

Ravintolan perustaminen Jyväskylään

Idean konseptointi

Jaakko Ahvo

Opinnäytetyö

Toukokuu 2020

Matkailu- ja ravitsemusala

Restonomi (AMK), matkailu- ja palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Ahvo, Jaakko	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Toukokuu 2020
	Sivumäärä 34	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Ravintolan perustaminen Jyväskylään Ideen konseptointi		
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja palveluliiketoiminta		
Työn ohjaaja(t) Kimmo Aho		
Toimeksiantaja(t)		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyössä tavoitteena oli selvittää, millainen ravintolakonsepti olisi kuluttajille sopiva Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintolana. Tutkimuksessa selvitettiin myös, millainen näkemys kuluttajilla on Jyväskylän nykyisestä ravintolatarjonnasta, mitä Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintolatarjonnasta puuttuu ja onko tietyn tyyppisistä ruoka- ja anniskeluravintoloista jo ylitarjontaa.</p> <p>Tutkimus tehtiin kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimustavalla. Aineisto kerättiin haastattelemalla kahdeksaa 18 – 29-vuotiasta jyväskyläläistä. Haastatteluiden teemoina olivat Jyväskylän ravintolatarjonta tällä hetkellä, Jyväskylän ravintolakonseptit ja toiveet täyttävä ruoka- ja anniskeluravintola. Aineisto analysoitiin yleiskielellisesti litteroimalla haastattelut ja jäsentelemällä vastaukset teemoittain.</p> <p>Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintola tarjontaa pidettiin tavanomaisena ja hieman tylsänä mutta silti riittävänä. Haastateltavat henkilöt kokivat, että Jyväskylässä ketjuravintoloita on paljon ja ne vaikuttavat merkittävästi Jyväskylän nykyiseen ruoka- ja anniskeluravintolatarjontaan. Tutkimuksessa kävi ilmi, että Jyväskylässä on paljon hampurilais- ja pizapaikkoja, ja niitä oli nykyiseen ravintolatarjontaan suhteutettuna liikaa. Tutkimuksessa toistui neljä asiaa: aasialaiset ravintolat, hyvä hinta-laatusuhde, mielenkiintoinen miljöö sekä hyvä palvelu ja hyvä ruoka. Tutkittavista suurin osa koki, että Jyväskylässä ei ole toiveet täyttävää ruoka- ja anniskeluravintolaa, mikä oli samalla vastaus tutkimusongelmaan.</p> <p>Tehdyn tutkimuksen perusteella pystyi päättelemään, onko Jyväskylään mahdollista perustaa täysin uudella konseptilla toimiva ruoka- ja anniskeluravintola ja olisiko sille potentiaalisia kuluttajia.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Ravintola, konseptisuunnittelu, kvalitatiivinen tutkimus, teemahaastattelu		
Muut tiedot (Salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Ahvo, Jaakko	Type of publication Bachelor's thesis	Date May 2020 Language of publication: Finnish
	Number of pages 34	Permission for web publication: x
Title of publication Establishment of a restaurant in Jyväskylä Concepting an idea		
Degree programme Tourism and Hospitality Management		
Supervisor(s) Aho, Kimmo		
Assigned by		
Abstract <p>The aim of the thesis was to study what kind of a restaurant concept serving both food and alcoholic beverages would be appropriate for the consumers in Jyväskylä. The study also examined what kind of views the consumers have about the current variety of restaurants in Jyväskylä, the deficiencies in the variety of food and alcoholic beverage serving restaurants in Jyväskylä, and whether there is an oversupply of certain types of restaurants serving food and alcoholic beverages already.</p> <p>The methods utilized in this study are qualitative. The data was collected by interviewing eight Jyväskylä residents between ages 18 and 29. The main themes of the interviews were the current variety of restaurants in Jyväskylä, the concepts of the restaurants in Jyväskylä and the open speculation for a hypothetical restaurant concept fulfilling the wishes of the interviewees. The data was analyzed in general linguistic terms by transcribing the interviews and categorizing the responses thematically.</p> <p>The main findings of the study were that the supply of the restaurants serving food and alcoholic beverages in Jyväskylä was considered conventional and somewhat boring but still adequate. The interviewees felt that there are a number of chain restaurants in Jyväskylä causing a significant impact on existing supply of food and alcoholic beverage serving restaurants. The study revealed that there are many burger and pizza places in Jyväskylä, and that there are, in fact, too many in relation to the current variety of restaurant supply. Four major areas kept repeating throughout the study: Asian restaurants, price-quality ratio, an interesting milieu and good food and service. The majority of the interviewees stated that there is no restaurant in Jyväskylä that would completely fulfill one's wishes as a customer, which simultaneously provided an answer to the research problem.</p>		
Keywords/tags (subjects) Restaurant, concept design, qualitative research, theme interview		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Tutkimusasetelma	4
2.1	Kvalitatiivinen tutkimus.....	6
2.2	Teemahaastattelu.....	7
2.3	Validiteetti ja reliabiliteetti	8
2.4	Laadullinen analyysi	9
3	Ravintola-ala, konsepti ja ravintolakonsepti.....	9
3.1	Ravintola-ala.....	10
3.2	Konsepti.....	12
3.3	Ravintolakonsepti.....	14
4	Tutkimuksen toteutus.....	19
5	Tutkimustulokset.....	20
5.1	Jyväskylän nykyinen ruoka- ja anniskeluravintolatarjonta	20
5.2	Ravintolakonseptit.....	24
6	Johtopäätökset.....	26
7	Pohdinta.....	28
	Lähteet	31
	Liite 1 Teemahaastattelurunko.....	34

Kuviot

Kuvio 1. Keski-Suomen ja Jyväskylän seudun kuntien väestörakenne ikävuosittain 2010-2018	5
Kuvio 2. Kvalitatiivisen tutkimuksen toistuva etenemismalli	7
Kuvio 3. Ravintoloiden liikevaihdon vuosimuutos 2017-2018	11
Kuvio 4. Kuluttajatutkimuksen systemaattinen kaava	13

	2
Kuvio 5. Tuotteen systemaattisen testauksen kaava	14
Kuvio 6. Konsepti ja markkinointi	16
Kuvio 7. Erilaisten ravintolatyyppeiden ja palvelun merkitys kohderyhmälle	17
Kuvio 8. Jyväskylän nykyinen ruoka- ja anniskeluravintolatarjonta	21
Kuvio 9. Ravintolakonseptit	24

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on Ravintolan perustaminen Jyväskylään – idean konseptointi. Työssä tutkitaan ruoka- ja anniskeluravintoloiden konsepteja Jyväskylän alueen ruoka- ja anniskeluravintoloista. Opinnäytetyössä etsitään vastausta kysymykseen, millaisena kuluttajat näkevät Jyväskylän tämän hetkisen ruoka- ja anniskeluravintolatarjonnan, mitkä konseptit Jyväskylässä herättävät kuluttajien mielenkiintoa ja minkälaisista ruoka- ja anniskeluravintoloista on ylitarjontaa. Tämä opinnäytetyö tulee toimimaan itselleni ja myös muille ravintolan perustamista tulevaisuutta ajattelen siinä että olisiko Jyväskylään mahdollista perustaa täysin uudella konseptilla toimiva ravintola ja kiinnostaisiko se potentiaalisia kuluttajia. Opinnäytetyöllä ei ole toimeksiantajaa, koska teen tätä tutkimusta itselleni sekä muille ravintolan perustamisesta kiinnostuneille. Jyväskylässä on useita esimerkkejä siitä, miten suhteellisen tavanomaiset konseptit toimivat mutta erikoiset erikoisemmat konseptit eivät löydä potentiaalista kuluttajakuntaa.

Opinnäytetyöni rajataan ravintolan perustamiseen konseptoinnin eikä se sisällä opinnäytetyössä tekemään täysimääräistä liiketoimintasuunnitelmaa. Tätä työtä ajattelen on tärkeämpää keskittyä tässä työssä tutkimuksen kautta siihen, minkälaisen konseptin Jyväskylän kokoinen tarvitsisi. Käytän tässä opinnäytetyössä referenssikaupunkeina mm. Tamperetta, Turkuja ja Helsinkiä tutkimuksessa, joissa molemmissa kaupungeissa on värikäs ravintolaelämä johon mahtuu monenlaisia erilaisia konsepteja jotka herättävät kuluttajien mielenkiinnon. Jyväskylässä on paljon paikallisen Osuuskauppa Keskimaan (mm. Revolution, Rosso, Amarillo, Green Egg, Jalo) ja valtakunnallisen Nordic Hospitality Partners (mm. Bella Roma, American Diner, Stefan Steakhouse) ravintoloita.

Jyväskylässä on 8 023 yritystoimipaikkaa, ja palvelualat kattavat 80,6 % kaikista Jyväskylän työpaikoista (Tilastotietoa Jyväskylästä 2020). Palvelualat ovat Jyväskylässä ylivoimaisesti merkittävin työllistäjä, ja Jyväskylää voi pitää nuoren asukkaiden keski-ikä ja opiskelijamäärän opiskelijoiden vuoksi elinvoimaisena kaupunkina, jonne perustetaan tulevaisuudessakin uusia ravintoloita. Jyväskylän keskustassa on 28 miljoonaa käyntiä vuodessa, ja Kävelykadulla kävelee 80 000

kulkijaa päivittäin. Keskusta-alueella ravintoloiden ja kahviloiden määrä kasvaa jatkuvasti (Keskustavisio 2030, 2018). Keskusta-alue kuitenkin hiljenty Jyväskylässä esimerkiksi Seppälässä, Palokassa ja Keljossa sijaitsevien kauppakeskusten vuoksi (Kauppakeskuskulttuuri kukoistaa Suomessa, mutta mitä siitä seuraa? Tyhjentyneet keskustat ja näivettyneet lähiostarit huolestuttavat tutkijaa 2018). Esimerkiksi Kauppakeskus Seppä on vienyt noin 6 - 7 prosenttia keskustan asiakkaista (Uusi kauppakeskus imaisi asiakkaat Jyväskylän keskustasta 2018). Kauppakeskukset kiinnostavat ravintoloitsijoita, sillä asiakkaita käy niissä pitkin viikkoa ja kauppakeskuksessa sijaitsevien ravintoloiden on helppo tavoittaa potentiaaliset asiakkaat. Kauppakeskuksissa toimivaksi konseptiksi on todettu fast casual-konseptit, kuten Hanko Sushi ja Pizzarium. (Lampén 2019.) Jyväskylässä Kauppakeskus Sepässä sijaitsevat esimerkiksi Haiku Sushi ja Ravintola Taikuri, jotka tarjoavat fast casual-konseptin mukaista ruokaa.

Ravintolan perustamisesta ja konseptoinnista on tehty useita opinnäytetöitä pääasiassa nykyisiin ravintoloihin. Lisäksi on myös kehitetty ravintoloiden konsepteja ja kehitetty uusia. Täysin uutta konseptia koskevaa opinnäytetyötä ei ole aiemmin tehty. Tämän opinnäytetyön tuloksia voivat hyödyntää henkilöt, jotka ovat Jyväskylään ruoka- ja anniskeluravintolaa perustamassa.

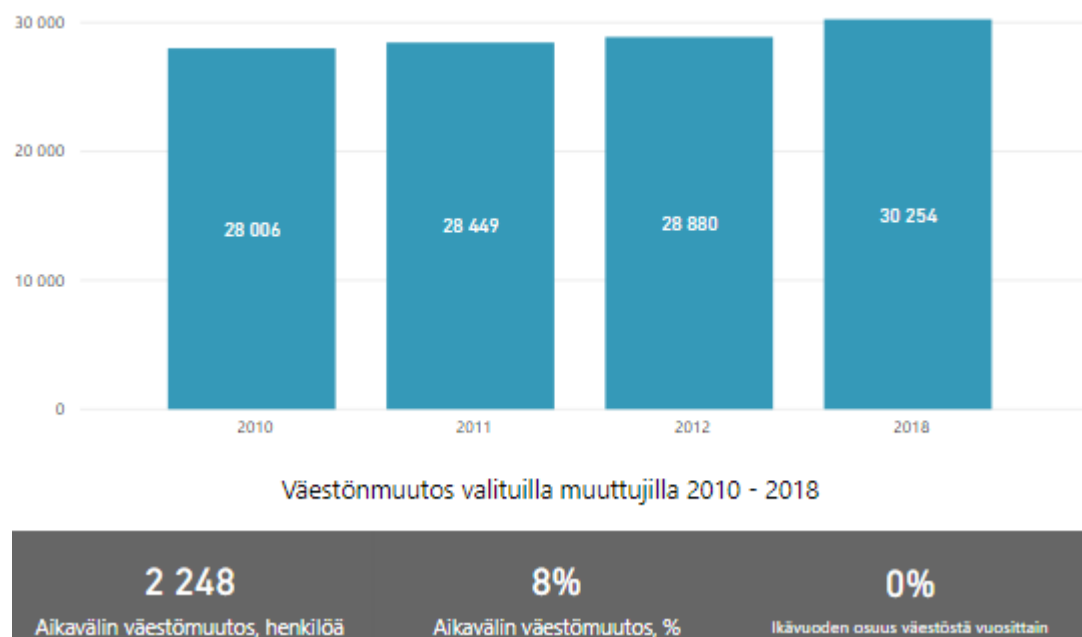
Opinnäytetyössä tutkimusmuotona on käytetty laadullista tutkimusta, ja siihen on haastateltu kahdeksaa (8) 18 – 29-vuotiasta Jyväskylän keskustan alueen ravintola-asiakasta teemahaastattelulla. Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää ilmiötä, osallistua tutkimusprosessiin ja pitää tutkimusprosessi joustavana. Opinnäytetyön tutkimuksen luotettavuutta analysoidaan tulosten vastaavuudella, siirrettävyydellä, tulosten pysyvyydellä ja totuudellisuudella.

2 Tutkimusasetelma

Opinnäytetyön tutkimusongelmana on selvittää, millainen ravintola olisi kuluttajille konseptin puolesta sopiva Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintolana. Tutkimusongelmalla pyritään selvittämään, minkälaisia ruoka- ja anniskeluravintoloita tällä hetkellä

Jyväskylässä on, miten ne on konseptoitu ja miksi joidenkin ravintoloiden konsepti toimii muita paremmin. Aiheen rajauksena toimii vain konseptointi, eikä tavoitteena ole tehdä esimerkiksi kannattavuudesta tai konseptin järkevyydestä johtopäätöksiä. Opinnäytetyön tutkimusongelman kysymyksiä ovat:

- Millainen näkemys kuluttajalla on Jyväskylän nykyisestä ravintolatarjonnasta?
- Mitä Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintolatarjonnasta puuttuu?
- Minkä tyyppisistä ravintoloista tai mitä ruokaa tarjoavista ravintoloista Jyväskylässä on jo ylitarjontaa?



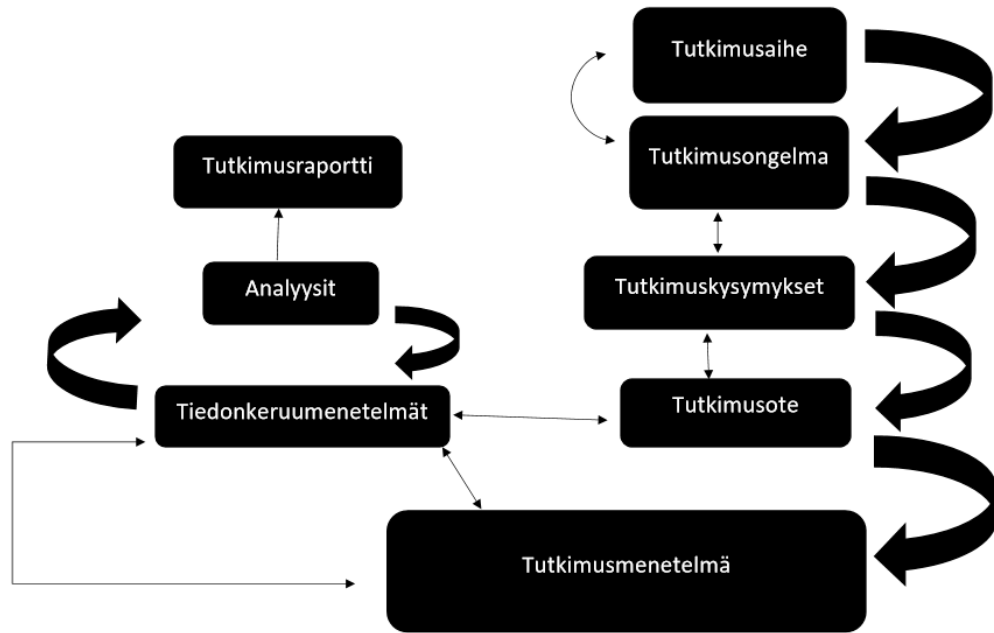
Kuvio 1. Keski-Suomen ja Jyväskylän seudun kuntien väestörakenne ikävuosittain 2010-2018 (Jyväskylän kaupunki 2020)

Opinnäytetyön tutkimus on kvalitatiivinen, ja aineistonkeruussa on käytetty teema-haastattelua. Tutkimuksen kohderyhmä on jyväskyläläiset 18 – 29-vuotiaat ravintola-palveluita kuluttavat asiakkaat. Jyväskylässä vuonna 2018 asui 16 772 ks. edellä 20 - 25-vuotiasta ja on Jyväskylän suurin ikäryhmä, joka kattaa noin 12 % Jyväskylän asu-kasluvusta (Väestötilastot 2019). Kuviosta 1 nähdään, että 18 – 29-vuotiaita asukkaita Jyväskylässä on 30 254 asukasta. Kyseisen ikäryhmän asukkaiden määrä on ollut koko 2010-luvun kasvussa. Jyväskylä on tunnettu opiskelijakaupunkina, ja Jyväskylässä on yliopisto ja ammattikorkeakoulu sekä useita toiseen asteen oppilaitoksia. Opiskelijat

käyttävät 38 euroa kuukaudessa ravintolapalveluihin, mikä on neljänneksi eniten asu-
misen, ruoan ja kulkemisen jälkeen (Kirjavainen 2018). Opiskelijoiden ulkona syömi-
nen on melko yleistä, ja opiskelijataloudet käyttävät ravintolapalveluihin muita talouk-
sia enemmän rahaa (Opiskelijoiden kulutus on jäänyt jälkeen muiden kulutuksesta
2015). 18 – 29-vuotiaat ovat ravintolapalveluita paljon kuluttava segmentti, josta saa-
daan asiakkaita tulevaisuudessa, koska se on kasvava ryhmä. Kaupunkiin tulee joka
vuosi uusia opiskelijoita, jotka käyttävät aktiivisesti ravintolapalveluita. Jyväskylässä
järjestetään paljon opiskelijajuhlia ja esimerkiksi useat ainejärjestöt pitävät juhlia
kaupungin keskustan ravintoloissa. Ne lisäävät lisäävät ravintolapalveluiden kysyntää
Jyväskylässä, ja ovat tärkeitä kohderyhmän kannalta. Nämä tekijät pitää ottaa huomi-
oon, jotta saadaan kattava kuva mahdollisesta uuden ravintolakonseptin tarpeesta
Jyväskylässä.

2.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus tarkoittaa tutkimusta, jolla pyritään kuvaa-
maan ilmiötä syvällisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoitus on tutkimuksen tul-
kinta, ymmärtäminen ja toimijan näkökulman ymmärtäminen. Kvalitatiivisessa tutki-
muksessa ei ole kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen kaltaista tarkkaa viiteke-
hitystä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa analyysi pysyy mukana koko tutkimusproses-
sin eri vaiheissa ja tutkimuksessa on tarkoitus ohjata tutkimusprosessia, ja tiedonke-
ruuta. Kvalitatiivinen tutkimus mahdollistaa ilmiön tarkemman tutkimisen, joka on
syventää, rikastaa ja selittää ilmiötä. Kvalitatiivisen tutkimuksen tiedon oletukset
ovat monimutkaisia, vaikeasti mitattavia ja toisiinsa kytkeytyviä. (Kananen 2008, 24,
27.)



Kuvio 2. Kvalitatiivisen tutkimuksen toistuva etenemismalli (Kananen 2008, 50.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusprosessi etenee lineaarisesti vaihe vaiheelta (Kuvio 2). Ensimmäisessä vaiheessa on tutkimusongelma, josta johdetaan tutkimuskysymykset ja tutkimusote, päätetään tutkimus- ja tiedonkeruu menetelmät, tehdään analyysit ja johdetaan tutkimusraportti. Kananen mukaan (42, 2008) tutkimusprosessi ei ole selväpiirteinen ja tutkimuksen on oltava hyvin suunniteltu, jotta tutkimus on selväpiirteinen, jotta ei ajauduta tilanteeseen, jossa tietoa on tutkittavasta aiheesta mutta ei pysty sitä analysoimaan.

2.2 Teemahaastattelu

Teemahaastattelu on tiedonkeruumenetelmä, jossa haastattelijä esittää kysymyksiä haastateltavalle koskien henkilön ajatuksia, mielipiteitä ja faktoja liittyen tutkimusongelmaan. Kysymykset liittyvät tutkimukseen koska kysymyksillä pyritään ratkaisemaan tutkimusongelmaa. Laadullisen tutkimuksen haastattelut voidaan jakaa neljään luokkaan struktroidut haastattelut, puolistruktroidut haastattelut, teemahaastattelut ja avoimet haastattelut. (Kananen 2008, 73.)

Tutkimuksessa on käytetty teemahaastattelua käyttäen haastattelumuotona yksilöhaastattelua. Tutkimukseen on valittu Jyväskylän alueella ravintolapalveluita käyttäviä 18 – 29-vuotiaita, jotka käyttävät alueen palveluita säännöllisesti. Tutkittavat kohteet on valittu sen perusteella, että he käyvät oman näkemyksensä mukaan enemmän kuin kerran kuukaudessa käyttämässä ruoka- tai ravintolapalveluita. Tutkimukseen on valittu sekä miehiä että naisia. Tutkimusotoksessa on käytetty 8 (kahdeksaa) tutkittavaa henkilöitä. Aineistoa on kerätty tutkimuksessa siihen asti, kunnes vastauksista ei tule enää ilmi mitään uutta tutkimustulosta (saturaatio). Aineisto on kerätty haastattelemalla ja litteroimalla haastattelut, jonka jälkeen ne on jäsennelty teemoittain. Teemahaastattelu eteni kolmen teeman avulla (liite 1).

2.3 Validiteetti ja reliabiliteetti

Kaikissa tutkimuksissa on läsnä virheiden mahdollisuus, ja siksi luotettavuutta on pohdittava kaikissa tutkimuksen vaiheissa. Tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa käytetään termejä validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetilla tarkoitetaan tutkittavan asian pätevyyttä, minkälaisia tuloksia siitä on saatu ja tutkimuksen oikeutta ottaen huomioon tulkintojen oikeuden ja paikkansapitävyyden. Validiteetilla on useampia alalajeja, yksinkertaisimmillaan puhutaan ulkoisesta ja sisäisestä validiteetista. Ulkoisella validiteetilla ymmärretään tulosten siirrettävyys ja sisäisellä validiteetilla tulkinnan ja käsitteiden virheettömyys. Reliabiliteetilla tarkoitetaan laadullisessa tutkimuksessa tulkinnan samanlaisuutta tulkitsijasta toiseen. (Kananen 2008, 123-124.) Validiteetti puolestaan tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta, sitä että sen että tulokset eivät ole sattumanvaraisia, vaan sama tutkimus voitaisiin lähes samoin tuloksin tehdä uudelleen. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2007, 226.)

Kananen (2010, 69) on sitä mieltä, että laadullisessa tutkimuksessa validiteetti- ja reliabiliteetikäsitteitä ei voida sellaisinaan käyttää, koska ne on kehitetty alun perin määrällistä tutkimusta silmällä pitäen. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan myös arvioida hyvinkin erilaisten kriteerien perusteella. Silvermanin (2013, 280-281) mukaan eräs laadullisen tutkimuksen luotettavuuden kriteeri on aineiston edustavuus eli se, että tutkimuksen kohderyhmä on tarpeeksi edustava tutkittavan ilmiön kannalta.

2.4 Laadullinen analyysi

Laadullisen aineiston analyysin tarkoituksena on luoda aineistoon selkeyttä ja analyysillä tiivistetään saatua tutkimustietoa menettämättä sen sisältämää informaatiota vaan löytämällä aineistoista olennainen osa tutkimuksen kannalta. Aineiston käsittelyssä voidaan käyttää analyysitapoja kuten teemoittelu, tyyppittelyä sekä kvantitatiivisia analyysitekniikoita. Aineistoa analysoidessa on kolme eri alaprosessia: aineiston valikointi, aineiston esittäminen eri tavoin järjestettynä tietona ja tutkijan suorittama tulkinta. Aineiston valikoinnissa karsitaan epäolennainen tutkimustieto pois, aineiston esittämisessä eri tavoin järjestettynä tietona se helpottaa asiayhteyksien löytämistä ja tulkinnassa tiedon merkityksen kuvaamista tehtyjen johtopäätösten avulla. (Taanila 2007.)

Tutkimuksessa eri vaiheissa tuloksia analysoidaan, joka ohjaa tutkimusprosessia ja tutkimukseen kerättävän tiedon keräämistä. Tutkimuksen analysointi on tärkeää koska analyysi määrittää sen, milloin tutkimusta on tehty tarpeeksi. Aineiston määrää ei pysty ennalta määrittämään kvalitatiivisessa tutkimuksessa, vaan tutkimusta on tehtävä niin kauan, kunnes uutta informaatiota ei enää tule. Kvantitatiivisessa tutkimustavassa kuvataan, ymmärretään ja tulkitaan ilmiötä, kun taas kvalitatiivisessa tutkimustavassa tutkimus on yleensä laadullinen ja tapauskohtainen. (Kananen 2014, 16-18.)

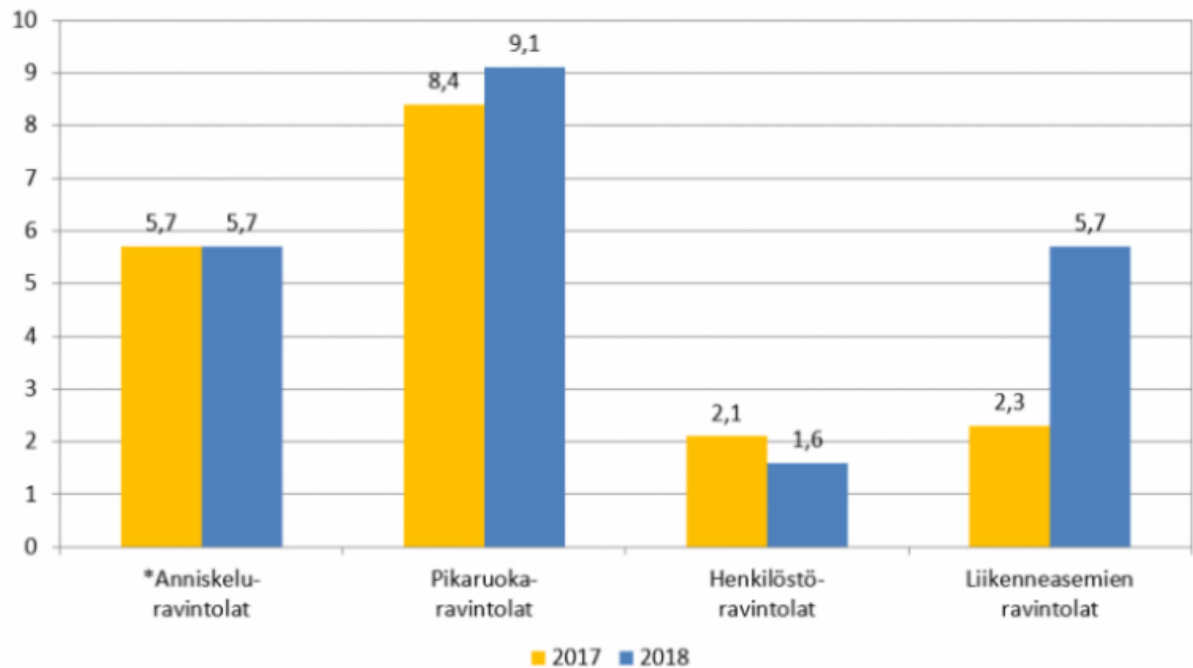
3 Ravintola-ala, konsepti ja ravintolakonsepti

Tässä kappaleessa käydään tutkimuksen kannalta tärkeät termit ravintola-ala, konsepti ja ravintolakonsepti.

3.1 Ravintola-ala

Tilastokeskus on määrittellyt ravitsemistoiminnan (56) sellaisiin palveluihin, joissa välittömästi nautittavaksi tarkoitettujen aterioiden ja juomien tarjoilu ravintoloissa, itsepalvelu- ja noutoravintoloissa ja myös pikaruokapaikoissa (Toimialaluokitus 2008). Matkailu- ja ravintola-ala työllistää 140 000 ihmistä, joista yli 30 % on alle 26-vuotiaita (Kilpailukyky kuntoon 2019). Ravintola-alan yrityksiä oli Suomessa vuonna 2018 10066 ja samana vuonna ravintoloita lopetti n. 1200 (Aloittaneiden ja lopettaneiden ravintolayritysten määrä Suomessa 2006-2018, 2019).

Keski-Suomen alueella on 631 majoitus- ja ravitsemistoiminnan alla olevaa ravitsemistoimintayritystä. 53 % yrityksestä työllistää 1-4 henkilöä, 10 % 5-9 henkilöä, 6 % 10-19 henkilöä, 2 % 20-49 ja 50-99 prosentin henkilöistä (LeadCloud kohderyhmähaku 2020). Jyväskylän ravintola- ja baaritarjonta on monipuolista eikä hiljaisia aikoja ole opiskelijoiden täyttäessä ravintolat myös arkisin. Vaihtuvuus on Jyväskylän ravintolakentässä suurta, mutta Jyväskylästä löytyy muutamia klassikkoasemaan päässeitä ravintoloita, kuten Pöllöwaari ja Figaro, jotka edustavat tyylijaliltaan fine diningia, klassinen ruokaravintola Kissanviikset joka on ollut yli 50 vuotta toiminnassa ja Sohwi joka on Jyväskylän kolmanneksi kauiten toiminnassa ollut ravintola tarjoten ruokaa ja ollen illalla myös anniskeluravintola. (Kohdeopas Jyväskylä 2016.) Jyväskylään avattiin vuonna 2019 useita hyvin eri konseptilla toimivia ravintoloita, esimerkiksi uusi yökerho Heidis Bier Bar Torikeskukseen, joka muistuttaa konseptiltaan hiihtokeskuksen after skitä, sushiravintola Haiku Sushi Jyväskeskukseen ja artesaanipizzaa tarjoileva Pettola Lorenzo Torikeskukseen (Vuorela 2019). Jyväskylässä on vuosien varrella ollut paljon erilaisia ravintolakonsepteja ja niitä on uudistettava säännöllisin väliajoin, jotta asiakkaiden mielenkiinto ravintoloita kohtaan säilyy. Aasialaisten ravintoloiden tarjonta on Jyväskylässä monipuolista ja Jyväskylän ruokatarjonnasta löytyy nepalilaisesta ravintoloista thaimaalaisiin ja intialaisiin ravintoloihin.



Kuvio 3. Ravintoloiden liikevaihdon vuosimuutos 2017-2018 (Ravintoloiden myyntikehitys 2020)

Kuviossa 3 näkyy, että ravintola-alalla anniskeluravintolat (5,7% vuosittainen kasvu ajalla 2017-2018) ja pikaruokaravintolat (9,1% vuosittainen kasvu ajalla 2017-2018) ovat vahvasti liikevaihdollisesti kasvavia ravintolaliiketoiminnan muotoja. Ravintola-ala on ollut pitkään hyvin kasvava ja vetovoimainen ala, joka kasvaa hektistyvässä arjessa ja elämysten hakemisessa.

Ravintola-alalle ravintolaa perustaessa on ominaisuuksia ja piirteitä, joita liitetään suurimpaan osaan ravintolayrityksistä ja suurimalla osalla ravintolabisneksessä nämä täyttyvät. Ravintola-alalla yrityksellä on melko matala aloituskynnys, vähäisellä koulutuksella ja tiedon hankkimisella on mahdollista perustaa oma ravintola. Tämä johtaa siihen, että alalla aloittaa ja lopettaa paljon ravintoloita. Alalla on kova kilpailu tarjonnan takia, niin yritysten kuin työntekijöiden suhteen. Hyvistä työntekijöistä ollaan valmiita kilpailemaan alalla esimerkiksi paremmilla työehdoilla ja palkalla. Ravintola-alan voittomarginaalien ollessa pieniä ei toiminnalla pääse rikastumaan. Tuotteen merkitys ravintola-alalla on perusedellytys, ilman hyvää tuotetta ei ravintolalla ole toimintamahdollisuuksia. (Ahonen, Koskinen, Romero 2009, 20-21.)

Viisi Tähteä julkaisi artikkelissaan näkemyksensä Suomen viidestäkymmenestä parhaasta ravintolasta, josta Jyväskylästä löytyvä Pöllöwaari sijoittui sijalle 61 ja Figaro sijalle 95. Vertailukaupunki Turulla oli viisi ravintolaa top 50 ja Tampereella neljä viidennentoista parhaan ravintolan joukossa. (Ravintola Palace voittaja Suomen 50 Parasta Ravintolaa 2020 -äänestyksessä – pohjoisen maut ja keittiöt vahvassa nousussa 2020). Tästä voidaan päätellä, että Jyväskylässä ei ole niin mielenkiintoisia ja hyviä ravintoloita kuin esimerkiksi Tampereella tai Turussa. Jyväskylässä ei ole yhtään Michelin tähteä saanutta ravintolaa ja parhaimmatkaan ravintolat eivät yllä top 50 vaikka Jyväskylä onkin yksi Suomen suurimmista kaupungeista väkiluvultaan.

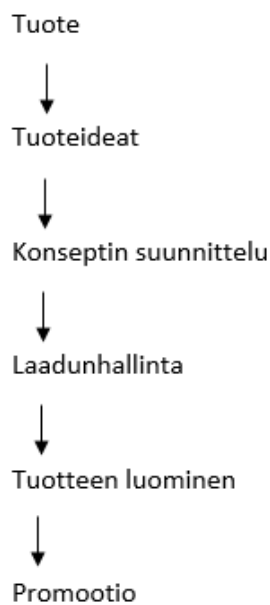
3.2 Konsepti

Konseptin tarkoitus on yrityksen hengen ja tavoiteltavan brändimielikuvan suunnittelu ja toteutumista brändimielikuvan mukaan, jonka tavoitteena on liikeidean toiminnallinen ja konkreettinen lopputulema, joka on yksityiskohdiltaan tarkasti määritetty. Palveluliiketoiminnassa, johon ravintolatoiminta kuuluu tärkein on kuluttajille näkyvä operatiivinen konsepti johon kuuluu jatkuvasti kehittyvät prosessit, tuotteet, hinnan mukautuminen kysynnän ja tarjonnan mukaan, maineen kehittäminen ja ylläpito, työtilat (fyysiset puitteet), myyntitoimenpiteet, palvelun toiminnallinen kokonaisuus (saatavuus) sekä ennen kaikkea ihmiset eli asiakkaat sekä työntekijät. (Sammallahti 2009, 11, 79.)

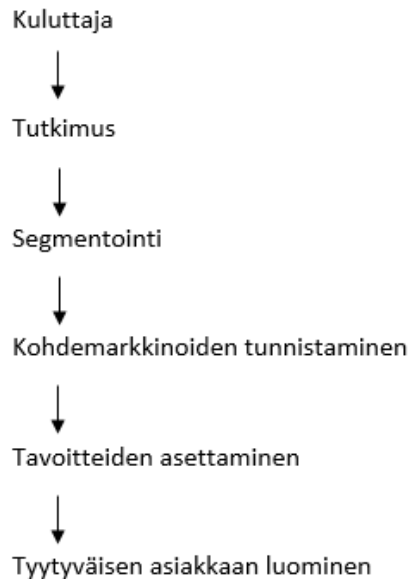
Konseptiikassa on useampia peruspilareita, joista olennaisena palveluliiketoiminnassa kuuluu tuote ja sen tuottamiseen liittyvä prosessi. Konseptiikkaa määrittelee se, mitä ollaan myymässä ja mitkä on liiketoiminnan päälinjat. Sen kehittämisessä tärkeää on, että keskitytään siihen mitä ollaan myymässä ja mikä on toiminnallisesti perustuote ja sen lisäpalvelut. Tärkeää on myös tunnistaa tuotekategoria ja siihen liittyvät palvelun hyvin erilaiset aspektit. Palvelun tulee vastata valittujen kohderyhmien tarpeita ja kohderyhmän mielikuvaa kyseisestä palvelusta. On myös tärkeää ottaa huomioon myös tuotekehityssykli eli palvelun uudistamistarve ja se että tunnistaa milloin asiakas etsii jotain muuta, jolloin palvelua olisi uudistettava. Myös prosessit ja palveluketjun hahmottaminen kuuluvat konseptiikan luomiseen ja kehittämiseen, miten palvelu tuotetaan jatkumona ja miten sitä kehitetään tulevaisuudessa.

Palveluketjun tunnistaminen kokonaisuudessaan on konseptiikan kannalta tärkeää, jotta sitä voi kehittää. (Sammallahti 2009, 88-92.)

Konseptisuunnittelussa oletuksena on yrityksen liikeidean, strategian ja hengen selkeyttäminen asiakkaalle, josta lähdetään brändityöhön sekä kahdeksan osan liiketoimintakonseptin tekeminen (Sammallahti 2009, 11). Konseptisuunnittelulla täsmennetään palvelun tavoitteet, käyttäjätarpeet ja kohderyhmät ja havainnollistaa palvelun rakennetta ja sisältöä. Tämä on tärkeää myös, että konsepti on selkeä palvelun kuluttajalle ja että ne vastaavat kuluttajan tarpeita. Konseptisuunnittelussa on tärkeää, että suunnittelussa ja toteutuksessa keskitytään olennaisiin asioihin kehittämällä prototyyppisiä ja testaten mikä toimii ja mikä ei. Konseptisuunnittelua tehdessä käytetään palvelumuotoilua. (Tompuri n.d.)



Kuvio 4. Kuluttajatutkimuksen systemaattinen kaava (Cousins, Foskett, Graham, Hollier 2019, 36.)



Kuvio 5. Tuotteen systemaattisen testauksen kaava (Cousins ym. 2019, 36.)

Kun konsepti on valmis, se pitää testata markkinasegmentin mukaisesti kysymällä kuluttajilta ja potentiaalisilta kuluttajilta kysymyksiä konseptista (kuviot 4 ja 5). Nämä kysymykset voivat olla muun muassa:

- Miten he näkevät konseptin suhteessa kilpailijoihin?
- Jos kuluttaja on valmis ostamaan tuotteen, kuinka nopeasti, mihin aikaan päivästä ja minkä hinnan ne ovat valmiita maksamaan tuotteesta?
- Minkä edun he näkevät tuotteessa?
- Mitä parannuksia tuotteeseen voisi tehdä?

Tuotteen testaaminen on tärkeää ja välttämätöntä. Konseptin toimivuutta on vaikeaa arvioida ilman tuotteen testaamista, ja sen riski epäonnistua ilman kunnollista testaamista on suurempi kuin silloin kun tuote tai palvelu on testattu alusta loppuun ennen sen lanseeraamista. (Cousins, ym. 2019, 46-47)

3.3 Ravintolakonsepti

Ravintolakonseptia lähdetään rakentamaan ideasta, jonka tavoitteena on tyydyttää ravintolapalveluita käyttävä kuluttaja ja ravintolapalveluita tuottava omistaja. Sen lähtökohtana on, että se kiinnostaa sitä segmenttiä mille se on luotu. Ravintolakonseptin on lähtökohtaisesti oltava parempi ja kiinnostavampi kuin muut samassa segmentissä ja samalla tyylilajilla toimivat ravintolat. Ravintolan konseptin ei tarvitse

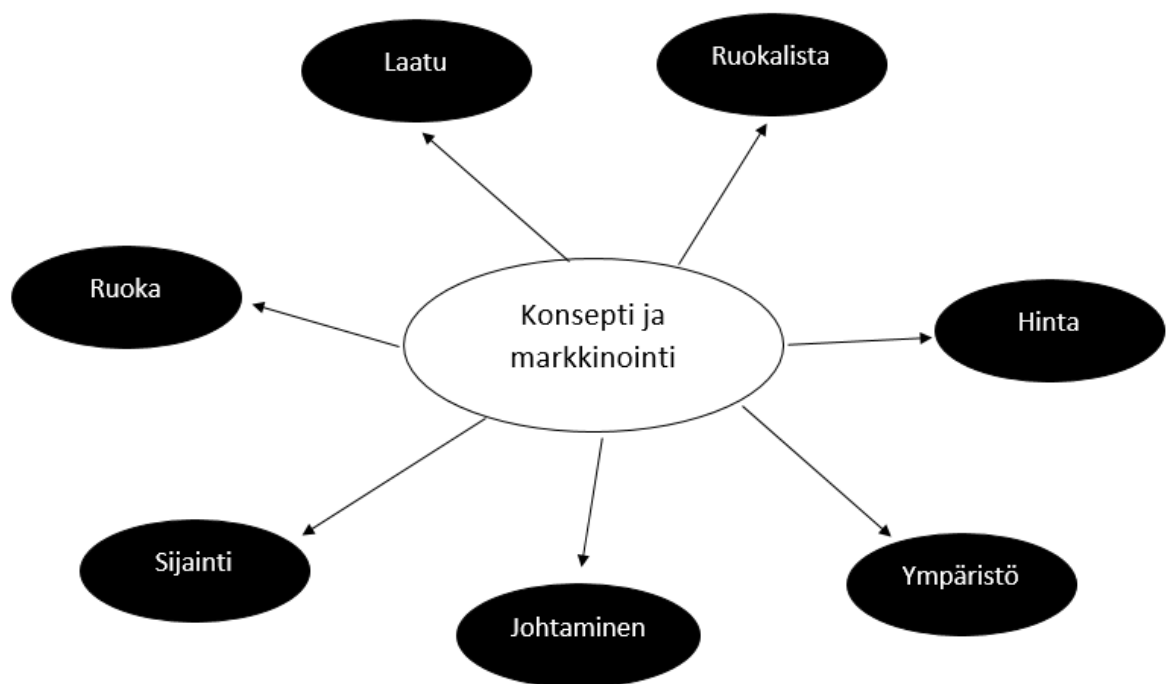
uusi vaan myös olemassa olevaa konseptia voidaan kehittää, ja tätä tapahtuu markkinoiden ja asiakkaiden tarpeiden muuttuessa. Konsepti on osaltaan luomassa ravintolan imagoa ja ravintolan haluttu kohderyhmä tulee miettiä tarkkaan, jotta saavutetaan haluttu asiakaskunta, joka on kiinnostunut ravintolasta. (Walker 2011, 63.) Ravintolakonseptia ja sen ruoka- ja alkoholituotteita harkitsemaan olisi hyvä miettiä ketkä ovat asiakkaita ruoka- ja juomatuotteille, minkälaisia tuotteita kuluttajat haluavat, milloin he haluavat, miten he haluavat ja miten he saavat sen. (Cousins ym. 2019, 35)

Ravintolat voidaan jakaa konseptien mukaan kahdeksaan kategoriaan: fine dining, casual, fast casual, pikaruokaravintolat, lounas- ja työpaikkaravintolat, kahvila, liikenneasemat ja pubit ja baarit (Suomalaisten odotukset ravintoloille 2020, 2019). Ravintolat voidaan myös jakaa kolmeen isompaan kategoriaan ruokapalveluita tarjoaviin ravintoloihin: ruokapalveluita tarjoaviin ravintoloihin, viihdepalveluita tarjoaviin ravintoloihin ja juomapalveluita tarjoaviin ravintoloihin. Ruokapalveluita tarjoavia ravintolamuotoja ovat pikaruokaravintolat, henkilöstöravintolat, lounasravintolat ja food court ravintolat. Food court ravintolat ovat ostoskeskusten yhteydessä olevia ravintola-alueita, kansankielessä ravintolamaailmoja, joissa useampi ravintola käyttää samoja tiloja. Viihdepalveluita tarjoavia ravintolamuotoja ovat ohjelmaravintolat, yökerhot, tanssiravintolat sekä diskot. Juomapalveluita tarjoavia ravintolamuotoja ovat keskiolutbaarit, pubit, kortteliravintolat ja kahvilat. Ravintolalla voi olla useampia ominaisuuksia, joten ravintoloita voi olla vaikea pystyä luokittelemaan tietyn jaon mukaisesti. (Ravintolat ja kahvilat 2014.)

Hyvään ravintolakonseptiin kuuluu ruokailukokemuksen miettiminen ja sen viisi tekijää, jotka ovat ympäristö, ruoka ja juoma, hinta, puhtaus ja hygieenisuus ja palvelu. Erilaisissa ravintoloissa erilaiset tekijät vaikuttavat eri tavalla, esimerkiksi yökerhoissa ympäristö vaikuttaa enemmän kuin puhtaus ja palvelu kun taas hienommissa esimerkiksi fine dining ravintoloissa ruoka ja juoma vaikuttavat enemmän kuin hinta. (Cousins ym. 2019, 35.) Ravintolakonseptissa kuten muussakaan liiketoiminnassa liiketoiminta ei perustu sille, että halvalla saisi fine dining kokemuksen tai pikaruokaravintoloissa saisi fine dining kokemuksen. Eri tekijöitä on arvioitava erilaisissa ravintolakonsepteissa eri tavalla ja suhteutettava se siihen, miten asiakkaat niitä arvostavat.

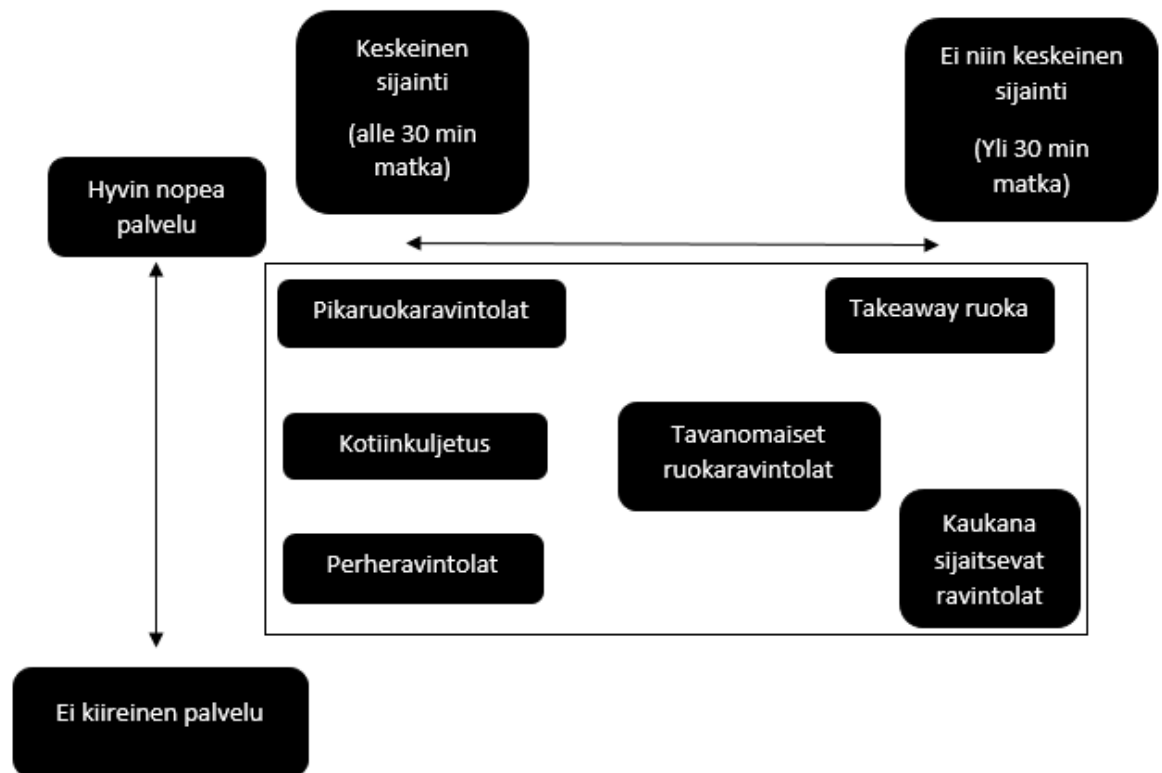
Tässä auttaa ravintolakonseptia luodessa näiden tekijöiden arvottaminen ja miettiminen, mikä on tärkeää segmentille jolle palvelua lähdetään luomaan.

Heikkisen (71, 2004) mukaan kotimaiset markkinat on arvioitu suhteellisen muuttumattomiksi ja asiakaskäyttäytymiseltään ennalta-arvattaviksi ja ravintola-alan yrityksistä valtaosa toimii hyvin kotimaisilla markkinoilla. Heikkisen (89, 2004) mukaan alalla on hitaasti muuttuvia ilmiöitä ja toimintatapoja, esimerkiksi olutravintoloiden ja tavanomaisten ruokaravintoloiden kuten Rosson tai Amarillon hidas muuttuminen.



Kuvio 6. Konsepti ja markkinointi (Walker, 2011, 69.)

Konseptia tehdessä on hyvä huomioida, minkälaista asiakaskuntaa ravintola tavoittelee asiakkaakseen. Kuviossa 6 tuodaan kahdeksan asiaa esille konseptin ja markkinoinnin tärkeimmät asiat, jotka vaikuttavat merkittävästi ravintolan konseptoinnin ja markkinoinnin kannalta. Konseptissa ja markkinoinnissa jokainen asia vaikuttaa toiseen eikä mitään yksittäistä osa-aluetta voi pitää vähempiarvoisena kuin toista. Konsepti ja markkinointi muodostavat ravintolakokemuksen jokaisen osatekijän kautta.



Kuvio 7. Erilaisten ravintolatyypin ja palvelun merkitys kohderyhmälle (Cousins ym. 2019, 46.)

Kuviossa 7 on erilaisten ravintolatyypin vaikutus käytettyyn aikaan ja palveluun, joka on syytä ottaa huomioon ravintolan konseptointia miettiessä. Pikaruokaravintolat esimerkiksi McDonald's tai Hesburger tulisivat sijaita lyhyen matkan päässä ja niistä tulisi saada nopeasti ruokaa. Tavanomaisissa ravintoloissa esimerkiksi Amarillo tai Bella Roma vietetään aikaa enemmän kuin pikaruokaravintoloissa mutta vähemmän kaukana sijaitsevista ravintoloissa. Perheravintoloissa esimerkiksi Rosso tai Pizza Buffa ei tarvitse olla kiireistä mutta sen tulisi sijaita keskeisellä paikalla. Kotiinkuljetuspaikat esimerkiksi pizzeriat sijaitsevat keskeisillä paikoilla sijoittuvat ajallisesti pikaruokaravintoloiden ja perheravintoloiden väliin. Kaukana sijaitseviin ravintoloihin varataan aikaa siellä asioimiseen esimerkiksi Etelä-Karjalassa sijaitseva Säräpirtti, jotka tarjoavat uniikkia ravintolaelämystä miljöönä ja ruoan puolesta. Kaukana sijaitsevia ravintoloita markkinoidaan yleensä elämyksellä ja hyvällä tarinallistamisella ja ne ovat sijainniltaan useasti esimerkiksi järven lähellä.

Suomalaisten odotukset ravintolalle tutkimuksen perusteella suomalaiset voidaan jakaa neljään ulkona syöjien profiiliin: käytännölliset vatsantäyttäjät (41% suomalaisista), spontaanit kokeilijat (21% suomalaisista), laatutietoiset nautiskelijat (19% suomalaisista) ja harkitsevat kotikokkailijat (19% suomalaisista). (Suomalaisten odotukset ravintoloille 2019, 2020) Walkerin (2011, 64) mukaan konsepti ei tulisi olla liian pitkällä tulevaisuudessa vaan sen pitäisi olla nykyhetken mukainen, hinnoittelun vastattava markkinatilannetta, konseptin olisi oltava kannattava, trendikäs, helposti tunnistettava ja riittävän erilainen kuin kilpailijoilla sekä varmistaa että sijainti ja konsepti ovat sopivat.

Ravintolailmiöt 2018 tutkimuksessa suomalaiset uskoivat uusiksi konsepteiksi ja palveluiksi jaettavat ja yhdessä syötävät ruoat (53% vastaajista), ruoan alkuperän korostaminen (47% vastaajista), yksinkertaistetut menut (45% vastaajista), tarinat ruokien taustalla (45% vastaajista), hävikkiruoka (40% vastaajista), ruoan toimitus (34% vastaajista) ja erikoisruokavaliot (32% vastaajista). (Ravintolailmiöt 2018, 2017.) Esimerkiksi aasialaiset ravintolat ovat pitkään pohjautuneet jaettavien ja yhdessä syötävien ruokien ravintolakonsepteiksi mutta Jyväskylässä esimerkiksi S-ryhmän uusi konsepti Venn mainostaa, että ruoka on tarkoitettu jaettavaksi ystävien kanssa. Myös ruoan alkuperän korostaminen on tullut näkyviin osittain myös Euroopan unionin mutta ravintoloiden omasta halusta ilmoittaa asia ja alkuperän esille tuomiseen käytetään myös paljon tarinallistamista. Tarinallistaminen voi olla jo menussa jota palvelutilanteessa tarjoilija voi tuoda esiin jota voi pitää myös palvelutilanteessa hyvänä lisämyyntinä. Hävikkiruoka on tuotu esimerkiksi ResQ sovelluksen kautta esiin mutta myös ravintolat mainostavat hävikkitekemisään ja tarjoavat esimerkiksi päivän annoksia ja keittiön tervehdyksiä. Ravintolaruoan toimitus on ollut Suomessa vahvassa kasvussa ja alalla on kaksi isoa toimijaa, Wolt ja Foodora jotka määrittävät Suomen ruoan kotiinkuljetusmarkkinoita. Erikoisruokavaliota tarjoavien ravintoloiden määrä on ollut havaittavissa ja Suomeen on rantautunut paljon esimerkiksi ainoastaan vegaaniruokaa tarjoavia ravintoloita, esimerkiksi Jyväskylässä Beans & More joka tarjoaa ainoastaan vegaanista ruokaa sekä kahvilapalveluita.

4 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus on otteeltaan kvalitatiivinen tutkimus eli laadullinen tutkimus. Tutkimukseen haastateltavat oli 18 – 29-vuotiaita jyvaskyläläisiä ravintolassa aktiivisesti käyviä ihmisiä. Tutkimuksen tekemisessä olennaista on tutkimuksen luotettavuus ja totuudellisuus. Validiteetti määrittää, että tutkitaan oikeita asioita ja reliabiliteetti määrittää voidaan määritellä lyhyesti tutkimustulosten pysyvyyteen eli jos tutkimusta toistettaisiin, saataisiin sama tulos. Tutkimusasetelmaa hyvin noudattamalla ja valitsemalla teemahaastattelun oikeilla teemoilla lisäsi tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimusongelmat valittiin myös oikein ja tällä tutkimuksella saatiin vastaus tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymykseen. Tutkimusprosessi meni tutkimussuunnitelman mukaisesti ja se dokumentointiin kattavasti. Tutkimuksessa ei ilmennyt ennalta määrittelemättömiä ongelmia ja tutkimus jousti haastateltavan mukaan. Tutkittavat henkilöt löytyivät ystäväpiirin sekä Facebookista kautta kyselyllä. Tutkimukseen löytyi hyvin halukkaita henkilöitä, jotka kokivat, että heillä olisi tutkimukseen annettavaa ja kokivat tutkimukseen osallistumisen mielekkäänä.

Tutkimus toteutettiin käyttäen Zoom ja Microsoft Teams etäyhteyspalveluita, nauhoitettiin ja yleiskielellisesti litteroitiin haastattelun jälkeen. Tämä oli myös osaltaan virusepidemian takia mutta osoittautui hyväksi tavaksi tehdä tämän tyyppisiä haastatteluita. Haastattelut olivat laadullisesti hyviä ja ne oli helppo litteroida joka paransi tulosten luotettavuutta. Tämän jälkeen aineisto sisältöanalysoitiin ja aihekokonaisuudet pilkottiin pienempiin alaluokkiin löytäen loogisia yhteyksiä rakenteiden paljastamiseksi. Haastatteluista oli helppo löytää yhtymäkohdat ja haastatteluaineiston tyypittely onnistui hyvin. Tämä lisää tutkimuksen luotettavuutta ja tutkimuksessa tehdyt päätelmät tukivat tutkimusongelmaa.

Tutkimukseen kerättiin aineisto teemahaastatteluilla ja ne etenivät seuraavien teemojen mukaan: Jyvaskylän ravintolatarjonta tällä hetkellä, Jyvaskylän ravintolakonseptit ja toiveiden täyttävä ruoka- ja anniskeluravintola. Teemahaastattelussa jokaisen haastateltavan kohdalla käytettiin teemahaastattelurunkoa (liite 1). Haastattelut toteutettiin 15.4.2020-28.4.2020. Haastatteluista saatu tieto oli runsasta ja moniulotteista vastaten tutkimusongelman kysymyksiin. Haastatteluihin osallistui kahdeksan

(8) haastateltavaa. Tutkimuksessa on käytetty Kespron Ravintolailmiöt 2018 tutkimusta synteesisinä tutkimuksen havainnollistamista varten ja kriteerivaliditeetin vahvistamiseksi.

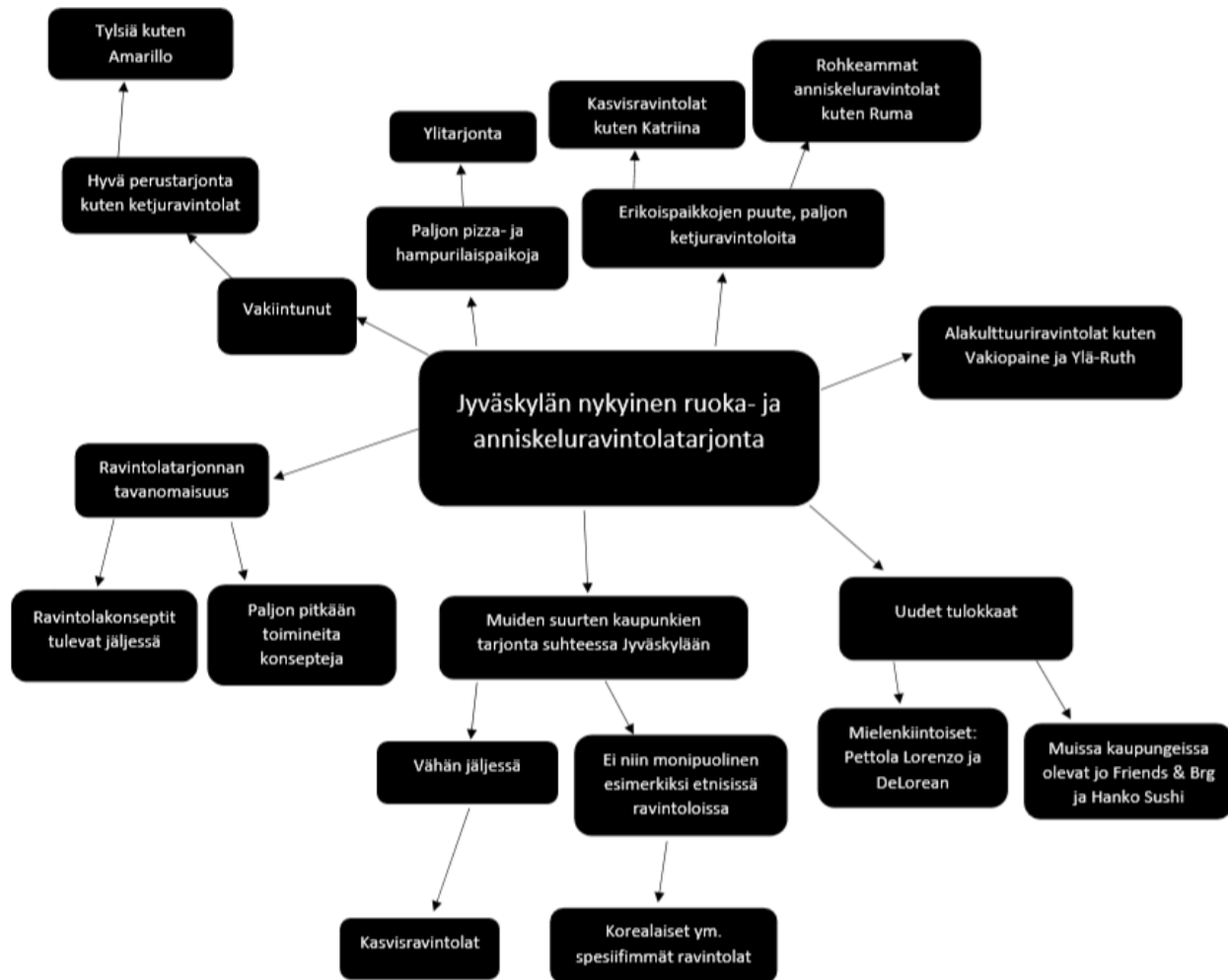
5 Tutkimustulokset

Tutkimukseen osallistuneet haastateltavat olivat jyvaskyläläisiä 18 – 29-vuotiaita aktiivisia ravintolakäyttäjiä jotka käyvät vähintään kolme kertaa kuukaudessa ruoka- ja anniskeluravintoloissa. Jokainen haastateltava koki, että heillä on mielipiteitä Jyvaskylän ruoka- ja anniskeluravintolaelämästä ja halusivat osallistua tutkimukseen. Haastatteluiden pohjalta haastateltaville heräsi monenlaisia ajatuksia siitä, minkälaisissa ravintoloista he tykkäävät.

5.1 Jyvaskylän nykyinen ruoka- ja anniskeluravintolatarjonta

Jyvaskylän nykyinen ruoka- ja ravintolatarjonta

Jokainen haastateltava piti Jyvaskylän nykyistä ruoka- ja anniskeluravintolatarjontaa melko tavanomaisena. Jyvaskylän nykyistä ruoka- ja ravintolatarjontaa pidettiin vaikiintuneena, ja perustarjontaa pidettiin hyvänä ja monipuolisena. Kaksi tutkittavista koki, että nykyinen tarjonta on samaan aikaan riittävää ja ei-riittävää. Uusien ruoka- ja ravintolatrendien saapumista Jyvaskylään pidettiin hitaana, esimerkkinä sushipaiikat. Haastateltavat kokivat, että Jyvaskylässä on paljon pitkään toimineita konsepteja, kuten Amarillo, Taikuri ja Revolution. Haastateltavat pohtivat myös Jyvaskylän nykyistä ravintolatarjontaa suhteessa muihin isompiin kaupunkeihin ja kokivat, että Jyvaskylä tulee ruoka- ja ravintolakonsepteissa verrattuna muihin suuriin kaupunkeihin kuten Tampereen, Turkuun tai Helsinkiin.



Kuvio 8. Jyväskylän nykyinen ruoka- ja anniskeluravintolatarjonta

Jyväskylässä on paljon ravintoloita. Se on aika jakaantunut kun on niitä ns. ketjupaikkoja ja sitten on paljon noita hampurilaispaikkoja ja pizzeriaita löytyy jokaisesta kaupunginosasta, ja hyviä helmiäkin löytyy. Sit se on semmosta hienompaa jos miettii niin en tiää, ne menee sit siihen Pöllöwaariin se on ehkä vähän liian arvokas tavallisen ihmisen lompakolle.

Haastateltavat pitivät Jyväskylän ravintoloiden määrää runsaana ja ruoka- ja anniskeluravintoloiden kenttää jakaantuneena. Hampurilaispaikkojen ja pizzerioiden yötarjoitusta pidettiin hyvänä, ja kaksi haastateltavaa koki, että Jyväskylässä on tarjolla öisin sitä ruokaa, mitä halutaan.

Pettola Lorenzo: se on ihan kiva paikka, sieltä saa myös drinkkejä. Tuli mieleen et onhan tänne tullut näitä drinkkibaareja kuten DeLorean.

Ruoka- ja anniskeluravintoloiden tarjonnassa Pettola Lorenzo nousi neljässä haastattelussa esille kun haastateltavat mieltivät, onko Jyväskylässä toiveiden täyttävää ruoka- ja anniskeluravintolaa. Pettola Lorenzoo pidettiin viihtyisänä paikkana, josta saa pizaa ja hyviä drinkkejä ja jossa pystyy istumaan iltaa pidempäänkin. Drinkkibaareista esille nousi kolmessa haastattelussa trendikäs DeLorean.

Ketjuravintoloiden määrä

Ketjuravintoloiden suuri määrä nousi esiin jokaisessa haastattelussa, ja koettiin, että Jyväskylässä ravintolakenttää hallitsee suuri määrä ketjuravintoloita. Etenkin S-ryhmän ravintoloiden määrää pidettiin suurena. Haastatteluissa nousi esiin erityisesti Amarillon kaltaisten, tylsiksi koettujen ketjuravintoloiden suuri määrä Jyväskylän ravintolatarjonnassa. Muut ketjuravintolat eivät nimensä puolesta tulleet tutkimuksessa esiin, kuten esimerkiksi Rosso, Bella Roma tai Classic American Diner.

Täällä on vahva ketjukulttuuri, Keskimäärin paikkoja on aika paljon, muutenkin ketjupaikkoja, jos mieltii mitä tänne on tulossa kuten Friends & Brgr ja Naughty Brgr, täällä on muuten oikeesti tosi paljon burgeripaikkoja, sellaiset mitkä ei oo ketjuravintoloita niin ne ei oo täällä pärjännyt, ketjujen hartioilla on täällä paikat, Jyväskylä on haastava paikka ravintoloille. Tää on opiskelijakaupunki, ei oo ravintolassa käyviä ihmisiä niin ne menee ketjupaikkoihin, sellainen kutina mul on.

Jyväskylän ruoka- ja ravintolakonseptit

Jyväskylän ruoka- ja ravintolakonsepteista koettiin, että kaupungissa on suuri määrä hampurilais- ja pizzaravintoloita, ja niitä ei haastatteluissa pidetty kovin mieluisina ravintolavaihtoehtoina. Hampurilaispaikat, kuten Naughty Brgr tai alkukesästä avattava jo monissa muissakin kaupungeissa toimiva Friends & Brgr eivät herättäneet haastateltavissa mielenkiintoa, vaan koettiin, että hampurilaispaikkoja on Jyväskylässä liikaa. Myöskään nykyiset hampurilais- tai pizzaravintolat eivät saaneet haastateltavilta kehuja, vaan koettiin, että niissä käydään, jos ei ole muita vaihtoehtoja.

Semmosta, ois vähän jotain erilaista, ettei ois vaan sitä hampurilaista ja ranskalaista tai pizaa. Sit sitä viihtyvyyttä ja myös esimerkiks viihtyvyys myös sillein ettei ei ois liikaa melua. Myös se arkkitehtuuri, miljöö on mulle tärkeätä.

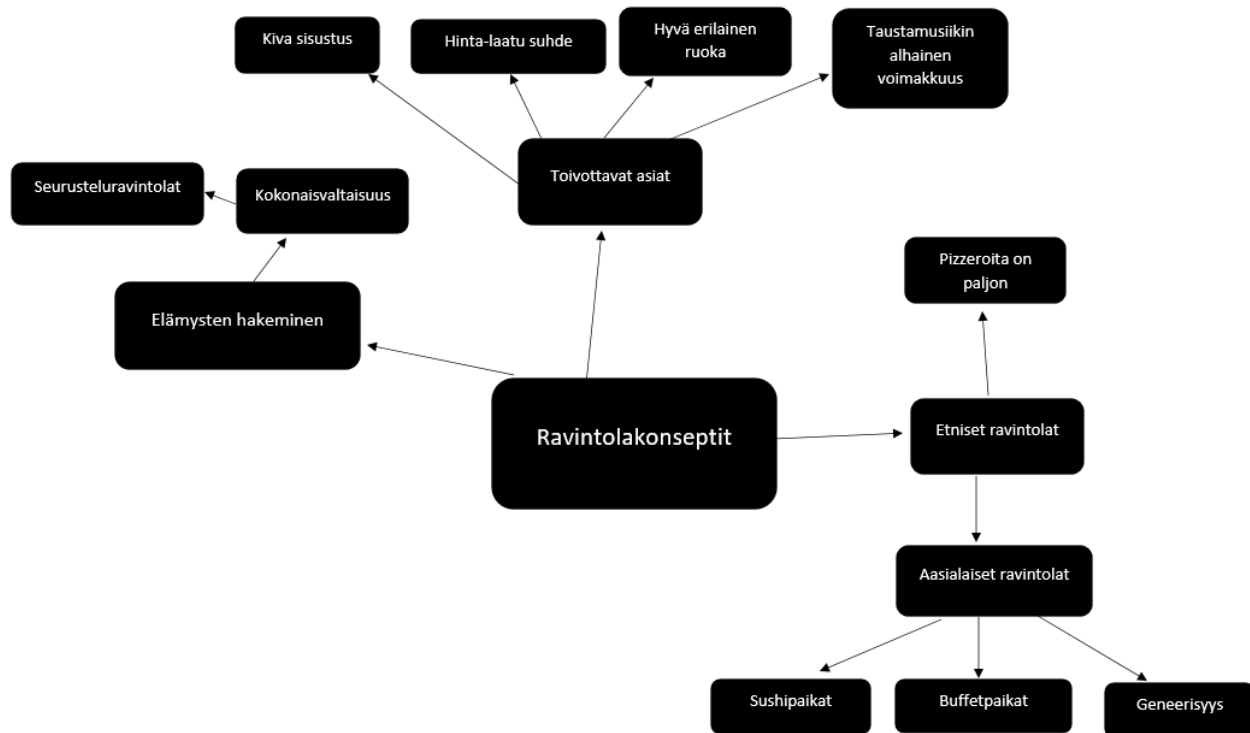
Pöllöwaari on tosi kiva paikka kun sinne pääsee mut tosi kallis. Kävisin siellä mielellään enemmän ja se on niinku ravintolana tosi mielenkiintoinen, siellä on aina hyvä palvelu ja tällein.

Tietyn tyyppistä ruokaa tarjoavien ravintoloiden, kuten kasvis- ja kalaravintoloiden määrää pidettiin Jyväskylässä vähäisenä, ja esiin nousi mm. kasvisravintola Katriina, joka tarjoaa kasvisruokaa. Haastateltavista puolet kokivat, että Jyväskylästä puuttuu persoonalliset ruoka- ja anniskeluravintolat. Kaksi haastateltavaa käytti referenssinä jo vuonna 2016 lopettanutta anniskeluravintola Rumaa, joka oli konseptiltaan hyvin erilainen yökerho kuin nykyisin toimivat yökerhot. Nykyisistä anniskeluravintoloista nostettiin esiin alakulttuuripaikat, kuten Vakiopaine ja Ylä-Ruth. Ruokaravintoloista esille nousivat Pöllöwaari ja Harald. Pöllöwaaria pidettiin liian kalliina tavalliselle kuluttajalle mutta konseptina mielenkiintoisena. Pöllöwaarista pidettiin haastateltavien keskuudessa myös siksi, että se tarjoaa paikallista ruokaa, joka on tarinallistettu. Pöllöwaaria hintatasoa pidettiin korkeana työssäkävyn tuloille. Yksi haastateltavista piti Haradin konseptia mielenkiintoisena, ja ruoan tarinallistaminen sekä ruoan alkuperän selkeä ilmoittaminen olivat jääneet mieleen.

Ite en oo kiinnittänyt asiaan niin hyvin huomiota, kun ei oo itellä erikoisruokavaihtoja, en oo kuitenkaan huomannut siinä mitään puutteita täällä. Pyydetessä esimerkiksi kasvisruokavalio huomioidaan hyvin kuitenkin.

Ravintolailmiöt 2018 tutkimuksessa tutkittavista 58 % uskoi siihen, että kasvisraaka-aineet yleistyvät ravintoloiden tarjonnassa. Ruokailmiöt 2018 50 % tutkimukseen osallistuneista uskoi, että vaihtoehtoiset proteiinin lähteet kuten, Härkis, Nyhtökaura, Mifu ja pavut yleistyvät ravintoloiden tarjonnassa, ja 48 % uskoi, että vegaaniset ruoat yleistyvät ravintoloiden tarjonnassa. Tutkimuksessani kävi ilmi, että tutkittavista kaikki uskoivat kasvis- ja kalaruokien yleistymiseen ravintoloissa ja että se ne korvaavat tulevaisuudessa lihan ainakin osittain.

5.2 Ravintolakonseptit



Kuvio 9. Ravintolakonseptit

Ravintolakonseptit

Ravintolakonsepteissa toivottavaksi kaikki haastateltavat toivoivat, että ravintolalla olisi hyvä hinta-laatusuhde sekä taustamusiikki olisi alhainen. Elämyksellisyyttä pidettiin haastateltavien kesken hyvin tärkeänä asiana ja useampi haastateltava mainitsi, että se on heille tärkein syy mennä ravintolaan. Ravintolakokemuksen tulisi olla haastateltavien mukaan kokonaisvaltainen, jossa jokainen osa-alue olisi harkittu mutta haastateltavat olivat valmiita antamaan esimerkiksi hyvällä palvelulla anteeksi huonon ruoan.

Perusasiat palvelun taso on hyvä, ruoka ois hyvää, hinta-laatusuhde tietysti kohdata, paikka pitäis olla viihtyisä, en halua liian kovaa taustamusiikkia, eikä sillein että jokainen pöytä on kiinni toisissaan vaan enempi ehkä omaa rauhaa.

Haastateltavat olivat kokeilunhaluisia ja toivovat että ruoka olisi erilaista ja sitä kannustettaisiin tarjoilijoiden osalta maistamaan. Tämä on tyypillistä esimerkiksi erilaisissa kiinalaisissa tai intialaisissa ravintoloissa, joissa ruoat tuodaan pöytään erillisissä kipoissa, joista jokainen voi halutessaan maistaa toistensa annoksia. Ravintolailmiöt 2018 tutkimuksessa 53% kyselyyn vastanneista uskoi, että jaettavat ja yhdessä syötävät ruoat yleistyvät ravintoloiden tarjonnassa ja toimissa tulevaisuudessa.

Musta ois kiva että ruoka ois erilaista, sellaista mitä ei ite osaa laittaa tai pysty, just tyyliin aasialaista. Aasialaisissa ravintoloissahan monesti pääsee maistaa just muilta kun ne tulee eri astioissa ja se on kiva. Myös tarjoilijatkin joskus on myyneet jotain settejä missä on vähän kaikkea kaikille. Se oli kyl jees.

Kasvis- ja kalaruokaa tarjoavat ravintolat ja aasialaiset ravintolat

Erilaiset ainoastaan esimerkiksi kasvis- ja kalaruokaa tulivat tutkimuksessa ilmi ja kaksi haastateltavista toivoi, että Jyväskylään tulisi lisää kasvis- tai kalaravintoloita. Myös vastuullisuus nousi yhdessä haastattelussa ja hän näki, että vastuullisuus tuotaisiin ravintoloissa tulevaisuudessa sen konseptissa ja toiminnassa enempi esille. Ravintolailmiöt 2018 tutkimuksessa tutkittavista 47% uskoi, että ruoan alkuperän korostaminen yleistyy suomalaisissa ravintoloissa tulevaisuudessa. 55% Ruokailmiöt 2018 tutkimuksessa uskoi, että pienten tuottajien raaka-aineiden käytön uskottiin myös yleistyvän. Vastuullisuus voidaan liittää mielikuvana pieniin tuottajiin kuluttajilla.

Toivoisin, että ois enempi etnisiä paikkoja, tykkään niistä, aasialaisen voi lukea niin monenlaisiin, samaa kuin kaikissa muissa, että on vakiintuneet paikat kuten Muang Thai tai Sakuragawa. Sepässä on uusi thaimaalainen mikä tulee olemaan joku kymmenen vuotta, kyllä ne pärjäälee, mutta ehkä ne ei oo sellainen valtaosa kuten joissain muissa kaupungeissa, vois olla vaikka enemmänkin. Nyt tuli se Nom, mikä ei ole kauhean ihmeellinen paikka, buffetpaikka missä ei ole kovin erikoinen sisustus, jos vertaa esim. Helsinkiin niin siellä on paljon parempi tarjonta.

Etniset ravintolat nousivat tutkimuksessa jokaisen haastateltavan kohdalla esiin ja koettiin että ne tuovat Jyväskylän ravintolatarjontaan merkittävän panoksen. Kaksi haastateltavista koki, että esimerkiksi Helsingissä sijaitsevat korealaiset ravintolat ovat mielenkiintoisia ja kokivat, että myös muuta etnistä ruokakulttuuria edustavien

ravintoloiden määrä voisi kasvaa. Street food nousi kahdessa haastattelussa esille ja haastateltavat mainitsivat Jyväskylän keskustassa sijaitsevan Thai Street Food ravintolan mielekkyyden. Haastateltavat pitivät Thai Street Foodia uutena ja raikkaana tuloikkaana Jyväskylän ravintolaelämään. Ravintolailmiöt 2018 tutkimuksessa 32% kyselyyn vastanneista uskoi, että street food yleistyy ravintoloiden tarjonnassa ja toimissa.

Kyl tääl on paljon pizzapaikkoja, niit on kyl aika paljon. Myös kohta varmaan sushipaikkojakin, niitä tulee kuin sienä sateella. Niitä on varmaan kohta jo liikaa, en tiiä. Mut ei ne kovin mielenkiintoisia oo, buffetpaikat on kivoja mut kyl ne menee.

Haastateltavat kokivat, että Jyväskylässä on paljon pizzeriapaikkoja joka kaupunginosassa ja osa haastateltavista koki, että siitä on jopa ylitarjontaa. Myös hampurilaisravintoloista viisi haastateltavaa totesi, että niitä on Jyväskylän ravintolatarjonnassa riittävästi. Sushiravintolat sekä aasialaiset buffetpaikat koettiin tutkimuksessa tutuiksi, mutta niiden koettiin olevan geneerisiä eivätkä tarjoa varsinaisesti elämyksiä. Yksi haastateltavista koki, että ongelma on koko Suomessa verrattuna muuhun Eurooppaan, ettei Suomessa uskalleta tehdä rohkeita ravintoloita ja hakea sitä kautta elämystä.

6 Johtopäätökset

Tutkimustuloksista selviää, että Jyväskylää pidetään melko tavanomaisena ja geneerisenä ravintolakaupunkeina verrattuna isompiin kaupunkeihin kuten Tampereeseen, Turkuun tai Helsinkiin ja kokivat että Jyväskylässä on suhteessa muihin kaupunkeihin paljon ketjuravintolatarjontaa. Haastateltavat kokivat, että Jyväskylä on niiden rinnalla tylsä ja täältä puuttuvat mielenkiintoiset ruoka- ja anniskeluravintolat, jossa voisi esimerkiksi syödä ja sen jälkeen istua iltaa viihtyen kokonaisvaltaisesti. Kolme haastateltavista koki, että Jyväskylässä on tällä hetkellä yksi toiveiden täyttävä ruoka- ja anniskeluravintola. Muut haastattelut kokivat, että Jyväskylästä ei vielä löydy toiveiden täyttävää ruoka- ja anniskeluravintolaa. Ainoastaan tietyn tyyppistä ruokaa

tarjoavien ravintoloiden kuten kasvis- tai kalaravintoloiden määrää pidettiin Jyväskylässä pienenä, mutta ne eivät tutkimuksessa nousseet esille kuten aasialaiset ravintolat konseptin mukaan.

Tutkimuksessa toistuvat asiat olivat hinta-laatusuhde, aasialaiset ravintolat, taustamelu kuten musiikki ja tilat, miljöö ja kokonaisuus. Lisäksi hyvää palvelua pidettiin erityisen tärkeänä hyvän ravintolakokemuksen kannalta. Hyvää hinta-laatusuhdetta pohtiessa tutkittavat kokivat, että moni ravintola on ylihinnottelut itsensä verrattuna ruoka- tai juomatuotteeseen. Aasialaisista ravintoloista koettiin, että niitä on Jyväskylässä ja osa on mielenkiintoisia mutta kaksi haastateltavista koki, että Jyväskylässä ei ole aasialaista ravintolaa missä voisi jäädä esimerkiksi viettämään iltaa pidempään. Sushiravintolat nousivat tutkimuksessa esiin ja tutkittavat pitivät esimerkiksi sushibuffeteista, mutta kokivat että se täyttää enemmän vain nälän kuin kokonaisvaltaisen elämyksen tarpeen. Yksi haastateltavista koki, että useissa hänen käymisensä Euroopan maissa on aasialaisia kuten nepalilaisia tai vietnamilaisia ravintoloita missä on ensimmäisenä syönyt ja sen jälkeen jäänyt viettämään iltaa. Ruokailmiöt 2018 tutkimuksessa hyvinvoinnin sekä järkevän ja vastuullisemman kuluttamisen ilmiökuvassa elämysten hakeminen koettiin tulevana merkittävästi kasvavana ilmiönä. Elämysten hakeminen tuli myös vahvasti esille tutkimuksessa ja haastateltavat kokivat sen olevan iso osa ravintolakokemusta, johon vaikuttaa hyvä ruoka ja hyvä palvelu, taustamusiikin hiljaisuus sekä kokemuksen kokonaisvaltaisuus.

Yllättävää tutkimustuloksissa on, että isojen ketjupaikkojen uudet konseptit kuten S-ryhmän Green Egg tai Nordic Hospitality Partnersin olutravintola Harrys tai Bella Roma eivät nousseet haastatteluissa esille. S-ryhmän ja Nordic Hospitality Partnersin pyrkimyksenä on ollut tehdä mielenkiintoisia uusia konsepteja, jotka poikkeisivat muusta ketjutarjonnasta. Ne eivät välttämättä ole riittävän erottuvia, että ne olisivat jääneet tutkittavan segmentin mieleen.

Tutkittavat henkilöt muistivat Jyväskylän ruoka- ja ravintolakonsepteista paljon vanhoja tuttuja, joista heillä oli kokemuksia ja harmittelivat menetettyjä mahdollisuuksia kokea uusia asioita koska uusilla konsepteilla olevat paikat eivät ole kauaa Jyväskylässä olleet auki ennen sulkemistaan. Jyväskylän ruoka- ja anniskelupaikka tarjontaan

kuluttajat kuitenkin kokivat, että Jyväskylässä olisi tilaa uusille hyvin erilaisille ravintolakonsepteille ja he olivat valmiita kokeilemaan niitä.

7 Pohdinta

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää minkälainen näkemys kuluttajilla on Jyväskylästä ravintolakaupunkina, mitä he kokevat täällä olevan, onko mahdollisesti tietyn tyyppisistä ravintoloista ylitarjontaa, jonka kautta pohtia tutkimusongelmaa millaista ruoka- ja anniskeluravintolaa kuluttajat toivovat Jyväskylään. Tutkimusotanta oli kattava huomioiden tutkimusotoksen ja tuki myös Ravintolailmiöt 2018 tutkimusta. Tutkimuskysymykset auttoivat fokusoimaan tutkimusta ja teemahaastattelun etuna oli, että haastatteluissa pystyi mukautumaan haastateltavan tutkimustietoon. Useampi vastaaja vastasi aiemmissa kysymyksissä jo seuraavan teeman kysymyksiin, joten haastatteluita piti mukauttaa haastateltavana mukaiseksi.

Tulokset peilaavat hyvin nykyistä Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintolatarjontaa ja tämän tutkimuksen perusteella pystyy vastaamaan tutkimusongelmaan. Tulokset ovat kuitenkin vain kyseisen segmentin (18 – 29-vuotiaat jyväskyläläiset ravintolakäyttäjät) näkemys Jyväskylän nykyisestä ruoka- ja anniskeluravintoloista, joten mikäli ryhtyy ravintolaa suunnittelemaan siihen segmenttiin, on tämä tutkimus validi. Tutkimuksella saatiin mitattua sitä mitä oli tarkoitus tutkia eli tutkimuksella saatiin vastattua tutkimusongelmaan. Tutkimustulos säilyisi samanlaisena, vaikka se monistettaisiin ja jos Jyväskylään tekisi samanlaisen tutkimuksen ruoka- ja anniskeluravintolan toiselle segmentille, olisi tämä tutkimus täysin monistettavissa. Henkilöt, jota haastateltiin, olivat aktiivisia Jyväskylän alueen ravintolakäyttäjiä, joten heiltä saatu tieto oli luotettavaa ja todennettua tätä tutkimusta varten. Tutkimuksen haastatteluissa pyrittiin, ettei haastatteluissa ohjata tutkittavaa henkilöä muihin kuin omiin mielipiteisiinsä. Kriteerivaliditeetin vahvistaminen tässä tutkimuksessa tulisi tutkimuksen uudelleen tekemisen kautta koska kyseisestä aiheesta ei ole tehty aiempaa tutkimusta. Kriteerivaliditeettia tukee Ruokailmiöt 2018 jota on käytetty tutkimuksessa vertailupohjana.

Tämän aineiston pohjalta voidaan todeta, että tutkimusongelmaan onko Jyväskylään mahdollista perustaa täysin uudella konseptilla toimiva ruoka- ja anniskeluravintola saatiin tutkimusongelmaan vastaus. Myös tutkimuskysymyksiin saatiin tämän tutkimuksen avulla kattava vastaus. Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että Jyväskylään olisi mahdollista perustaa täysin uudella konseptilla toimiva ruoka- ja anniskeluravintola. Haastateltavat kokivat, että Jyväskylän nykyinen ruoka- ja ravintolatarjonta on tavanomaista mutta ketjupaikkojen lukumäärä vaikuttaa Jyväskylän ruoka- ja ravintolatarjontaan hyvin paljon. Haastateltavat kokivat, että Jyväskylästä puuttuu mielenkiintoiset ruoka- ja anniskeluravintolat, jossa olisi rohkea konsepti, jota tuotaisiin esille esimerkiksi mielenkiintoisen ruoan, mielenkiintoisen miljöön tai mielenkiintoisen juoman avulla. Haastateltavat kokivat, että hampurilais- ja pizzapaikkoja on Jyväskylässä jo suhteessa liikaa ja kaikki olivat sitä mieltä, ettei ne konseptina enää kiinnosta. Haastatteluissa tuli ilmi, että esimerkiksi sushipaikkojen tuleminen Jyväskylään on ollut hyvä asia ja useampi haastateltava oli sitä mieltä, että ne tuovat hyvällä tavalla uutta ravintolatarjontaa nykyiseen tarjontaan. Tutkimuksessa toistuneet teemat aasialaiset ravintolat, hyvä hinta-laatusuhde, mielenkiintoiset ruoka- ja juomatuotteet ja taustamusiikin hiljaisuus vastaavat tutkimusongelmaan. Jyväskylästä puuttuu mielenkiintoista aasialaista ruokaa tarjoava aasialaisravintola, jossa olisi hyvä hinta-laatusuhde, mielenkiintoiset ruoka- ja juomatuotteet ja jossa olisi mielenkiintoinen miljöö. Näiden tutkimuksessa toistuvien teemojen pohjalta olisi hyvä lähteä rakentamaan uutta mielenkiintoista konseptia Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintolatarjontaan.

Tämä tutkimus toi teoriaan uutta informaatiota tukien Ravintolailmiöt 2018 tutkimusta. Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintoloita ei ole aiemmin tutkittu konseptien kautta, joka vaikeutti lähdemateriaalin löytämistä Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintoloista joten tutkimuksen rooli nousi tärkeään rooliin. Teoriaosuudessa käydyt asiat koskien ravintola-alaa, konseptia ja ravintolakonseptia tukivat tutkimusta ja sen johtopäätöksiä.

Tästä tutkimuksesta heräsi uusia tutkimusaiheita ja ajatuksia. Tutkimus ei jäänyt suppeaksi ja vastasi olettamaa, jota tutkittiin. Haastateltavat kokivat suuren ketjuravin-

toloiden tarjonnan sekä hampurilais- ja pizzapaikkojen suuren ravintolamäärän suureksi. Tulevaisuudessa voisi tehdä asiakastutkimuksen, miksi niitä on Jyväskylässä niin paljon ja onko Jyväskylään tulossa 2020-luvulla ravintolakonsepteissa läpimurtoa. Jyväskylässä perinteiset ravintolat, kuten Pöllöwaari, Sohwi ja Vakiopaine ovat toimineet jo pitkään, mutta osa Jyväskylän ravintoloista elää jatkuvassa murroksessa, ja niiden konseptit muuttuvat tiuhaan tahtiin. Tätä asiaa voisi tutkia tarkemmin. Tässä opinnäytetyössä jäi selvittämättä, miten kannattavia ovat nykyiset hampurilais- ja pizzeraravintolat. Sen kautta voisi tehdä tutkimusta siitä, onko Jyväskylässä jo ylitarjontaa kyseisistä ravintoloista ja kiinnostaako ketjuravintoloiden konseptit kuluttajia ja miten niitä voisi tulevaisuudessa kehittää.

Tämä tutkimus vastasi tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymykseen ja antaa tulokset kertovat, millaista ravintolaa jyväskyläläiset 18 – 29-vuotiaat ravintola-asiakkaat kaipaavat kaupunkiin. Tuloksissa yllätti se, että tutkittava segmentti koki, ettei Jyväskylässä ole tällä hetkellä täysin toiveiden täyttävää ruoka- ja anniskeluravintolaa. Myöskään Ravintolailmiöt 2018-tutkimuksessa esiin tulleita asioita ei vielä näy kovin hyvin Jyväskylän ruoka- ja anniskeluravintolatarjonnassa. Tämän tutkimuksen perusteella Jyväskylään tulisi perustaa etninen ravintola, mahdollisesti aasialainen, joka tarjoaisi mielenkiintoista ruokaa ja juomaa hyvällä hinta-laatusuhteella ja kuluttajia houkuttelevalla miljööllä. Ruoka voisi olla mahdollisesti street food-tyyppistä fast casual-konseptin mukaista ruokaa.

Lähteet

- Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2009. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restamark.
- Cousins, J., Foskett, D., Graham, D., Hollier, A. 2019. Food & Beverage management. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Hirsjärvi, S, Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Jyväskylän keskustavisio 2030. 2018. Viitattu 28.4.2020. https://www.jyvaskyla.fi/sites/default/files/atoms/files/jyvaskylan-kaupunki-keskustavisio_hyvaksytyy.pdf
- Kahvilan tai ravintolan perustaminen. N.d. Viitattu 11.2.2020. <https://www.fazerpro.fi/me-autamme/kahvilan-tai-ravintolan-perustaminen1/>.
- Kananen, J. 2008. Kvali, kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kilpailukyky kuntoon. 2019. Viitattu 4.2.2020. <https://www.mara.fi/media/teemat/hallitusohjelmaesite-2019.pdf>.
- Kirjavainen, J. 2018. Korkeakouluopiskelijoiden toimeentulo ja rahankäyttö. Viitattu 31.3.2020. <https://q-tutkimus.fi/wp-content/uploads/2018/01/Yhteenveto-opiskelijoiden-toimeentulo-ja-rahank%C3%A4ytt%C3%B6-tutkimus-Q-Tutkimus-2018.pdf>.
- Kohderyhmähaku. 2020. Viitattu 4.2.2020 <https://b2bi.leadcloud.fi/kohderyhmahaku#>.
- Laatikainen, O. 2016. Uusi trendi leviää ravintolamaailmassa – "Tulossa huomattava ilmiö myös Suomessa. Viitattu 4.3.2020. <https://www.savonsanomat.fi/kotimaa/Uusi-trendi-levi%C3%A4%C3%A4-ravintolamaailmassa-%E2%80%93-Tulossa-huomattava-ilmio-my%C3%B6s-Suomessa/725504>.
- Lampén, F. 2019. Kauppakeskusten ravintolat houkuttavat. Viitattu 28.4.2020 . <https://www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/kauppakeskusten-ravintolat-houkuttelevat>.
- Lehkonen, J., Mäkelä, A., & Vahervisto, A. 2016. Kohdeopas Jyväskylä. Viitattu 25.2.2020 <https://www.rantapallo.fi/suomi/jyvaskyla/>.
- Myöhänen, U. 2018. Kauppakeskuskulttuuri kukoistaa Suomessa, mutta mitä siitä seuraa? Tyhjentyneet keskustat ja näivettyneet lähiostarit huolestuttavat tutkijaa. Viitattu 28.4.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-10396320>.

Opiskelijoiden kulutus on jäänyt jälkeen muiden kulutuksesta. 2015. Viitattu 31.3.2020. https://www.stat.fi/artikkelit/2014/art_2014-12-08_005.html.

Ravintola Palace voittaja Suomen 50 Parasta Ravintolaa 2020 -äänestyksessä – pohjoisen maut ja keittiöt vahvassa nousussa. 2020. Viitattu 1.4.2020. <https://viisitah-tea.com/kansi/ravintola-palace-voittaja-suomen-50-parasta-ravintolaa-2020-aanestyksessa-pohjoisen-maut-ja-keittiot-vahvassa-nousussa/>.

Ravintolat ja kahvilat. 2014. Viitattu 1.4.2020. https://mycourses.aalto.fi/pluginfile.php/575244/mod_folder/content/0/ravintola%20kahviola%20rt%20%2094%2011164.pdf?forcedownload=1.

Ravintolayritysten määrä 2019. Viitattu 4.2.2020. <https://www.mara.fi/toimiala/tilastot/yritysten-ja-tyollisten-maara/ravintolayritysten-maara.html>.

Sammallahti, T. 2009. Konseptisuunnittelun supersankari. Helsinki: Books on Demand GmbH.

Seppälä, A. 2018. Uusi kauppakeskus imaisi asiakkaat Jyväskylän keskustasta. Viitattu 28.4.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-10170135>.

Silverman, D. 2013. Doing qualitative research. SAGE Publications Ltd.

Suomalaisten odotukset ravintoloille. 2020. Viitattu 2.3.2020. <https://mb.cision.com/Public/13061/2908471/81e6d9bcec9dbefc.pdf>.

Taanila, A. 2007. Viitattu 28.4.2020. <https://docplayer.fi/423803-Laadullisen-aineiston-analyysi.html>.

Tilastotietoa Jyväskylästä 2020. 2020. Viitattu 6.2.2020. <https://www.jyvaskyla.fi/jyvaskyla/tilastot>.

Toimialaluokitus 2008. 2008. Viitattu 4.2.2020. <https://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/56.html>.

Tompuri, J. N.d. Viitattu 25.02.2020. <https://www.eficode.com/fi/services/design/concept-design>.

Ulkona syömisestä tulevaisuus. 2018. Viitattu 2.3.2020. https://assets.ctfassets.net/yqsam7930hsq/4am403fz588wCO8gou4CwS/f5d383f2a8c1acd221b2a15ca75275d5/KESPRO_Ulkonasyomisen_tulevaisuus_tutkimus.pdf.

V.A. Heikkinen. 2004. Matka restonomiin ydinosaamiseen. Helsinki: Haaga Instituutin ammattikorkeakoulu, Haaga tutkimus.

Walker, J. The restaurant from concept to operation. 2011. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Vuorela, A. Kevät tuo uusia ravintoloita Jyväskylään – Hovin Baarin paikalle uusi ruokaravintola. Viitattu 2.4.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-10687599>.

Väestötilastot. Jyväskylän kaupunki. 2019. Viitattu 18.2.2020. <https://www.jyvaskyla.fi/jyvaskyla/tilastot/vaestotilastot>.

Liite 1 Teemahaastattelurunko

Teemahaastattelurunko

Haastateltavan ikä:

Kotipaikkakunta:

Kuinka paljon käyt Jyväskylän alueen ravintoloissa keskimäärin kuukaudessa:

Jyväskylän ravintolatarjonta tällä hetkellä

- Tämän hetkinen ravintolatarjonta
- Tekijöiden vaikutus ravintolan valintaan

Jyväskylän ravintolakonseptit

- Ruoka- ja ravintolakonseptin mielenkiintoisuus ja ajankohtaisuus Jyväskylässä
- Ketjuravintoloiden vaikutus Jyväskylän nykyiseen tarjontaan
- Tampere/Turku/muut isommat kaupungit
- Erikoisruokavalioiden huomiointi

Toiveiden täyttävä ruoka- ja anniskeluravintola

- Toiveet ja odotukset täyttävä ruoka- ja anniskeluravintola?
Miksi kyseiset tekijät täyttää sinun toiveesi?
Miksi arvostat kyseisiä tekijöitä ravintolassa?
Miksi koet, että nämä tekijät ovat tärkeitä ravintolassa?
Miksi haluat, että nämä tietyt tekijät ovat ravintolassa?
Miksi haluaisit käydä kyseisessä ravintolassa? Yksi juttu
- Näkemys sen konseptista
- Olemassaolevat?
- Uudella konseptilla toimiva ravintola?