

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra
Hotelli- ja ravintola-ala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Noora Varjola

Menestyvän kahvilan salaisuus

Opinnäytetyö 2014

Tiivistelmä

Noora Varjola

Menestyvän kahvilan salaisuus, 34 sivua, 4 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra

Hotelli- ja ravintola-ala

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö 2014

Ohjaaja: lehtori Marja Antikainen, Saimaan ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyössä etsittiin vastausta kysymyksiin, miten kahvilan saa menestymään mahdollisimman hyvin, ja mitä kaikkea menestyminen vaatii erityisesti kahvilayrittäjältä. Näihin kysymyksiin saatiin vastaukset haastattelemalla henkilökohtaisesti kolmea kahvilayrittäjää Etelä-Suomessa. Haastatteluilla pyrittiin selvittämään, mitä seikkoja kahvilayrittäjät pitivät mielestään tärkeinä menestystekijöinä, sekä miten omaan menestykseen voi vaikuttaa parhaiten.

Menestys ja menestyminen voidaan määritellä eri tavoin. Tässä tutkimuksessa kahvila katsotaan menestyneeksi, kun se on toiminut useita vuosia tai sen suosio on ollut niin suurta, että kahvila on huomioitu valtakunnallisessa mediassa, kuten televisiossa, lehdissä tai radiossa sen persoonallisuuden ja nopeasti kasvavan menestyksen johdosta.

Haastatteluissa kahvilayrittäjät painottivat viiden menestystekijän tärkeyttä: yrittäjä, sijainti, tuotteet, asiakaspalvelun laatu sekä markkinointi. Näihin viiteen menestystekijään yrittäjän tulisi kiinnittää huomiota, mikäli toivoo oman yrityksensä menestyvän. Tutkimuksesta kävi ilmi myös menestystä uhkaavia tekijöitä, jotka yrittäjän tulisi huomioida ja minimoida. Uhkatekijöiksi mainittiin kilpailijat, kuten toiset ravitsemisliikkeet mutta myös ruokakaupat, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeisiin. Myös yleinen talouden tilanne sekä yrittäjän itsensä tekemät päätökset koettiin uhkiksi menestyksen kannalta.

Tutkimus antaa paljon tietoa menestymiseen johtavista tekijöistä. Tutkimuksen tarkoituksena on antaa tietoa yritystä perustaville kahviloyrittäjille sekä jo alalla toimiville kahvilayrittäjille.

Asiasanat: kahvila, menestys, yrittäjä kahvilayrittäjä, menestyvä yrittäjä, menestyvä kahvila

Abstract

Noora Varjola

The Secret of a Successful Cafe, 34 pages, 4 Appendices

Saimaa University of Applied Sciences

Business and Culture Imatra

Faculty of Tourism and Hospitality

Degree Programme in Hotel and Restaurant Business

Bachelor's Thesis 2014

Instructor: Ms Marja Antikainen, Senior Lecturer, Saimaa UAS

This thesis is concentrating on questions like how a café will be as successful as possible and what things are required from an entrepreneur to manage a successful café. The answers were got by interviewing personally three café entrepreneurs from South-Finland. The purpose was to find out which kinds of things are important to make a successful café and how entrepreneurs' own decisions can affect the success of their business.

Success and being successful can be defined in different ways. In this thesis a café will be defined successful when it has been working for many years or it has had a lot of attention in the national media, for example on television, radio or in national newspapers for its personality and fast growing popularity.

In the interviews café entrepreneurs emphasized the meaning of the five success factors: entrepreneur, location, products, quality of customer services and marketing. Entrepreneurs should not ignore these things if they want the business to succeed. Entrepreneurs should pay attention to the factors which can threaten their business. In the research café entrepreneurs mention few threats like other competitors, for example cafes, restaurants and bars, but also shops which are meeting the needs of a customer. As well the situation of the economy and decisions of the entrepreneur could be threats to the success of the café.

This thesis is giving information about factors that will lead to successful business. This would be very helpful to those who are starting their own business and also to those who already have their own business.

Keywords: café, success, entrepreneur, entrepreneur of cafeteria, successful entrepreneur, successful café

Sisällys

1 Johdanto	5
2 Yrittäjyys ja yrittäjä	6
3 Menestys	7
3.1 Menestyvä yrittäjä	9
3.2 Menestyvän kahvilan yrittäjä	11
3.3 Menestystä uhkaavat tekijät	11
4 Tutkimuksen toteuttaminen	12
4.1 Kohderyhmä.....	14
4.2 Tutkimusaineiston kerääminen	15
4.3 Tutkimusaineiston käsittely	16
4.4 Tutkimuksen luotettavuus	17
5 Tutkimustulokset.....	19
5.1 Sijainti ja miljöo	19
5.2 Tuotteet.....	20
5.3 Asiakaspalvelu.....	21
5.4 Markkinointi	22
5.5 Yrittäjä	22
5.6 Uhkaavia tekijöitä menestyksen kannalta	24
6 Menestyvän kahvilan salaisuus	25
6.1 Mitä menestyminen vaatii	25
6.1.1 Yrittäjän vaikutus menestymiselle	26
6.1.2 Sijainnin merkitys menestyselle	26
6.1.3 Asiakaspalvelun laadun merkitys menestymiselle	27
6.1.4 Tuotteiden laadun merkitys menestymiselle	27
6.1.5 Markkinoinnin merkitys menestymiselle	28
6.2 Menestymisen haasteita	29
6.2.1 Perustamisvaihe	29
6.2.2 Liikeidea.....	30
6.2.3 Kilpailijat.....	30
6.2.3 Suomen talouden tilanne	31
7 Lopuksi	31
Lähteet.....	33

Liitteet

- Liite 1 Haastattelukysymykset kahvilayrittäjälle
- Liite 2 Tuhannen tuskan kahvilan Internetsivujen etusivu
- Liite 3 Kahvila Majurskan Internetsivujen etusivu
- Liite 4 Konditoria Vaherkylä-Ek'n Internetsivujen etusivu

1 Johdanto

Pitkäaikainen haaveeni restonomiksi valmistuttuani on perustaa oma kahvila. Tämän vuoksi valitsin opinnäytetyöni aiheeksi ”menestyvän kahvilan salaisuus”. Tavoitteena oli selvittää millainen kahvilakonsepti toimii Suomessa parhaiten, ja mitä menestyminen vaatii kahvilayrittäjältä.

Kaikkien yritysten, myös kahviloiden, toimintaympäristö muuttuu jatkuvasti. Uusia kahviloita syntyy ja vanhoja poistuu markkinoilta. Ravintolat ja elintarvikeliikkeet ovat nousseet perinteisten kahviloiden suurimmiksi kilpailijoiksi. Toimintaympäristön muutokseen vaikuttaa myös vallitseva taloudellinen tilanne sekä sesonkivaihtelut. (Kinkki 1995; Jylhä, Paasio & Strömmer 1997.)

Menestys ja menestyminen voidaan määritellä eri tavoin. Tässä tutkimuksessa kahvila katsotaan menestyneeksi, kun se on toiminut useita vuosia tai sen suosio on ollut niin suurta, että kahvila on huomioitu valtakunnallisissa medioissa, kuten televisiossa, lehdissä ja radiossa sen persoonallisuuden ja nopeasti kasvavan menestyksen johdosta. Menestynyt kahvila antaa yrittäjälle itselleen työpaikan sekä toimeentulon ja mahdollistaa myös ulkopuolisten työntekijöiden palkkaamisen. (Kinkki 1995, 45–46.)

Opinnäytetyön tutkimukseen osallistui kolme eteläsuomalaista kahvilayrittäjää, jotka ovat toimineet alalla menestyneesti ja pitkään. Haastatteleamalla heitä tarkoitus oli selvittää, millaisia asioita menestynyt kahvilayrittäjä pitää tärkeinä seikkoina puhuttaessa menestymisestä.

Tutkimuskysymyksiä olivat, miten kahvilan saa menestymään mahdollisimman hyvin, ja mitä kaikkea menestyminen vaatii erityisesti kahvilayrittäjältä. Haastatteluilla pyrittiin selvittämään, mitä seikkoja kahvilayrittäjät pitivät mielestään tärkeinä menestystekijöinä, sekä miten omaan menestykseen voi vaikuttaa parhaiten.

Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää, kuinka tutkimuksessa mukana olevat kahvilayrittäjät ovat onnistuneet oman yrityksensä osalta. Tutkimuksen on tarkoitus selventää, mitä kaikkea kahvilayrittäjän tulee ottaa huomioon kahvilatoimintaa

suunniteltaessa ja johtaessa. Tarkoitus on myös selvittää, voiko kahvilayrittäjä omilla toimillaan vaikuttaa omaan menestymiseensä, ja kuinka paljon vai vaatiiko menestyminen ripauksen onnea?

Opinnäytetyön tarkoitus on antaa tietoa ja tosielämän esimerkkejä siitä, miten kahvilaa tulee johtaa, mihin kahvilaa pidettäessä tulee varautua ja miten yrittäjä itse vaikuttaa kahvilayrityksensä säilymiseen ja menestymiseen. Tutkimus selvittää osaltaan menestyneiden, perinteisten kahviloiden salaisuutta ja hyödyttää uusia kahvilayrittäjiä ryhtyviä sekä jo alalla toimivia yrittäjiä. Opinnäytetyö kuvaa menestystekijöitä, jotka tulee huomioida yrityksen perustamisvaiheessa sekä matkalla kohti menestystä.

2 Yrittäjyys ja yrittäjä

Yrittäjä on henkilö, joka on perustanut yrityksen, ja jota hän johtaa omana pääammattinaan. Hänellä on oikeus käyttää omistajan valtaa omaan yritykseensä ja tehdä yritystä koskevia päätöksiä ja ratkaisuja. Yrittäjän tehtäviä on tehdä yrityksestä kannattava omilla päätöksillään ja ratkaisuillaan sekä ohjata yritystä haluamaansa suuntaan organisaationa. Yrittäjän tärkeimpiä tehtäviä ovat yrityksen kehittäminen, yrityksessä tapahtuvien tehtävien suunnittelu, organisointi, johtaminen ja valvonta, jotta kaikki yrityksessä työskentelevät noudattavat samoja toimintaperiaatteita. (Kinkki 1995, 252; Jylhä ym. 1997, 19.)

Yrittäjä ei menesty pelkästään kokemuksen ja koulutuksen avulla, vaan tarvitaan myös voimakas tahto toimia yrittäjänä. Ei ole löydettävissä yhtä ainoaa yrittäjä tyyppiä, vaan menestyvien yrittäjien persoonalliset ominaisuudet voivat olla hyvinkin moninaiset. (Kinkki 1995, 251.)

Richard Cantillon määritteli 1700-luvun alussa yrittäjän sellaiseksi, joka pystyy näkemään tulevaisuuteen ja ennakoimaan tulevia muutoksia. Yrittäjän tulee olla myös määrätietoinen ja oman alansa taitava henkilö, joka on valmis tarttumaan oman yrityksen tuomiin haasteisiin. Myös kunnianhimo ja halu menestyä ovat yrittäjälle tärkeitä ominaisuuksia. Yrittäjän tulee myös olla valmis ottamaan riskejä ja kohtaamaan niiden tuomat ongelmat ja haasteet. Tästä syystä jokainen ei ole sopiva yrittäjäksi, sillä yrittäjyydestä tulee yrittäjälle elämäntapa. (Cantillon 1720, Kinkin 1995, 21 mukaan.)

Päätös oman yrityksen perustamisesta ja yrittäjäksi ryhtymisestä syntyy harvoin hetken mielihalusta. Päätöstä tehdessä tulee tiedostaa, mitä yrittäjyys ja oman yrityksen pyörittäminen vaatii. Samalla on hyvä tiedostaa oma aloitusmotiivinsa, miettiä miksi haluaa perustaa oman yrityksen. Yrittäjäksi ryhtymisen syitä on useita, mutta merkittävimpiä ovat halu toteuttaa itseään, uuden tuotteen markkinointi ja myyminen, ammattitaito ja halu tehdä oman alan toimia itsenäisesti, työttömyystilanne sekä halu luoda parempi työilmapiiri ja – yhteisö. (Kinkki 1995, 251–252; Jylhä ym. 1997, 18.)

Halun ja liikeidean sekä omien henkilökohtaisten kykyjen lisäksi yrittäjän tulee kerätä tietoja, taitoja ja yhteyksiä, joista yritys voisi tulevaisuudessa hyötyä. Esimerkiksi toimialan tunteminen, liiketaloudellinen osaaminen ja tietämys sekä markkinointiin perehtyminen ovat tärkeitä aloittelevalla yrittäjälle. Hyvät pohjatiedot alasta sekä sen toiminnasta ja yrityksen johtamisesta ovat yrittäjän menestymisen kannalta tärkeitä asioita, joihin yrittäjän tulee toiminnassaan panostaa. (Viitala & Jylhä 2001, 18–19.)

Yritystä voidaan määritellä monin tavoin. Kahvilayrityksen keskeinen tavoite on tuottaa kahvilapalveluita asiakkaille ilman tappion tuottamista. Markkinatalousjärjestelmässä yrityksen on toimittava sääntöjen mukaan. Kahvilayrityksen toimintaa säätelevät erilaiset lait ja asetukset, kuten asetus majoitus- ja ravitsemisliikkeistä. (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 12.)

Yrittäjyys luo yrittäjälle tiettyjä rooleja niin yhteiskunnassa kuin yrityksessä. Yrittäjä voi olla innovaattori, joka tuottaa uusia palveluja ja kehittää tuotteita toimialalle. Myös yrityksen johtajan sekä työllistäjän roolit ovat ilmeisiä yrittäjiä kuvaavia rooleja. Roolien myötä yrittäjän vastuunottokykyä sekä riskinsietoa koetellaan. Hyvä yrittäjä koee vastuun sekä riskit haasteina, joista selvittää varmoilla päätöksillä sekä harkitsevalla johtamiskyvyllä. (Jylhä ym. 1997, 19–21.)

3 Menestys

Menestys voidaan määritellä ja sitä mitataan monin eri tavoin. Koska tutkimuksen aiheena on kahvilan menestyminen, määritellään menestys pienyrityksen

näkökulmasta. Pienyrityksen menestymiseen vaikuttaa samat lainalaisuudet kuin suurtenkin yritysten toimintaan ja menestykseen. Menestys on kuitenkin suhteutettava oman yrityksen kokoon ja tavoitteisiin. Suuri osa Suomessa toimivista yksityisyrittäjän omistamista kahviloista on niin sanottuja mikroyrityksiä, jotka työllistävät yrittäjän lisäksi alle viisi henkilöä. (Kinkki 1995.)

Suomessa toimivista mikroyrityksistä suurin osa toimii kaupan alalla sekä majoitus- ja ravitsemisalalla. Mikroyritykset työllistävät useita ihmisiä niin Suomessa kuin EU:n alueella ja tämän hetkisessä taloustilanteessa, juuri mikroyritykset työllistävät parhaiten työntekijöitään. Kun suuret yritykset vähentävät työntekijöitä, pienet yritykset voivat hyvin. (Jylhä ym. 1997, 10–11.)

Menestyvä yritys on kannattava, omavarainen sekä maksuvalmis. Edes hyvällä liikeidealla varustettua yritystä ei voi saada menestymään, mikäli yrityksen talous ei ole terveellä pohjalla. Talouden lisäksi yrityksen menestymiseen vaikuttaa suuresti vallitseva ympäristö ja sen luomat haasteet ja pakotteet. (Jylhä ym. 1997, 46–48.) Esimerkiksi kahvilan kannattavuuteen vaikuttavat toiset kahvilat sekä muut ravintola- tai ruokapalveluita tarjoavat yritykset, kuten ravintolat, mutta myös ostoskeskukset sekä marketit.

Yrityksen on tuotettava voittoa pystyäkseen toimimaan. Pienyrityksen kohdalla menestys ei kuitenkaan aina ole mitattavissa rahallisen arvon määrällä. Pienyrittäjälle voi olla menestys jo, kun oma yritys työllistää yrittäjän itsensä. Menestyksen mittarina voi olla myös, kuinka rahallisesti turvatulle pienyrittäjästä itsestään tuntuu. Pienyrittäjälle pitkät ja hyvät asiakassuhteet sekä menestyksekkäät suhteet yhteistyökumppaneihin voivat olla tärkeitä yrityksen menestymisen kannalta.

Kaikkien yritysten menestykseen vaikuttavat suuresti yrittäjän oma kyvykkyys johtaa ja toimia yrittäjänä, valmistautuminen tulevaan sekä muiden työntekijöiden osaaminen ja joustavuus. Muuttuva ympäristö ja tarpeet pakottavat yrittäjää kehittämään liikeideaa sekä koettelee yrittäjän uskallusta tehdä rohkeitakin päätöksiä, jotta yritys voisi toimia menestyksekkäästi. Uuden oppiminen ja sen soveltaminen vanhaan liikeideaan on tärkeää, jotta yritys muuttuu ympäristön ja asiakkaiden tarpeiden mukaan. (Viitala & Jylhä 2001, 26–28.)

3.1 Menestyvä yrittäjä

Koulutus tai elämäkokemus ei ole taie yrittäjän menestymiselle, vaan luja tahto toimia yrittäjänä. Menestyvillä yrittäjillä on omat henkilökohtaiset ominaisuutensa, ja siksi ei voida sanoa menestymisen johtuvan persoonallisista ominaisuuksista. Persoonalliset ominaisuudet toki vaikuttavat. Ahkera, oma-aloitteinen, joustava ja nopeasti asioihin reagoiva ihminen on myös ahkera ja joustava yrittäjä. Tällaiset persoonalliset piirteet on kuitenkin opittavissa, eivätkä ahkeroinen ja joustavuus siltikään varmista menestymistä. (Kinkki 1995, 251.)

Omien henkilökohtaisten ominaisuuksien lisäksi yrityksen menestymiseen vaikuttavat monet tekijät. Esimerkiksi oman toimialan tunteminen, hyvät henkilökohtaiset yhteydet toimialalla, liiketaloudellinen tietämys ja markkinoinnin osaaminen, yrittäjän johtamiskyvyt sekä oma henkilökohtainen tukiverkko, joka tukee yrittäjää tämän päätöksissä ja vaikeina aikoina. (Jylhä ym. 1997, 21–22.)

Yrittäjän on osattava tehdä valintoja. Oikean asiakassegmentin valinta sekä yrityksen kasvun oikea rytmittäminen ovat aloittelevalle yrittäjälle tärkeitä päätöksiä, jotka määrittelevät pitkälle yrityksen sekä yrittäjän menestymistä. Yrityksen kasvaessa syntyy uusia haasteita, jotka yrittäjän on kohdattava ja ratkaistava. Uudet työntekijät, kasvava asiakasmäärä sekä töiden jakaminen ja luottaminen työntekijöiden osaamiseen ovat haasteita, jotka testaavat yrittäjän johtamistaitoja sekä yrittäjän lujuutta. (Jylhä ym. 1997, 47–48.)

Menestyäkseen yrittäjän tulee keskittyä neljään kysymykseen, jotka osaltaan ki-teyttävät yrityksen toimintaa ja luovat tulevaisuuden näkymiä. Ensimmäisenä yrittäjän tulee kiinnittää huomiota oman yrityksensä talouteen. Jos talous ei ole kunnossa, yritys on pian ongelmissa. Tästä syystä yrittäjän tulee pitää kirjaa niin kuluista kuin tuloista tarkasti, jotta mahdolliset ylimääräiset kulut saadaan karsit-tua ja yrityksen talous tasapainotettua. Alussa talous on aina heikompi, mutta pitemmällä aikavälillä yrityksen tulisi olla tuloksellinen, jotta yritys voisi pysyä markkinoilla mahdollisimman pitkään ja menestyä. (Jylhä ym. 1997; Keitele 2008.)

Seuraavaksi yrittäjän tulee kuunnella asiakkaita. Palaute on aina tärkeää, ja sen mukaan yrittäjän tulee kehittyä oikeaan suuntaan. Kuulematta palautetta yrittäjä

voi johtaa yrityksensä nopeasti taloudelliseen ahdinkoon. Yritys on olemassa asiakkaita varten, mikä johtaa asiakkaiden kuulemiseen ja heidän toiveidensa täyttämiseen, jotta yritys voisi menestyä ja saada sijaa markkinoilla. (Jylhä ym. 1997, 17-18.)

Yrittäjän tulee myös keskittyä tulevaisuuteen. Kuinka paljon tuloja yrittäjä toivoo sekä miten yritystä tulisi kehittää, jotta se pysyisi kannattavana ja menestyisi? Ilman toiveita tulevasta yrittäjän on vaikea luoda päämäärää yritykselle, ja ilman päämäärää yritys ei voi kehittyä tai menestyä. Yrittäjän on jo alussa luotava selvät tavoitteet, jotta näitä tavoiteltaisiin niin yrittäjän kuin muiden työntekijöiden toimesta. Ilman tavoitteita yritys ei voi erottua joukosta, ja se tuskin on kauaa toimiva yritys. (Jylhä ym. 1997, 17–18,47–48.)

Yrittäjä voi keksiä hyvän ja ainutlaatuisen liikeidean sekä tuoda markkinoille uuden tuotteen, jonka avulla aloitteleva yritys voi menestyä, mutta vain hetken. Yrittäjällä on oltava kyky löytää uusia liikeideoita ja kehittää tuoreita toimintamalleja nopeasti muuttuvassa markkinaympäristössä. Menestyvä yrittäjä on herkkä havaitsemaan ympäristön antamia viestejä tulevista muutoksista, ja hän pystyy vastaamaan näihin muutoksiin. Hyvä yrittäjä kehittää nopeasti toimivia uusia liikeideoita ja pysyy siten muutosten tahdissa kehittämällä yritystään. (Jylhä ym. 1997; Peters & Waterman 2007.)

Yritys on aina yrittäjän näköinen. Yrittäjällä on yrityksen perustamisvaiheessa oltava selkeä ajattelumalli, jonka avulla hän johtaa ja kehittää yritystä. Tästä syystä yrittäjän täytyy tuoda omat arvonsa, kokemuksensa, pätevyytensä ja rohkeutensa johtaa yritystä myös muiden kuin itsensä tietoisuuteen. Strategia ja visio ovat yrittäjän omista ajatuksista syntyviä toimintamalleja, ja ne määrittävät yrityksen tavoitteet sekä tavat toimia yrityksessä. Näiden yrityksen toimintakehysten muodostumiseen vaikuttaa merkittävästi yrittäjän persoonallisuus, kokemus ja koulutus. (Jylhä ym. 1997, 18–20.)

Menestyvän yrittäjän on oltava ennen kaikkea sinnikäs ja eteenpäin pyrkivä. Hänen on oltava muuntautumiskykyinen ja osattava tarvittaessa ottaa riskejä. Jotta yritys olisi uskottava, yrittäjän on oltava riittävän itsevarma ja uskottava yritykseen ja omiin päätöksiinsä sekä visioihinsa. Vain näillä keinoin yrittäjä pystyy

hankkimaan rahoitusta ja tehokkaasti markkinoimaan yritystä sekä kehittämään ja johtamaan toimintaa yrityksen sisällä. (Jylhä ym. 1997, 18–21.)

3.2 Menestyvän kahvilan yrittäjä

Kahvilalla tarkoitetaan julkista paikkaa, josta asiakas voi ostaa kahvia tai teetä, virvoitusjuomia tai erilaisia leivonnaisia. Suomalaisten kahviloiden aukioloajat sijoittuvat yleensä päiväsaikaan. Myöskään alkoholitarjoilua ei yleensä ole suomalaisessa perinteisessä kahvilassa. Suomalainen kahvila tarjoaa asiakkailleen erilaisia suolaisia ja makeita leivonnaisia, jotka voi nauttia kahvilan viihtyisissä asiakastiloissa ilman kiirettä. (Leppänen 2013.)

Kahvilayrityksen keskeinen tavoite on tuottaa kahvilapalveluita asiakkaille voitollisesti. Tällöin laadukkaat tuotteet ja oikeanlainen hinnoittelu ovat tärkeitä menestystekijöitä. Markkinatalousjärjestelmässä yrityksen on toimittava sääntöjen mukaan. Kahvilan tulee seurata omia ravitsemisliikkeille suunnattuja lakeja ja asetuksia, jotta yritys voisi toimia Suomessa. (Ahonen ym. 2009, 12.)

Kahvilayrittäjä on henkilö, joka omistaa ja johtaa kahvilaa. Tässä tutkimuksessa mukana olevat kahvilat ovat yksityisyrittäjien perustamia ja johtamia yrityksiä, eivät ketjukahviloita. Menestynyt kahvila antaa myös yrittäjälle itselleen työpajan ja toimeentulon sekä mahdollisesti työllistää myös joitain työntekijöitä. Tarkoituksena on kuitenkin tutkia pienen kahvilan menestymistä ja ihmisiä menestymisen takana.

3.3 Menestystä uhkaavat tekijät

Uhkatekijöitä ravintola-alalla ovat toiset kilpailijat. Näihin lukeutuvat ydin- ja tarvekilpailijat. Ydinkilpailijoihin lukeutuvat kaikki toiset ravitsemisliikkeet ja oman alan yritykset, jotka täyttävät saman asiakassegmentin tarpeet ja tarjoavat täysin samoja tuotteita ja palveluja samaan hintaan. Tarvekilpailijoihin taas lukeutuvat kaikki yritykset, jotka voivat täyttää esimerkiksi asiakkaan kahvittelun tarpeen tai makean nälän. (Antikainen 2013.)

Muita uhkatekijöitä ovat erilaiset liiketoimintaan liittyvät riskit. Näistä suurin ja hankalimmin hallittava on yhteiskunnallinen riski. Tähän sisältyvät kaikki valtion säätämät lait ja asetukset sekä määräykset, joihin yksittäisen yrittäjän on vaikea

puuttua. Uusiin säännöksiin ja määräyksiin tulee yrittäjän osalta vastata mahdollisimman hyvin, ja yritystä tulee johtaa siten, että kaikkia määräyksiä ja lakipykälää noudatetaan. Näin minimoidaan mahdollinen, yritykselle mahdollisesti kalliiksi tuleva, riski, jos lakia ei noudateta.

Toisaalta jotkin lait ja uudet asetukset hankaloittavat sekä maksavat yrittäjille työtunteja, -paikkoja ja rahaa. Tällaisten lakien voimaan tullessa osa yrityksistä poistuu markkinoilta, mutta hyvin omasta taloudestaan huolehtivat ja helposti muuntautuvat yritykset selviävät. (Kinkki 1995, 126.)

4 Tutkimuksen toteuttaminen

Tämä opinnäytetyö toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena. Kvalitatiivisessa lähestymistavassa tutkittavien näkökulmat ja ääni pääsevät paremmin esille kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 155). Koska tämän tutkimuksen tehtävänä oli selvittää kahvilayrittäjien omaa näkökulmaa, tunteita ja ajatuksia, laadullisen tutkimusmenetelmän valinta tuntui luonnolliselta. Tutkimukseen saatiin näin laajemmin haastateltavien omia mietteitä ja pohdintoja kuin kvantitatiivisella tutkimuksella olisi saatu. Mukaan otettiin myös dokumentoitua tietoa kahviloiden menestymisestä sekä havainnointia haastattelutilanteissa.

Koska tutkimukseen lähti lopulta mukaan vain kolme kahvilayrittäjää, tutkimuksessa on huomioitava, että tulokseen vaikuttaa sekä haastateltavien että tutkimuksen tekijän omat taustasitoumukset kuten ihmiskuva, todellisuus- ja tietokäsitys. Taustasitoumukset ohjaavat myös tutkimuksen lukijaa ja antavat viitteitä muun muassa tutkimuksen yleistettävyydestä ja luotettavuudesta. (Syrjäläinen, Eronen & Värri 2007, 8.)

Tutkimuksessa haluttiin selvittää tutkittavien omia ajatuksia ja näkökulmia menestymiseen vaikuttavista tekijöistä kahvila-alalla. Haastattelututkimus päätettiin toteuttaa teemahaastatteluna. Tällöin haastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan. Haastattelu etenee yksittäisten kysymysten sijaan tiettyjen keskeisten teemojen mukaan. Teemahaastattelussa korostuu haastateltavien omat määritelmät tutkimuksen aiheesta.

Teemahaastattelu ottaa huomioon sen, että ihmisten tulkinnat asioista ja heidän asioille antamansa merkitykset ovat keskeisiä, samoin kuin sen, että merkitykset syntyvät vuorovaikutuksesta (Hirsjärvi & Hurme 2001).

Tutkimuksen haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluina. Yksilöhaastattelun etuna on, että haastateltavat kommentoivat vapaamuotoisesti ja spontaanisti eri keskusteluteemoja. Näin tutkittavat tuottavat monipuolista tietoa omasta näkökulmastaan tutkittavaan asiaan. Teemahaastattelun aikana haastatteliija voi tehdä tarkentavia välikysymyksiä häntä erityisesti kiinnostaviin ja tutkimuksen kannalta tärkeisiin aiheisiin.

Haastattelujen pohjaksi laadittiin teemoittain puolistrukturoituja kysymyksiä (Liite 1). Tutkimuskysymykset oli määritelty ennalta, mutta niiden esittämisjärjestystä ja sanamuotoja voitiin vaihdella tilanteen mukaan. Puolistrukturoituja kysymyksiä käyttäen haastattelutilanteet saatiin muistuttamaan enemmän luontevaa keskustelua kuin tiukkaa kysymysten esittämistä ja niihin vastaamista. Haastattelut tallennettiin haastateltavien luvalla nauhurille. Näin haastatteliija pystyi olemaan aktiivinen kuunteliija sen sijaan, että olisi keskittynyt kirjoittamaan muistiinpanoja. Haastattelujen yhteydessä kirjattiin vain joitakin havainnollisia muistiinpanoja nauhoitusten tueksi.

Haastattelujen tukena käytettiin havainnointia. Tarkkailevan havainnoinnin avulla saatiin laajempi kuva siitä, mitä kahvilayrittäjien vastauksista selvisi. Lisäksi havainnointi tuki suuresti joitain kahvilayrittäjien antamia vastauksia. Havainnointi suoritettiin käymällä kahvilassa ennen haastatteluja asiakkaana. Näin kahvilan toiminta ja laatuksiteerit hahmottuivat asiakkaan näkökulmasta. Seuraava havainnointi tapahtui haastattelujen yhteydessä. Molemmilla kerroilla havainnoista tehtiin muistiinpanoja, jotta havainnoinnista saatu tieto olisi käytettävissä tutkimusta tehdessä ja analysoitaessa. (Hirsjärvi & Hurme 2001.)

Kolmantena tutkimusta tukevana lähteenä käytettiin jo dokumentoituja tietoja kahvilasta. Näitä olivat lehtiartikkelit sekä kahviloiden omat Internetsivut. Dokumentoitua tietoa kerättiin kesän ja syksyn 2013 aikana, ja niitä käytettiin samoin kuin havainnoinnista saatuja tietoja. Dokumentoidut tiedot tukivat ja antoivat lisätietoa kahviloiden toiminnasta, mutta myös historiasta. Lehtiartikkeleista käy ilmi muun muassa kahviloiden kokemia haasteita sekä muutoksia, jotka ovat

osaltaan auttaneet muovaamaan kahviloita sellaisiksi, kuin ne ovat tänä päivänä.

4.1 Kohderyhmä

Tutkimukseen osallistuvat kahvilayrittäjät valittiin niiden menestymisen perusteella. Tässä tutkimuksessa kahvila katsotaan menestyneeksi, kun se on toiminut vähintään neljä vuotta menestyneesti tai sen suosio on ollut niin suurta, että kahvila on huomioitu mediassa sen persoonallisuuden ja nopeasti kasvavan suosion johdosta. Tutkimusta varten haastattelupyynnöt lähetettiin viidelletoista kahvilayrittäjälle. Lopulta mukaan lähti kolme menestynyttä yrittäjää: Jaana Kuokka Kahvila Majurskasta, Pirjo Vaherkylä-Ek Konditoria Vaherkylä-Ek'stä ja Leena Huttunen Tuhannen tuskan kahvilasta.

Kahvila Majurska sijaitsee Lappeenrannassa matkailijoiden suosimalla historiallisella kasarmialueella Linnoituksessa. Kahvila on toiminut samalla paikalla vuodesta 1986. Kahvilalla on sen toiminta-aikana ollut useita eri yrittäjiä. Kahvilassa on 80–100 asiakaspaikkaa, ja se työllistää keskimäärin 4,5 työntekijää. Sesonkiaikaan kahvilassa työskentelee parhaimmillaan 13 työntekijää. Kahvilan tuotteista lähes kaikki ovat omatekoisia, perinteisin reseptein valmistettuja tuotteita. Kahvilan lisäksi Kahvila Majurska tarjoaa juhlapalveluita sekä tilojen vuokrausta yksityistilaisuuksiin. (Kahvila Majurska 2013; Kuokka 2013.)

Yrittäjä Jaana Kuokka aloitti kahvilan emäntänä neljä vuotta sitten ja on toteuttanut omaa unelmaansa kahvilasta sekä muokannut Kahvila Majurskaa vastaamaan omia mielikuviaan perinteisestä kahvilasta. Hänen tulonsa myötä perinteisiä reseptejä on muokattu, sisustusta muutettu hellällä kädellä, ja emäntä itse on lähes aina kahvilassa juttelemassa asiakkaiden kanssa ja luomassa tunnelmaa. (Kuokka 2013.)

Lovisassa sijaitseva Konditoria Vaherkylä-Ek on tullut tunnetuksi jo 1800-luvun lopulla aloitetulla leipomotoiminnalla, jolloin yritys toimi Orimattilassa. Toiminta siirtyi 1960-luvulla Loviisaan, jossa se on muotoutunut vähitellen kahvilapainotteisemmaksi yritykseksi. Kahvila on perheyritys, jossa työskentelee jo kolmas sukupolvi. Tällä hetkellä konditoria panostaa ihmisten viihtyvyyteen ja hyviin kahvihetkiin. Viiden viime vuoden ajan kahvila on tarjonnut myös keittolounaan

salaattipöytineen. Kahvilan tuotteista 95 % on omatekoisia. Liikeideana on tuottaa kahvilapalveluja kahvilassa, mutta tuotteita voi myös ostaa mukaan tai tilata leipomotuotteita esimerkiksi perhejuhliin. Kahvilassa myydään pienimuotoisesti lahja- ja sisustustavaroita sekä erilaisia pieniä herkkuja kahvilatuotteiden lisäksi. (Konditoria Vaherkylä-Ek 2013; Vaherkylä-Ek 2013.)

Omistaja ja kahvilan johtaja Pirjo Vaherkylä-Ek on ollut jo pitkään mukana kahvilan toiminnassa. Hänen vanhempansa johtivat yritystä ennen häntä, ja Pirjo Vaherkylä-Ek toteaaakin, että nuorena hän ajatteli, ettei hänestä olisi kahvilayrittäjäksi. Sukupolven vaihdoksen jälkeen Pirjo Vaherkylä-Ek sekä hänen miehensä pitävät yhdessä vanhaa sukuyritystä, ja Pirjo Vaherkylä-Ek kertoo tämän olevan hänelle oikea paikka, eikä hän vaihtaisi kahvilayrittäjyyttä mihinkään. (Vaherkylä-Ek 2013.)

Vain muutama vuosi sitten Loviisassa aloittanut Tuhannen tuskan kahvila on tullut tunnetuksi pienimuotoisena ja omaleimaisena kahvilana keskellä vanhaa hirsitaloaluetta. Kahvila on perheyritys, jossa työskentelee kesäisin yhdestä kolmeen henkilöä. Kahvilassa on asiakaspaikkoja sisällä noin kymmenen ja ulkona noin 25. Lähes kaikki tuotteet ovat omatekoisia, ja liikeidea perustuu ensisijaisesti kotikahvilaan. Kahvilatuotteiden lisäksi myynnissä on myös taide- ja käsitöitä. (Huttunen 2013; Martelius 2013.)

Yrittäjä Leena Huttunen aloitti toiminnan pienimuotoisena kotikahvilana, mutta suosion kasvaessa nopeasti, kahvilaa jouduttiin laajentamaan talon sisäpihalle. Leena Huttunen on kahvilan ystävällinen emäntä, joka juttelee kaikkien asiakkaiden kanssa ja luo kotoisen tunnelman omalla olemuksellaan. Vaikka hän työskentelee lähinnä yksin kahvilassa, jokainen asiakas saa ystävällisen tervehdyksen ja tuntee olonsa tervetulleeksi. Leena Huttunen on yrittäjä, joka tekee työtään nähdäkseen asiakkaiden tyytyväisyyden ja tekee työtä enemmän harrastus- kuin kilpailumielessä. (Huttunen 2013.)

4.2 Tutkimusaineiston kerääminen

Tutkimukseen liittyvät haastattelut tehtiin kesän 2013 aikana. Ajankohdat sovittiin jokaisen haastateltavan kanssa henkilökohtaisesti. Kutakin haastattelua varten oli varattu aikaa noin tunti. Haastattelutilanteissa oli mukana haastattelija

ja haastateltava. Haastatteluja varten oli laadittu kysymyskaavake (Liite 1), jonka pohjalta haastattelut tehtiin. Haastateltavat kertoivat melko avoimesti mietteitään kahvilan menestykseen johtaneista tekijöistä ja menestyksen haasteista.

Kaikki haastattelut tehtiin kahviloiden asiakastiloissa. Haastattelutilanteet olivat melko rauhallisia pieniä keskeytyksiä lukuun ottamatta. Tuhannen tuskan kahvilassa haastattelu jouduttiin välillä keskeyttämään asiakaspalvelun vuoksi, koska kahviloihin työkenteli yksin. Keskeytykset eivät kuitenkaan merkittävästi häirinneet haastattelujen etenemistä.

Haastattelut nauhoitettiin haastateltavien luvalla, ja näin haastatteliija pystyi keskittymään haastatteluun ja tarvittaessa ohjailemaan sitä tutkimusteemojen mukaan. Kaikilla haastateltavilla oli selvä näkemys tutkittavasta aiheesta, ja näin haastattelut saatiin vietyä läpi suunnitellussa ajassa. Tutkimukseen osallistuneita yrittäjiltä saatiin kaikilta lupa käyttää heidän nimeään ja kahvilan nimeä lopullisessa tutkimuksessa.

Havainnoinnit suoritettiin samoin kesän 2013 aikana. Havainnointikertoja kertyi kaksi jokaisesta kahvilasta, ja havainnoinneista saatu tieto kirjattiin muistiin tutkimuksen analysointia ja loppupäätelmiä varten. Havainnoinnit toimivat tukena kahvilayrittäjien haastatteluille.

Dokumentoitua tietoa kerättiin koko opinnäytetyön teon ajan. Suurin osa lehtiartikkeleista kerättiin kesän ja syksyn 2013 aikana. Lehtiartikkeleita kertyi seitsemän, joista kaksi käsitteli Konditoria Vaherkylä-Ek'ä, neljä Tuhannen tuskan kahvilaa ja yksi Kahvila Majurskaa. Artikkelit oli kerätty valtakunnallisista sekä paikallisista sanomalehdistä, kuten Helsingin ja Loviisan sanomista. Talvella 2013–2014 kerättiin lisää tietoa muun muassa kahviloiden omia Internetsivuja käyttäen.

4.3 Tutkimusaineiston käsittely

Haastattelut kuunneltiin nauhoilta ja kirjattiin sanatarkasti äänitteiltä tekstimuotoon. Vastaukset käytiin läpi ja jaettiin teemoittain. Tutkimustulosten analysointimenetelmänä käytettiin laadullista sisällön analyysiä. Analysointi teh-

tiin aineiston keräämisen ja järjestämisen jälkeen. Kun haastattelujen aineisto oli saatu luokiteltua teemoittain, saatiin erotettua samanlaisuudet ja erilaisuudet. Näiden pohjalta päästiin lopullisiin tutkimustuloksiin. (Hirsjärvi & Hurme 2001)

Havaintomuistiinpanot sekä dokumentoidut tietolähteet käytiin läpi useasti opinnäytetyöprosessin aikana. Näin taattiin, että kaikki mahdollinen saatava tieto olisi käytettävissä opinnäytetyön tutkimusta tehdessä. Niin havaintomuistiinpanoista kuin dokumentoiduista tietolähteistä kerättiin tietoa tukemaan haastatteluista saatuja tietoja menestymisestä.

4.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa voidaan käyttää erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja. Laadullisessa tutkimuksessa lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa reliaabelius ja validius ovat saaneet erilaisia tulkintoja. Näiden termien käyttöä pyritään välttämään, koska kaikki ihmisiä ja kulttuuria koskevat kuvaukset ovat ainutlaatuisia, eikä kahta samanlaista tapausta ole. (Hirsjärvi ym. 2004.)

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta on vaikeampi arvioida kuin määrällisen tutkimuksen. Tuloksen tulkintaan sekä esittämistapaan vaikuttaa aina tutkijan omat persoonalliset ajatukset ja tunteet. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on saada selville haastateltavien omia näkemyksiä tutkittavasta asiasta. Haastatteluteemat pyrittiin laatimaan riittävän laajoiksi. Näin vältettiin aiheen rajaaminen niin, ettei haastatteluissa tulleet esille vain tutkijan mielestä oleelliset asiat. (Paunonen & Vehviläinen-Julkunen 1997, 216 – 217.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei pyritä yleistettävyyteen.

Jotta tutkimus olisi luotettava, aineisto tulee koota sieltä, missä tutkimuksen kohteena oleva ilmiö esiintyy (Paunonen & Vehviläinen-Julkunen 1997, 216 – 217).

Tämän takia tutkimukseen valittiin menestyneet tai alalla pitkään toimineet kahvilayritykset. Koska kaikki haastateltavat ovat itse saavuttaneet menestystä omassa työssään, parantaa se tutkimuksen luotettavuutta.

Tutkimuksen luotettavuutta parantaa se, että haastatteluajankohtia sovittaessa kerrottiin tutkimuksen aiheesta ja haastateltavat olivat etukäteen ehtineet miettiä vastauksiaan. Lisäksi luotettavuutta parantaa haastateltavien motivaatio. Haastattelut tehtiin kesällä, joka on kahvilayrittäjille kiireistä aikaa. Kiireeseen vedoten useat yrittäjät kieltäytyivät tutkimukseen osallistumisesta. Tutkimukseen osallistui kolme kahvilayrittäjää, jotka olivat kiinnostuneita tutkimuksesta ja sen tuloksista.

Kaikissa haastatteluissa edettiin edeltä laaditun haastattelurungon mukaan (Liite 1). Näin kaikissa haastatteluissa käytiin läpi samat teemat (Hirsjärvi ym. 2004). Haastattelujen kulkuun puututtiin vain esittämällä selventäviä lisäkysymyksiä. Haastatteluja tehtäessä noudatettiin laadullisen tutkimuksen eettisiä periaatteita, kuten haastateltavan vapaaehtoisuutta ja luottamuksellisuutta (Janhonen & Nikkonen 2003). Eettisistä periaatteista poiketen tutkimustyössä käytettiin haastateltavien omia nimiä heidän luvallaan.

Tutkimuksen luotettavuuteen saattaa vaikuttaa heikentävästi se, että haastattelut tehtiin asiakastiloissa. Tuhannen Tuskan kahvilassa haastateltava joutui välillä palvelemaan asiakkaita ja tästä johtuen haastatteluvastaukset saattoivat olla lyhyempiä kuin rauhallisessa tilanteessa. Haastattelu ja nauhoitus keskeytettiin näiden tilanteiden ajaksi. Toisaalta haastattelun etuna on juuri se, että kysymys voidaan toistaa ja haastattelu saattoi edelleen sujuvasti jatkua. Kaikissa haastattelutilanteissa haastateltavat vaikuttivat olevan kiinnostuneita ja motivoituneita tutkimusta kohtaan. Tämä lisää osaltaan vastausten ja näin koko tutkimuksen luotettavuutta.

Haastattelutilanteista tehtiin äänittämisen lisäksi muistiinpanoja mm. haastattelun tunnelmasta ja haastattelupaikoista. Haastattelut purettiin äänitteiltä sanatarkasti paperille mahdollisimman nopeasti haastattelujen jälkeen. Tämä lisää tutkimuksen luotettavuutta, koska tilanteet olivat vielä hyvin haastattelijan mielessä. Tulkintavirheet vältettiin kuuntelemalla äänitteet useaan kertaan.

5 Tutkimustulokset

Kaikki tutkimukseen osallistuneet kolme kahvilaa ovat perinteisiä kahvilapalveluita tuottavia päiväsaikaan toimivia yksityisiä yrityksiä Etelä-Suomessa. Toisaalta kaikilla kolmella kahvilalla on myös selvästi toisistaan eroava toimintamalli, tavat sekä tausta. Yhdelle oman kahvilan johtaminen oli pitkäaikaisen unelman toteuttamista, toiselle kahvila siirtyi sukupolvenvaihdoksen myötä ja kolmas johtaa kahvilaa elämäntapayrittäjän tavoin.

Nämä kolme kahvilayrittäjää antoivat paljon tietoa ja kokemukseen perustuvia vastauksia siitä, miten kahvilan saa menestymään. Haastatteluissa kävi myös ilmi, mitä kaikkea kahvilayrittäjän tulee huomioida, jotta kahvila menestyisi.

5.1 Sijainti ja miljöö

Tutkimuksessa haastateltavilta kysyttiin, miten kahvilan sijainti vaikuttaa heidän mielestään kahvilan menestymiseen. Kaikki tutkimukseen osallistuneet kahvilat sijaitsevat matkailun kannalta merkittävässä kohteissa sekä lähellä kaupunkien keskustaa. Ne sijaitsevat paikoilla, joissa ihmisiä liikkuu paljon. Haastateltavien vastauksista käy ilmi, että näiden kahviloiden menestymiseen vaikuttavat myös kaupungeissa vuosittain pidettävät tapahtumat, kuten esimerkiksi Loviisan Wanhat Talot ja Lappeenrannan linnoituksen tapahtumat.

Haastattelussa Jaana Kuokka Kahvila Majurskasta toteaa:

Mikäli kahvilan sijainti on huono tai liikeidea jotain muuta kuin senhetkiseen miljööseen sopii, niin kahvilan on vaikea menestyä.

Myös Pirjo Vaherkylä-Ek kertoo talon olevan vanha, mutta:

Konditoria Vaherkylä-Ek'iä ei voisi mitenkään kuvitella uudistettuun ja moderniin rakennukseen, tässä tämän kahvilan tulee olla.

Leena Huttunen Tuhannen tuskan kahvilasta toteaa sijainnilla olevan merkitystä:

Loviisa imee turisteja kesäisin ja on hyvällä paikalla, vain tunnin ajomatkan päässä suurista kaupungeista. Myös vanhan Loviisan miljöö kerää joka vuosi turisteja, jotka tuovat rahaa paikallisille yrityksille.

Haastatteluissa käy ilmi, että kahvilan sijainti ja ympäröivä miljöö vaikuttavat liikeideaan ja kahvilan ulkoasuun sekä sisustukseen. Tuhannen tuskan kahvilassa vanhan talon tuomat haasteet ovat osa yritystä ja kahvilan viehättävyyttä. Koska kahvila toimii kotikahvilana, sisustus on vanhaan tupaan sopiva pirttipöytineen ja räsymattoineen. Sisustusta piristävät lisäksi myynnissä olevat taideteokset.

Kahvila Majurskassa arvostetaan pysyvyyttä ja kahvilan ainutlaatuisuutta. Kokonaisuuden tulee säilyä, vaikka ympäristö muuttuisi. Vaikka muutoksia tapahtuu kahvilan sisällä, ne eivät saa näkyä asiakkaille, jotka etsivät perinteikkyyttä. Vaihtelua ja viihtyvyyttä voidaan luoda esimerkiksi leikkokukka-asetelmin ja uusien tekstiilein.

Konditoria Vaherkylä-Ek on sen sijaan uudistunut sisustukseltaan romanttisesta talonpoikaistunnelmasta avarammaksi, modernimmaksi ja pelkistetyimmäksi, mikä tekee kahvilan asiakastiloista rauhallisemman oloiset. Kahvila on näin vastannut myös nykyajan vaatimukseen säilyttäen kuitenkin myös perinteikkyyttä. Nyt selkeät asiakastilat houkuttavat jäämään kahvittelemaan pitemmäksikin aikaa, ja kahvilan tunnelma houkuttaa asiakasta käymään sisälle herkkuhetkelle.

5.2 Tuotteet

Haastateltavien kahvilayrittäjien mielestä perinteisillä ja laadukkailla kahvilatuotteilla on tärkeä merkitys kahvilan menestymiselle. Kaikki haastateltavat painottavat hyvien raaka-aineiden ja perinteisten reseptien tärkeyttä. Reseptejä voidaan muokata, mutta ei muuttaa täysin. Jaana Kuokka kertoo, että Kahvila Majurskassa on viikonloppuisin niin sanottuja kokeiluja eli tarjolla on ”uusia” perinteisiä tuotteita. Tuotteiden on oltava liikeideaan sopivia. Esimerkiksi Pirjo Vaherkylä-Ek toteaa, että heillä ei tarjoilla kuppikakkuja (cupcakes), koska ne eivät ole kahvilan tyyliin sopivia. Tuhannen tuskan kahvilan Leena Huttunen kokee tärkeäksi paikallisten tuottajien raaka-aineet ja korostaa siten lähiruuan tärkeyttä.

Kaikki haastateltavat painottavat tuotteiden omatekoisuutta. Kaikissa kolmessa kahvilassa lähes kaikki tuotteet tehdään itse alusta loppuun, perinteisiä reseptejä noudattaen. Kaikissa tutkimukseen osallistuneissa kahviloissa tärkeimmät

myyntituotteet ovat kahvi ja erilaiset leivonnaiset. Leivonnaisten osalta myös ruoka-aineallergioiden huomioiminen on tärkeää.

Kahvilatuotteiden lisäksi kaikissa kolmessa kahvilassa on oheistuotteita tai -palveluita. Tuhannen tuskan kahvilassa myydään talon isännän tekemiä taide- töitä ja maalauksia. Kahvila Majurska myy tuotteitaan mukaan vietäväksi sekä vuokraa kahvilan tiloja yksityistilaisuuksiin kuten perhejuhliin, kokouksiin ja il- lanistujaisiin. Konditoria Vaherkylä-Ek tarjoaa kahvilatoiminnan lisäksi konditoria- ja lounaspalveluita sekä kahvilasta voi ostaa myös pieniä lahjatava- roita.

5.3 Asiakaspalvelu

Haastateltavilta kysyttiin asiakaspalvelun merkitystä menestykselle. Kaikissa vastauksissa ilmeni, että asiakaspalvelu on tärkein menestykseen vaikuttava asia. Asiakas on tärkein.

Leena Huttunen kertoo:

Yrittäjä voi vaikuttaa menestykseensä omien tuotteidensa ja asiakaspalvelun laadulla. Asiakas on aina numero yksi. Kahvilan suosiota ja omaa onnistumista tukee se, kun asiakas palaa takaisin. Silloin tuntee onnistuneensa työssään jota tekee. Kahvilan menestyminen näkyy parhaiten vakioasiakkaissa, joiden avulla kahvila on säilynyt ja menestyy.

Pirjo Vaherkylä-Ek sanoo:

Kahvilan tulee tarjota asiakkaalle elämys, jolla alennetaan asiakkaan kynnystä käyttää kahvilan palveluita sen sijaan, että asiakas hakee leivonnaiset ja kahvin marketista kotiin.

Jaana Kuokka toteaa:

Asiakkaita palvellaan ja heille luodaan sellainen tunnelma, että heitä arvoste- taan ja että olemme tyytyväisiä jokaisesta asiakkaasta joka tulee ovesta sisään kahvilaan. Asiakaspalvelun tulee vastata asiakkaiden odotuksiin ja myös muis- toihin siitä, mitä Majurska aiemmin on tarjonnut.

Hyvään asiakaspalveluun kuuluu myös palautteen vastaanottaminen ja siihen reagoiminen. Jaana Kuokka jatkaa:

Yrittäjänä olo vaatii nöyryyttä. Tulee olla tunnesäiliö, virheistä pitää ottaa opiksi. Ottamalla vastaan palautetta voin kehittää Majurskaa ja tiedän mitä olen tehnyt oikein ja mitä tulisi parantaa.

Haastattelussa kävi ilmi, että yrittäjällä on oltava positiivinen asenne ja asiakkaiden toiveet on pyrittävä toteuttamaan mahdollisimman hyvin. Asiakkaiden ehdotuksia ja pyyntöjä ei tyrmätä, mikäli niiden toteutumiseen voidaan yrittäjän toimesta vaikuttaa. Asiakaspalvelussa tärkeää on joustavuus, toimivuus ja riipys.

5.4 Markkinointi

Nykyisin markkinoinnin kannalta yhä tärkeämpään osaan on noussut sosiaalinen media. Kaikilla tutkimukseen osallistuneilla kahviloilla on omat toimivat ja päivitetty Internetsivut (Liitteet 2–4). Lisäksi kaikilla on käytössä myös Facebook-sivut. Kaikki kolme kahvilaa yhteystietoineen löytyvät myös kyseisten kaupunkien turisti-info-lehdistä ja matkaoppaista.

Markkinoinnin kannalta tärkeää on kahviloiden näkyminen tiedotusvälineissä, esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehdissä. Leena Huttunen kertoo:

Loviisalaiset toimittajat auttavat pitämään kahvilaa ihmisten tiedossa mm. facebook-sivujen avulla. Näiden neljän vuoden aikana myös sanomalehdet ja erilaiset matkailulehdet ovat tehneet kahvilasta artikkeleita, esimerkiksi Helsingin Sanomat ja Motoristilehti. Menestymistä on vauhdittanut myös ”viidakkorumpu”.

Jaana Kuokka toteaa:

Ilman Majurskaa Linnoituksessa moni turisti jättäisi tulematta, sillä monille tämä kahvila on matkakohde.

Kun kahvila on toiminut pidempään menestyksekkäästi, se markkinoi itse itsensä positiivisen palautteen levitessä asiakkaiden mukana.

5.5 Yrittäjä

Tutkimukseen osallistuneilta kahvilayrittäjiltä tiedusteltiin, kuinka yrittäjä voi vaikuttaa kahvilan menestymiseen. Haastatteluissa kävi ilmi, että kaikki haastateltavat pitivät yrittäjän omia vahvuuksia tärkeimpänä menestykseen vai-

kuttavana tekijänä. Yrittäjällä on oltava halu menestyä. Pirjo Vaherkylä-Ek toteaa:

Omilla päätöksillään ja teoillaan yrittäjä vaikuttaa oman yrityksensä hyvinvointiin ja säilymiseen.

Leena Huttunen korostaa oman terveyden merkitystä. Yksityisyrittäjänä toimivalle on tärkeää pitää huoli omasta terveydestä ja jaksamisesta, koska yrityksen toiminta ja säilyminen ovat yrittäjän omilla harteilla.

Jaana Kuokka painottaa oman työn, itsensä ja oman identiteetin arvostamista:

Yrittäminen vaatii paljon, mutta antaa myös. Itseluottamus on tärkeää. Yrittäjän tulee voida luottaa työntekijöihin ja vuorovaikutustaitojen tulee olla kohdallaan.

Molemmat yrittäjät painottavat myös tukiverkostojen tärkeyttä varsinkin yritystoimintaa aloittaessa. Tällöin on tärkeää tietää, että taustalla on aina ihmisiä, jotka tukevat ja auttavat yrityksen eri vaiheissa.

Yrittäjälle tärkeä ominaisuus on kyky hallita taloutta. Pirjo Vaherkylä-Ek sanoo:

Rahaa ei tuhlata valtaviin investointeihin ja pitää muistaa tarkkailla rahan kulu- tusta, jottei tule tuhlattua rahaa turhuuksiin. Yrittäjä on aina avainasemassa kun kyseessä on yrityksen menestyminen, niin hyvässä kuin pahassa.

Jaana Kuokka kertoo:

Hiljaisina aikoina yrittäjän täytyy tehdä mahdollisimman paljon itse, ja aina muulloinkin. Talouden tulee olla kunnossa.

Kysyttäessä mikä takaa menestymisen kahvilayrittäjänä Pirjo Vaherkylä-Ek vastaa:

Rohkeus. Yrittäjän tulee olla sopeutuva, muutoksiin tulee osata suhtautua oikein ja täytyy olla työtä pelkäämätön sekä osata tehdä joustavia suunnitelmia.

Jaana Kuokka toteaa:

Minusta on tärkeää, että itse yrittäjä on aina kun vain voi läsnä. Yrittäjän tulee olla ”näkyvä seremoniamestari”, sillä yrittäjä vastaa kaikesta kahvilassa.

Pirjo Vaherkylä-Ek lisää vielä haastattelussa:

Kahvilan johtaja on täysi harha. Johtaja on se, joka tekee kaikkea mahdollista ja vielä enemmänkin, niin edustukset kuin vähemmän hohdokkaat työt.

Yritys muotoutuu aina yrittäjänsä näköiseksi. Erilaiset tunnustuspalkinnot palkitsevat yrittäjää onnistuneesta työstä ja kannustavat jatkamaan kohti menestystä.

5.6 Uhkaavia tekijöitä menestyksen kannalta

Kahviloiden suurimpia tarvekilpailijoita ovat hypermarketit ja ruokakaupat. Nykyisessä taloustilanteessa asiakkaat saattavat mieluummin hakea kahvilatuotteet, kahvin ja leivonnaiset kaupasta kotiin kahvilan sijaan. Suurien markettien yhteyteen on usein sijoitettu kahvilapalveluja tarjoavia myyntipisteitä, jotka tarjoavat tuotteita yksityistä kahvilaa edullisemmin hinnoin.

Pirjo Vaherkylä-Ek kertoo:

Suurin ongelma mikä yrittäjiä, etenkin kahvilayrittäjiä, haittaa ovat todella hypermarketit, jotka vievät asiakkaat pois kaupungista ja tarjoavat halvalla paljon. Kun kahvin voi keittää kotonakin, niin marketit täyttävät asiakkaan kahvin tarpeen.

Leena Huttunen toteaa:

Hypermarketit vievät tältä seudulta eniten paikallisia potentiaalisia asiakkaita, koska kahvilassa asioiminen on verrattain kalliimpaa kuin marketissa.

Kahviloiden ydinkilpailijoita ovat toiset kahvilat sekä muut ravitsemisliikkeet. Koska taloustilanne on huonontunut, ravintolat eivät välttämättä ole enää suurin uhka kahviloille. Jaana Kuokka sanoo:

Työttömälläkin on varaa kahvikupilliseen ja leivokseen. Täällä he saavat samaa palvelua kuin ravintolassa. Täällä ihmiset voivat seurustella.

Kukaan haastatelluista yrittäjistä ei koe ydinkilpailijoita suurimpana uhkana. Haastatellut kahvilayrittäjät kokevat olevansa ainutlaatuisia. Konditoria Vaherkylä-Ek'n Pirjo Vaherkylä-Ek toteaa:

Loviisassa on kahviloita muitakin, mutta tänne mahtuu kyllä lisää, eivätkä ne ole vaikuttaneet meihin juuri ollenkaan.

Kahvila Majurskan Jaana Kuokka sanoo:

Majurska on ainutlaatuinen miljööltään, sisustukseltaan ja tarjonnaltaan, niin että olemme aika hyvässä asemassa. Toista Majurskan kaltaista ei ole Lappeenrannassa.

Tuhannen tuskan kahvilan Leena Huttunen puolestaan kertoo:

En koe Loviisan kahviloiden kanssa kilpailua, sillä omani on lähinnä ”nappikauppaa”. Tarkoitus on elättää itsensä, ei lähteä kilpailemaan.

Mikäli mikä tahansa menestykseen vaikuttava tekijä pettää, se voi muuttua uhaksi kahvilan menestykselle, kuten taloudellinen tilanne, yrittäjän terveys tai tukiverkoston pettäminen. Tästä syystä yrittäjän on kiinnitettävä jatkuvasti huomio mahdollisiin uhkiin.

6 Menestyvän kahvilan salaisuus

Tutkimuksen tuloksista ei voida tehdä yleispäteviä päätelmiä, vaan se avaa näkökulmaa menestykseen yksityisten kahvilayrittäjien kautta. Isoihin ketjuihin kuuluvien kahviloiden menestys perustuu erilaisiin asioihin, joita tässä tutkimuksessa ei tule ilmi.

Menestyvän kahvilan salaisuus kätkeytyy monien asioiden ympärille, jotka kahvilayrittäjän tulee huomioida aina kahvilan perustamisesta yritystoiminnan loppumiseen. Menestymiseen vaikuttaa monet tekijät yrittäjästä itsestään kahvilan tunnelmaan ja tuotteiden laatuun.

6.1 Mitä menestyminen vaatii

Haastatteluista ilmeni monia menestymiseen vaikuttavia tekijöitä, mutta viisi menestystekijää nousi yli muiden: yrittäjän vaikutus, sijainti, asiakaspalvelun laatu, tuotteet ja yrityksen markkinointi. Haastateltujen kahvilayrittäjien mukaan nämä viisi tekijää ovat perusta kahvilan menestymiseen.

Näiden viiden menestystekijän ympärille rakennettu liikeidea ja yritystoiminta auttavat todennäköisimmin kahvilaa menestymään ja selviämään tulevaisuuden haasteista. Menestystekijöitä tarkkailemalla löytyy vielä monia seikkoja, joista kahvilayrittäjän tulee olla tietoinen, ja joihin hänen tulee kiinnittää huomiota.

6.1.1 Yrittäjän vaikutus menestymiselle

Tutkimuksessa korostui yrittäjän itsensä tärkeys puhuttaessa yrityksen menestymisestä. Yrittäjällä tulee olla halu menestyä, jotta yritys alkaisi menestyä (vrt. Kinkki 1995). Kahvilayrittäjät painottivat myös joustavuutta sekä muuntautumiskykyä, yritys ei voi toimia monia vuosia samalla toimintamallilla, vaan sen tulee kehittyä ympäristön mukaan. Yrittäjällä tuleekin olla selkeä kuva siitä, mitä toivoo yritykseltään jo perustamisvaiheessa (vrt. Jylhä ym. 1997). Yrittäjän tulee huomioida tulevat muutokset etukäteen liikeideaa suunniteltaessa, tuotteita valitessa sekä asiakassegmenttiä suunniteltaessa.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että yrittäjän tulee ”nähdä tulevaisuuteen”, ottaa vastaan palautetta ja hyödyntää tätä palautetta omassa toiminnassaan (vrt. Kuokka 2013; Vaherkylä-Ek 2013). Myös persoonalliset ominaisuudet, kuten sinnikkyys ja eteenpäin pyrkivyyt ovat tärkeitä, jotta yrittäjä voi vaikeissakin tilanteissa toimia yrityksen hyväksi.

Kahvilayrittäjän on tärkeää huolehtia huolella omasta taloudestaan aina yrityksen perustamisesta lähtien. Talouden tulee olla hyvällä pohjalla heti alusta alkaen, jotta kahvilan taloudellinen tila säilyy vakaana. (Vrt. Vaherkylä–Ek 2013.) Menestyvän kahvilan tulee olla omavarainen ja kannattava. Yrittäjän tulee pitää huolta omasta taloudestaan samoin kuin yrityksen taloudesta. Pienyrittäjällä oma talous on usein sidottu yrityksen talouteen. Tästä syystä yrittäjän tulee pitää mielessä suuria investointeja tehdessä, onko yrityksellä varaa sellaisiin juuri nyt vai joudutaanko investointien tekemistä siirtämään johonkin toiseen hetkeen. (Vrt. Jylhä ym. 1997.)

6.1.2 Sijainnin merkitys menestykselle

Merkittävä menestystekijä, joka haastatteluissa kävi ilmi, oli sijainnin sekä miljöönsä merkitys yrityksen menestymiselle. Hyvä sijainti ja kaunis miljöö ovat perinteisten kahviloiden valttikortteja. Kun yritys sijaitsee lähellä keskustaa tai turistikohtetta, jossa liikkuu paljon ihmisiä jokaiseen kellonaikaan, yrityksen menestymisen todennäköisyys kasvaa. Yritys, joka on helppo löytää ja saavuttaa, menestyy todennäköisemmin kuin vaikeasti löydettävä yritys. Helenä Leppäsen (2013) teettämän tutkimuksen mukaan myös asiakkaat arvostavat

helposti löydettäviä kahviloita, joissa voi käydä esimerkiksi shoppailun ohella. Toisaalta asiakkaat kaipaavat myös tunnelmallista miljööstä ja persoonallisuutta (vrt. Huttunen 2013; Kuokka 2013).

Sijainti määrittää myös yrityksen ulkonäköä ja liikeideaa. Perinteisessä miljöössä toimivan kahvilan tulee sopia ympäristöönsä, olla perinteinen ja tunnelmallinen. Kaikki kahvilayrittäjät painottivat kahviloidensa sijainnin tärkeyttä ja sitä, ettei näitä kahviloita voisi olla missään muualla. Kahvilayrittäjien mielestä heidän yrityksensä sijaitsevat täydellisissä paikoissa liikeidean sekä miljöönsä kannalta ajateltuna. (Vrt. Huttunen 2013; Kuokka 2013; Vaherkylä-Ek 2013.)

6.1.3 Asiakaspalvelun laadun merkitys menestymiselle

Haastatteluista kävi ilmi asiakaspalvelun laadun merkitys yrityksen menestymiselle. Kun asiakasta kuunnellaan, hänen toiveitaan kunnioitetaan ja häntä palvellaan nöyrästi (vrt. Kuokka 2013) asiakas palaa uudestaan paljon todennäköisemmin. Hyvällä asiakaspalvelulla voidaan korvata joitain yrityksen puutteita. Esimerkiksi hyvä asiakaspalvelija saa asiakkaan jäämään odottamaan ruuhka-aikana lähtemisen sijaan. Kun asiakasta kuunnellaan ja hänet koetaan positiivisena asiana, asiakas jakaa hyvää mieltään muille potentiaalisille asiakkaille. Näin hyvällä asiakaspalvelulla saadaan todennäköisesti uusia asiakkaita, jotka jälleen kertovat eteenpäin positiivisia asioita toisille potentiaalisille asiakkaille. (Vrt. Jylhä ym.1997; Huttunen 2013.)

Asiakaspalvelun tärkeys korostuu, sillä yritys on olemassa asiakkaita varten. Ilman asiakkaita yritys ei voi toimia. Myös yrittäjän johtamistaidon tärkeys korostuu asiakaspalvelusta puhuttaessa. Hyvä kahvilayrittäjä perehdyttää työntekijänsä toimimaan oikein asiakaspalvelutilanteissa, mutta on myös itse läsnä, jotta asiakkaat kokevat yrittäjän pitävän omaa yritystään ja sen asiakkaita arvossa.

6.1.4 Tuotteiden laadun merkitys menestymiselle

Kahvilayrittäjiä haastateltaessa neljänneksi tärkeäksi menestystekijäksi nousi tuotteiden laadun tärkeys. Tuotteiden tulee vastata asiakkaiden odotuksiin, mutta myös sopia kahvilan liikeideaan ja miljööseen. Perinteisessä kahvilassa tulee

tarjota perinteisiä tuotteita, koska muunlaiset tuotteet eivät sopisi kahvilan liikeideaan. (Vrt. Kuokka 2013; Vaherkylä-Ek 2013)

Laadukkaat tuotteet hyvin hinnoiteltuna ovat suuri syy, miksi asiakkaat valitsevat tietyn kahvilan. Yihinnoitellut tuotteet tai ulkoasultaan huonot tuotteet vaikuttavat suuresti asiakkaan mielikuvaan kahvilasta ja sen tarjoamista tuotteista. Laadukkaat raaka-aineet sekä kauniisti koristellut tuotteet houkuttelevat asiakkaita ja siten tuovat tuloja kahvilalle.

Perinteisissä kahviloissa tarjotaan usein perinteisin reseptein tehtyjä perinteisiä tuotteita. Vaikka vaihtoehdot ovat perinteisiä, koristelulla sekä huomaamattomilla muutoksilla voidaan luoda helposti ”uusien” perinteisiä herkkuja, joita asiakkaat arvostavat. (Vrt. Kuokka 2013.)

Yritys on aina yrittäjän näköinen (Jylhä ym. 1997). Tämä näkyy myös tuotteissa, joita kahvila tarjoaa. Pitkään käytettyjä reseptejä muokataan nykyaikaisemmiksi, koristellaan yrittäjää miellyttävällä tavalla, mutta silti perinteisyys säilytetään. (Vrt. Kuokka 2013; Vaherkylä-Ek 2013.)

Menestyvä kahvilayritys kehittää omia tuotteitaan vastaamaan asiakkaiden toiveita ja nykyajan vaatimuksia. Menestystä tuovat myös huolellisesti tehdyt laktoosittomat, gluteenittomat sekä muut erikoistuotteet (vrt. Vaherkylä-Ek 2013). Kun kahvila huomioi tarjonnassaan mahdollisimman monipuolisesti asiakaskuntaansa, asiakaskunta laajenee positiivisen palautteen ja laadukkaiden tuotteiden myötä.

6.1.5 Markkinoinnin merkitys menestymiselle

Menestystä etsivän kahvilayrittäjän tulee kiinnittää huomiota oman yrityksensä markkinointiin. Markkinoinnilla yritys tuo itseään ihmisten tietoisuuteen ja parantaa siten asemaansa markkinoilla. Hyvin suunniteltu markkinointi tuo kahvilayrityksen nopeasti ja helposti ihmisten tietoon. (Vrt. Jylhä ym. 1997.)

Kaikki kahvilayrittäjät kertoivat Facebookin tärkeydestä heidän markkinoinnissaan. Facebookin kautta kaikenikäiset ihmiset löytävät helposti tiedon kahvilasta. Lisäksi Facebookin kautta markkinointi on ilmaista, kunhan yrittäjä muistaa päivittää tarvittavat tiedot profilliin.

Toinen markkinoinnin väline haastatelluille kahvilayrittäjille oli paikallisen turisti-infon julkaisema lehti. Lehdessä on esitelty kaikki paikalliset turistikohteet, ja sitä jaetaan paikallisissa turisti-infoissa. Lehden avulla kahvilaa markkinoidaan turisteille.

Tutkimuksessa selvisi myös valtakunnallisten lehtien ja lehtiartikkelien tärkeys. Erilaisten lehtiartikkelien avulla tieto kahvilasta, sen tarjonnasta ja tyylistä leviää laajemmin kuin paikallisten lehtien välityksellä. (Vrt. Martelius 2013.)

6.2 Menestymisen haasteita

Yrittäjä joutuu kohtaamaan monia haasteita ja vaikeuksia yritystä johtaessa. Haasteet koettelevat yrittäjän sinnikkyyttä ja vaativat riskinottoa sekä nopeutta tehdä päätöksiä. (Vrt. Vaherkylä-Ek 2013.)

Tutkimuksesta kävi ilmi neljä suurinta haastetta, joita yrittäjä voi joutua pohtimaan menestyäkseen. Näitä olivat perustamisvaiheen haasteet, liikeidean suunnitteleminen, kilpailuun vastaaminen sekä yleinen taloudellinen tilanne Suomessa.

6.2.1 Perustamisvaihe

Yrittäjän perustaessa yritystä, hänen tulee keskittyä moniin mahdollisiin uhkiin sekä mahdollisuuksiin. Huomioimalla monet erilaiset uhkat, vaarat sekä haasteet yrityksen perustamisvaiheessa voidaan välttää tulevaisuudessa monia vaikeuksia. (Vrt. Jylhä ym. 1997.)

Yritystä perustettaessa talouden huomioiminen on ensisijaisen tärkeää, jotta yrityksen talous pysyisi tasapainossa. Tällöin tehdään suuria investointeja ja rahaa kuluu paljon, mutta yrittäjän tulee pystyä hillitsemään itsensä, jotta yrityksen talous olisi vakaa. Alussa tulot ovat heikot, joten turhia investointeja tulee välttää ja omia menoja karsia, mikäli ne auttavat talouden ylläpitoa ja kehittämistä parempaan.

6.2.2 Liikeidea

Yrityksen perustamisvaiheessa keskitytään paljon oikeanlaisen liikeidean kehittämiseen. Jos yrittäjä ei keskity heti yrityksen perustamisesta asti liikeidean kehittämiseen sekä valmistaudu jatkuvaan muutokseen, tulevaisuudessa voi kohdata erilaisia ongelmia. Esimerkiksi liikeidean tulee olla helposti kehitettävä pienillä muutoksilla vastaamaan asiakkaiden ja ympäristön muuttuvia tarpeita.

Liikeideaa pohtiessa myös oikeiden valintojen teko on tärkeää. Oikeanlainen liikeidea siihen sopivilla tuotteilla, sisustuksella ja sijainnilla on todennäköisesti kannattavampi ja menestyvämpi kuin liikeidea, jota ei ole mietytty tarpeeksi. Liikeidean suunnitteluun ja kehittämiseen tulee käyttää paljon aikaa, jotta se hioutuisi mahdollisimman tarkaksi ja toimivaksi jo ennen yritystoiminnan aloittamista.

Toimivan liikeidean ja siihen sopivien tuotteiden sekä kahvilan persoonallisuuden avulla kahvilan menestyminen on todennäköisempää. Hyvän liikeidean pohjalta on helppo kehittää lisää sen kanssa yhteen sopivia tuotteita ja palveluita. Toisaalta hyvinkin liikeidea voi aiheuttaa vaikeuksia tuotekehityksessä. Voiko tuotteita kehittää ja kuinka paljon, jos liikeidea on määritetty tarkkaan tietynlaiseksi? Tähän kysymykseen yrittäjän tulee löytää vastaus. Yrittäjä voi tuotteiden, palvelun sekä sisustuksen avulla muokata omaa liikeideaansa ja kehittää samalla toimintaansa itsensä näköiseksi. (Vrt. Kuokka 2013; Vaherkylä-Ek 2013)

6.2.3 Kilpailijat

Yrittäjälle eniten vaikeuksia voivat aiheuttaa toiset saman alan yrittäjät. Ydinkilpailijat tarjoavat samantyyllisiä tuotteita kahviloissaan ja kasvattavat siten kilpailua. Monet kahvilat tarjoavat asiakkailleen samantasoista ja tyylistä kahvilapalvelua, ja uuden kahvilayrittäjän voi olla vaikea erottua joukosta. Tutkimuksessa kahvilayrittäjät painottivat kuitenkin oman liikeidean sekä kahvilan ainutlaatuisuutta, minkä takia ydinkilpailijat eivät ole välttämättä suurin uhka menestymisen kannalta. (Vrt. Huttunen 2013; Kuokka 2013; Vaherkylä-Ek 2013.)

Ydinkilpailijoiden rinnalle nostettiin tarvekilpailijat, jotka täyttävät asiakkaan kahvin tai leipomuksen tarpeen. Näihin lukeutuvat kaikki kaupat ja marketit, joista potentiaaliset kahvila-asiakkaat voivat ostaa kahvin ja leivoksen kotiinsa. Marketit tarjoavat leipomotuotteita halvemmalla kuin kahvilat, minkä takia monet jättävät kahvilakäynnin käymättä.

Yrittäjän tulee markkinoida itseään, jotta asiakkaat valitsevat kahvilaelämyksen kotona keitetyn kahvin sijaan. Kahvilayrittäjän tulee antaa ihmisille syy tulla kahvilaan laadukkailla tuotteilla, tunnelmalla tai ystävällisellä asiakaspalvelulla, jollaista asiakas ei saisi mistään muualta.

6.2.3 Suomen talouden tilanne

Tällä hetkellä jokaiselle yrittäjälle haasteellista on yleinen taloudellinen tilanne. Tutkimuksessa kävi kuitenkin ilmi, ettei se ole suurin haasteista. Taloudellinen tilanne antaa kahviloille mahdollisuuden tarjota nautinnollinen elämys arjen keskellä halvemmalla kuin ravintolat. (Vrt. Kuokka 2013; Vaherkylä-Ek 2013.)

Taloudellisen tilanteen ollessa heikko, yrittäjän tulee kiinnittää vielä suurempaa huomiota oman yrityksensä talouteen. Laman ollessa pahimmillaan pienyrittäjät tarjoavat varmemmin työpaikan kuin suuryritys (Jylhä ym. 1997), mutta asiakkaiden henkilökohtaisen talouden kärsiessä kahvilakäynnit vähenevät. Jokaisen tulee osata säästää pahan päivän varalle, niin myös kahvilayrittäjän, mikäli kahvilan odotetaan menestyvän pitkään vuodesta toiseen.

7 Lopuksi

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli antaa tietoa siitä, miten kahvilan saa menestymään mahdollisimman hyvin, ja mitä kaikkea menestyminen vaatii erityisesti kahvilayrittäjältä. Opinnäytetyön tutkimustulokset helpottavat alalla alkavia sekä jo olevia yrittäjiä. Tutkimuksessa käsitellyt menestystekijät ovat seikkoja, joihin aloittelevan yrittäjän, mutta myös jo pitkään alalla toimineen, tulisi kiinnittää huomiota mahdollisimman paljon.

Tutkimuksen tekeminen oli miellyttävää, sillä työ hyödyttää myös yrittäjien lisäksi alalle kouluttautuvia sekä ravintola-alan opettajia, joiden on mahdollista

hyödyntää tutkimusta omassa opetuksessaan. Opinnäytetyön hyödyt monille ovat suuret, ja siksi sen tekeminen oli haastavaa, jotta menestymistä tulisi käsiteltyä mahdollisimman hyvin ja monelta kannalta.

Tässä opinnäytetyössä keskityttiin yksityisyritysten perustamiin ja johtamiin kahviloihin, ja kuten tutkimuksessa todettiin, pienyritysten menestystekijät ovat erilaiset kuin suuren ketjukahvilan. Tämän opinnäytetyön pohjalta menestystekijöitä voisi tutkia tarkemmin. Tutkimuksen kohteeksi voisi ottaa suuret ketjukahvilat ja verrata, miten ketjukahvilan menestystekijät eroavat pienyrityksen pitämästä kahvilasta. Tutkittavaa olisi myös siinä, miten menestystekijät vaihtelevat eri ravitsemisliikkeiden kesken. Selvitettävänä olisi, mitä esimerkiksi ravintolat pitävät menestyksensä salaisuutena. Näissäkin voisi erotella yksityisen ravintolayrittäjän ja ketjuravintoloiden eroja menestymiseen vaikuttavissa tekijöissä.

Opinnäytetyön tutkimusosuutta tehdessä sain paljon hyödyllistä tietoa yrittäjän itsensä sekä muiden tekijöiden vaikutuksesta kahvilayrityksen menestymiseen ja säilymiseen. Myös menestymiseen vaikuttavat uhkatekijät tulivat tutkimuksen myötä selkeiksi, ja siten niihin varautuminen tulevaisuudessa yritystä perustettaessa on helpompaa. Opinnäytetyö hyödyttää niin minua kuin muita omaa kahvilayritystään suunnittelevia aloittelevia yrittäjiä. Tutkimus selvensi monia asioita kahvilan perustamisesta ja johtamisesta. Tämän opinnäytetyön tekeminen antoi minulle hyvät eväät tulevaisuutta ja oman yrityksen perustamista varten.

Lähteet

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2009. Opas liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restamark.

Antikainen, M. 2013. Basics of Tourism and Hospitality Marketing. Saimaan Ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-ala. Luentomuistiinpanot.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Huttunen, L. 2013. Kahvilayrittäjä. Tuhannen Tuskan Kahvila. Loviisa. Haastattelu 19.8.2013.

Janhonen, S. & Nikkonen, M. 2003. Laadulliset tutkimusmenetelmät hoitotieteessä. Juva: WSOY.

Jylhä, E., Paasio, A. & Strömmer, R. 1997. Menestyvä Yritys. Helsinki: Edita.

Keitele, J. 2008. Yrittäminen kannattaa aina!. Helsinki: Books on Demand GmbH.

Kahvila Majurska 2013. Historia. <http://www.majurska.com/historia/>. Luettu 2.10.2013.

Kinkki, S. 1995. Yritysavain; Yrityksen perustoiminnot. Porvoo: WSOY.

Konditoria Vaherkylä-Ek 2013. Historia. <http://www.vaherkyla.fi/vaherkylahistori.html>. Luettu 11.10.2013.

Kuokka, J. 2013. Kahvilayrittäjä. Kahvila Majurska. Lappeenranta. Haastattelu 7.8.2013.

Leppänen, H. 2013. Suomalainen kahvilakulttuuri – Onko sitä?. Tampereen Ammattikorkeakoulu. Palvelujen tuottaminen ja johtamisen koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Martelius, K. 24.6.2013. Salakapakan paikalle tuli kesäkahvila. Helsingin Sanomat. <http://www.hs.fi/ihmiset/a1371957454345>. Luettu 27.8.2013.

Paunonen, M. & Vehviläinen-Julkunen, K. 1997. Hoitotieteen tutkimusmetodiikka. Juva: WSOY.

Peters, T.J. & Waterman, R.H.Jr. 2007. Menestyjän muotokuva. Helsinki:Gummerus Kirjapaino Oy.

Syrjäläinen, E., Eronen, A. & Värri, V-M. 2007. Avauksia laadullisen tutkimuksen analyysiin. Tampere:Tampereen Yliopisto Paino Oy.

Vaherkylä-Ek, P. 2013. Kahvilayrittäjä. Konditoria Vaherkylä-Ek. Loviisa. Haastattelu 22.7.2013.

Viitala R. & Jylhä E. 2001. Menestyvä yritys, liiketoimintaosaamisen perusteet. Helsinki: Edita.

Haastattelukysymykset kahvilayrittäjille

1. Kuinka kauan yritys on toiminut?
2. Monta työntekijää yritys työllistää
 - kesällä,
 - talvisin?
3. Montako asiakaspaikkaa kahvilassa on?
4. Kuinka suuri osa prosentuaalisesti tuotteista on omatekoisia?
5. Millainen kilpailutilanne vallitsee?
 - Vaikuttavatko uudet esim. ketjukahvilat tai ostoskeskukset asiakkaiden määrään mm. sesongin ulkopuolella?
6. Kuinka kahvila on mukautunut toimintaympäristön muutoksiin?
 - (muuttunut kilpailutilanne, Suomen taloustilanne, kasvava työttömyys, turistien määrä)
7. Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet kahvilan säilymiseen?
8. Koetko olevasi menestyvä kahvilayrittäjä?
9. Miten määrittelisit menestyksesi?
10. Kuinka yrittäjä voi vaikuttaa oman kahvilan menestymiseen? Mihin asioihin ei voi vaikuttaa?
11. Onko menestykseen vaikuttanut jokin ennalta arvaamaton syy?
12. Mikä takaa menestymisen kahvilayrittäjänä? Mitä menestyminen on vaatinut?
13. Onko kahvilalla oheistoimintaa tai -myyntiä? Miten se on vaikuttanut vaikuttaa menestykseen/ asiakasmääriin?

Kiitos vastauksistanne!

Tuhannen tuskan kahvilan Internetsivujen etusivu

Loviisan
Liisantalo**Tuhannen tuskan kahvila**



Pieni on kaunista. Niin on myös käytetty, rakkaudella tehty tai itse valmistettu. Kaunista ovat hiljaiset hetket puutarhassa tai kipinöiden tanssi leivinuunin luukkua vasten. Valon ja varjon leikki, tai taiteen synnyttämä tunne. Tuhannen tuskan kahvilassa voit siirtää itsesi siihen mielenmaisemaan, mihin juuri sillä hetkellä koet tarvetta. Nimestä huolimatta, tarjoamme pieniä ilon aiheita.

Liisantalons leipomo lämmittää uuninsa perjantaisin tai kun emäntä sille päälle sattuu. Tilaa leipäsi ennakkoon, niin ei tule leivottua pakkasta varten. Uunituoreet sämpylät, leivät, munkit ja kahvi vievät muistoissa niihin aikoihin, kun kaikki vielä maistui paremmalta!


Kiitos kuluneesta vuodesta kaikille asiakkaille!

Olemme talviunilla!
Avaamme vappuna 1.5.2014

Kahvila Majurskan Internetsivujen etusivu

Aukioloajat:
Ma-la 10-17
Su 11-17




Olemme Facebookissa

Kahvila Majurska
Tykkää 741

Kahvila Majurska lisäsi 4 kuvaa.
Kahvila Majurskan emäntä piipahti isäntineen Australiassa maaliskuussa. Käypä vilkaisemassa Majurskan kotisivujen (www.majurska.com) galleriasta makuterveisii maailmalta.


Facebookin yhteisöllinen



Lappeenrannan historiallisessa linnoituksessa sijaitseva kahvila Majurska on yksi Lappeenrannan tunnetuimmista kahviloista. Kahvila Majurska tunnetaan erityisesti historiaa huokuvasta tyylistään ja rauhallisesta ilmapiiristään.

Konditoria Vaherkylä-Ek'n Internetsivujen etusivu


Etusivu Kakut Lounaslista Historia Sijainti Linkit Palaute







KONDITORIA • CAFÉ
Vaherkylä


Aleksanterinkatu 2
07900 Loviisa
Puh. 019 531 610

Palvelemme
arkisin 8 - 17 ja
lauantaisin 8 - 14




 Pä Svenska 

 In English 

 In Russian

Lämpimästi tervetuloa idylliseen uudistettuun kahvilaamme. Nauti suussasulavia herkkujamme ja unohda hetkeksi arjen kiireet. Löydät meidät Loviisasta, aivan kaupungin keskustasta.



Oiva-raportti myös täällä.

Copyright © Konditoria - Café Vaherkylä