Internet -sivuilta löytyy sivupalkista helposti linkit, joita klikkaamalla pääsee tutustumaan niin Kemin kuin Levinkin Ämmilään, arvoihin, menuun, viinilistaan, yhteystietoihin kuin kuviinkin. Ämmilän Internet -sivun etusivulta löytyy Kemin Ämmilän viikon lounaslistaan linkki, joka vie Merihovin sivuille. Lounaslistalta löytyy joka päivälle toisena ruokavaihtoehtona mummolan tyyppinen keittoruoka, ja lounaslistat saa kätevästi tilattua omaan sähköpostiin viikoittain (Merihovi 2012b). Hyvänä plussana yhteystieto osiosta löytyy myös kartta, jonka avulla löytää oikeaan paikkaan helpommin. Kartalta löytyy Ämmilän lisäksi Merihovi ja Rantamakasiini, jotka ovat kaikki Palosaaren omistuksessa. Ämmilän Internet -sivut ovat kuitenkin aika pienellä fontilla, jonka vuoksi sitä voi olla vaikea lukea. Sivustolla pitää myös klikkailla enemmän kuin esimerkiksi Ankkurin Internet -sivuilla.

Internetin lisäksi Ämmilää mainostetaan samalla tavalla lehdissä kuin Ankkuriakin. Ravintoloiden mainokset ovat monesti yhdistetty paikallislehdissä. Lehtimainokset ovat pieniä ja lyhyitä, jotka kuitenkin herättävät huomiota ja kiinnostusta asiakkaissa.

Ämmilän sisustus on mielestämme lämmin ja kodikas. Ravintolassa tulee imagonsa mukaankin hyvin kotoisa ja mummolamainen tunnelma, jota taustalla soiva retro musiikki edesauttaa. Käydessämme Ämmilässä syömässä, saamamme ruoka oli todellakin maineensa veroista, ja onkin hyvin vaikea keksiä ruoasta mitään negatiivista sanottavaa. Kaikissa ruoissa olevat lisukkeetkin sopivat mummolatyylisiin, lautaselta löytyi suolakurkkua ja punajuurta.

Ämmilässä palvelu on hyvällä tavalla vanhanaikaista ja kohteliasta, sekä asiakaspalvelijoiden asut ovat sopivia Ämmilän imagoon. Asiakkaat otetaan vastaan yhtä lämpimästi kuin oikeassa mummolassa sekä asiakkaista pidetään hyvin huolta, kunnes asiakkaat ovat poistuneet.

Kaiken kaikkiaan Ämmilä, ja sen yhteydessä olevat Club Ilona ja Music Bar Aatos muodostavat sellaisen kokonaisuuden, mitä alueella ei paljon ole. Siihen kun yhdistää vielä lähellä olevan Palosaaren omistaman Hotelli

Merihovin ja Cafe & Bar Ankkurin, koko kompleksissa on lähes kaikki tarvittava.

3.2.4 Umpitunneli

Umpitunneli on ruoan, juoman ja musiikin sekoitettu sekametelisoppa, josta löytyy jokaiselle jotain. Ravintolasta löytyy juhlatilaisuuksiin palvelut, menut, kahvitukset ja muita palveluita tarpeiden mukaan. Ravintolan palvelut ovat hyvin joustavia ja yleensä voi aina sopia henkilökunnan kanssa asioista. Umpitunnelissa voi varata ryhmänä saunan, josta on mukava aloittaa illanvietto. Saunaan saa tilata ravintolasta ruokaa ja juomaa halutessaan. Kesäisin heillä on iso ulkoterassi, joka suurentaa tiloja ja asiakasmäärä kasvaa. (Umpitunneli 2007a ; 2007b.)

Umpitunnelia mainostetaan paikallislehdissä sekä omilla Internet -sivuilla. Ravintolan etusivuilla mainostetaan myös muita saman yrittäjän ravintoloita ja hotelleja. Umpitunnelin Internet -sivut ovat hyvin pelkistetyt ja yksinkertaiset sekä tekstin sisältö on vajavainen. Umpitunnelin etusivulla mainostetaan tulevia tapahtumia ja live-esiintymisiä. Etusivu on hyvin sekava ja sisältää liikaa kaikkia tuotteita ja palveluita, mitkä olisi voinut sijoittaa toiseen osioon. Internetin kautta voi antaa palautetta, sekä kirjoitella yrityksen vieraskirjaan omia mietteitä, joihin joku henkilökunnasta vastaa ajan kanssa. Galleria sivulta löytyy kuvia juhlista sekä artisteista. Olisimme halunneet nähdä myös ravintolan tiloista kuvia, kuten monella muulla yrityksellä on omilla Internet -sivuillaan.

Umpitunnelin sisustus on jaoteltu ruokaravintola puoleen ja baaripuoleen. Ruokapuoli on sisustettu meksikolais-tyyppisesti, jossa on hyvin tummat värit käytössä. Baarin puoli on sisustettu hyvin sekavasti, josta löytyy esimerkiksi nukkefiguureita, seinältä kuohuviinipulloja ja toiselta nurkalta lohikäärme. Emme itse ymmärrä, miksi tämä paikka on sisustettu sekoittaen paljon eri tyylejä. Yleensä ravintoloissa on sisustuksessa punainen lanka, mutta tässä tapauksessa yrityksessä halutaan todella erottua kaikista normeista.



Kuva 5. Umpitunneli (Nousiainen 2010).

Ruoka on Umpitunnelissa maistuvaa ja menu on aika laaja, jotta jokaiselle nälkäiselle asiakkaalle löytyy jotain syötävää. Lapsille löytyy oma ruokalista, ja aikuisille hyvin vaihtelevat ruokalistat. Kun kävimme syömässä Umpitunnelissa, niin saimme suuret ja maittavat annokset. Tunnelma oli suhteellisen mukava, mutta sisustus pisti liian paljon silmiin. Saamamme palvelu oli laadultaan epätasaista, sillä meidät unohdettiin ruokailun jälkeen eikä asiaa pahoiteltu. Jouduimme itsepalvelu -tyyppisesti menemään kassalle maksamaan palvelusta ja ruoasta, vaikka lasku piti tuoda pöytään.

3.2.5 Ikean ravintola

Ikean ravintola tarjoaa korkealaatuista ruokaa edulliseen hintaan. Heille on tärkeää ostaa raaka-aineensa vastuullisella tavalla. Ikea työskentelee kaikkien elintarvikeketjun osien kanssa maalaistaloista Ikean tavarataloihin, ja voi tällä tavoin ottaa isomman vastuun myös eläin- ja ympäristökysymyksissä. Ikean ravintolasta ja ruokamarketista on saatavilla myös ekologisia vaihtoehtoja. (Ikea 2012.)



Kuva 6. Ikean ravintola (Gemzell 2011).

Olemme käyneet Haaparannan Ikean ravintolassa monta kertaa, ja olemme aina saaneet hyvää ruokaa ja pikku purtavaa. Muista analyysiin ottamistamme ravintoloista poiketen Ikean ravintola löytyy vain ketjun tavaratalojen sisältä, ja näin ollen suurin osa asiakaskunnastakin on Ikean tavaratalon asiakkaita. Emme kuitenkaan näe syytä miksei useampi asiakas voisi käydä siellä vain kahvittelemassa tai ruokailemassa ilman aikomusta jäädä ostoksille, sillä ruoan hinta-laatu -taso on hyvin tasapainossa.

Kaikista tunnelmallisin ravintola Haaparannan Ikean ei kuitenkaan ole, sillä se on hyvin hallimainen ja värisävyiltään neutraali, mutta kuitenkin aika moderni. Tämä johtunee ehkä siitä, että Ikean ravintola on ketju, ja yrityksen pääpaino on enemmän tavaroiden ja huonekalujen myynnissä. Tästäkin huolimatta, koska Ikeassa myydään paljon sisustustarvikkeita, mielestämme ketjun ravintolakin voitaisiin sisustaa hieman viihtyisimmiksi ja houkuttelevimmiksi, jotta myös sieltä saataisiin enemmän tuloja.

Ikean ravintolassa kokemamme palvelu on laadultaan aika nopeaa ja suorittavaa, ehkä vähän huoltoaseman ja kouluruokalan tyyppisistä. Toisaalta se kuitenkin sopii juuri tähän paikkaan ja konseptiin hyvin.

Ikean ravintola mainostaa Ikea-kuvastossa, Internetissä ja mainoskyltein. Itse Ikea mainostaa mielestämme tarpeeksi, mutta niissä ehkä voisi keskittyä

hieman enemmän myös ravintolan tuotteisiin. Ravintola tuotteita voisi myös kehittää hieman kansainvälisemmiksi, koska Ikean toimipisteitä sijaitsee ympäri maailmaa.

4 KEHITTÄMISKOORDINAATTORIN HAASTATTELU

4.1 Haastattelu aineistonhankintamenetelmänä

Tutkimuksessa haastattelu on vain yksi osatekijä koko tutkimuksessa. Aineistonkeruumetodina haastattelua ei tulisi valita vain sen takia, että se vaikuttaa kivalta ja helpolta. Haastattelun tulisi sopia yhteen muiden tutkimusmenetelmä valintojen kanssa ja tukea opinnäytetyötä kokonaisuudessaan. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 16.)

Haastatteluja käytetään hyvin paljon tiedonkeruuseen. Vapaampien ja vähän strukturoitujen haastattelujen käyttö on lisääntynyt. Haastattelu on menetelmänä hyvin joustava ja se sopii erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Haastattelun avulla voi saada paremmin esille motiiveja vastausten taustalta, mitä ei esimerkiksi kyselyistä saa. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 34.)

Haastattelijan tehtävänä on muodostaa kuva haastateltavan ajatuksista, käsityksistä ja kokemuksista. Tutkija saa itse päättää miten lähestyy tehtäväänsä. Tutkija on vastuussa haastattelun aloittamisesta ja ohjaamisesta. Haastateltavan on voitava luottaa, että hänen antamiaan tietoja käsitellään luottamuksellisesti. Haastattelusta tulee eloisa ja mielekäs kun se tapahtuu todellisten tapahtumien yhteydessä. Haastattelussa tähdätään informaation keräämiseen. Haastattelu on vuorovaikutustilanne, jossa on luonteenomaisia piirteitä. Niitä ovat ne, että haastattelu on ennalta suunniteltu ja sillä jokin päämäärä, haastattelijalla on tutustunut kohteessa käytännössä ja teoriassa. Tavoitteena on saada luotettavaa tietoa tutkimusongelman tärkeiltä alueilta. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 41–43.)

Tutkimushaastatteluja on monia eri lajeja, mutta niistä käytetään yleensä kolmea lajia. Näitä ovat lomakehaastattelu, strukturoimaton haastattelu ja teemahaastattelu. Teemahaastattelua voidaan kutsua myös puolistrukturoiduksi haastatteluksi. Tämä nimitys tulee siitä, että teemahaastattelun kysymykset ja niiden muoto ovat kaikille samankaltaiset. Teemahaastattelun näkökulma, aihe- sekä teema-alueet ovat samoja kaikille haastateltaville. Teemahaastattelu etenee ennalta harkittujen teemojen mukaan, mutta haastattelutilanteessa on myös liikkumavaraa. (Hirsjärvi–

Hurme 2009, 47–48 ; Vuorela 2005.) Meidän opinnäytetyössämme käytimme teemahaastattelua, koska se sopi parhaiten meidän haastatteluunne.

Tutkijan on tehtävä monta valintaa koskien haastattelujansa, ketä haastatella ja kuinka monta pitäisi haastatella. Hepoin ja yksinkertaisin valinta on, että tutkijan on haastateltava niin monta kuin on tarpeellista, jotta hän saa tarvittavan tiedon tutkimustansa varten. Haastateltavien määrä vaihtelee tutkimuksen tarkoituksesta. Tutkimussuunnitelmissa kerrotaan, mitä tutkitaan, keneltä tarvittavia tietoja saadaan ja miksi on tarvetta näille tiedoille. Haastattelijan on hyvä harkita tarkkaan, kuinka monta henkilöä tai ryhmää hän valikoi tutkimuksen kohteeksi, jottei tutkimuksesta tule liian laaja. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 58.) Lähetimme sähköpostitse haastattelupyynnön monelle eri asiantuntijalle ja saimme kaikilta paitsi yhdeltä kieltävän vastauksen. Saimme haastateltavaksi Kemin elinkeinopalveluiden kehittämiskoordinaattori Jani Koskelan.

Haastatteluja voidaan toteuttaa monin tavoin. Tavallisiin tapa tehdä haastatteluja on yksilöhaastattelu. Uudelle tutkijalle se voi vaikuttaa kaikista helpoimmalta tavalta haastatella, kuin muut haastattelumuodot. Haitta puolet yksilöhaastattelu on se, että tutkittavan kannalta tilanne voi tuntua keinotekoiselta, jolloin huomio voi kiinnittyä liikaa tutkijaan ja hänen kysymyksiinsä. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 61–62 ; Routio 2005b.) Valikoimme yksilöhaastattelun, koska meillä oli vain yksi henkilö jota haastatella. Olisimme kuitenkin haastateltu asiantuntijat yksilöllisesti, jos olisimme saaneet muita kiinnostumaan asiasta. Tämä sen vuoksi, että näimme haastattelun toteutuvan helpoiten yksilöhaastatteluna.

Kun tietää tutkimuksessaan, että aikoo käyttää haastattelua yhtenä tiedon keruun muotona, on hyvä muistaa, että hyvin suunniteltu haastattelu on puoleksi tehty. Haastattelua suunniteltaessa hahmotetaan sen päälinjat ja keskeiset ratkaisut. Mitä paremmin ja tarkemmin suunnitteluun keskitytään, sitä todennäköisemmin vältytään raskailta jälkikorjauksilta. Haastattelulla saadaan aikaiseksi tuotettua sellaista aineistoa, jonka pohjalta saadaan luotettavaa tietoa, josta voidaan tehdä oikeita johtopäätöksiä tutkimusta varten. Suunnitteluvaiheessa on tärkeää, että tutkija päättää millaisia

johtopäätöksiä hän aikoo kerätystä aineistosta tehdä. Kun haastattelun sisältöä suunnitellaan, kuuluu tutkijan myös ottaa kantaa tutkimusongelman muodostamisesta. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 65–66.)

Haastattelijoita on monenlaisia, joista jokainen erottuu toisistansa omilla sosiaalisilla taidoillaan. Haastattelijaksi ei synnytä, vaan siihen opitaan. On tosin kyllä sanottu, että on sellaisia ihmisiä joilla on haastattelijalahjakkuuksia. Tällainen haastattelijasta pystyy oman intuitionsa vuoksi irtaantumaan normaali kaaviosta tai kyselysuunnitelmasta, ja saada rohkeilla avauksillaan selville haastateltavalta tärkeää ja poikkeavaa tietoa tutkimukseensa. Jokapäiväisessä sosiaalisessa kanssakäymisessä ei opita haastatteluun liittyviä taitoja, vaan ne opitaan haastattelukoulutuksessa tai oikeissa haastattelu tilanteissa. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 68.)

Haastattelijalta vaadittavia tietoja ja taitoja ovat esimerkiksi, että hän tuntee aihepiirin, osaa ohjata tilanteita, osaa tehdä selkeitä ja yksikertaisia kysymyksiä, sekä on kiinnostunut ihmisten kanssakäymisestä. Haastattelijasta pystyy havainnoimaan kielellisiä ja ei-kielellisiä vihjeitä, omaa hyvät käyttäytymistaidot sekä kykenee tulemaan toimeen erilaisten ihmisten kanssa. Hänen olisi hyvä olla avoin, velvollisuudentuntoinen, psyykkisesti kestävä ja luottamusta herättävä sekä huomiota herättämätön. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 68–69.)

Haastattelijan pitää järjestää joitain käytännön ratkaisuja, ennen varsinaista haastattelua. Haastattelijan on selvitettävä ajankohta, paikka, kesto ja haastatteluun käytettävä välineistö. Haastattelun ajankohta on suunniteltava mihin vuodenaikaan se on, minä viikonpäivänä ja mihin kellonaikaan haastattelu olisi hyvä pitää. Haastattelijasta tehtävänä on myös varmistaa, että päätetyt teema-alueet käydään läpi, mutta niiden järjestys ja suuruus voi vaihdella haastattelusta toiseen. (Eskola–Vastamäki 2001, 26–27 ; Hirsjärvi–Hurme 2009, 73.)

Haastattelupaikan valikoiminen määräytyy monista eri seikoista, esimerkiksi tutkimuksen ongelmista, tutkittavista asioista, käytettävistä resursseista ja haastateltavasta. Haastattelupaikaksi sopii melkein mikä tahansa paikka,

mutta parhaiten soveltuu haastateltavan koti, jokin julkinen tila, haastateltavan työpaikka tai koulu sekä jokin vapaamuotoinen paikka. Haastattelijan olisi hyvä ottaa selvää etukäteen mahdollisimman tarkasti todellisista olosuhteista, jossa haastattelu toteutetaan. Haastatteliija voi myös ottaa vastaan ehdotuksia haastateltavalta missä pitää itse haastattelu. Paras paikka haastattelulle olisi sellainen alue, missä haastattelu saadaan tehtyä ilman häiriöitä. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 73–74.) Teimme haastattelun Kemin kaupungin talolla, jossa Jani Koskela on töissä. Sovimme tämän paikan, koska halusimme haastattelun sujuvan hyvin ilman turhanpäiväisiä häiriöitä. Haastattelu pysyy ammattitasolla, kun sen tekee rauhallisessa työympäristössä.

4.2 Koskelan haastattelun tulokset

Teimme haastattelun Kemin elinkeinopalveluiden kehittämiskoordinaattori Jani Koskelan kanssa. Haastattelu suoritettiin 21.9.2012 kello 13.00 Kemin kaupungintalolla.

Nauhoitimme koko haastattelun, ja litteroimme sen. Aloitimme haastattelutilanteen kevyesti keskustelemalla meidän opinnoista, valmistumisesta ja opinnäytetyön aiheesta sekä siitä, miksi olemme valinneet juuri kilpailija-analyysin aiheeksemme. Koskela tuntenee Kemin alueen paremmin siellä työskennellessään kuin Tornion ja Haaparannan. Alue on suhteellisen yhtenäinen, ja se tekee paljon yhteistyötä koko alueena keskenään. Tästä syystä Koskela arveli osaavansa vastata Kemin lisäksi myös koko alueen puolesta. Tämän kevyen keskustelun jälkeen aloitimme haastattelun.

Ensimmäiseen kysymykseen Meri-Lapin ravintoloiden tämän hetkisestä tarjonnasta, Koskela hetken mietittyään vastasi sen olevan mielestään suhteellisen kattava kun verrataan siihen, minkä verran alueella on asukkaita. Koskelan mielestä alueella on hyvin paljon erilaisia ravintoloita, pitserioita ja etnisiä ruokaravintoloita. Lounasravintoloita sijaitsee Kemin alueella hyvinkin paljon, mutta taas Torniossa ei ole. Se, mitä Kemin alueelta hänen mielestään puuttuu kokonaan ravintolatarjonnasta, ovat

konseptiravintolat. Tästä esimerkkeinä Koskela mainitsi Torniossa sijaitsevat Picnic ja Subway.

Konseptiravintoloiden lisäksi alueelta uupuu Koskelan mielestä sellaiset ravintolakokonaisuudet, josta löytyisi samasta paikasta yöpymismahdollisuus, ruokaravintola, yökerho ja pub-tyyppinen anniskeluravintola. Tällä hetkellä Meri-Lapin alueella pitää mennä yleensä joko syömään tai juomaan. Koskela mainitsi tässä yhteydessä Kemin Cumuluksen, joka on aiemmin toiminut tällä tavalla. Nykyään Cumuluksen ravintolat palvelevat lähinnä vain hotellin asiakkaita.

Toisena kysymyksenä kysyimme alueen kehittämistarpeita, joita Koskela näki ainakin markkinoinnissa sekä alueen asukkaiden asenteissa ja kulutustottumuksissa. Koskela mainitsi ravintoloiden tarvitsevan enemmän panostusta mielikuvamarkkinointiin. Toimivammalla markkinoinnilla saattaisi saada muutettua alueen asukkaiden mielikuvia ja kulttuuria, jotta ihmiset osaisivat käyttää ravintolapalveluita enemmän. Nykyisin yleinen alueen ravintoloissa käyvien mielikuva ravintolapalveluiden käyttämisestä rajoittuu vain yleisiin juhlapäiviin, kuten vappu ja äitienpäivä. Muutenkin ravintolassa käyvien kulutustottumuksissa olisi eurooppalaistumisen paikka, sillä suomalaisethan kolmen ruokalajin sijaan useimmiten haluaisivat syödä yhden mahdollisimman ison lautasellisen, jotta maha tulee täyteen. Ehkä tästäkin syystä suhteellisen pienelle alueelle ei ole uskallettu perustaa fine dining -ravintolaa, mitä ei alueelle ole yhtään. Hienomman ravintolan perustamisessa alueella Koskelan mielestä kannattaisikin käyttää suurta harkintaa ja tutkia tarkoin onko sille markkinarakoa. Fine dining ravintolan sijainti ja oikeanlainen hinnoittelu olisi erittäin tärkeää, mikäli sellaisen Meri-Lapin alueelle perustaisi.

Koskelan mielestä kehitysideana voisi olla ravintoloiden ”yhteisbooli”, josta jokainen ravintola tilaisi tuotteensa ja raaka-aineensa. Esimerkiksi tilaamalla ”Alatalon Matin porkkanoita Tervolasta”, josta hyötyisivät sekä yrittäjät että viljelijät. Samalla ravintoloissa olisi tarjolla puhdasta lähiruokaa, joka on suuressa suosiossa ja tulee olemaan yksi tuleva trendi myös Lapissa. Kuljetuskustannukset vähentyisivät ja samalla ekologisuus kasvaisi.

Meri-Lapin alueella ei ole yhtään brunssiravintolaa, jotka ovat suuressa suosiossa isoimmissa kaupungeissa ja muualla maailmaa. Meksikolais- ja tapasravintolat uupuvat myös alueelta, esimerkiksi Amarillon kaltainen ravintola. Meri-Lapin alueella ei myöskään ole yhtään seurusteluravintolaa. Tällaisille ravintoloille voisi olla markkinarakoa alueella.

Palvelun laatuun ja tarkkaan harkittuun konseptiin pitäisi Koskelan mielestä panostaa, jos haluaa ravintolansa menestyvän alueella. Palvelu on Koskelan mielestä hyvin pitkälle nykyään sitä, että ihmiset joutuvat yhä useammassa paikkaa kantamaan itse lautasensa pois. Pienillä lisäpalveluilla ja hyvällä palvelulla voisi saada Koskelan mielestä lisää asiakkaita. Koskela sanoi, että jos tarkkaan harkittu konsepti ja siihen lisätty hyvä palvelu on kunnossa, niin ihmiset saattaisivat jopa olla valmiita vähän maksaakin siitä. Olemme itsekkin huomanneet alueen ravintoloiden palvelun laadussa olevan monesti parantamisen varaa. Saamamme palvelun laatu saattaa samassakin paikassa vaihdella huomattavasti riippuen päivästä ja työntekijästä. Pienilläkin palvelun muutoksilla voisi parantaa sen laatua huomattavasti. Esimerkiksi vesikannujen ja jälkiruokakahvien tarjoaminen pöytään voisi olla yksi tämmöinen pieni asia, joka saattaisi tuoda kuitenkin kaivatun lisän asiakkaan kokemaan palveluelämykseen. Monessa ravintolassa kahvi saattaa kuulua hintaan, mutta se pitää itse hakea jostain sivupöydältä. Toinen asia, mikä parantaisi monesti palvelun laatua, on hymy, mikä on pieni, helppo ja tehokas tapa parantaa palvelua. Jo ammattikouluissa voisivat opettajat keskittyä enemmän kehittämään palvelunlaadun opintoja, jotta nämä tulevat asiakaspalvelijat osaisivat palvella asiakkaita kunnialla ja oikealla asenteella.

Kysyimme Koskelalta mikä hänen näkemys on Meri-Lapin alueen ravintola-alan tulevaisuuden näkymä. Koskela tuumasi, että ravintoloita on ja niitä tulee aina olemaan, mutta hän kokee alueella olevan potentiaalia ja kasvuvaraa, koska alueella on niin paljon asukkaita, potentiaalisia asiakkaita. Kuluttajatottumukset ovat kasvussa ja ovat positiivisesti vaikuttaneet alueen ravintola yrityksiin ja tulee vaikuttamaan tulevaisuudessakin.

Koskelan kanta yksityisravintoloiden vastaan ketjuravintoloiden asemasta Meri-Lapissa on yksiselitteinen. Hän suosii enemmän yksityisomisteisia ravintoloita kuin ketjuravintoloita, koska ketjut syövät hänen mielestään yksityisiä pois. Hän ei pidä huonona asiana ettei ketjuravintoloita alueella vielä juuri ole. Koskela perusteli mielipidettään myös sillä, että ketjuravintoloista saa aina samanlaista ruokaa, mutta tuumasi kuitenkin sen olevan myös ketjuravintoloiden valtti. Asiakas tietää esimerkiksi mihin tahansa Rossoon mennessään, mitä ruokaa sieltä saa. Ketjuravintoloiden menestystä varmistaa Koskelan mielestä myös toimiva logistiikka ja aivan eri mittakaavoissa oleva markkinointibudjetti kuin yksityisillä ravintoloilla. Kouluissa saatetaan Koskelan mukaan myös joskus vaikuttaa niihin asenteisiin, joita yksityisyrittämistä kohtaan on. Tällä hän tarkoittaa sitä, että kerrotaan liikaa vain yrittämisen vaaroista ja riskeistä, kun pitäisi enemmän kertoa myös sen hyvistä puolista. (Koskela 2012.) Mielestämme yrittämisen hyviä puolia on se, että saa tehdä mitä haluaa ja mistä tykkää. Ei ole sidottuna kenenkään muun antamiin ohjeistuksiin, vaan päätöksen toiminnasta ja työskentelystä saa tehdä aivan itse.

Kahdeksantena kysyimme Koskelalta, minkälaiset mahdollisuudet nuorilla yrittäjillä hänen mielestään on alueella. Koskela listasi erilaisia mahdollisuuksia olevan paljon. Yksi mahdollisista tavoista alkaa yrittäjäksi on hänen mukaansa jatkaa jo olemassa olevaa ravintolaa. Alueen väestö on ikääntymässä, ja ravintolayrittäjiä alkaa jäädä pikku hiljaa eläkkeelle. Esimerkkinä Koskela mainitsi Kemissä sijaitsevan ravintola Samaanin, jossa on hänen mielestään viimeksi vaihtunut omistaja edellisen jäädessä eläkkeelle. Toinen mahdollisuus Kemissä olisi esimerkiksi sisäsatamassa sijaitsevat rantaravintolat, joissa vaihtuu ravintolan omistaja tiheään, joissakin jopa vuosittain. Oman yrityksen perustamisessa alusta alkaen vaatii Koskelan mukaan kuitenkin muutakin kuin koulutuksen ja innostuksen yrittämisestä. Koskela sanoi, että olisi hyvä ensin kartuttaa työkokemusta ja lähteä vaikka ulkomaille kokeilemaan ja katselemaan mitä siellä ravintola-alalla tapahtuu. Tämä johtaisi siihen, että uusi yrittäjä saisi vahvan näkemyksen alasta, ja hänelle muodostuisi tarkka käsitys siitä mitä on tekemässä ja mitä haluaa. Työkokemuksen kautta karttuisi myös taito kehittää itselleen tarkka konsepti mitä haluaa tehdä, missä ja kenelle. Kun

maailmalla käy tutustumassa laajaan ravintola-alaan, voi sieltä löytää myös uusia ja tulevia trendejä. Näitä tulevia trendejä, heikkoja signaaleja, voi itse hyödyntää palatessaan Suomeen, ja olla vaikka ensimmäinen yrittäjänä omalla alueellaan.

Koskela sanoi meille olevan varmasti hyötyä tulevaisuutemme kannalta, että tutustumme ja otamme selvää opinnäytetyössämme alueen ravintola-alasta. Hän kannusti riskeistä huolimatta yrittämiseen, kunhan vain pohjatyöt on tehty kunnolla. Koskela kertoi apua olevan saatavilla paljon, jos yrittäjäksi alkaa. On saatavilla erilaisia tukirahoja ja apua erilaisten asiantuntijoilta, jotka voivat auttaa ja pukea yrittäjän suunnitelmat numeroiksi. Hän sanoi kuitenkin, ettei asioiden liialla pohtimisellakaan voita mitään, ja ettei ole maailman loppu, jos ensimmäisellä yrittämisellä ei onnistu.

Toiseksi viimeisenä kysyimme kannattaako alueelle Koskelan mielestä perustaa ravintolaa, johon hän parin sekunnin mietinnän jälkeen tuumasi, että kannattaa. Jo senkin takia kannattaa, että ravintola-ala kehittyy ja muuttuu koko ajan. Niin kauan kun ihmiset syövät, tulee olemaan ravintoloita. Jos tulevalta nuorelta yrittäjältä löytyy intoa, oikeaa asennetta, palavaa halua ja ymmärrystä siihen, mitä yrittäjäyys vaatii, niin kannattaa yrittää. Tarkkaan mietitty profiloituminen on Koskelan mielestä valtti ravintola-alan yrittäjäydessä, pitää erottua tarpeeksi joukosta.

Viimeisenä kysymyksenä kysyimme miten me tulevat yrittäjät voisimme kehittää Meri-Lapin alueen matkailu-, majoitus- ja ravitsemus-alan yhteistyötä. Koskelan sanoi, että koko alueen matkailu-, majoitus- ja ravitsemus-alan yrittäjien pitäisi pyrkiä tekemään yhteistyötä, jotta asiakkaita saataisiin enemmän jokaiselle kohteelle riippumatta vuodenajasta. Nämä yrittäjät voisivat kehittää yhteismarkkinointia, jolla saataisiin matkailuvirrat paremmaksi ja uusia sekä vanhoja asiakkaita kiinnostumaan alueen palvelutarjonnasta. Koskela sanoi yhteistyön tekemisen onnistuvan, jos osapuolet muuttaisivat asenteitaan ja vähentäisivät minäkeskeisyytensä, siten että opettelisivat katsomaan asioita isommalta kantilta, jotta jokaiselle yrittäjälle tulisi enemmän asiakkaita. Koskela sanoi, että kehittämistyölle

pitäisi ottamalla ottaa aikaa, koska muuten se jää tekemättä oman arjen varjoon. Kehittäminen vaatii pieniä askeleita ja suunnitelmallisuutta.

”Ravintola ei saisi olla vain sellainen paikka missä tyydytetään nälkää, vaan paikka mihin tullaan saamaan hyvää palvelua ja elämyksiä”

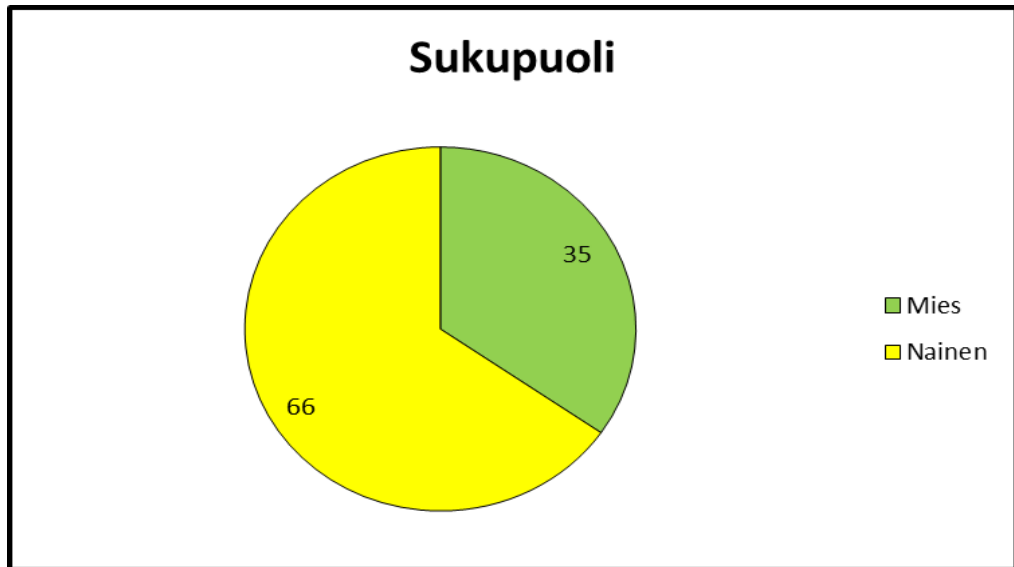
5 KYSELY JA TULOKSET

5.1 Kyselyn toteuttaminen ja vastaajien taustatiedot

Kyselytutkimuksessa on tarkoituksena saada vastauksia samoihin kysymyksiin tietyltä tarkoin harkitulta kohderyhmältä. Kyselyn kohteena olevan joukon tarkoituksena on pystyä vastaamaan kysymyksiin empimättä. Kun on saatu tarpeeksi vastauksia, pitää tulokset ensin tarkistaa ennen kuin tulosten analysointi voidaan aloittaa. Kyselyaineistoa tutkitaan ja analysoidaan erilaisin tilastollisin menetelmin. (Virtuaali ammattikorkeakoulu 2007.)

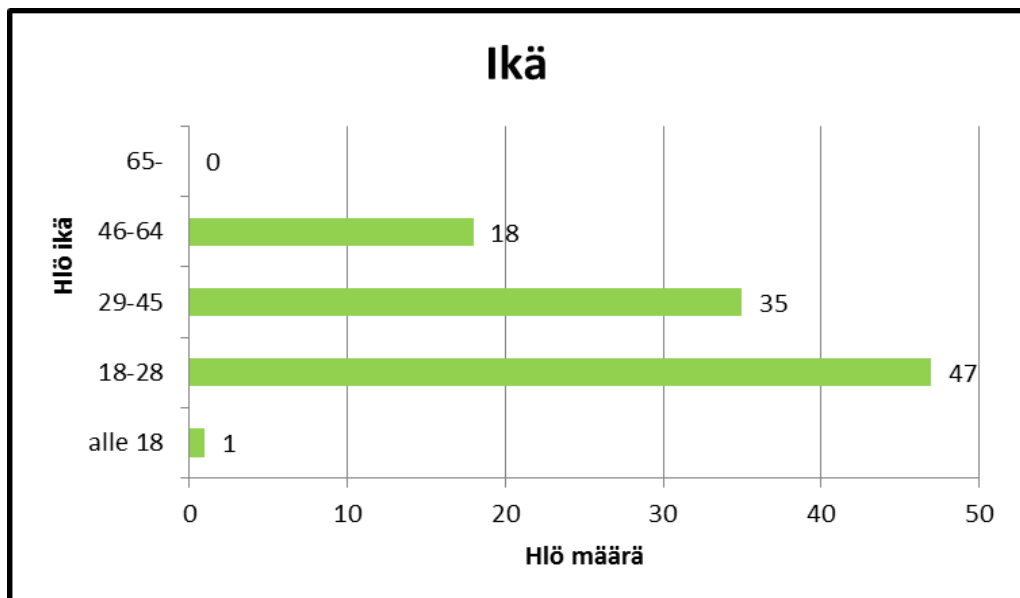
Teimme Webropol -ohjelmalla kyselyn, jonka julkaisimme sosiaalisessa mediassa, muun muassa Facebookissa ja keskustelupalstoilla. Liitteistä löytyy print screen -työkalulla otettu kuva kyselystä siinä muodossaan kuin se internetissä oli (Liite1). Kyselyllä pyrimme selvittämään Meri-Lapin alueen asukkaiden ravintolakäyttäytymistä, tyytyväisyyttä palveluihin ja ravintoloihin. Kysyimme myös minkälaisia toiveita heillä olisi alueen ravintola-alan kehittämiseen. Tällä kyselyllä saimme selville minkä tyyppisille ravintoloille voisi olla markkinarakoa alueella sekä minkälaiset ravintolat voisivat menestyä ja mille olisi kysyntää.

Meidän tavoitteenamme oli saada vähintään 100 vastausta. Syyskuun alkuun mennessä vastauksia oli tullut 101, joten päätimme sulkea kyselyn. Vastaajien kesken arvoimme lahjakortin Ikeaan, jonka arvo oli 20 euroa. Kyselyn työstämiseen arvelimme menevän suhteellisen paljon aikaa, joten päätimme tyytyä vastaajien määrään kun tavoite oli saavutettu. Kaikissa kuvioissa käytetyt vastaajien määrät ovat kappalemääriä, ei prosenttilukemia.



Kuvio 1. Vastaajien sukupuolijakauma (n=101).

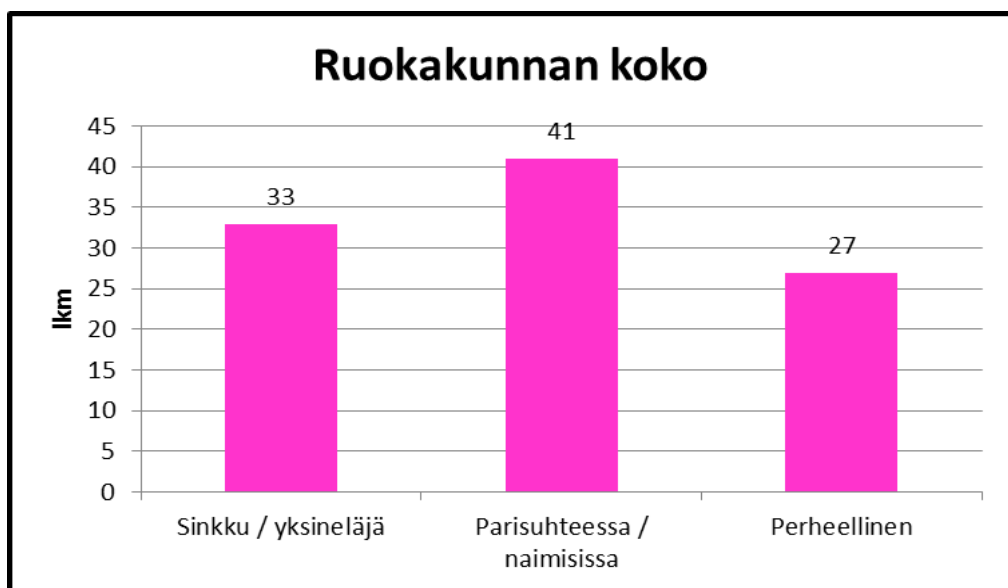
Aloitimme kyselyn helpoilla taustatietokysymyksillä, jotta vastaajan on helpompi aloittaa kyselyyn vastaaminen, eivätkä potentiaaliset vastaajat jätä vastaamatta. Ensimmäisenä kysymyksenä kysimme vastaajien sukupuolta. Jakauma oli mielestämme ennalta arvattavissa, sillä omien kokemustemme mukaan naiset ovat aktiivisempia ja innokkaampia vastaamaan kyselyihin.



Kuvio 2. Vastaajien ikäjakauma (n=101).

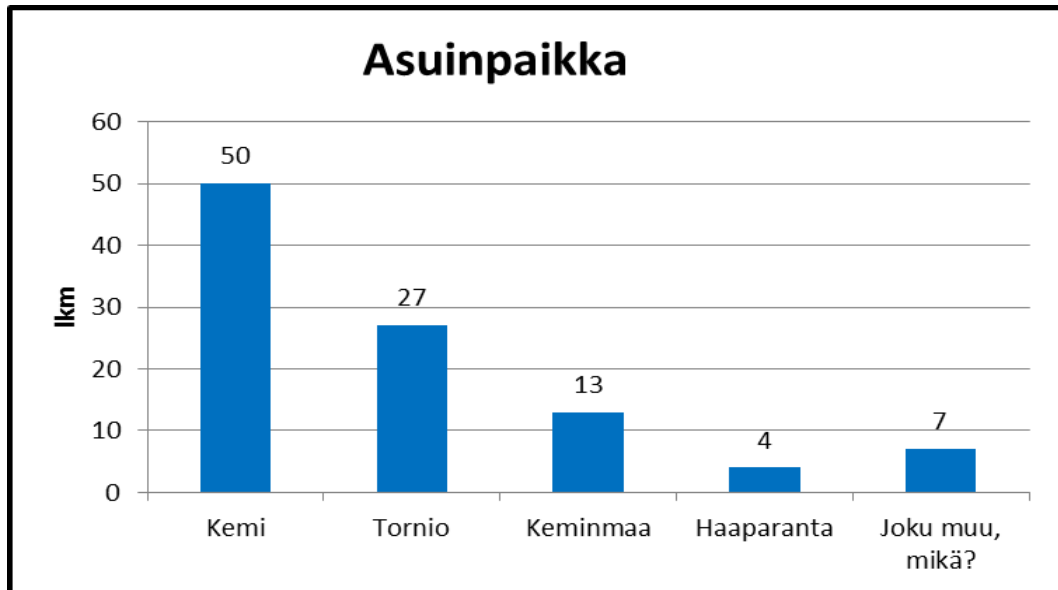
Toisena kysimme vastaajien ikää. Vastaajista vain yksi oli alle 18-vuotias ja yli 65-vuotiaita vastaajia ei ollut yhtään, mikä oli harmillista. Tämä johtunee kuitenkin varmaan siitä, että kysely suoritettiin Internetissä, joka saattaa olla vanhemmille ihmisille hankalaa käyttää. Muutoin olemme tyytyväisiä

vastaajien tasaiseen ikäjakaumaan, sillä halusimme mahdollisimman monipuolisesti tietoa alueen asukkaiden ravintolakäyttäytymisestä. Ihan nuoria vastaajia ei ollut paljoa, ja toisaalta kolmekymppisiä ja sitä vanhempia vastaajia oli yli puolet kaikista vastaajista. Hieman iäkkäämmät ihmiset ovat kokeneet ja nähneet kaikenlaisia yrityksiä ja palveluita enemmän, ja saattavat tietää paremmin minkälaisia ravintolapalveluita haluaisivat Meri-Lapin alueelle. Tämänkaltaisen ikäjakauma sopii meille myös sen vuoksi, että se saattaisi sopia meidän tulevien yritysten asiakaskuntaan erinomaisesti.



Kuvio 3. Vastaajien ruokakunnan tyyppi (n=101).

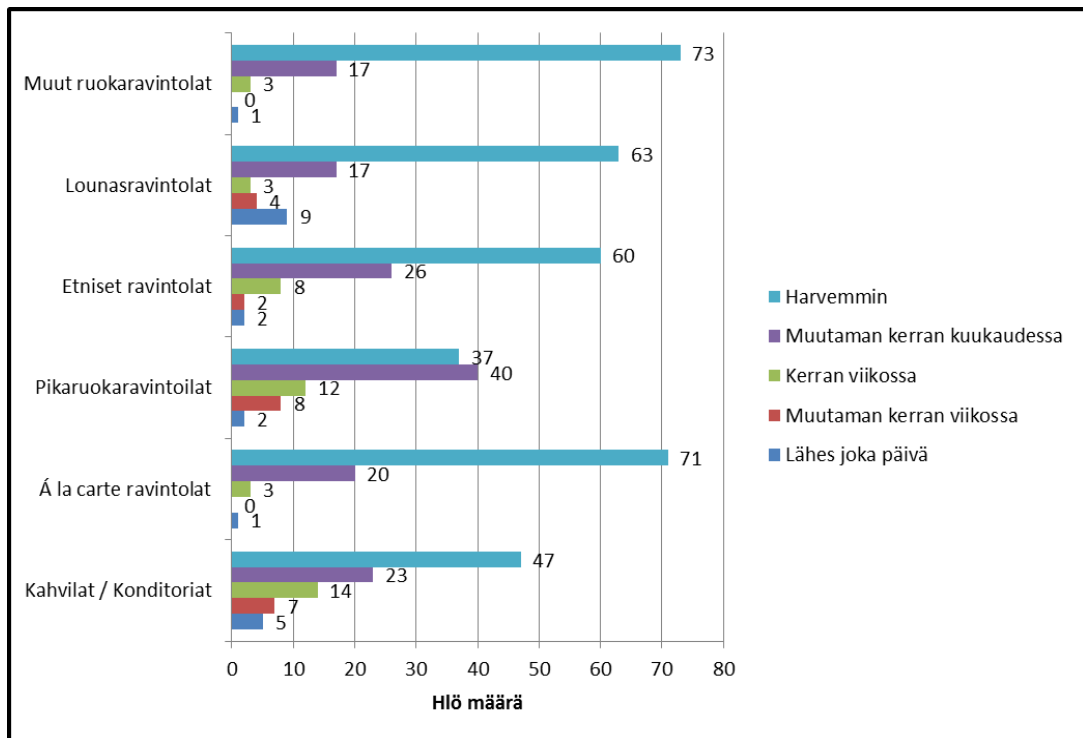
Kyselyn kolmantena kysymyksenä oli se, että mihin ruokakuntaan vastaaja kuuluu. Sinkut ja yksineläjät -ryhmään kuului 33 vastaajaa. Parisuhteessa tai naimisissa oli 41 vastaajaa. Perheellisiä vastaajia oli 27 henkilöä. Parisuhteessa tai naimisissa -kohtaan olisi voinut laittaa täsmennykseksi, että heillä ei ole lapsia, mutta oletimme vastaajien ymmärtävän, koska seuraava vaihtoehto oli perheellinen. Vastaajien ryhmät olivat aika tasaiset, joka mahdollisti monipuoliset vastaukset vastaajien kesken.



Kuvio 4. Vastaajien asuinpaikka (n=101).

Neljäntenä kysymyksenä kysyimme missä vastaaja asuu. Suurin määrä vastaajista oli Kemistä, jonka arvelemme johtuvan siitä, että tavoitimme helpommin Kemin alueen asukkaita vastamaan kyselyyn. Torniolaiset vaikuttivat olevan hieman laiskempia vastamaan kyselyyn. Seitsemän vastaajaa, jotka vastasivat kohtaan joku muu, olivat kotoisin Meri-Lapin alueelta, mutta he asuivat nykyään Rovaniemellä, Oulussa, Joensuussa tai pääkaupunkiseudulla.

5.2 Meri-Lapin ravintoloiden käyttötiheys ja toivotut palvelut



Kuvio 5. Vastaajien käyntitiheys ravintoloissa Meri-Lapin alueella (n=101).

Viidennes kysymys oli monivalinta kysymys, josta saimme selville kuinka usein vastaaja käyttää ravintolapalveluita Meri-Lapin alueella. Kysymykseen kuului kahvilat ja konditoriat, á la carte ravintolat, pikaruokaravintolat, etniset ravintolat, lounasravintolat sekä muut ruokaravintolat.

Jokaisessa kategoriassa, paitsi pikaruokaravintoloissa, vastaajat kävivät harvemmin kuin muutaman kerran kuukaudessa näissä viidessä ravintolakategoriassa. Muissa ruokaravintoloissa iso osa vastaajista käy vain muutaman kerran kuukaudessa. Vastaajista vain yksi käy lähes joka päivä, ja kolme vastaajaa käy kerran viikossa.

17 vastaajaa käy lounasravintoloissa muutaman kerran kuukaudessa. Muutamit vastaajat sanovat käyvänsä lounasravintoloissa kerran tai muutaman kerran viikossa. Lähes joka päivä lounastamassa käyviä oli yhdeksän vastaajaa, joiden arvelemme olevan joko opiskelijoita tai päivätyössä käyviä ihmisiä.

Etnisissä ravintoloissa kävi 26 ihmistä 101 vastaajasta muutaman kerran kuukaudessa. Kahdeksan ihmistä kävi etnisissä ravintoloissa kerran viikossa. Vain pari vastaajaa kertoi käyvänsä näissä ravintoloissa muutaman kerran viikossa tai lähes joka päivä. Etnisten ravintoloiden lounasbuffetit ovat omien kokemustemme mukaan aika suosittuja aluueella, joten arvelemme osan muutaman kerran kuukaudessa ja kerran viikossa käyvistä olevan myös lounastajia.

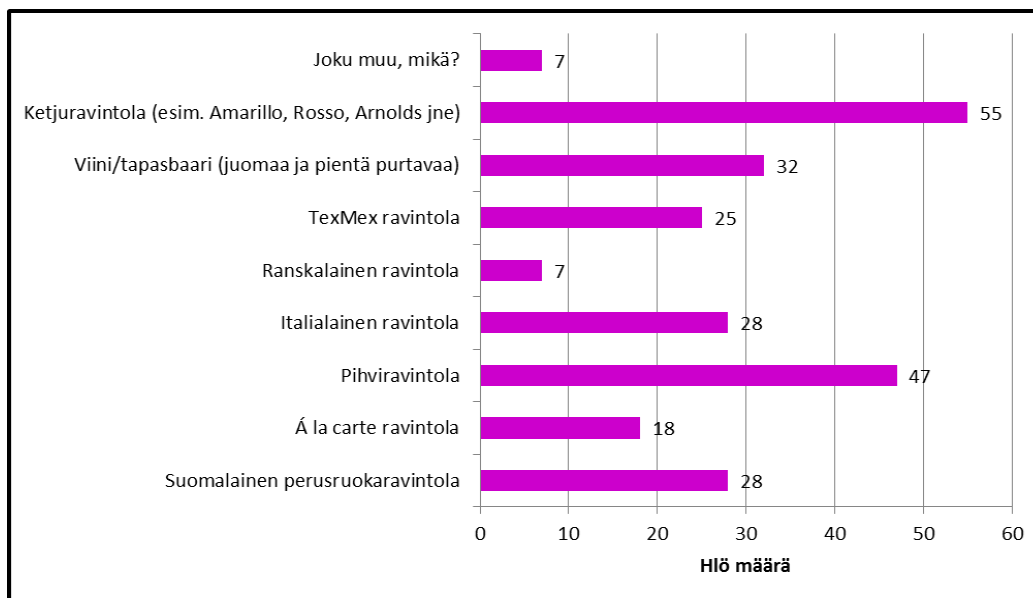
Pikaruokaravintoloissa lähes yhtä moni kävi joko muutaman kerran kuukaudessa tai harvemmin. Myös muutaman kerran viikossa tai kerran viikossa käyvien määrä on jakautunut melko tasaisesti kerran viikossa käy 12 ihmistä, ja muutaman kerran viikossa kahdeksan vastaajaa. Pari vastaajaa kertoi käyvänsä pikaruokaravintoloissa lähes joka päivä. Nämä kaksi henkilöä saattavat hyvin todennäköisesti olla yksinasuvia henkilöitä. Pikaruokaravintoloita käytetään selvästi aika paljon, mikä varmasti selittää alueen suurta pikaruokaravintoloiden määrää.

Myös á la carte ravintoloissa suurin osa vastaajista kävi joko muutaman kerran kuukaudessa tai harvemmin. Vain neljä vastaajaa vastasi käyvänsä tätä useammin näissä ravintoloissa.

Kahviloissa ja konditorioissa kävijöiden määrät jakoutuivat tasaisemmin kuin muiden ravintolatyyppeiden kohdalla. 12 vastaajaa käy näissä lähes joka päivä tai muutaman kerran viikossa. Kerran viikossa kahviloissa ja konditorioissa kävi 14 vastaajaa, ja muutaman kerran kuukaudessa näissä kävi 23 vastaajaa.

Kaiken kaikkiaan kysymykseen tulleista vastauksista voi nähdä, että suurin osa alueella asuvista käyvät ylipäätänsä ravintoloissa harvemmin kuin muutaman kerran kuukaudessa. Tämä todistaa hieman sitä käsitystä, mikä meille itsellämmekin oli ennen kyselyn tuloksien saamista. Meri-Lapin alueen asukkaat käyttävät ravintolapalveluita aika vähän. Tulevina tämän alueen ravintola-alan yrittäjinä tämä ehkä hieman huolestuttaa meitä. Jos aiomme menestyä tulevaisuudessa alueen yrittäjinä, täytyy meidän suunnitella omat liikeideamme todella hyvin. Ehkä meidän täytyy myöskin toivoa pientä

muutosta asukkaiden asenteisiin ja koittaa vaikuttaa myös itse yrittäjinä jotenkin asukkaiden ravintoloissa käymisen tiheyteen. Kuitenkin se, kuinka usein vastaajat kävivät kahviloissa ja konditoriassa, yllätti meidät positiivisesti. Vaikka kahviloita on alueella suhteellisen vähän, osaavat asukkaat kuitenkin arvostaa ja käyttää näitä palveluita.



Kuvio 6. Toivottuja ravintoloita Meri-Lapin alueelle (n=101).

Kysyimme vastaajilta minkälaisia ravintoloita he haluaisivat Meri-Lapin alueelle lisää, he saivat vastata tässä kysymyksessä maksimissaan kolmeen kohtaan. Annoimme vastausvaihtoehtoja valmiiksi, mutta annoimme myös mahdollisuuden kirjoittaa oman vastauksen, mikäli annetuista ei löydy sopivia vaihtoehtoja. Suurimman kannatuksen annetuista vaihtoehdoista saivat ketjuravintolat ja pihviravintolat. Ketjuravintoloita halusi alueelle 55 vastaajaa, mikä saattoi johtua meidän antamista esimerkeistä, joita oli Amarillo, Rosso, Arnolds ja niin edelleen. Pihviravintoloita kaipasi alueelle 47 vastaajaa.

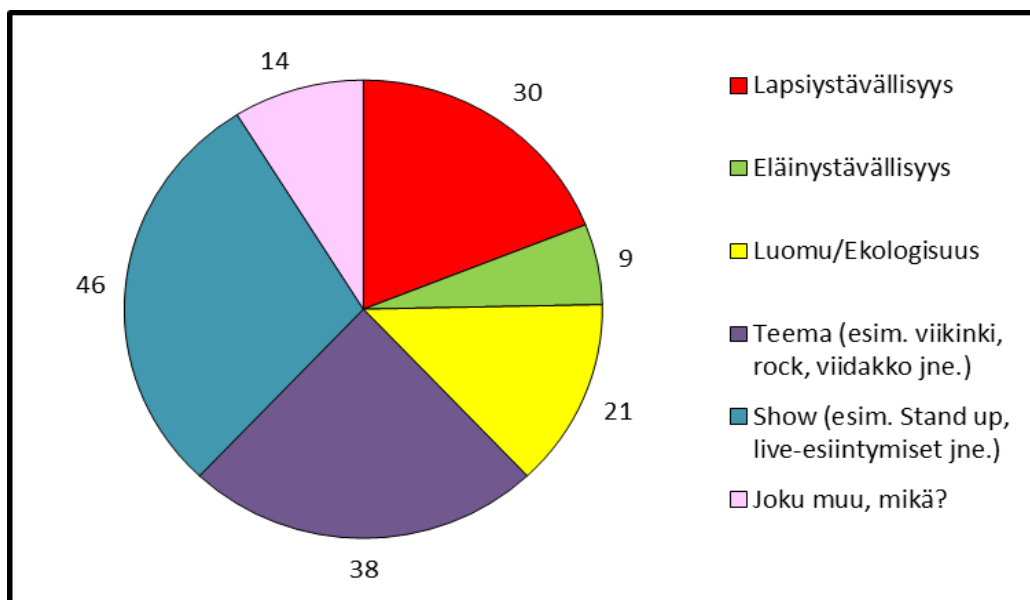
32 vastaajaa oli sitä mieltä, että haluaisivat alueelle viini ja tapas -baarin, josta olisi saatavilla juomaa ja pientä purtavaa. Ouluun on avattu joulukuussa 2010 viinibaari VOX, josta on saatavilla niin viiniä, juustoja kuin oluttakin ja muuta pientä purtavaa (Viinibaari VOX 2010). Olisi mielenkiintoista tietää menestyisikö Meri-Lapin alueellakin tämän kaltainen konsepti.

Sekä Italialaista ravintolaa, että Suomalaista perusravintolaa kaipasivat molempia 28 vastaajaa. TexMex ravintolaa kaipasi 25 vastaajaa. Vähemmän

kannatusta annetuista sai á la carte ravintola, 18 vastaajaa, sekä ranskalainen ravintola, seitsemän vastaajaa.

Seitsemän vastaajaa vastasi kohtaan ”joku muu”. Nämä vastaukset erosivat toisistaan paljon. Vastauksissa toivottiin alueelle lisää tavallisia baareja, urheilubaareja ja yökerhoja. Toiveissa oli myös lisää etnisiä ravintoloita, esimerkiksi sushiravintola, sekä kasvisruokavalioon että skandinaaviseen ruokaan erikoistuneita ravintoloita.

Nämä tulleet vastaukset ovat mielestämme hyviä huomioita, sillä niitä ei alueella ole. Poikkeuksena kuitenkin tavalliset baarit ja yökerhot, joita alueella kuitenkin on jonkin verran. Emme usko, että alueella välttämättä menestyisi kovin moni uusi baari lisää. Tätä perustelemme sillä, että omien kokemusten lisäksi jo tässä kyselyssäkin ilmenneiden vastausten perusteella alueen asukkaat eivät ole kovin aktiivisia kävijöitä. Ainakin uuden yökerhon perustamista alueelle harkitsisimme tarkkaan. Sekä Kemissä että Torniossa kuitenkin on jo molemmissa useampi yökerho.



Kuvio 7. Toivotut palvelut ja/tai arvot ravintoloissa (n=101).

Seitsemäntenä kysymyksenä kysyimme, minkälaisia palveluita ja arvoja vastaajat kaipaaisivat alueen ravintoloihin. Annetuista vaihtoehdoista selvästi suurimman kannatuksen sai teema- ja show ravintolat. Tästä päätellen

alueen asukkaat haluaisivat alueelle jotain hieman tavallisuudesta poikkeavaa ravintolakonseptia.

Lapsiystävällisiä ravintoloita kaipasi 30 vastaajaa. Luomu ja ekologisia ravintoloita toivoi alueelle 21 vastaajaa. Vastaajista vain yhdeksän kaipaisi eläinystävällistä ravintolaa. Kaikista vastaajista 14 valitsi kohdan ”joku muu”. Näissä vastauksissa useampi toivoi ravintoloihin enemmän ruokalistan vaihtuvuutta sekä parempaa ja laadukkaampaa ruokaa tuoreista raaka-aineista. Myös asiakaspalvelun laatuun, nopeuteen ja ystävällisyyteen haluttiin muutosta entiseen verrattuna. Yhdessä vastauksessa vastaaja otti myös kantaa ravintoloiden vessojen siisteyteen, jossa hänen mielestään oli parantamisen varaa useammassakin paikassa. Tämä asia on mielestämme erittäin tärkeää, sillä vessa on missä paikassa tahansa sellaista aluetta, missä ihminen kerkeää hetken katsella tarkemmin ympärilleen. Olemme itsekin törmänneet tähän samaan asiaan, ja vessojen viihtyvyyteen ja siisteyteen kannattaisi panostaa vähän enemmän.

5.3 Avoimet kysymykset

Kahdeksas kysymys oli pakollinen avoin kysymys, jossa kysyimme ovatko vastaajat tyytyväisiä Meri-Lapin alueen ravintolatarjontaan ja palvelun laatuun. Tähän kysymykseen saimme 101 vastausta ja niistä teimme lyhyen koosteen, jossa kerromme millaisia mielipiteitä saimme selville vastaajilta. Monelta vastaajalta tuli samankaltaisia palautetta ja mielipiteitä, sekä muutamalla vastaajalla oli myös jotain kunnan asiaa, joita me voisimme hyödyntää tässä meidän opinnäytetyössämme.

Tähän avoimeen kysymykseen vastanneista 31 oli tyytyväisiä Meri-Lapin alueen ravintolatarjontaan ja ruoan laatuun. Meri-Lapin alueella on suhteellisen paljon ravintola yrityksiä suhteessa asukaslukuun. Monet ravintolat ovat samankaltaisia, esimerkiksi pikaruokaravintoloita on suuri määrä, joten alueen asukkaat kaipaisivat monipuolisempaa ravintolatarjontaa sekä palvelua. Asiakaspalvelun laatuun kantaa ottaneista vastaajista puolet oli tyytyväisiä ravintoloiden palvelun laatuun Meri-Lapin alueella. Toisaalta puolet osanottajista, jotka eivät olleet tyytyväisiä, sanoivat palvelun laadun

olevan jopa ala-arvoista. Tämä on meidän mielestämme hyvin huolestuttavaa, koska asiakaspalvelulla on suuri vaikutus siihen tuleeko asiakas uudelleen. Kemi-Tornion alueella on hotelli- ja ravintola-alan koulutukset, jonka opiskelijoista osa tulee olemaan alueen ravintoloiden työntekijöitä. Jo koulutuksen aikana pitäisi panostaa enemmän siihen, että opetetaan näille tuleville ammattilaisille, minkälainen on hyvä ja pätevä asiakaspalvelija. Mitä aikaisemmin tämä tärkeä asia saadaan sisäistettyä, sitä paremmaksi asiakaspalvelijaksi opiskelija tulee.

Avoimeen kysymykseen tulleista vastauksista, monet vastaajista halusivat Meri-Lapin alueelle ketjuravintoloita, finedining -ravintoloita, suomalaisia perusruokaravintoloita, texmex -ravintoloita ja seurusteluravintoloita. Osa vastaajista ehdotti, että Meri-Lappiin olisi hyvä perustaa kunnan pihviravintola, viihde- ja tanssiravintola, teemaravintola ja espanjalainen tai italialainen ravintola. Vastaajat halusivat myös alueelle lapsiperheille sopivaa ravintolaa, jota me ehdotimme jo aikaisemmassa kysymyksessä.

Yhdeksäs kysymys oli myös avoin kysymys, johon ei ollut pakollista vastata. Kysyimme, jos heillä olisi vielä jotain muuta sanottavaa aiheeseen. Tähän viimeiseen kysymykseen vastasi 29 henkilöä. Tämän kohdan tarkoituksena oli mahdollistaa, että saisimme mahdollisimman monipuolisesti tietoon tulevien asiakkaiden ajatuksia ja mielipiteitä ravintolamaailmasta ja -alasta, sekä liikeideaan kannattavia ajatuksia.

Tässä kohdassa vastaajat olivat huomioineet, että Meri-Lapin alueella ei mainosteta tarpeeksi ravintoloita ja niiden menuita. Tarpeeksi aktiivinen mainostus saisi näitä asiakkaita enemmän liikkeelle ja käyttämään ravintolapalveluita. Ravintolat voisivat esimerkiksi jakaa postitse ravintolan mainoksia ja tarjouksia suoraan kotiin. Yksi vastaajista ehdotti, että alueen ravintolat voisivat tehdä yhteistyötä, ja perustaa yhteinen nettisivu, jossa olisi ravintoloiden lounas- ja ruokalistan hintoineen. Vastaaja kertoi esimerkkinä Oulun, jossa osa ravintoloista tekee tällaista yhteistyötä, ja kyseinen nettisivu on suurella käytöllä. Asiakkaalla olisi helpompaa käydä yhdellä nettisivulla katsomassa alueen ruoat, kuin käydä läpi erikseen jokaisen yrityksen nettisivut. Toisessa vastauksessa ehdotuksena tuli, että etniset ravintolat

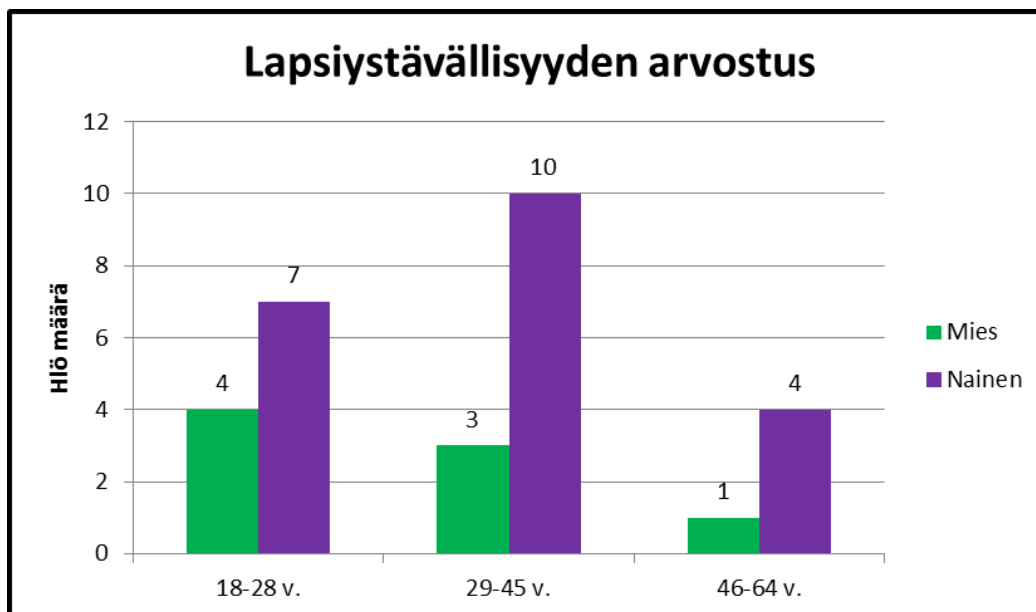
voisivat tehdä yhteistyötä esimerkiksi siten, että vaihtelisivat keskenään aukioloaikoja, koska arki-iltoina nämä yritykset ovat suurimmakseen tyhjänä. Asiakasmäärä saataisiin näin suunnattua tiettyyn ravintolaan tiettyinä iltana.

Avoimen kysymyksen vastauksissa ilmeni myös, että alueen asukkaat toivoisivat ravintoloiden panostavan viihtyisyyteen ja sisustukseen. Alueen ravintoloissa on huomattu olevan myös liikaa eineksiä, ravintoloiden pitäisi pystyä tekemään suurimman osan itse, eikä lämmitellä mikrossa. Vastauksissa toivottiin myös, että alueella olisi tarjolla kevyempää lounasta, sillä joka nurkalta löytyy roskaruokaa.

Ehdotuksissa oli myös, että ravintoloissa pitäisi saada olla eläimiä sisällä. Mutta tämä saattaa olla epähygieenistä, ja ymmärrämme miksi eläimiä ei yleensä saa olla sisällä ruokaravintoloissa. Yksi ehdotti, että ravintola voisi olla olohuoneen tyyppinen, jossa olisi jotain pientä purtavaa, rentoa meininkiä ja halpaa olutta. Vastaajat kannustivat perustamaan uutta ja erilaista Meri-Lappiin, vaikka pienellä riskillä, koska alueella ei heidän mielestään ole paljon vaihtoehtoja ravintoloiden suhteen.

5.4 Kyselyn tuloksien ristiintaulukointi

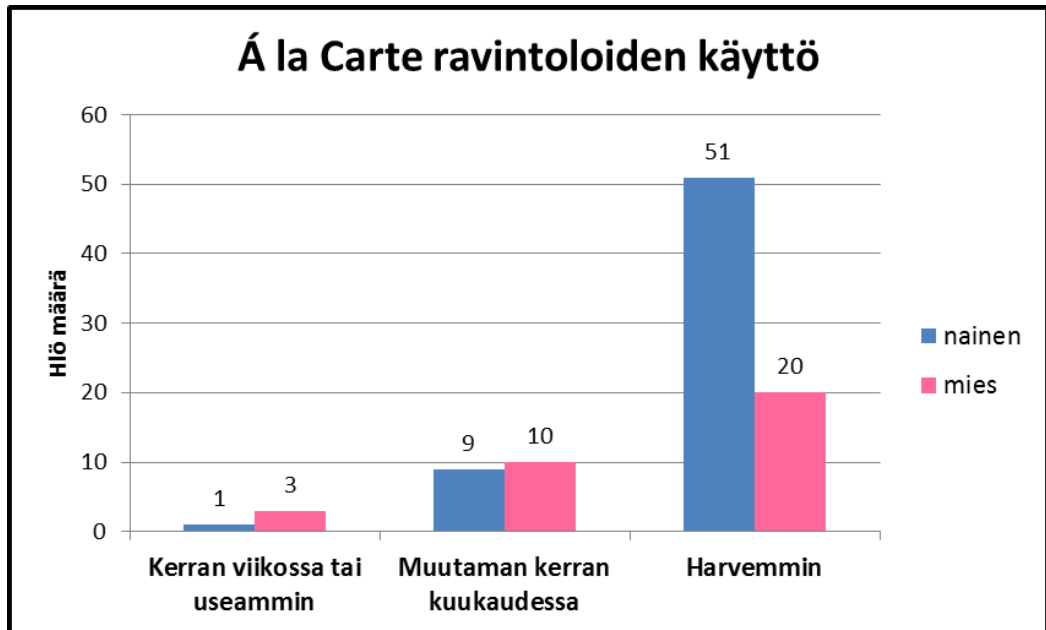
Kyselyn tuloksien läpikäymisen ja analysoinnin jälkeen teimme webropol -ohjelmalla ja excelillä ristiintaulukointia. Ensimmäinen ristiintaulukoitava asia oli lapsiystävällisyyden arvostus suhteessa vastaajan sukupuoleen ja ikään. Toinen ristiintaulukoitava oli á la carte ravintoloiden käyttötiheys suhteessa sukupuoleen ja ikään. Näihin taulukoihin emme ottaneet mukaan alle 18-vuotiaita ja yli 65-vuotiaita, sillä sen ikäisiä vastaajia ei ollut kuin yksi. Valikoimme nämä aiheet, koska ne olivat meille tärkeimpiä ja hyödyllisimpiä tulevaisuuttamme ajatellen. Alueelta puuttuu myös näihin kuuluvia ravintoloita ja arvoja. Haluaisimme kehittää näiden arvostuksia Meri-Lapin alueella.



Kuvio 8. Lapsiystävällisyyden arvostus vastaajien kesken.

Halusimme nähdä tämän kuvion avulla kuinka moni tähän lapsiystävällisyyden arvostamisen kohtaan vastanneista oli miehiä ja naisia, sekä miten tähän kohtaan vastanneet jakoutuivat ikäryhmittäin. Lapsiystävällisyyttä ravintoloissa arvostavista 21 oli naisia ja kahdeksan miehiä. Omien kokemustemme mukaan tätä selittänee se, että naiset ehkä osaavat arvostaa enemmän tällaisia perhearvoja kuin miehet, ja halunevat ylipäättään enemmän lapsiperheille suunnattujen palvelujen kehittämistä.

Suurin osa lapsiystävällisyyden valinneista oli alle 46-vuotiaita. Kaikkien alle 46-vuotiaiden vastaajien ikäjakauma oli tasainen, mutta hieman isompi osa vastaajista kertoi olevansa 29–45-vuotiaita. Ensisynnyttäjien keski-ikä oli vuonna 2011 noin 28,5 vuotta (Tilastokeskus 2012). Tämäkin varmasti selittää tätä jakaumaa, sillä 29–45-vuotiailla on jo omia lapsia, mahdollisesti aika pieniäkin. Heidän taloudellinen tilanteensakin saattaa olla 18–28-vuotiaita vastaajia parempi, joten he ehkä osaisivat arvostaa hieman enemmän lapsiystävällisyyttä ravintoloissa, kun niille olisi enemmän käyttöä.

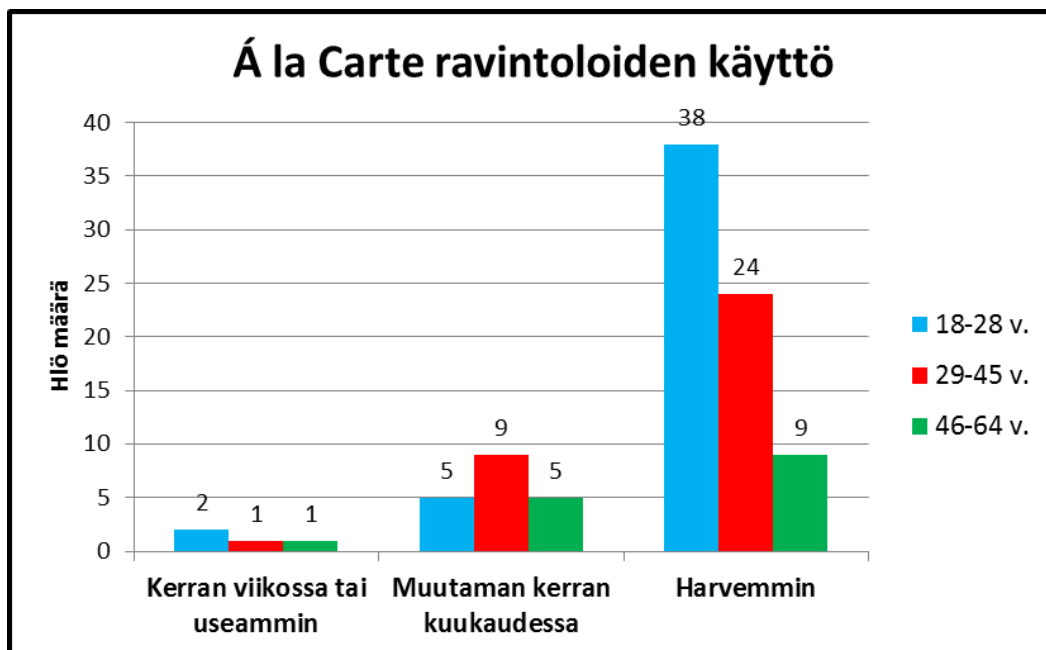


Kuvio 9. Á la Carte ravintoloiden käyttö sukupuolittain.

Uskomme á la carte ravintoloiden suosion johtuvan siitä, kun siellä palvelun taso on laajempaa pöytiin tarjoiltuna. Asiakkaat ovat valmiita maksamaan saamastaan palvelusta, sillä monessa paikassa on nykyisin käytössä yhä enemmän itsepalvelu -toimintoja.

Kerran viikossa tai useammin käyviä naisia ja miehiä on vain muutamia. Á la carte ravintolat luokitellaan yleensä hienompiin ravintoloihin, eikä niissä käydä ihan joka päivä. Muutaman kerran kuukauden aikana käyneet naisten ja miesten määrät ovat suhteessa toisiinsa hyvin tasaiset. Suurin osa mies- ja naisvastaajista käy harvemmin á la carte ravintoloissa. Tämä johtunee siitä että hinta-taso luokka voi olla liian korkea á la carte ravintoloissa, ja asiakkaat eivät halua käydä liian useasti ulkona syömässä tai löytävät halvemman vaihtoehdon.

Kuviossa ilmenee että miehet käyvät suhteessa useammin á la carte ravintoloissa kuin naiset. Tämä suurempi käynti á la carte ravintoloissa voisi johtua siitä, että miehet suosivat kunnon aterioita, sen sijaan kun naiset voivat nauttia pienimmistä aterioista, esimerkiksi kahviloissa olevia täytettyjä croissantteja tai salaatteja.



Kuvio 10. Á la Carte ravintoloiden käyttö ikäryhmittäin.

Vastaajien määrä eri ikäluokkien kesken vaihtelee suuresti tässä kuviossa. Nuoria vastaajia oli eniten, ja he käyvät harvemmin á la carte ravintoloissa. Nuoret asiakkaat suosivat yleensä enemmän etnisiä ja pikaruokaravintoloita, koska hinta mielletään sopivammaksi, ja itse tehty ruoka ei ole suuressa arvostuksessa. Keski-ikäisten á la carte ravintoloiden käyttötiheys on aktiivisempi kuin muulla ryhmällä tässä kuviossa. Tämä johtunee varmasti siitä, että heillä on taloudellinen tilanne parempi kuin nuoremmilla vastaajilla, ja he ehkä osaavat nauttia enemmän ulkona syömisestä silloin kun pääsevät kodin arjesta pois valmiiseen pöytään. 46–64-vuotiaiden vastaajien käyttötiheys jakautuu tasaisemmin kuin nuoremmilla. Yli 46-vuotiailla ei luultavasti ole enää pieniä lapsia ja täten heillä saattaa olla enemmän aikaa käyttää á la carte ravintoloiden palveluita.

6 YHTEENVETO SWOT-ANALYYSIN AVULLA

Tässä yhteenvedossa yhdistämme kilpailija-analyysistä, haastattelusta ja kyselystä saamamme tutkimustulokset. Näiden kolmen tutkimusmenetelmän kautta saimme paljon tietoa ja mielipiteitä monesta näkökulmasta, sekä alueen asukkaiden, että kehittämiskoordinaattorin asiantuntijuutta. Olemme tyytyväisiä saamiimme tuloksiin, sillä se paransi meidän alueen ravintola-alan tuntemusta. Tätä kautta uskomme, että meidän on helpompi harkita oman ravintola-alan yrityksen perustamista alueelle.

Kilpailija-analyysiin valitsemamme neljä vahvaa ravintolaa, Cafe & Bar Ankkuri, Ämmilä, Umpitunneli ja Ikean ravintola, olivat keskenään ainakin menestymisen ja palvelun kannalta hyvin tasaväkiset. Kävimme näissä neljässä ravintolassa tutustumassa asiakkaina, ja havainnoimme samalla ympäristöä, jotta saimme tarkemman ja syvemmän kuvan kyseisistä ravintoloista.

Saimme selville ravintoloiden tuotteista, palveluista ja ympäristöstä sekä hyviä puolia, että kehittämistä tarvitsevia asioita. Kehittämisen tarvetta oli asiakasmäärän kasvattamisesta, sisustuksessa, siisteydessä ja mainostuksen kasvattamisessa. Neljästä analyysin ravintolasta ainakin Café & Bar Ankkuri ja Ämmilä kaipaisivat enemmän mainostusta, jotta he saisivat kasvatettua asiakaskuntaansa. Esimerkiksi sosiaalista mediaa voisi käyttää tehokkaammin hyväksi, vaikka molemmilta omat Facebook -sivut löytyykin. Hyvinä puolina jokaisessa ravintolassa oli, että saamamme ruoka oli maukasta, ja palvelun taso oli ihan hyvää. Näitä esille tulleita kehittämisalueita ja hyviä puolia voimme käyttää hyväksi suunnitellessamme omien yritystemme toimintaa.

Haastattelimme Kemin elinkeinopalveluiden kehittämiskoordinaattori Jani Koskelaa. Koskelan haastattelusta saimme selville, että Meri-Lapin alueen ravintolatarjonta on aika runsasta, vaikkakin se painottuu aika paljon etniseen ruokaan ja pikaruokaan. Muitakin vaihtoehtoja ruokailupaikaksi kuitenkin löytyy sekä Tornion, että Kemin alueelta. Enemmän alueen ravintola-alan menestymisen kasvu olisikin kiinni sekä Koskelan että meidän mielestämme

alueen asukkaiden asenteiden muuttamisesta. Nykyään iso osa alueen asukkaista käy ulkona syömässä vain esimerkiksi jonkun merkkipäivänä. Tämä ei kuitenkaan riitä välttämättä ylläpitämään kaikkia alueen yksityisiä ravintoloita.

Haastattelussa syntyi muutama hyvä idea siitä mitä alueella tarvittaisiin lisää ravintola-alalle. Meri-Lapissa ei ole yhtään kokonaista ravintolakompleksia, josta saisi saman katon alta kaikki mahdolliset alan palvelut. Näillä palveluilla tarkoitetaan majoittumista, ruokaravintolaa, kahvila-baaria ja yökerhoa. Tällä hetkellä on mentävä aina jonnekin yhteen näistä mainituista. Toinen esiin tullut ravintolatyyppejä, joka puuttuu alueelta, on seurusteluravintola, jonne voisi mennä viettämään aikaa, juomaan ja syömään jotain. Koskelan mielestä jos aikoo perustaa Meri-Lappiin ravintolan, on sen oltava tarkkaan harkittu ja mietitty konsepti, jossa on jotain ekstrapaa hyvän ruoan lisäksi, ja joka erottautuu joukosta hyvin.

Meri-Lapin alueen asukkaille tekemästämme kyselystä saimme paljon erilaisia mielipiteitä ja näkökantoja alueen ravintolatarjonnasta, niiden käytöstä ja kehittämisen tarpeista. Meillä oli etukäteen ajatus, että Meri-Lapin asukkaat käyttävät aika vähän ravintolapalveluita. Tämä ennakoajatus todistui oikeaksi kyselyn tuloksista, mutta sieltä löytyi kuitenkin monia positiivisia yllätyksiä. Alueen asukkailla oli selvä näkemys ja mielipide alueen ravintola-alasta, ja he halusivat ottaa osaa kehitystyöhön kyselyn avulla. Kyselyyn vastanneista monet olivat tyytyväisiä ravintolatarjontaan, ja vielä useampi oli tyytyväinen saamaansa palveluun. Osat ei-tyytyväisistä olivat kuitenkin kokeneet saamansa palvelun epätasaiseksi ja välillä jopa alarvoiseksi.

Kyselyyn vastanneet halusivat alueelle enemmän johonkin erikoistuneita ja joukosta erottuvia vähän erilaisia ravintoloita. Näitä olivat muun muassa erilaiset show- ja live-esiintymis -painotteiset ravintolat ja johonkin teemaan perustuvat ravintolat. Myös ketjuravintoloita, pihviravintoloita ja seurusteluravintoloita kaivattiin Meri-Lapin alueelle. Kyselyssä tuli ilmi myös paljon muita seikkoja joihin kaivattiin kehittämistä. Tällaisia olivat esimerkiksi

ravintolatilojen ja vessojen siisteys ja viihtyvyys, sisustus ja pidemmät aukioloajat.

Eräs vastaaja ehdotti, että kaupunkien ravintolat pitäisi saada sellaiseen yhteistyöhön, että he voisivat sopia keskenään mikä on minäkin arki-iltana auki. Tällä hetkellä ainakin alueen kaupungeissa jokainen ravintola on aika hiljainen arki-iltaisin, ja jos aukiolo keskitettäisiin aina tiettyinä iltana tiettyyn paikkaan, niin pidemmälle siinä voitaisi kaikki osapuolet. Työntekijä- ja muita kuluja ei tule turhaan hiljaisina iltoina, ja sitten kun ravintola on auki, niin siellä luultavasti on myös asiakkaita. Tällainen yhteistyö olisi mielestämme hienoa ja voisi myös toimia, jos yhteisissä pelisäännöissä pitäydyttäisiin. Se, lähtisivätkö alueen ravintolat tällaiseen yhteistyöhön mukaan, on eri asia.

Teimme SWOT -analyysin Meri-Lapin alueen ravintolatarjonnan tämän hetkisestä tilasta vahvistaaksemme työn lopputulosta. Olemme tähän analyysiin mukaan sekä omia mielipiteitämme, että tutkimuksissamme selvinneitä asioita. SWOT -analyysin pyrimme tekemään mahdollisimman realistisesti, jotta saisimme sen avulla selville, minkälaisille yrityksille voisi olla tarvetta kun verrataan alueen kapasiteettiin ja siihen, mitä alueelta jo löytyy.

SWOT -analyysiä käytetään usein strategisessa suunnittelussa, ja sen avulla voidaan määritellä omaa asemaansa suhteessa esimerkiksi kilpailijoihin ja muuhun ulkomaailmaan. SWOT -analyysiä voidaan käyttää myös arviointiin, että onko jokin idea hyödynnettävissä. SWOT -analyysi on helppokäyttöinen, mutta sitä pitää osata hyödyntää. (OK-opintokeskus 2012.)

Swot-analyysin tekeminen ei ole aina niin helppoa, vaikka se siltä vaikuttaisi. Tehdessään tätä analyysia, voi tekijältä puuttua realistinen kuva ympäristöstä ja yritysten oikeaa tietoa. Vertaillessaan toisiin kilpailijoihin, kilpailutilanteesta voi tulla epätodellinen, jos info on vierestä lipaisevaa. Tekijä ei välttämättä uskalla esittää oikeaa kritiikkiä, jolloin Swotista tulee turhanpäiväinen analyysi, josta ei välttämättä irtoa mitään tärkeitä tietoa. (Kamensky 2004, 191.) Meidän on oltava hyvin tietoisia asioista ja pyrittävä tekemään Swot-analyysi mahdollisimman realistisesti, jotta siitä on meille hyötyä.

Taulukko 4. SWOT –analyysi Meri-Lapin ravintolatarjonnasta.

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none"> • Monipuolinen tarjonta verrattuna asukasluukuun • Ketjut tuttu ja turvallinen • Pitkään toimineet yritykset/ hyvä maine • Suositaan tuttuja yrityksiä • Samalla halutaan jotain uutta alueelle • Alueen ravintoloiden erilaistuneisuus 	<ul style="list-style-type: none"> • Asiakkaat eivät käy niin usein ravintoloissa • Ravintoloiden lyhyet aukioloajat • Suositaan tuttuja yrityksiä
MAHDOLLISUUDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none"> • Alueella on uusille ravintola yrityksille tilaa /markkinarakoa • Kasvava matkailu • Ravintoloiden käytön suosio on kasvussa 	<ul style="list-style-type: none"> • Alueen vahvimmat ravintolat • Suomen taloustilanne • Pikaruokaravintoloiden suuri suosio • Ketjuravintolat • Asukkaiden asenteet

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tavoitteenamme oli selvittää mitä ravintoloita Meri-Lapin alueella on, ja mitkä voisivat olla tulevia kilpailijoitamme. Halusimme selvittää minkälaisille ravintola-alan yrityksille voisi olla markkinarakoa alueella. Lisäksi selvitimme miten ravintolayritys perustetaan.

Tuloksien perusteella Meri-Lapin alueella olisi markkinarakoa monenlaisille ravintolakonsepteille. Yhdistämällä näistä kolmesta tutkimusmenetelmästä saamien tulosten perusteella löydämme useammankin toteuttamiskelpoisen liikeideakonseptin, jotka voisivat menestyä. Näitä esiintulleita liikeideoita ja konsepteja olivat finedining-, bistro-, tapas-, seurustelu-, teema- ja ketjuravintolat.

Näistä liikeideoista meitä kiinnostaisi perustaa tulevaisuudessa Meri-Lappiin johonkin teemaan perustuva ravintola sekä bistron tyyppinen seurusteluravintola. Teemaravintola voisi esimerkiksi olla lapsiperheille soveltuva ravintola Torniossa, missä voisi olla lapsille joitain tapahtumia ja ajanvietettä. Monipuolinen ruokalista olisi suunniteltu siten, että sekä lapsille ja aikuisille löytyisi sopivia vaihtoehtoja. Bistron tyyppinen seurusteluravintola sijaitsisi Kemissä, ja olisi suunnattu enemmän aikuisempaan makuun. Siellä olisi jotain pientä purtavaa, juomista sekä rentoa tunnelmaa.

Näitä liikeideoita suunnittelemme enemmän kehitysprojektiin kuuluvissa opinnoissa, jossa laadimme omat liiketoimintasuunnitelmamme. Liiketoimintasuunnitelmat ovat tarkoitus tarkistuttaa ja luetuttaa rahoittajalla ja alan yrittäjällä, jotta saamme niistä oikeanlaiset ja toteuttamiskelpoiset tulevaisuutta ajatellen.

Mielestämme onnistuimme täyttämään tavoitteemme hyvin, sillä saimme tutkimustulosten kautta tarvittavat pohjat ajatelleen tulevaisuuttamme yrittäjinä Meri-Lapissa. Tulemme hyödyntämään näitä tutkimustuloksia kehitysprojekteissamme ja tulevissa yrityksissämme.

Valikoimme tämän aiheen, koska halusimme tehdä opinnäytetyön, josta voisi olla myös meille hyötyä tulevaisuutta ajatellen. Emme hankkineet toimeksiantajaa tähän opinnäytetyöhön, koska me olimme periaatteessa itse omia toimeksiantajiamme. Teimme tämän työn meitä itseämme varten, emmekä halunneet minkään ulkopuolisen yrityksen tai yhteisön hyödyntävänsä liikaa meidän työme tutkimustuloksia. Tämä sen vuoksi, että tulemme käyttämään itse tuloksia, hiljaisia tietoja sekä heikkoja signaaleja, omissa tulevissa yrityksissämme, joiden liikeideat saimme selville tässä opinnäytetyössä.

Opinnäytetyön aihe oli hyvin tärkeä meille kummallekin ja olemme tyytyväisiä tähän meidän omaan työhömmä ja sen tutkimustuloksiin. Uskomme tästä työstä olevan hyötyä meille tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön aihe muuttui opinnäytetyön ohjaus ensimmäisellä kerralla ja saimme oikean suunnan työllemme heti alusta. Opinnäytetyön ohjaustapaamiset olivat meidän mielestämme erittäin tärkeitä, koska se edesauttoi meitä tekemään opinnäytetyötämme, sekä pysymään aikataulussa. Saimme joka ohjauskerrasta jotain parannusehdotuksia sekä opettajilta että kanssaopiskelijoilta. Uskomme opinnäytetyön olleen huonompi, jos emme olisi saaneet selville muiden näkökulmia ja ajatuksia työstämme, sillä ihminen voi helposti sokeutua omaan työhön. Opinnäytetyön ohjauksista saimme myös aina uutta potkua tekemään omaa työtämme.

Opinnäytetyön tekeminen sujui yllättävän helposti ja sujuvasti alusta loppuun asti. Opinnäytetyöstä saimme työn alussa kuvan, että se on hyvin hankalaa ja hermoja kiristävää, mutta meidän tekemässämme työssä sujui kaikki erinomaisesti. Yhteistyö onnistui mainiosti ja tuimme toisiamme, jotta saimme työn tehtyä. Teimme opinnäytetyötä yhdessä sekä erillään, mutta parhaat tulokset saimme kun teimme opinnäytetyötä yhdessä. Yhdessä tekeminen, edellytti etenemään tässä työssä. Helpon yhteistyön sujumisen syynä voi olla myös se, että olemme tehneet hyvin paljon yhteistyötä muissa opinnoissa. Olemme jotenkin jo tottuneet, että työn tekemisessä on kaveri mukana.

Opinnäytetyön aihe oli kiinnostava, koska saimme tehdä omaa ajatustyötä ja selvittää mitä täällä Meri-Lapissa on ja mitä täältä puuttuu tai tarvitsee kehittämistä. Kilpailija-analyysin tekeminen oli merkittävän tärkeää tässä työssä ja meidän piti pyrkiä analyyttisen ajattelemiseen, jotta saimme kilpailija-analyysistä oikeanlaisen.

Saimme haastattelun kautta oikeaa asiantuntijan tietoa, alueen ravintola-alasta ja mille olisi kehittämisen varaa sekä millaisille ravintola yrityksille voisi olla markkinarakoa. Tämän haastattelun kautta saimme omat silmämme auki, ja osaamme nyt seurata ravintola-alan kehittymistä ja muutoksia, sekä osaamme miettiä millaiset ravintola- alan yritykset voisivat menestyä Meri-Lapin alueella.

Kyselystä saimme hyviä ideoita ja merkitsevää tietoa Meri-Lapin alueen asukkailta. Jälkikäteen ajateltuna olisimme voineet suunnitella ja harkita hieman tarkemmin kyselyn kysymysten järjestyksiä ja sanamuotoja. Ainakin yksi kysymys oli palautteiden perusteella sellainen, että sen kohdalla oli vastaajilla tullut epäselvyyttä siitä, mitä kysymyksellä tarkoitettiin. Mietimme myös, että ohjasiko antamamme esimerkit kaivattavista ravintoloista liikaa vastaajia vastaamaan jollain tietyllä tavalla.

Tulevina ravintola yrittäjinä oli ideaalista saada selvittää, mitä alueen asukkaat haluavat ja missä asioissa olisi kehitettävää ravintola-alan yrityksissä. Mielestämme on tärkeää ottaa huomioon asiakkaiden mielipiteet ja ajatukset ravintola-alasta. Näin me voimme saada lisää tulevia asiakkaita omiin tuleviin yrityksiin, koska olemme ottaneet huomioon alueen asukkaiden mielipiteitä ja ideoita, joita voimme hyödyntää tulevissa ravintola yrityksissä.

LÄHTEET

- Burns, P. 2007. Entrepreneurship And Small Business. Second Edition. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Business Fellows 2009. Yrityksen liiketoiminnan visio on syytä pyrkiä määrittelemään jo toiminnan alkuvaiheessa. Osoitteessa www.businessfellows.com/articles/22. Luettu 5.11.2012.
- Business knowledge center. 2010. Competitor analysis. Osoitteessa <http://www.netmba.com/strategy/competitor-analysis/>. Luettu 15.10.2012
- Garvey, M. – Dismore, H. – Dismore, A. – Godsmark, C. 2007. Starting & Running a Restaurant For Dummies. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Eskola, J. – Vastamäki, J. 2001. Teemahaastattelu: Opit ja opetukset. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Evira 2012. Elintarvikehuoneistot. Elintarvikehuoneistosta ilmoittaminen. Osoitteessa http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus_ja_myynti/elintarvikelainsaadanto/elintarvikehuoneistot. Luettu 6.10.2012.
- Finnvera 2012. Naisyrittäjälaina. Osoitteessa www.finnvera.fi/tuotteet/lainat/naisyrittaejaelaina. Luettu 15.10.2012.
- Fonecta 2012. Tuotteet ja palvelut. Osoitteessa www.fonecta.fi. Luettu 15.8.2012.
- Gemzell 2011. Prinsessbakelse. Osoitteessa www.gemzell.se/blogg/?p=3712. Luettu 17.10.2012.
- Hirsjärvi, S. – Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu – teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsingin yliopistopaino.
- Ikea 2012. Trygghet från ax till limpa. Osoitteessa www.ikea.com/ms/sv_SE/restaurang/restaurang.html. Luettu 16.10.2012.
- Ilmoniemi, M. – Järvensivu, P. – Kyläkallio, K. – Parantainen, J. – Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Kajaanin ammattikorkeakoulu 2012. Havainnointi. Osoitteessa 193.167.122.14/Opari/ontTukiKeruuHavainnointi.aspx. Luettu 16.10.2012

- Kamensky, M. 2004. Strateginen johtaminen. Helsinki: Talentum.
- Kelly, J. 1991. Kilpailija-analyysistä kilpailuvaltti. Helsinki: Rastor-julkaisut.
- Koskela, J. 2012. Kemin elinkeinopalvelut, kehittämiskoordinaattori.
Haastattelu. 21.9.2012.
- Kulta, E. 2011. Taloussanomien. "Vain" 10 lupaa! Näin helposti perustat ravintolan. Osoitteessa <http://www.taloussanomien.fi/yrittaja/2011/05/26/vain-10-lupaa-nain-helposti-perustat-ravintolan/20117385/137>. 26.5.2012.
- Liiketoimintasuunnitelma 2012. Liiketoimintasuunnitelma ja yrityslaskelmat – kohti kannattavaa yritystoimintaa! Osoitteessa www.liiketoimintasuunnitelma.com. Luettu 15.10.2012.
- Merihovi 2012a. Cafe & Bar Ankkuri. Osoitteessa www.merihovi.fi/hovi/esivu.php?id=121&kieli=fi. Luettu 16.10.2012.
- 2012b. Lounaslistat. Osoitteessa www.merihovi.fi/hovi/esivu.php?id=194&kieli=fi. Luettu 16.10.2012.
- Nousiainen, T. 2010. Lounais-Lappi. Kustannussäästöjä ja glamouria. Osoitteessa www.lounaislappi.fi/asuntoporssi/kustannusstj-ja-glamouria. Luettu 16.10.2012.
- OK-Opintokeskus 2012. Swot-analyysi. Osoitteessa ok-opintokeskus.fi/swot-analyysi. Luettu 16.10.2012.
- Ouluseutu Yrityspalvelut 2009. Startti. Yrityksen perustaminen Ouluseudulle. Oulu: Oulun kaupungin painatuskeskus.
- Porter, M. 1990. Strategia kilpailutilanteessa. Helsinki: Rastor-julkaisut.
- 1998. Competitive strategy. New York: Free Press.
- Routio, P. 2005a. Taideteollinen korkeakoulu. Havainnoivat tutkimustavat. Osoitteessa www.uiah.fi/virtu/materiaalit/tuotetiede/html_files/1362_empiir.html. Luettu 16.10.2012.
- 2005b. Kyselevät tutkimustavat. Osoitteessa <http://www2.uiah.fi/projekti/metodi/064htm>. 3.8.2007.
- Tasa-arvovaltuutettu 2010. Finnvera saa tarjota naisyrittäjille edullisempaa

lainaa kuin muille (TAS/90/2010). Osoitteessa www.tasa-arvo.fi/tasa-arvovaltuutettu/lausuntoja/lausunto/-/view/1545483. Luettu 15.10.2012.

Tilastokeskus 2012. Ensiavioitujan ja ensisynnyttäjän keski-ikä 1982–2011. Osoitteessa http://www.stat.fi/til/ssaaty/2011/ssaaty_2011_2012-04-20_kuv_001_fi.html. Luettu 16.10.2012.

Työ- ja elinkeinokeskus 2009. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. Helsinki: Edita Prima Oy

Työ- ja elinkeinoministeriö 2010. Yrittäjyyspalvelu. Osoitteessa www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/index.jsp. Luettu 7.10.2012.

Umpitunneli 2007a. Umpitunnelin keittiö. Osoitteessa www.upitunneli.fi/index.php?page=keittio. Luettu 16.10.2012.

– 2007b. Etusivu. Osoitteessa www.umpitunneli.fi. Luettu 16.10.2012.

Vaasan ammattikorkeakoulu 2012. Yritysklinikka. Kilpailija-analyysi. Osoitteessa www.puv.fi/fi/yritysklinikka/tuotekortti_kilpailija-analyysi.pdf. Luettu 5.11.2012

Verohallinto 2010. Yritys työnantajana. Osoitteessa https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Yhdistys_ja_saatio/Yhdistys_ja_saatio_tyonantajana. 28.10.2010

Viinibaari VOX 2010. Korkit sanovat poks, me olemme viinibaari VOX!!!. Osoitteessa <http://www.viinibaarivox.fi/2010/12/korkit-sanovat-poks-me-olemme-viinibaari-vox/>. 2.12.2010.

Virtuualiammattikorkeakoulu 2007. Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen. Osoitteessa <http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289345955/1194290010211.html>. Luettu 31.8.2012

Vuorela, S. 2005. Haastattelumenetelmät. Osoitteessa www.cs.uta.fi/usabsen/luvut/3-Vuorela.pdf. Luettu 5.11.2012

Yritys-Suomi 2012. Tuotteen kilpailuetu. Osoitteessa www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku_TuotejaPalvelukehitys&ppa=palp_Idean_tuotteistaminen&aihe=1000173. Luettu 5.11.2012

Ämmilä 2012a. Etusivu. Osoitteessa <http://www.ammila.fi/ammila/esivu.php?alue=Etusivu&kieli=fi>. Luettu 16.10.2012.

– 2012b. Kemi. Osoitteessa

<http://www.ammila.fi/ammila/esivu.php?alue=Kemi&kieli=fi>.
Luettu 16.10.2012.

- 2012c. Kuvia Kemin Ämmilästä. Osoitteessa
<http://www.ammila.fi/ammila/esivu.php?id=14&kieli=fi>. Luettu
16.10.2012.



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences

Meri-Lapin ravintolapalveluiden tarjonta

Olemme restonomi opiskelijoita, ja teemme opinnäytetyömme Meri-Lapin ruokaravintolatarjonnasta. Vastaamalla tähän kyselyyn, autatte meitä kartoittamaan ja kehittämään Meri-Lapin ruokaravintolatarjontaa. Vastaajien kesken arvomme lahjakortin Ikeaan.

1. Sukupuoli *

- Mies
 Nainen

2. Ikä *

- alle 18
 18-28
 29-45
 46-64
 65-

3. Ruokakunta *

- Sinkku / yksineläjä
 Parisuhteessa / naimisissa
 Perheellinen

4. Asuinpaikka *

- Kemi
 Tornio
 Keminmaa
 Haaparanta
 Joku muu, mikä?

5. Mitä seuraavista palveluista käytätte Meri-Lapin alueella, ja kuinka usein? *

	Lähes joka päivä	Muutaman kerran viikossa	Kerran viikossa	Muutaman kerran kuukaudessa	Harvemmin
Kahvilat / Konditor Konditoriat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Á la carte ravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pikaruokaravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etniset ravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lounasravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muut ruokaravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Minkälaisia ruokaravintoloita kaipaisitte lisää Meri-Lapin alueelle? Valitse max. 3 vaihtoehtoa. *

- Suomalainen perusravintola
- À la carte ravintola
- Pihviravintola
- Italialainen ravintola
- Ranskalainen ravintola
- TexMex ravintola
- Viini/tapasbaari (juomaa ja pientä purtavaa)
- Ketjuravintola (esim. Amarillo, Rosso, Arnolds jne.)
- Joku muu, mikä?

7. Minkälaista tarjontaa arvostaisitte ravintolapalveluissa? Valitse max. 2 vaihtoehtoa. *

- Lapsiystävällisyys
- Eläinystävällisyys
- Luomu/Ekologisuus
- Teema (esim. viikinki, rock, viidakko jne.)
- Show (esim. Stand up, live-esiintymiset jne.)
- Joku muu, mikä?

8. Oletteko tyytyväisiä Meri-Lapin alueen ravintolatarjontaan ja palvelun laatuun? Perustele lyhyesti. *

9. Onko jotain muuta mitä haluaisitte sanoa?

10. Jos haluatte osallistua arvontaan, jättäkää yhteystietonne tähän. Arvonta suoritetaan 30.9.2012.

Etinimi

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

HAASTATTELURUNKO

Liite 2

1. Mikä on teidän mielestänne Meri-Lapin alueen ravintoloiden tarjonta tällä hetkellä?
2. Missä kaivataan kehittämistä?
3. Minkälaisia ravintoloita kaipaisitte lisää Meri-Lapin alueelle?
4. Minkälaiset voisivat mielestänne menestyä?
5. Millaisille yrityksille olisi markkinarakoa?
6. Mikä on teidän mielestänne tämän alueen ravintola-alan tulevaisuuden näkymä?
7. Mitä ajattelette yksityisomistus ravintoloista vastaan ketju ravintoloiden asemasta? Kumpaa suositte enemmän?
8. Minkälaiset mahdollisuudet ovat nuorilla yrittäjillä?
9. Kannattaako perustaa ravintolaa tälle Meri-Lapin alueelle? Kuinka isot riskit siihen liittyy?
10. Miten me tulevat yrittäjät voisimme kehittää Meri-Lapin alueen matkailu-, majoitus- ja ravitsemus-alan yhteistyötä?

