

SAIMAAN AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalous, Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinointi

Sanna Soljasalo

MARKKINATUTKIMUS CASE: KURVITON OY

Opinnäytetyö 2010

TIIVISTELMÄ

Sanna Soljasalo

Markkinatutkimus: Case Kurviton Oy, 48 sivua, 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu, Lappeenranta

Liiketalouden yksikkö, Liiketalouden koulutusohjelma

Markkinointi

Opinnäytetyö 2010, Ohjaaja: Lehtori Jyri Hänninen

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä markkinatutkimus Lounaskahvila Holville, joka toimii Imatralla, Vuoksenniskan kaupunginosassa. Markkinatutkimuksella pyrittiin selvittämään onko alueella kysyntää lounaskahvilaa laajemmalle ravintolatoiminnalle. Tutkimuksessa kysyttiin myös, kuinka usein vastaajat syövät ravintolassa vapaa-aikanaan, sekä tiedusteltiin vastaajien mielipidettä anniskeluoikeuksien tarpeellisuudesta ruokaravintolassa.

Työn teoriaosassa tehtiin katsaus ravintola-alan menneisiin vuosikymmeniin sekä selvitettiin ravintola-alan tämänhetkistä tilannetta. Työssä perehdyttiin myös ravintola-alan tulevaisuuden näkymiin ja ravintolatoiminnan kehittämiseen. Teoriaosuudessa käytiin myös lyhyesti läpi anniskelulainsäädäntöä ja anniskeluluvan hakemista.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena. Kysely toteutettiin erillisillä kyselylomakkeilla, joita jaettiin Lounaskahvila Holvin asiakkaille heidän asioidessaan ravintolassa. Kyselylomakkeessa oli kaikkiaan seitsemän kysymystä, joista viisi oli vaihtoehtokysymyksiä ja kaksi avoimia kysymyksiä. Avoimilla kysymyksillä pyrittiin saamaan vastaajilta omia mielipiteitä ja parannusehdotuksia. Lomakkeessa oli vielä viimeisenä kohtana tilaa, johon asiakkaat voivat kirjoittaa yritykselle palautetta, kiitoksia ja niin edelleen.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että hieman yli puolet vastaajista toivoi Vuoksenniskalle ruokaravintolaa, joka palvelisi asiakkaita myös iltaisin. Vastauksista oli havaittavissa, että asuinalueella oli jonkin verran merkitystä vastaajan mielipiteeseen iltaisin auki olevan ruokaravintolan tarpeellisuudesta. Suurin osa asiakkaista asioi ravintolassa vapaa-aikanaan kaksi kertaa kuukaudessa tai harvemmin. Tutkimuksessa tuli myös selvästi ilmi, että suurin osa asiakkaista toivoo, ruokaravintolaan myös anniskeluoikeudet. Tutkimuksen avulla yritys sai kuvan siitä onko iltaisin toimivalle ruokaravintolalle alueella kysyntää ja kannattaako ravintolaan harkita anniskelulupien hankkimista. Tutkimus antoi yritykselle myös vihjeitä siitä, millä perusteella asiakkaat valitsevat ravintolan, jossa asioivat. Asiakkaiden palautteiden kautta yritys sai lisäksi uutta tietoa siitä, mitkä osa-alueet ravintolassa toimivat asiakkaiden mielestä hyvin ja mitkä vaativat vielä kehittämistä.

Asiasanat

markkinatutkimus, hotelli- ja ravintola-ala, anniskelulainsäädäntö, ravintolatoiminnan kehittäminen

ABSTRACT

Sanna Soljasalo

Markkinatutkimus: Case Kurviton Oy, 48 pages, 1 appendice

Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta

Degree programme in Business Administration

Marketing

Bachelor's Thesis 2010

Instructor: Mr Jyri Hänninen, Lecturer

The purpose of this bachelor's thesis was to implement a market research for Cafeteria Holvi. Cafeteria is located in Vuoksenniska district of Imatra. Objective of market research was to find out if there is demand for restaurant which serve food also in the evening.

In the theoretical part of the bachelor's thesis dealing history, present day and the future of hotel- and restaurant services. In addition study tells briefly about developing of restaurant operations and legislation of liquor license.

The literature, articles and the material from the Internet were used as the sources of information for the theoretical part.

The study was carried out at the cafeteria Holvi by handing out a questionnaire to the customers. In questionnaire of market research were multiple-choice and open questions. Open questions were meant to get customers opinions and reform proposals. At the end of questionnaire there was an opportunity to answerers to give their feedback to the company. The survey was carried out in november 2009.

The results of the study show that a little over half of the answerers would like to have a restaurant, which is open also in evening, in Vuoksenniska area. The study indicated that there is some connection between the residential area and the way they have answered to the question about if they would like to have a restaurant in the Vuoksenniska area. Major part of answerers is eating in the restaurant at their spare time less than two times per month. Like to expectations, the results indicated that major part of the answerers wish that there was a liquor license in the restaurant.

With the help of survey the company will have a information about demand and should they consider acquire the liquor license. Study will tell also what are those things that matter most when customers choose a restaurant. Customer's feedback tells company also things that are working good and things that need to be improved.

Keywords

market research, Hotel- and restaurant services, legislation of liquor license, developing of restaurant operations

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja aiheen rajaus.....	5
1.3 Tutkimusmenetelmät	6
2 HOTELLI- JA RAVINTOLA-ALA MENNEINÄ VUOSIKYMMENINÄ.....	6
3 HOTELLI- JA RAVINTOLA-ALAN NYKYTILANNE JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT.....	12
3.1 Taantuman vaikutus toimialan kehitykseen	13
3.2 Ruoan arvonlisäveron lasku ja sen mahdolliset vaikutukset.....	17
3.3 Hotelli- ja ravintola-alan kehitysnäkymät	19
4 RAVINTOLATOIMINNAN KEHITTÄMINEN	21
5 ANNISKESELULAINSÄÄDÄNTÖ JA ANNISKESELULUVAN HAKEMINEN	23
6 MARKKINATUTKIMUS: CASE KURVITON OY.....	29
6.1 Yrityskuvaus	30
6.2 Markkinatutkimus ja analysointi.....	31
7 YHTEENVETO.....	43
KUVIOT	47
LÄHTEET	48

LIITE 1 Markkinatutkimuksen kyselylomake

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään hotelli- ja ravintola-alan vaiheita aina 1930-luvulta nykypäivään, sekä tehdään katsaus alan tulevaisuuden näkymiin. Työssä käydään läpi lisäksi taantuman vaikutusta hotelli- ja ravintola-alan, sekä uuden arvonlisäveroalennuksen mahdollisia vaikutuksia elinkeinotoimintaan. Opinnäytetyössä esitellään myös alkoholilainsäädäntöä ja sen asettamia vaatimuksia anniskeluluvan saamiselle.

Työssä käytetään termiä hotelli- ja ravintola-ala, vaikka työ käsittelee ainoastaan ravintolatoimintaa, sillä alan kirjallisuudessa käsitellään hotelli- ja ravintolatoimintaa yhtenä toimialana. Yleisesti käytettyjä termejä ovat Horeca eli hotelli- ja ravitsemus-ala tai Mara eli majoitus ja ravitsemisala. Opinnäytetyön empiriaosuudessa esitellään Lounas-kahvila Holvi ja tehdään yritykselle markkinatutkimus. Empiriaosuuden lopussa käsitellään saadut tutkimustulokset ja tehdään niiden pohjalta omat johtopäätökset.

1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja aiheen rajaus

Opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä markkinatutkimus Kurviton Oy:lle eli Lounaskahvila Holville. Yritys toimii Imatralla, Vuoksenniskan kaupunginosassa. Yrityksellä on tällä hetkellä lounaskahvilatoiminnan lisäksi myös pienimuotoista pitopalvelutoimintaa. Yrityksen tavoitteena on laajentaa nykyistä toimintaa pidentämällä aukioloaikoja. Iltaisin tarkoituksena on tarjota asiakkaille a´la carteruokia ja tätä silmälläpitäen tavoitteena on myös saada yritykselle anniskeluluvat. Jotta tämä toteutuisi, pyritään markkinatutkimuksella selvittämään onko, alueella kysyntää lounaskahvilaa laajemmalle ravintolatoiminnalle.

Markkinatutkimus on toteutettu kyselytutkimuksena ja rajattu yrityksen toiveiden mukaisesti lounaskahvilan nykyisiin asiakkaisiin.

Työssä pyritään luomaan kokonaiskuvaa siitä, miten ravintola-ala on kehittynyt viime vuosikymmenten aikana. Käydään läpi tämänhetkisen taantuman vaikutusta ravintolatoimintaan ja pyritään luomaan käsitystä siitä, mihin suuntaan alalla ollaan lähivuosina menossa.

1.3 Tutkimusmenetelmät

Markkinatutkimus toteutetaan kyselytutkimuksena, erillisillä kyselylomakkeilla. Kysely toteutetaan Lounaskahvila Holvin toimitiloissa. Markkinatutkimuksen tutkimuspopulaationa ovat, yrityksen toiveiden mukaisesti, Lounaskahvila Holvin nykyiset asiakkaat. Ottaen huomioon yrityksen asiakkaiden määrän otoksen suuruudeksi on määritelty 50 henkilöä.

Tutkimustulokset käsitellään tilastollisesti käyttämällä Excel-tietokoneohjelmaa. Tilastointivaiheessa tehdään saadun aineiston analysointi ja tulkinta. Saatujen tulosten perusteella tehdään johtopäätökset, joiden perusteella ehdotetaan yritykselle mahdollisia toimenpiteitä tutkimusongelman ratkaisemiseksi.

2 HOTELLI- JA RAVINTOLA-ALA MENNEINÄ VUOSIKYMMENINÄ

Ranskan suuren vallankumouksen aikaan 1700-luvulla Pariisissa syntyi nykyaikainen ravintolakulttuuri, joka levisi vallankumouksen jälkeen myös muualle Eurooppaan. Koko 1800-luvun ajan myös suomalainen ravintolakulttuuri sai vaikutteensa Ranskasta. (Latvus 1996, 8). Suomessa ravintolakulttuurin muutos ajoittuu aikaan, jolloin Suomi irrottautui Ruotsin vallan alta ja siirtyi osaksi Venäjän keisarikuntaa. Ennen ensimmäistä maailmansotaa yli 80 prosenttia suomalaisista sai toimeentulonsa maataloudesta. Maailmansodan jälkeen suomalainen yhteiskunta alkoi pikkuhiljaa teollistua ja kaupungistua. Kaupunkien asukasmäärän kasvu edesauttoi hotelli- ja ravintola-alan suotuista kehitystä 1800-luvun loppupuolella. (Sillanpää 2002, 30 - 32).

Suomen kehitys alkoi pikkuhiljaa myös erota muun Euroopan kehityksestä 1800-luvun lopulla, kun raittiusliikkeen valta alkoi kasvaa. Raittiusliike omaksui 1800-luvun lopulla käsityksen, jonka mukaan alkoholi tuhoaisi väistämättä talonpojat ja työväestön. Ravintoloiden perustaminen maaseudun asukkaille kiellettiin kokonaan keisarillisella asetuksella 1890-luvun loppupuolella. (Latvus 1996, 8.)

Hotelli- ja ravintola-ala on nähnyt monia ylä- ja alamäkiä. Elinkeinon kehitystä ovat väreittäneet niin 1930-luvun kieltolaki, kuin 1980-luvun vahva talouskasvu-kin (Grönholm 2008, 50). Kieltolaki 1930-luvulla oli kovaa aikaa hotelli- ja ravintola-alalle. Laki koski kaikkia alkoholipitoisia aineita, jotka sisälsivät yli kaksi tilavuusprosenttia etanolia. Alkoholien valmistus, maahantuonti, myynti, kuljetus ja varastossa pito muihin kuin lääketieteellisiin, teknisiin tai tieteellisiin tarkoituksiin oli kielletty. (Sillanpää 2002, 52 – 53.)

Kieltolain aikaan salakuljetus oli kukoistava ammatti, joka tarjosi elannon useille ihmisille. Salakuljettajien lisäksi myös lääkärit ja apteekkarit hyötyivät kieltolaista välittämällä kansalaisille laillista alkoholia. Monet lääkärit saivat elantonsa kieltolain aikaan lähes yksinomaan pelkästä reseptikaupasta. Pirtureseptejä kirjoitettiin muun muassa sydämen tykytykseen, veren vähyyteen, yskään tai krooniseen alkoholismiin. (Sillanpää 2002, 54.)

Suomalaiset eivät juuri pitäneet kieltolain rikkomista rikoksena ja muun muassa suurin osa poliiseista ja tuomareista vastusti kieltolakia (Sillanpää 2002, 57). Kansalaisten välinpitämättömyys kieltolakia kohtaan johti lopulta siihen, että eduskunta päätti järjestää kansanäänestyksen lain kumoamisesta. Joulukuussa 1931 pidetyssä äänestyksessä 72 prosenttia äänestäneistä kannatti kieltolain kumoamista. Helmikuussa 1932 eduskunta hyväksyi uuden alkoholilain ja valtion viinakaupat avasivat ovensa 5.4.1932 kello kymmenen. (Wikipedia 2009a.)

Kieltolain päättymisen jälkeen ravintoloita ryhtyi säätelemään Oy Alkoholiliike Ab, nykyisin Oy Alko Ab. Monet ravintoloitsijat odottivat kieltolain kumoamisen

jälkeen vapaata alkoholipolitiikkaa, mutta joutuivat pettymään, sillä ravintolatoiminnasta tuli, kaikkien odotusten vastaisesti, erittäin tiukasti säädeltyä toimintaa. (Latvus 1996, 8).

Heti talvisodan alettua 1939 alkoholin myynti ja anniskelu kiellettiin sotatoimialueella kokonaan ja Alko antoi tiukat määräykset siitä, kuinka paljon yhdelle asiakkaalle sai anniskella yhden ravintolakäynnin aikana. Olut joutui leipäkortille vuonna 1941. Oluen valmistus lopetettiin kokonaan vuonna 1943 raaka-ainepulaan vedoten. (Latvus 1996, 20.)

Hotelli- ja ravintola-ala muuttui sotavuosina entistäkin naisvaltaisemmaksi, kun miehet joutuivat rintamalle (Latvus 1996, 20). Sotavuodet kuitenkin avasivat myös naisille mahdollisuuden päästä heiltä aikaisemmin suljettuihin ammatteihin. Sodan päätyttyä miehet palasivat vanhoihin ammatteihin, mutta sodan aikana niin kutsuttuja miesten töitä tehneet naiset saivat kuitenkin useimmiten jäädä työhönsä. (Sillanpää 2002, 84). Hotellit ja ravintolat kärsivät myös jatkuvasta henkilökuntapulasta, mikä johti Suomen ensimmäiseen tarjoilijoiden laksoon vuonna 1945.

Sotien jälkeen suosituimmaksi ravintolaruoaksi nousi rasvainen siiankyljys. Pulavuosien jälkeen yleistyivät myös pitkät liikelounaat, jotka tosin saivat huonon maineen runsaan alkoholinkäytön vuoksi. Sodan vaikutukset olivat kaikkiaan hotelli- ja ravintola-alalle enemmän kielteisiä, kuin myönteisiä. Hotelli- ja ravintolaneuvoston ensimmäinen puheenjohtaja Jorma Soiro piti kuitenkin pulavuosien positiivisena vaikutuksena sitä, että se opetti ravintoloitsijat hinnoittelemaan. (Latvus 1996, 20). Ravintolatoimintaan vaikutti 1940-luvulla myös niin sanottu tanssikielto. Sotien aikana ja vielä niiden jälkeenkin aina vuoteen 1948 saakka ravintolatanssi oli kielletty muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. Tanssi oli sallittu ainoastaan erityistapauksissa, kuten hyväntekeväisyystilaisuuksissa ja häissä. (Latvus 1996, 24 – 25.)

Monet ihmiset ihailivat 1950-luvulla sotaa edeltäneitä vuosia hyvän käytöksen ja moraalisen puhtauden aikana. Alko-liike valvoi ravintoloita tiukemmin kuin aikaisemmin. Olutravintoloita ei Suomessa ollut ollenkaan ja

anniskeluravintoloitakin vuonna 1953 vain 458. Vuonna 1952 järjestettiin Helsingissä olympialaiset, jotka taloudellisesti jäivät monelle ravintoloitsijalle pettymykseksi, mutta joita monet pitivät kuitenkin säännöstelytaloudesta vapautumisen symbolina. Sotien jälkeinen inflaatio nosti hotelli- ja ravintola-alan hintoja huimasti 1950-luvulla. Ravintolatyöskentely oli edelleen aliarvostettua ja alaan kohdistui paljon epäluuloja. Vuonna 1959 suoritettiin kysely, jonka mukaan hotelli- ja ravintola-alan ammatit eivät kuuluneet koululaisten toiveammattien listalle. Eräs kansakoulua käyvä poika jopa arveli, että jatkuva työskentely alkoholijuomien lähistöllä tekisi hänestä alkoholistin. (Latvus 1996, 28.)

Suomeen perustettiin 1949 Ryhtiliike, jonka tavoitteena oli parantaa suomalaisten käytöstapoja. Ryhtiliike tarkasti säännöllisesti paitsi hotellien ja ravintoloiden henkilökunnan käytöksen, myös asiakkaiden käytöksen. Ryhtiliikkeen tarkastuksiin sisältyi myös liikkeiden yleinen siisteys. Ryhtiliikkeen mielestä suomalaisten alkoholinkäyttötavat olivat parantuneet huomattavasti 1950-luvulla. Hotelleista ja ravintoloista keskusteltiin hyvin paljon, ja henkilökuntaa moitittiin muun muassa hitaudesta ja huonosta käytöksestä, kun taas henkilökunta valitti asiakkaiden epäkohteliaisuudesta. Kaikesta tästä huolimatta ravintoloissa riitti 1950-luvulla asiakkaita niin hyvin, että ravintoloilla oli varaa valita asiakkaansa. Ravintoloissa oli 1950-luvulla tiukat pukeutumissäännöt. Miehillä tuli olla pikkutakki, solmio ja oikeanlaiset kengät. Ravintolaan päästäkseen täytyi myös olla sukat jalassa. Myös naisilta vaadittiin tietynlaista pukeutumista. Vuosikymmenen suosikkiruokiin lukeutuivat sipulipihvi ja wieninleike. Vuosikymmenen ravintolakulttuurille oli myös tunnusomaista se, että asiakkaan tuli aina ruokailla saadakseen alkoholia. (Latvus 1996, 28 – 30.)

Vuonna 1946 perustettu Hotelli- ja Ravintola-neuvosto teki vuonna 1952 Alkolle ehdotuksen koulutustukimaksujen perimisestä. Alko hyväksyi neuvoston esityksen, jonka seurauksena kaikista alkoholiostoista perittiin kaksi promillea ravintola-alan koulutukseen. Vuonna 1957 oluen tukimaksu jäi kahteen promilleen, kun muiden alkoholijuomien maksu nostettiin kuuteen promilleen. Järjestelmällä kerättyjen varojen avulla pystyttiin 1957 rakentamaan nykyinen

Ravintolakoulu Perho ja 1969 Hotelli- ja ravintolaopisto, joka nykyään tunnetaan Haaga Instituuttina. Koulutustukimaksujen periminen alkoholiostoista lopetettiin vasta vuonna 1993. (Latvus 1996, 30.)

Suomeen saapui 1960-luvulla uusia trendejä, kuten diskot ja grillit. Hotelli- ja ravintola-ala muuttui 60-luvulla entistä enemmän liiketoiminnaksi, mutta samalla yhteiskunta jakautui hotelli- ja ravintolapalveluiden osalta entistä voimakkaammin kahtia, ravintolapalveluiden suurkuluttajiin ja niihin, jotka eivät käyttäneet palveluita lainkaan. Ravintolat olivatkin 60-luvun lopulla lähinnä johtavassa asemassa olevien ihmisten kohtaupaikkoja. Tavallinen kansa alkoi myös entistä enemmän arvostella ravintoloita niiden elitistisyydestä ja pukeutumissäännöistä. (Latvus 1996, 38 – 40.) Varmasti suurin yksittäinen 1960-luvun tapahtuma oli uusi alkoholilaki, joka astui voimaan vuoden 1969 alussa yli 30 vuoden yrittämisen jälkeen. Uusi alkoholilaki vapautti keskioluen myynnin myös kahviloihin. (Latvus 1996, 44 – 45.)

Luja usko talouskasvuun leimasi 1970-luvun alkupuolta ja Suomeen saapui uusi hotelli- ja ravintola-alan trendi eli ketjuuntuminen. Monet pikkuravintolat myytiin suurille ketjuille. Ravintoloiden tarjonta monipuolistui 70-luvun alussa ja laajensi myös ravintoloiden asiakassegmenttejä. Vuosikymmenen kuluessa lisääntyivät erilaiset etniset ravintolat. Ennen kaikkea suosiotaan kasvattivat espanjalaiset, italialaiset ja kreikkalaiset ravintolat. Ravintoloista tuli 70-luvun alussa entistä vahvemmin kaiken kansan paikkoja ja kehitystä vauhditti entisestään markkinoille 1974 ensi kertaa lanseerattu lounasseteli. Ensimmäisen lounassetelin arvo oli 5 markkaa. (Latvus 1996, 48 – 50.) Lounassetelin voimakkain kasvuvuosi oli 1978, jolloin sen myynti lisääntyi edellisvuoteen nähden jopa 42 prosenttia (Latvus 1996, 54 - 55). Naiset alkoivat päästä ravintoloihin tasavertaisina asiakkaina 70-luvun alkuvuosina (Latvus 1996, 48).

Vuoden 1974 öljykriisi katkaisi talouden hyvän kehityksen. Vuosikymmenen alun positiivisen kehityksen innoittamana rakennetut hotellit ja ravintolat ajautuivat taloudellisiin vaikeuksiin. (Latvus 1996, 49.) Vaikka öljykriisi ajoi maailmantalouden vaikeaan lamaan ja inflaatioon, niin voidaan sanoa, että Suomen talous ei niinkään joutunut lamaan, vaan palasi pitkän aikavälin

hitaaseen kasvuun (Sillanpää 2002, 135). Talouskasvu, joka alkoi 1960-luvun puolivälissä, aiheutti Hotelli- ja ravintolatoiminnassa myös jatkuvasti pahenevan henkilökuntapulan ja nousevat kustannukset. Ratkaisua ongelmiin haettiin esimerkiksi itsepalvelun lisäämisestä. (Latvus 1996, 49.)

Talous kasvoi vahvasti 1980-luvun, ja koko vuosikymmen suosi kuluttamista. Ravintolat erikoistuivat entistä enemmän 80-luvulla ja koko vuosikymmen oli urbaanin elämäntyylin aikaa. Suomalaiseen katukuvaan ilmestyivät musiikkipubit, kahvilat ja erilaiset pikaruokapaikat. Ravintoloihin ilmestyi 1980-luvulla uusi asiakassegmentti eli niin kutsuttu uusi keskiluokka. Uusi asiakastyyppeä koostui kaupungeissa asuvista, koulutetuista ihmisistä. Uudeksi keskiluokaksi kutsuttu asiakaskunta kävi ravintolassa tapaamassa ystäviä ja nauttimassa muutaman lasillisen viiniä tai olutta. Tämä uusi asiakastyyppeä loi aivan uudenlaisen, kohtuullisuuden ravintolakulttuuria Suomeen. Uuden keskiluokan avainsanaa olikin nautinto. Se teki selvän eron aikaisempaan, perinteiseen humalahakuiseen juomatapaan. (Latvus 1996, 58 – 59.)

Ravintola-alaa pidettiin 80-luvulla nuorekkaana ja dynaamisena palveluelinkeinona ja ravintola-alan ammatit sopivat erittäin hyvin sen ajan elämäntyyliin. Ruokatarjonta kehittyi ja suuntautui 1980-luvulla pikkuhiljaa kohti tämän päivän trendejä. Erilaiset etniset paikat valtasivat alaa ja salaattien ja kasvisruokien tarjonta lisääntyi. Myös ruoan aseteluun kiinnitettiin aikaisempaa enemmän huomiota. Vaikka 80-luvulla puhuttiin paljon ruoan keveydestä, niin silti suurin osa asiakkaista valitsi ravintolassa lautaselleen edelleen kokolihapihvin, pitsan tai jonkinlaisen jauhelihasta valmistetun ruoan. Myös juomakulttuuri muuttui voimakkaasti ja suosi entistä enemmän mietoja alkoholijuomia, kuten keskiolutta tai erilaisia viinejä. (Latvus 1996, 60.)

Koko 1980-luvun kestänyt hyvä talouden kasvu katkesi 90-luvulla, kun maan talous ajautui syvään lamaan. Työttömyys kasvoi rajusti ja useat hotellit ja ravintolat ajautuivat konkurssiin. Alkoholipolitiikka muuttui 1990-luvulla aikaisempaa vapaammaksi ja Suomen liittyminen osaksi Euroopan- unionia vuonna 1995 toi ainakin periaatteessa ravintoloille lisää vapautta. Suomen EU-jäsenyyden myötä Alkon tuonti- ja tukkumyyntimonopoli purettiin ja ravintoloiden

valvonta siirtyi Alkolta sosiaali- ja terveysministeriön alaisuudessa toimivalle tuotevalvontakeskukselle. Ehdottomasti suosituin alkoholijuoma 90-luvulla oli keskiolut, mutta myös siiderin menekki kasvoi ja kasvatti vahvasti markkinaosuuttaan. Vuoden 1995 ilmiö olivat hampurilaisravintolat. Uusia hampurilaisravintoloita rakennettiin lähes kaikille paikkakunnille, ja myös uusia hampurilaisravintolaketjuja tuli markkinoille. (Latvus 1996, 68.)

Ravintoloiden ja hotellien lukumäärä alkoi kasvaa 1990-luvun lopulla ja kasvu on jatkunut aina tähän päivään asti. Myöskään ravintoloiden ja valikoiman monipuolistuminen ei osoita hiipumisen merkkejä. Alkoholikukutuksen muutos, joka alkoi 90-luvun lopussa, on jatkunut ja jopa kiihtynyt. Alkoholin kulutus on siirtynyt entistä enemmän pois ravintoloista ja alkoholin vähittäismyynti sekä matkustajatuonti ovat kasvaneet. Suomalaisten ravintoloiden kannattavuus on ollut EU-maiden heikoimpia, mutta vastaavasti tuottavuus on ylittänyt eurooppalaisen keskitason. (Grönholm 2008, 50.)

3 HOTELLI- JA RAVINTOLA-ALAN NYKYTILANNE JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Tämänhetkinen taantuma vaikuttaa vahvasti yritysten toimintaan ja investointeihin. Talouden taantuma sai alkunsa Yhdysvalloissa vuonna 2007 alkaneesta Subprime-kriisistä, joka johti vuoden 2008 finanssikriisiin ja aiheutti vuoden lopulla maailmanlaajuisen taantuman. (Wikipedia 2008b). Subprime-kriisi sai alkunsa asuntojen niin kutsutusta hintakuplasta eli keinotekoisen korkeasta hintatasosta. Hintakuplan suurin aiheuttaja oli pankkien myöntämä korkeariskinen subprime-asuntoluotto, jota myönnettiin riskiasiakkaille eli sellaisille henkilöille, joiden maksukyky oli lainana suuruuteen nähden normaalia alhaisempi. (Wikipedia 2009b.)

Timo Harakka kertoo kirjassaan Luoton loppu, että subprime-kriisi johti finanssikriisiin sen takia, että asuntolainat arvopaperistettiin. Arvopaperistamisella Harakka tarkoittaa sitä, että asuntoluotoista tehtiin

kansainvälisille markkinoille johdannaisia, jotka olivat nimellisarvoltaan monikymmenkertaisia. (Wikipedia 2008a.) Vielä ei voida sanoa, miten pitkään tai miten alas tämänhetkinen talouden laskusuhdanne vie, mutta jo nyt voidaan sanoa, että esimerkiksi Yhdysvaltain talous on laskenut tällä hetkellä alemmas kuin kertaakaan toisen maailmansodan jälkeen. Euroalueen keskuspankin EKP:n huhtikuussa julkaistun taantumakatsauksen mukaan talous supistui viime vuonna 0,8 prosenttia. Kansainvälinen valuuttarahasto IMF ennustaa tälle vuodelle 2,6 prosentin laskua. Kaikkiaan maailman talous supistuisi siis kahden vuoden aikana 3,5 prosenttia. EKP:n mukaan keskimäärin talous on supistunut aikaisempien talouden laskusuhdanteiden aikana noin 1,4 prosenttia. (Hurri 2009a.)

Osa talousennustajista on jo ennakoanut talouden taantuman pysähtymistä ja osa ennusteista on enteillyt jopa uutta kasvua. Yksi Yhdysvaltojen arvostetuimmista tutkimuslaitoksista, NBER eli National Bureau of Economic Research on määritellyt viisi keskeistä talouden perusmuuttujaa, jotka ovat bruttokansantuotteen reaalin kehitys, kansalaisten tulojen reaalin kehitys, työllisyyden kehitys, teollisuustuotannon kehitys ja vähittäiskaupan myynnin kehitys. NBER:n laaja-alaisen tulkinnan mukaan talouden taantuma jatkuu niin kauan, kuin työllisyys ja kansalaisten yhteenlasketut reaalitytulot supistuvat. Tämän tulkinnan mukaan talouden suhdanne on siis edelleen laskeva. (Hurri 2009b.)

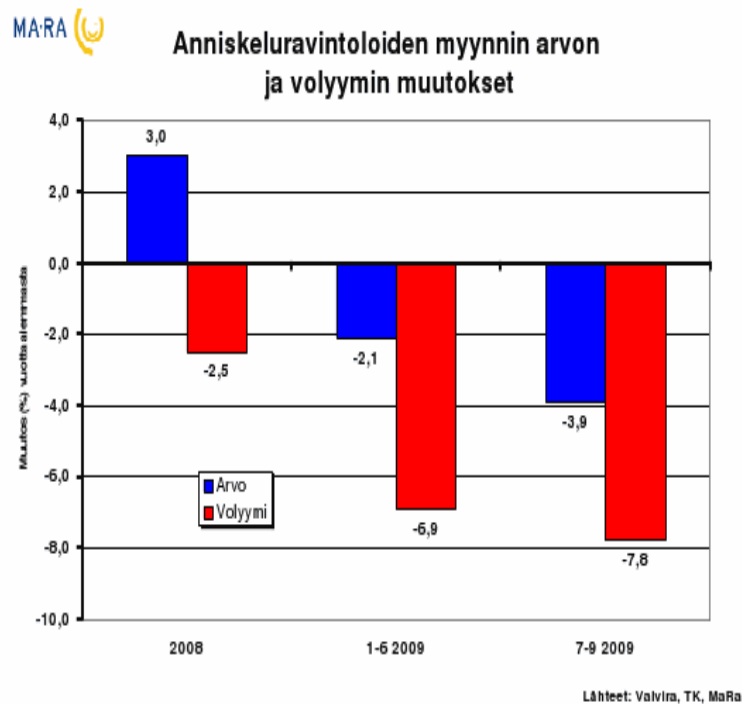
3.1 Taantuman vaikutus toimialan kehitykseen

Maailmanlaajuinen talouden laskusuhdanne on vaikuttanut myös hotelli- ja ravintola-alaan. Hotelli- ja ravintolapalveluiden kysyntä on laskenut tämän vuoden tammi-kesäkuussa reilut kolme prosenttia. Syitä kysynnän laskuun on muun muassa työttömyyden kasvu, kotitalouksien säästöhalukkuus sekä ulkomaisten matkailijoiden määrän lasku. Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry arvioi, että hotelli- ja ravintola-alan lasku jatkuu myös ensi vuonna. Mara ry:n mukaan hotelli- ja ravintola-alan volyymi laski 7,5 prosenttia. Samaan aikaan myyntihinnat nousivat 4,5 prosenttia. Myyntihintojen nousun syitä ovat muun

muassa alkoholiveron korotus, ruoan tukkuhintojen nousu sekä alan palkankorotukset. Mara ry:n suhdannekatsauksen mukaan talouden kehityksessä on ollut alueellisesti isoja eroja. Alueellisesti hotelli- ja ravintolapalveluiden kysynnän lasku on ollut rajuinta pääkaupunkiseudulla, jossa alan tulos on muuta maata enemmän riippuvainen ulkomaisista matkailijoista. (Viisi Tähteä 2009b.)

Alla olevasta kuviosta (Kuvio 3.1) nähdään anniskeluravintoloiden myynnin arvon ja volyymin muutokset prosentteina vuotta aiemmasta.

5

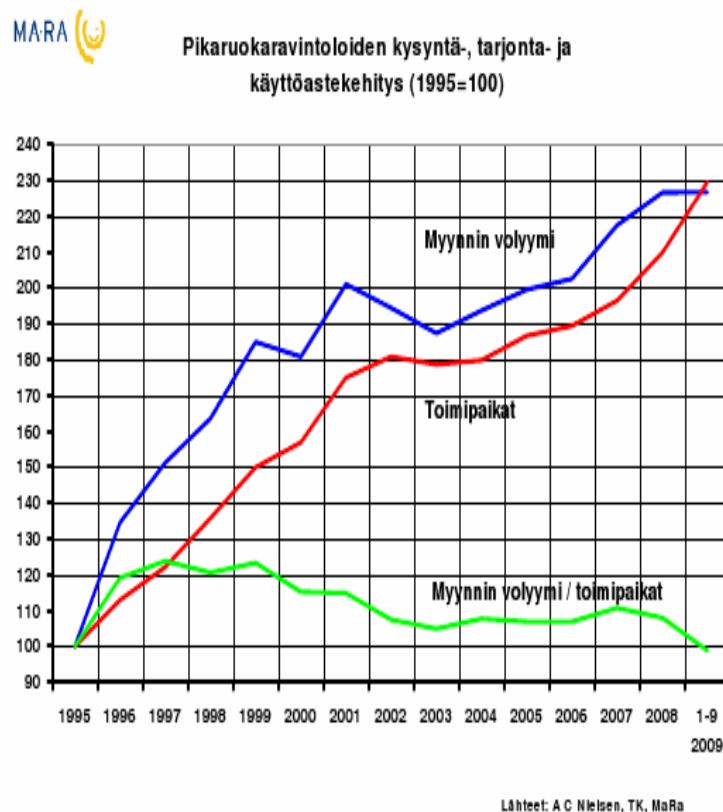


Kuvio 3.1 Anniskeluravintoloiden myynnin arvon ja volyymin muutokset (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2009b).

Yllä olevasta kuviosta nähdään, että anniskeluravintoloiden myynnin arvo vuoden 2009 heinä - syyskuussa on laskenut 3,9 prosenttia vuoden takaisesta. Anniskeluravintoloiden volyymin lasku samalla ajanjaksolla on 7,8 prosenttia.

Ravintola-alalla opiskelija- ja hampurilaisravintolat ovat talouden laskusuhdanteesta huolimatta pystyneet kasvattamaan myyntiään tammi-kesäkuussa. Opiskelijaravintoloiden myynnin kasvu on ollut seitsemän prosenttia ja hampurilaisravintoloiden myynti on kasvanut viisi prosenttia. (Viisi Tähteä 2009b.) Mara ry:n tutkimuspäällikkö Heikki Lankisen mielestä pikaruokaravintolat ovat ravintola-alan pahanilmanlintuja, sillä talouden laskusuhdanteen aikana kuluttajat vaihtavat muista ravintoloista hampurilaisravintoloihin (Kähkönen 2008).

Alla olevasta kuviosta (Kuvio 3.2) voidaan nähdä, pikaruokaravintoloiden kysyntä-, tarjonta ja käyttöastekehitys vuodesta 1995 alkaen.



Kuvio 3.2 Pikaruokaravintoloiden kysyntä-, tarjonta- ja käyttöastekehitys (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2009b).

Yllä olevasta kuviosta (Kuvio 3.2) voidaan nähdä pikaruokaravintoloiden myynnin volyymin kehitys vuodesta 1995 alkaen. Pikaruokaravintoloiden myynnin volyymi ei ole taantumasta huolimatta kääntynyt laskuun, mutta

toimipaikkojen määrän kasvu on johtanut yksittäisten toimipaikkojen myynnin volyymin laskuun. Hotelli- ja ravintola-ala on vaikeassa tilanteessa, kun sen lisäksi, että taantuma vähentää palvelujen kysyntää ja kiristää entisestään kilpailua, myös viranomaiset lisäävät sekä velvoitteita että valvontaa. Varsinkin anniskeluravintoloiden toimintaa vaikeuttavat kaiken muun lisäksi vielä jatkuvat alkoholiveronkorotukset. Hotelli- ja ravintola-alan ammattilaiset korostavat, että selvitäkseen taantumasta yrityksen perusasioiden tulee olla kunnossa. Tärkeinä seikkoina vaikeina aikoina selviämiseen ammattilaiset näkevät myös erikoistumisen, paikallisuuden sekä palvelun laadun. (Kähkönen 2009a.)

Siitä huolimatta, että kysyntä on supistunut voimakkaasti, myös hotelli- ja ravintola-alalla yritykset eivät ainakaan vielä ole joutuneet tiedottamaan suurista irtisanomisista. Syitä siihen, miksi hotelli- ja ravintola-ala on onnistunut välttämään suuret irtisanomiset, on monia. Koska hotelli- ja ravintola-alalla kysynnässä on suuriakin kausivaihteluja, ala on pitkään käyttänyt työvoimana varsin paljon osa-aikaisia ja vuokratyöläisiä. Talouden taantumien vähentäessä kysyntää vähennetään hotelleissa ja ravintoloissa ensimmäisenä vuokratyövoiman käyttöä ja osa-aikaisille annetaan aikaisempaa vähemmän tunteja. Yhtenä syynä voidaan myös pitää hotelli- ja ravintola-alan maltillista palkankehitystä. Vaikka hotelli- ja ravintola-alojen palkat ovat nousseet kuten muillakin toimialoilla, se on ollut huomattavasti maltillisempaa ja muita toimialoja paremmin linjassa yritysten maksukyvyyn kanssa. (Lappi 2009, 5.)

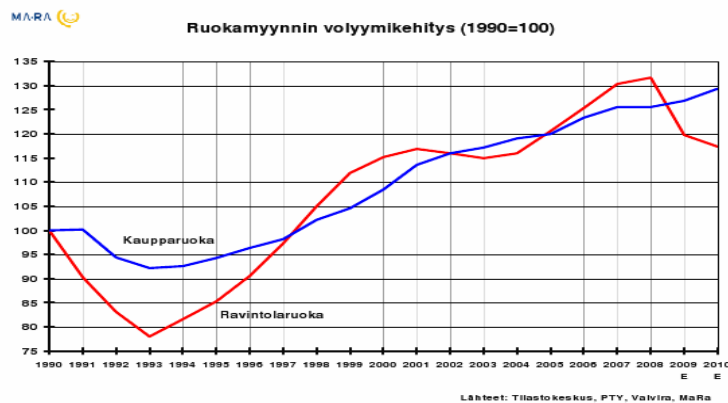
Hotelli- ja ravintola-ala on ennen kaikkea palveluala, jonka kehitys on vahvasti riippuvainen koko maailmantalouden kehityksestä. Jos ulkomaisilla yrityksillä menee huonosti, liikematkustajien määrä vähenee, mikä vaikuttaa suoraan hotellien ja ravintoloiden kysyntään. Kun kotimaan työttömyys kasvaa, se heijastuu suoraan ihmisten kulutusinnostukseen ja lomautukset vievät asiakkaita monista henkilöstöravintoloista. Talouden taantumien ongelma on ollut myös lähes koko Euroopan talousalueella käytössä oleva yhteinen valuutta, euro. Euro on pysynyt vahvana koko taantumien ajan, kun taas muiden maiden valuutat ovat devalvoituneet. Tämä johtaa siihen, että esimerkiksi matkustaminen Suomeen euroalueen ulkopuolelta on käynyt entistä kalliimmaksi. (Lappi 2009, 5.)

Varsinkin Kaakkois-Suomen alueen hotellien ja ravintoloiden kannalta on olennaista, miten taantuma vaikuttaa venäläisten matkailijoiden määrään. Venäläiset tekivät vuoden 2008 aikana Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta Suomeen lähes kaksi miljoonaa matkaa, joista miljoona oli yksityisiä ostosmatkoja. Venäläisten suosimista matkakohteista ehdottomasti merkittävin on Lappeenranta, johon suuntautui lähes kolmannes venäläisten Suomeen tekemistä ostosmatkoista. Venäläiset käyttivät viime vuonna Suomeen suuntautuneilla matkoillaan kaikkiaan 500 miljoonaa euroa, joten venäläisten matkailijoiden merkitys suomalaiselle elinkeinolle on huomattava. Talouden laskusuhdanne on vaikuttanut myös venäläisten työllisyyteen ja ostovoimaan, mutta silti venäläisten matkailijoiden määrän voidaan odottaa pysyvän edellisvuoden tasolla. (Nurkka 2009.)

3.2 Ruoan arvonlisäveron lasku ja sen mahdolliset vaikutukset

Hallitus sopi tämän vuoden budjettiriihessä, että ravintolaruoan arvonlisävero lasketaan ensi vuoden heinäkuussa nykyisestä 22 prosentista 13 prosenttiin. Kaupparuoan arvonlisävero puolestaan laski lokakuun alussa 17 prosentista 12 prosenttiin, mutta nousee 13 prosenttiin samalla, kun ravintolaruoan arvonlisävero laskee. Ravintola-alan etujärjestön toimitusjohtaja Timo Lapin mukaan päätös oli erittäin tärkeä. Lapin mukaan ravintolaruoan arvonlisäveron lasku oli tärkeä kysymys niin tasapuolisuuden kuin tasa-arvonkin kannalta. Lappi sanoo MTV 3:n haastattelussa, että päätöksen ansiosta ravintola- ja matkailualalla vältyttiin 100 - 200 yrityksen konkurssilta ja turvattiin 3000 - 4000 työpaikkaa. (MTV3 2009).

Seuraavassa (Kuvio 3.3) nähdään kauppa- ja ravintolaruoan myynnin kehitys vuodesta 1990. Vuosien 2009 ja 2010 luvut ovat ennusteita.



Kuvio 3.3 Ruokamyynnin volyymikehitys (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2009b).

Kuten edellisellä sivulla olevasta kuviosta (Kuvio 3.3) voidaan nähdä, ravintolaruoan alv:n jääminen nykytasolle kaupparuoan alv:n alennuttua 12 %:iin vauhdittaa entisestään ravintolaruokailun taantuman myötä alkanutta laskua, kun taas kaupparuoan kysyntä jatkaa lievää kasvua.

Ravintola-alan etujärjestön toimitusjohtaja Timo Lappi toteaa Turun Sanomien haastattelussa, että ensi talvi tulee olemaan hotelli- ja ravintola-alalle vaikeaa aikaa. Syynä hotelli- ja ravintola-alan syvenevään ahdinkoon Lappi pitää ravintolaruoan kaksivaiheista toteutusta, joka tulee vääristämään kauppa- ja ravintolaruoan välistä kilpailua seuraavien yhdeksän kuukauden ajan. Ravintolasta mukaan ostettavan ruoan arvonlisävero laski kuitenkin jo nyt kaupparuoan tasolle, mikä on johtanut kaksoishinnoitteluun. Ostaessasi ravintolasta ruoan kotiin vietäväksi maksat siis vähemmän, kuin jos söisit täysin saman annoksen ravintolassa. Hesburgerin toimitusjohtaja Arne Aho arvelee Take-away-ruoan kysynnän kasvavan jonkin verran, muttei usko sillä olevan vaikutusta yrityksen kokonaiskysyntään. (Viisi Tähteä 2009a.)

Lapin mukaan matkailu- ja ravintola-alalla osataan arvostaa hallituspuolueiden tunnustusta, jonka mukaan ala on yksi Suomen suurimmista työllistäjistä. Lappi sanoo, että taantuman hellittäessä toimialalla on erinomaiset eväät uuteen kasvuun ja ravintolaruoan arvonlisäveron alennus parantaa merkittävästi alan kilpailukykyä ja sitä kautta myös työllisyystilannetta. (Viisi Tähteä 2009c.)

Palvelualojen ammattiliiton PAMin puheenjohtajan Ann Selin toivoo, että ravintolapalveluiden arvonlisäveron alentamisella olisi alaan työllistävä vaikutus. Selinin mukaan on kuitenkin mahdotonta sanoa, minkälaisia vaikutuksia arvonlisäveron alentamisesta todellisuudessa on. (Kähkönen 2009b.)

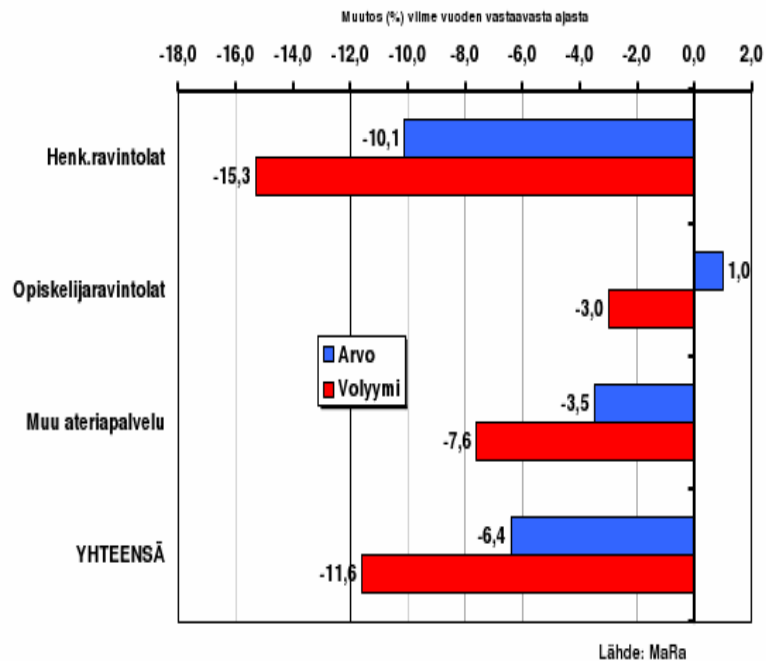
3.3 Hotelli- ja ravintola-alan kehitysnäkymät

Elinkeinoelämän keskusliiton EK:n suhdannebarometrin tulosten ja yleisten talousnäkökymien perusteella voidaan olettaa ensivuoden kysynnän supistuvan vielä jonkin verran kuluvasta vuodesta. Hotelli- ja ravintola-alan kannattavuus tulee heikkenemään entisestään kuluvan vuoden lopulla ja ensi vuonna. Vaikka kustannusten kasvu on hidastunut, kannattavuutta heikentää kiristyvän kilpailun ja taantumien aiheuttama paine kuluttajahintojen laskusta. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2009a).

Kuluttajien ostovoiman ennakoitaan alenevan kuluvana vuonna vain vähän, mutta kotitalouksien säästämisasteen ennustetaan nousevan ja näin ollen vaikuttavan yksityisten kuluttajien ostovoimaan ennakoitua enemmän. Henkilöstöravintoloiden myynnin kehitykseen vaikuttaa tulevana vuonna ostovoiman kehityksen lisäksi vahvasti myös työllisyysaste sekä se millä vauhdilla henkilöstöravintoloita tulevaisuudessa ulkoistetaan. Henkilöstöravintolat tulevat myös olemaan ruoan arvonlisäveron alennuksen siirtymäajan suurin kärsijä. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2009a).

Alla olevasta kuviosta (Kuvio 3.4) nähdään Catering-yritysten liikevaihdon arvon ja volyymin muutokset heinä-syyskuussa 2009.

Catering-yritysten liikevaihdon arvon ja volyymin muutokset heinä-syyskuussa 2009



Kuvio 3.4 Catering-yritysten liikevaihdon arvon ja volyymin muutokset heinä-syyskuussa 2009 (Majoitus- ja ravintolapalvelut Mara ry 2009b).

Kuten edellisellä sivulla olevasta kuviosta (Kuvio 3.4) voidaan havaita, Catering-yritysten liikevaihdon arvo on laskenut heinä-syyskuussa kaikilla muilla sektoreilla, paitsi opiskelijaravintoloissa. Volyymi taas on laskenut kaikilla sektoreilla. Volyymien lasku on pienin opiskelijaravintoloissa ja suurin henkilöstöravintoloissa. Kuten aikaisemmin mainittiin ja edellisellä sivulla olevasta kuviosta (Kuvio 3.4) voidaan havaita, Catering-yritykset tulevat olemaan arvonlisäveron alennuksen siirtymäajan suurin kärsijä.

Talouden laskusuhdanteen tasaantuminen ja kääntyminen lievään nousuun tulee vaikuttamaan hotelli- ja ravintola-alaan viiveellä. Ensi vuoden heinäkuun alussa toteutettavalla ravintolaruoan arvonlisäveron laskulla tulee olemaan suuri vaikutus etenkin ravintola-alan työllisyystilanteeseen. Ravintolaruoan arvonlisäveron laskun todelliset vaikutukset toimialan kehitykseen nähdään vasta vuonna 2011 ja siitä eteenpäin. (Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2009a.)

4 RAVINTOLATOIMINNAN KEHITTÄMINEN

Menestyvä yritystoiminta vaatii jatkuvaa kehittämistä. Kun yritystoiminta on päässyt hyvään alkuun, kannattaa yrityksen toimintaa miettiä pidemmällä tähtäimellä. Yrittäjän kannattaa luoda visioita siitä, minne yritys on matkalla ja minkälaista sen toiminta tulee olemaan esimerkiksi kymmenen vuoden kuluttua. (Erämetsä 2003, 154 – 155.)

Kehittäminen ja uusiutuminen ovat aikamme avainsanoja. Työelämässä työntekijöiden toivotaan, ja heiltä odotetaan, halua jatkuvaan omien kykyjensä ja ammattitaitonsa kehittämiseen. Liike-elämässä kuluttajat odottavat yrityksiltä uusia tuotteita ja uusia liikeideoita. Menestyvän yrityksen tulee jatkuvasti arvioida toimintatapojaan ja pystyä kehittämään niitä vallitsevan tilanteen mukaan. (Erämetsä 2003, 9.) Yritystoimintaa kehitettäessä voidaan mielestäni käyttää samaa, joskin suppeampaa rakennetta kuin uutta yritystoimintaa aloitettaessa. Suunnitellessaan toiminnan laajentamista yrityksen kannattaa laatia suppea liiketoimintasuunnitelma.

Ravintolan liiketoimintasuunnitelmaan tulisi sisältyä seuraavat sisältöalueet: Alkuasetelmien ja lähtökohtien arviointi, toimintaympäristön ja markkinoiden arviointi, yrityksen strategia, liikeidea ja tavoitteet, taloudelliset laskelmat sekä riskien ja mahdollisuuksien analysointi. (Ahonen, Koskinen & Romero. 2003, 35).

Liiketoimintasuunnitelman laatimisen ensimmäinen askel on alkuasetelmien ja lähtökohtien arviointi. Ravintolan pitää arvioida nykyistä toimintaansa ja pohtia, miksi sitä halutaan lähteä laajentamaan. Tässä vaiheessa arvioidaan myös yrityksen resurssit toiminnan laajentamiseen. Pohdittaessa yrityksen resursseja kiinnitetään huomiota kolmeen eri alueeseen eli henkisiin voimavaroihin, fyysisiin voimavaroihin ja taloudellisiin voimavaroihin. Henkisiin voimavaroihin lasketaan kuuluvaksi esimerkiksi ammattiosaaminen, motivaatio ja asennoituminen. Fyysisiin voimavaroihin ajatellaan kuuluvaksi muun muassa

kiinteistöt, kalustot ja muu konkreettinen välineistö. Taloudellisia voimavaroja arvioitaessa kiinnitetään huomiota yritystoiminnan laajentamiseen tarvittavaan pääomaan. Ravintolan tulee arvioida, kuinka paljon varoja toiminnan laajentaminen vaatii ja miten se rahoitetaan. (Ahonen ym. 2003, 58).

Toinen askel kohti ravintolatoiminnan laajentamista on arvioida yrityksen toimintaympäristö ja markkinat. Tässä vaiheessa ensimmäisenä arvioidaan koko toimialaa. Toimiala-analyysin tarkoitus on antaa yleiskuva ravintola-alan markkinoista ja tulevaisuuden näkymistä. (Ahonen ym. 2003, 60). Toimialan lisäksi on hyvä pohtia myös kilpailutilannetta ja kohderyhmää. Kilpailutilanteesta on hyvä selvittää, minkälaisia toimijoita lähimarkkinoilla on ja mitä kilpailijat tarjoavat. Yrityksen on myös hyvä selvittää, minkälaista kysyntää sen tarjoamilla palveluilla on tällä hetkellä sekä suunniteltujen palveluiden tai tuotteiden mahdollinen kysyntä. Kehittäessään palvelujaan yrityksen on oleellista selvittää, minkälaiset asiakkaat käyttävät yrityksen palveluita. Kun tiedetään, minkälaisia asiakkaita yrityksellä on, on huomattavasti helpompaa suunnitella uusia palveluita tai tuotteita. (Ahonen ym. 2003, 74 – 80.)

Suunnittelun kolmas vaihe eli yrityksen strategia, liikeidea ja tavoitteet voidaan jakaa kuuteen pienempään alueeseen. Ensimmäisenä käsitellään yrityksen toiminta-ajatus. Toiminta-ajatuksen tarkoituksena on tiivistää toiminnan päämäärä muutamaan lauseeseen. Toiminta-ajatus on hyvä päivittää, kun on tarkoitus laajentaa toimintaa. Toisena käsittelykohtana ovat yrityksen arvot. Arvoja voivat olla esimerkiksi hyvä palvelu, avoimuus, eettisyys tai laadukkuus. Kolmas kohta on yrityksen visio. (Ahonen ym. 2003, 64.) Visiolla luodaan suuntaviivat sille mihin mennään ja mitä tulevaisuudessa tehdään. Luomalla suuret suuntaviivat toiminnan kehittämiseksi helpotetaan ja yksinkertaistetaan samalla pienempien päätösten tekemistä. Hyvällä visiolla pitää olla joitakin tärkeitä ominaisuuksia. Vision tulee olla selvä ja ymmärrettävä, sen tulee innostaa ihmisiä toimimaan yhteisen tavoitteen hyväksi ja sen pitää olla rehellinen ja realistinen. (Erämetsä 2003, 165 – 170.)

Neljäs kohta on yrityksen strategia. Strategiassa määritellään ne keinot, joiden avulla visio ja päämäärät saavutetaan. Strategian tulee olla realistinen, sillä

strategiat tehdään toteutettaviksi ja yrityksessä toimitaan sen mukaan. Viidentenä kohtana käsitellään yrityksen liikeidea. Liikeidealla pyritään vastaamaan kysymyksiin kenelle, mitä ja miten. Viimeisenä määritellään yrityksen tavoitteet. Tavoitteiden määrittelyn tarkoituksena on konkretisoida näkemys siitä, mihin tulevaisuudessa ollaan menossa. Tavoitteiden määrittelyn yhteydessä on tärkeää pohtia myös sitä, miten tavoitteiden toteutumista tullaan mittaamaan. Tavoitteiden tulee olla selkeitä ja yksiselitteisiä. (Ahonen ym. 2003, 66 – 70.)

Kuudentena kohtana käsitellään yrityksen taloudelliset laskelmat. Tässä kohdassa arvioidaan ravintolatoiminnan laajentamisesta aiheutuvat tulot ja menot. Laskelmat helpottavat arvioimaan laajennuksen kannattavuutta. Viimeisenä kohtana käsitellään ravintolatoiminnan laajentamisen riskit ja mahdollisuudet. Yrityksen on hyvä laatia jonkinlainen riskianalyysi. Riskianalyysin tavoitteena on löytää etukäteen mahdolliset riskit ja arvioida niiden todennäköisyys yrityksessä. Kun riskit on huolellisesti selvitetty, on tärkeää pohtia mahdollisia keinoja niiden ehkäisemiseksi. Riskit kannattaa analysoida huolellisesti ja luotettavasti. Yrityksen mahdollisten uhkien ja mahdollisuuksien kartoittamiseen käyttökelpoinen työkalu on SWOT-analyysi. Analyysin avulla pyritään saamaan kokonaiskuva suunnitelmasta ja sen avulla pyritään selkiyttämään toimintaa sekä vähentämään yritystoimintaan oleellisesti kuuluvia riskejä. SWOT-analyysissä yrityksen liiketoimintaympäristöstä pyritään löytämään tekijöitä, jotka selkeästi vaikuttavat yrityksen liiketoimintaan. Nämä tekijät luokitellaan analyysissä neljään eri luokkaan, jotka ovat vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. SWOT-analyysi tulee tehdä huolellisesti ja rehellisesti, jotta siitä saadaan yritykselle mahdollisimman suuri hyöty. (Ahonen ym. 2003, 116 – 132.)

5 ANNISKELULAINSÄÄDÄNTÖ JA ANNISKELULUVAN HAKEMINEN

Suomessa alkoholin kulutus on pysynyt lähes samansuuruisena viimeisten viiden vuoden aikana. Aiemmin talouden nousukausi on näkynyt myös suomalaisten alkoholinkulutuksen lisääntymisenä, mutta viimeisimmän noususuhdanteen aikana alkoholin kulutus ei talouden kasvusta huolimatta noussut. Myös viime aikoina vuoroin laskettu ja vuoroin nostettu alkoholivero ei näyttäisi juurikaan vaikuttavan suomalaisten alkoholin kulutuksen määrään. Viimeaikainen alkoholin kulutuksen tasaantuminen voi olla merkki kyllästymispisteen saavuttamisesta. Suomalaisten juomatavat ovat eurooppalaistumassa ja humalahakuinen juominen vähentymässä. Päihtymiseen suhtaudutaan Suomessakin selvästi aikaisempaa kielteisemmin. (Aittoniemi 2009, 12-13.)

Alkoholin tilastoitu kulutus vähentyi vuoden 2008 ennakkotietojen mukaan 1,3 prosenttia edellisestä vuodesta. Tilastoidun kulutuksen lasku selittyy tilastoimattoman kulutuksen, kuten esimerkiksi matkustajatuonnin, lisääntymisenä. Alkoholin vähittäismyynti laski noin prosentin vuodesta 2007. Vuoden 2008 ennakkotietojen mukaan alkoholin anniskelumyynti pieneni noin 6 prosenttia edellisestä vuodesta. Anniskelumyyntin osuus alkoholin kokonaisymyynistä oli vuonna 2008 noin 14,7 prosenttia. Kaikkiaan anniskelumyynti on vähentynyt vuodesta 1997 vuoteen 2008 reilun neljänneksen. (Terveystieteiden tutkimuskeskus 2009.)

Nykyinen anniskelulainsäädäntö tuli voimaan 1.1.1995. Edellisen kerran alkoholilainsäädäntöä uudistettiin vuoden 1969 alussa. Uuden 1995 voimaan astuneen alkoholilainsäädännön keskeisiä asioita olivat Alkon monopolioikeuksien kumoaminen vähittäismyyntiä lukuun ottamatta sekä Alkon viranomastehtävien siirtäminen sosiaali- ja terveysministeriön alaisuudessa toimivalle tuotevalvontakeskukselle, joka valvoo myös muun muassa tupakkalakia. (Vainikainen & Linhala 1995, 5-7.)

Yli 2,8 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävien juomien anniskelu on luvanvaraista toimintaa. Anniskeluravintolassa saa anniskella ja nauttia vain anniskeluravintolan anniskelulupanumerolla laillisesti hankittua alkoholia. Ravintoloiden laillisia alkoholin hankintakanavia ovat alkoholiyhtiö ja luvan

saaneet alkoholin valmistajat tai tukkumyyjät. Jokaisella anniskeluluvat saaneella ravintolalla on oma anniskelulupanumero huolimatta siitä, ovatko ne saman henkilön tai yrityksen omistamia. Kunkin anniskelupaikan alkoholit on tilattava kyseisen anniskeluravintolan omalla lupanumerolla ja säilytettävä selkeästi erillään, eivätkä eri anniskelupaikkojen väliset varaston siirrot ole sallittuja. Anniskeluluvan haltijan on kirjattava kaikki myynnit ja toimitettava myyntitiedot lupaviranomaiselle neljännesvuosittain. (STTV 2008a, 5 – 6.)

Viranomaisen tekemässä tarkastuksessa ravintolan on pyydetessä voitava tositteilla osoittaa siellä anniskeltavan alkoholin laillisuus. Anniskeluravintolan lopettaessa toimintansa tai toiminnan siirtyessä uudelle omistajalle alkoholivarastot voidaan luovuttaa eteenpäin seuraavin ehdoin: Alkoholista ei saa ottaa yksityiseen käyttöön, alkoholivaraston saa luovuttaa vain uudelle omistajalle, toiseen anniskeluravintolaan tai tukkumyyjälle, alkoholijuomista on tehtävä yksilöivä inventaario ja luovutusasiakirja. Luovutusasiakirja tulee säilyttää ravintolassa ja se tulee pyydetessä näyttää lupaviranomaiselle. Alkoholivaraston luovutuksesta on kummankin osapuolen lisäksi ilmoitettava neljännesvuosi-ilmoituksessa. Alkoholivaraston luovutushinta on sovittavissa myyjän ja ostajan välillä. Anniskelutoiminnan lopettamisesta tai toiminnan hallinnan muutoksista on ilmoitettava lupaviranomaiselle kahden viikon kuluessa. (STTV 2008a, 5 – 6.)

Asiakkaan omien alkoholijuomien anniskelu ja nauttiminen ei ole anniskeluravintolassa sallittua. Omia alkoholijuomia ei saa nauttia siinäkään tapauksessa, että kyseessä on anniskeluravintolassa pidettävä yksityistilaisuus, kuten esimerkiksi häät. Esimerkiksi asiakkaan ulkomailta tuoman, häämäljäksi tarkoitetun samppanjan anniskelu ja nauttiminen on anniskelupaikassa kielletty. Anniskeluravintolassa alkoholijuomien anniskelun saa aloittaa aikaisintaan kello 09.00 ja anniskelu on lopetettava viimeistään 01.30, ellei ravintolalle ole myönnetty lupaa anniskeluajan jatkamiselle. Jos anniskeluravintola suljetaan kello 24.00: n jälkeen, anniskelu on lopetettava viimeistään puoli tuntia ennen anniskeluravintolan sulkemisaikaa. Anniskeluravintolan sulkemisajan jälkeen anniskelualueella ei enää saa olla asiakkaita eikä ravitsemisliikkeessä saa nauttia alkoholijuomia. Sulkemisajan jälkeen anniskelupaikassa ei saa järjestää

yksityistilaisuuksia, eikä myöskään henkilökunta saa sulkemisajan jälkeen nauttia alkoholia ravintolan tiloissa. (STTV 2008a, 5 – 7.) Ravintoloitsija Ari Laakkosen mukaan viranomaisten aikomukset supistaa ravintoloiden aukioloaikoja vaikeuttavat ravintolatoimintaa. Laakkosen mukaan pitäisi nimenomaan pohtia keinoja, joilla aukioloaikoja voitaisiin laajentaa ja siirtää ihmiset kaduilta ja kodeista baareihin, valvovan silmän alle. (Kähkönen 2009a.)

Anniskeluravintolassa tulee olla riittävästi henkilökuntaa, jotta riittävä valvonta ja järjestys ravintolassa voidaan turvata. Anniskeluravintolan on tehtävä henkilökuntasuunnitelma, jossa määritellään henkilökunnan määrä ja tehtävät. Suunnitelma tulee säilyttää ravintolassa ja esittää viranomaisille pyydettyä. Henkilökuntasuunnitelma tulee myös pitää ajan tasalla ottaen huomioon henkilökunnassa tapahtuvat muutokset. (STTV 2008a, 8.)

Anniskeluravintolassa tulee aina olla vastaava hoitaja ja hänellä tulee olla riittävä määrä sijaisia. Vastaavahoitaja ja vastaavan hoitajan sijaiset vastaavat anniskeluluvan haltijan kanssa siitä, että ravintolassa noudatetaan anniskelulainsäädäntöä. Anniskelulainsäädäntö kieltää päihtyneen asiakkaan päästämisen anniskeluravintolaan. Lainsäädäntö myös vaatii poistamaan asiakkaan ravintolasta, jos tämä käyttäytyy häiritsevästi tai jos asiakkaan päihtymys on selvästi havaittavissa. Sen lisäksi, ettei alkoholia saa anniskella alle 18-vuotiaalle, sen anniskelu on kiellettyä myös päihtyneelle, häiritsevästi käyttäytyvälle tai jos on syytä epäillä mahdollista alkoholiuoman väärinkäyttöä, kuten esimerkiksi alkoholin välittämistä alaikäiselle tai päihtyneelle. (STTV 2008a, 8 – 10.)

Anniskeluravintolassa alkoholiuomien anniskelu ja nauttiminen on sallittua vain alueella, jonka lupaviranomainen on hyväksynyt anniskelutarkoitukseen ja jonka tehokas valvonta on mahdollista. Kulkua anniskelualueelle ja sieltä pois on oltava mahdollista valvoa. Anniskelualueen on myös oltava niin selvästi rajattu tai muutoin merkitty, että asiakas pystyy selkeästi havaitsemaan alueen, jolla anniskelu on sallittu. Anniskeluluvan hakijan tulee esittää lupaviranomaiselle kirjallinen esitys anniskelualueen rajaamisesta. Anniskelualueen muutoksesta on aina ilmoitettava lupaviranomaiselle. Anniskelualueen muutos voidaan

pääsääntöisesti käsitellä ilmoituksen perusteella. Ilmoitus anniskelualueen muutoksesta tulee tehdä lupaviranomaiselle vähintään kolme viikkoa ennen muutoksen suunniteltua voimaantuloa. Lupaviranomaisen pitää viimeistään kahden viikon kuluessa ilmoituksen saapumisesta kertoa muutosta hakeneelle, hyväksytäänkö anniskelualueen muutos. Anniskelualueen muutokseen tarvittavan lomakkeen saa lääninhallitukselta. Anniskeluluvan haltijan tulee myös tehdä lupaviranomaiselle neljännesvuosittain ilmoitus ravintolan myynnistä ja henkilökunnasta. Ilmoitus tulee toimittaa lääninhallitukselle valvontakautta seuraavan kuukauden kymmenenteen päivään mennessä. (STTV 2008a, 12 – 16.)

Anniskeluravintolat suorittavat alkoholijuomien tuotevalvontaa omavalvonnan avulla. Toistaiseksi alkoholilainsäädännössä ei ole pykälää, joka velvoittaisi anniskeluluvan haltijan laatimaan omavalvontasuunnitelman alkoholin tuotevalvonnan ja järjestyksenpidon avuksi, mutta siitä on suurta hyötyä anniskelulainsäädännön rikkomusten ja järjestyshäiriöiden ennaltaehkäisyssä. Omavalvontasuunnitelma antaa henkilökunnalle selvät toimintamallit eri tilanteisiin ja yhtenäistää ravintolan käytäntöjä ongelmatilanteissa. Kun ravintolan koko henkilökunta puuttuu tilanteisiin selkeästi ja johdonmukaisesti, myös asiakkaille syntyy selvä käsitys ravintolan toimintaperiaatteista ja näin voidaan välttää suurin osa ravintoloissa mahdollisesti syntyvistä ongelmista ja järjestyshäiriöistä. Omavalvontasuunnitelma hyödyttää sekä henkilökuntaa että luvan haltijaa. (STTV 2008a, 22 – 24.)

Alkoholijuomien vähittäismyyntiä, anniskelua, mainontaa ja myynninedistämistä valvovat alueellisesti lääninhallitukset ja koko maan tasolla Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto eli Valvira (STTV 2008b). Anniskelupaikkoihin tehdään säännöllisesti suunnitelmien mukaan tarkastuskäyntejä, jotka usein toteutetaan pistokokeiden omaisesti. Alkoholitarkastaja tekee tarkastukset pääasiallisesti yhteistyössä muiden viranomaisten, kuten poliisin ja palotarkastajan kanssa. Ravintolan henkilökunnan tulee toimia alkoholitarkastajan kanssa hyvässä yhteishengessä. Tämä tarkoittaa sitä, että alkoholitarkastaja pyrkii tekemään tarkastuksen häiritsemättä asiakkaita. Henkilökunnan ei myöskään ole sopivaa ilmoittaa

asiakkaille tarkastajan läsnäolosta. Anniskelupaikan vastaavan hoitajan tulee esittää alkoholitarkastajalle pyydetyt asiakirjat ja dokumentit. Tarkastaja keskustelee vastaavan hoitajan kanssa tarkastuksen yhteydessä mahdollisesti havaituista rikkeistä ja rikkomuksista. Jokaisesta tarkastuskäynnistä tehdään erillinen tarkastuspöytäkirja, johon tarkastaja merkitsee mahdolliset puutteet ja rikkomukset. Tarkastuspöytäkirja voi sisältää myös anniskeluluvan haltijalle selvityspyynnön havaituista rikkeistä. (STTV 2008a, 22 – 24.)

Anniskelulupa voidaan myöntää joko luonnolliselle tai oikeushenkilölle, joka on täysi-ikäinen ja joka ei ole konkurssissa. Anniskeluluvan hakijan toimintakelpoisuutta ei saa olla rajoitettu ja hänellä tulee olla alkoholijuomien anniskeluun vaadittava luotettavuus sekä taloudelliset ja ammatilliset edellytykset. (STTV 2008a, 25 – 26.)

Anniskelulupa voidaan myöntää joko toistaiseksi, määräaikaisesti tai tilapäiseksi. Anniskelulupa myönnetään aina elinkeinoharjoittaja- ja anniskelupaikkakohtaisesti, eli jos samalla elinkeinoharjoittajalla on useampia anniskelupaikkoja, jokaiseen paikkaan myönnetään oma erillinen anniskelulupa. Alkoholilain mukaan sellainen henkilö, joka luvatta myy tai muuten korvausta vastaan välittää tai pitää kaupan alkoholijuomia, voidaan tuomita maksamaan sakkoja tai enintään kahdeksi vuodeksi vankeuteen. Määräaikainen anniskelulupa myönnetään elinkeinoharjoittajalle enintään vuodeksi kerrallaan. Määräaikaisena anniskelulupa myönnetään esimerkiksi silloin, kun lupaviranomaiselle on erityinen syy seurata anniskelutoiminnan edellytyksien täyttymistä. (STTV 2008a, 25 – 26.)

Anniskelulupa voidaan myöntää määräaikaisena myös silloin, jos elinkeinoharjoittaja on esimerkiksi vuokrannut anniskelutoiminnan harjoittamiseen vaadittavat tilat määräajaksi. Tilapäinen anniskelulupa voidaan myöntää sellaisen tilaisuuden ajaksi, jonka kesto on etukäteen määritelty. Tilapäinen anniskelulupa voidaan myöntää kuitenkin enintään kuukaudeksi. Tilapäisen anniskeluluvan myöntämisessä vaatimukset vastaavan hoitajan, anniskelupaikan ja anniskeluluvan hakijan osalta ovat samat kuin muidenkin lupien kohdalla. Tilapäistä anniskelulupaa haettaessa lupaviranomainen

kiinnittää kuitenkin erityistä huomiota tapahtuman luonteeseen ja niihin järjestelyihin, joiden tarkoitus on turvata alkoholilain säännösten noudattaminen. (STTV 2008a, 25 – 26.)

Anniskeluluvan myöntää elinkeinoharjoittajalle kirjallisen hakemuksen perusteella oman sijaintikunnan lääninhallitus. Lupaviranomainen voi hyväksyä anniskelupaikan vasta, kun se on pääasiallisesti valmis tai paikkaan ilmoitetut muutokset tehty. Lupaviranomainen myöntää anniskeluluvan vasta, kun luvanhakija ja anniskelupaikka täyttävät luvan saamisen edellytykset. Anniskelulupaa haetaan erillisellä lomakkeella, jonka saa lääninhallitukselta tai internet osoitteesta: www.suomi.fi. Lomakkeesta selviävät asiakirjat, jotka on liitettävä lupahakemukseen. Kaikkien anniskeluluvan hakijoiden tulee ilmoittaa lomakkeella Y-tunnuksensa. Täytetty lomake palautetaan oman sijaintikunnan lääninhallitukselle, joka ennen luvan myöntämistä pyytää asiassa lausunnon poliisilta. (STTV 2008a, 26 – 29.)

Alkoholilaki edellyttää, että anniskeluluvan hakijalla on oltava anniskelutoiminnan edellyttämä luotettavuus sekä vaadittavat taloudelliset ja ammatilliset edellytykset. Alkoholilainsäädäntö myös edellyttää, että aiotun anniskelupaikan tulee soveltua ravitsemisliikekäyttöön. Anniskelupaikan tulee olla myös yksinomaan anniskeluluvan hakijan tosiasiallisessa käytössä ja viranomaisten valvottavissa. Edellytyksenä anniskeluluvan myöntämiselle on myös niin sanottu toimialavaatimus. Toimialavaatimuksella tarkoitetaan sitä, että hakijalla tulee olla yhtiöjärjestyksessä tai muussa vastaavassa asiakirjassa toimialana ravitsemisliikkeen harjoittaminen. (STTV 2008a, 26 – 29.)

6 MARKKINATUTKIMUS: CASE KURVITON OY

Markkinatutkimus tehtiin Lounaskahvila Holville, jonka toimipaikka sijaitsee Vuoksenniskalla, Imatralla. Vuoksenniskalla toimii Lounaskahvila Holvin lisäksi kaksi muuta lounaskahvilaa. Lounasruoan lisäksi Vuoksenniskan alueelta saa

tällä hetkellä pitsaa, kebabia ja hampurilaisia. Iltaisin alueelta on mahdollista saada yhdeksään asti pitsaa ja kebabia. Tutkimuksella pyrittiin selvittämään, onko alueella kysyntää ravintolalle, joka tarjoaisi A la Carte-ruokia myös iltaisin. Tutkimuksessa kysyttiin myös vastaajien mielipiteitä ja toivomuksia siitä, minkälaisessa ravintolassa he haluaisivat asioida. Vastaajilta tiedusteltiin myös mielipidettä ruokaravintolan anniskelu-oikeuksista. Markkinatutkimuksella pyritään antamaan yritykselle tietoa, jota se voi käyttää apuna tehdessään laajentumiseen liittyviä päätöksiä.

6.1 Yrityskuvaus

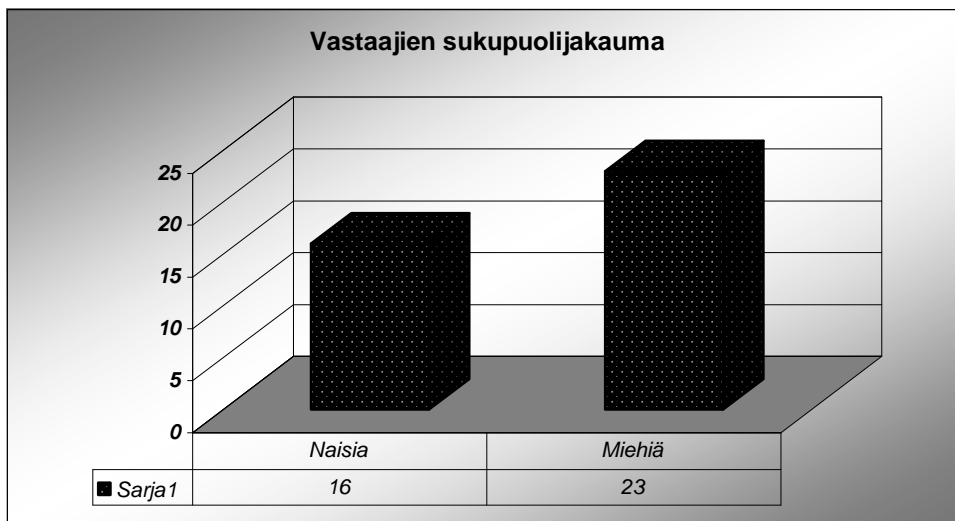
Opinnäytetyön empiria osuus, eli markkinatutkimus tehdään Kurviton Oy:lle. Kurviton Oy omistaa Lounaskahvila Holvin, joka toimii Imatralla Vuoksenniskan kaupunginosassa. Kurviton Oy on osakeyhtiö, jonka osakkaina ovat Tuula ja Timo Toikka sekä Anu ja Heikki Narinen. Lounaskahvila Holvi on perustettu huhtikuussa 2007 ja toiminta alkoi 2.5.2007. Nykyisistä osakkaista yritystä perustamassa olivat Tuula ja Timo Toikka. Anu ja Heikki Narinen ovat tulleet yrityksen osakkaiksi joulukuussa 2007. Yrityksen kotipaikka on Imatra ja päätoimialana on ravintolatoiminta. Yritys on merkitty kaupparekisteriin, ennakkoperintärekisteriin ja työnantajarekisteriin. Kurviton Oy on myös liiketoiminnastaan alv-velvollinen.

Yrityksellä on lounaskahvilatoiminnan lisäksi pienimuotoista juhla- ja pitopalvelu toimintaa. Yrityksen tiloissa voidaan tilauksesta järjestää myös kokouksia tai saunailtoja. Yrityksen aukioloajat ovat maanantaista perjantaihin 9.00 - 15.30 ja lauantaisin 10.00 - 15.00. Tarkoituksena on tulevaisuudessa laajentaa toimintaa myös ilta-aikaan. Markkinatutkimus onkin tehty tulevaa toiminnan laajentamista silmälläpitäen. Tutkimuksella pyrittiin selvittämään, onko laajemmalle liiketoiminnalle kysyntää Vuoksenniskan alueella ja minkälaista ravintolaa asiakkaat toivovat. Toiminnan laajentamisen yhteydessä yrityksen tarkoituksena on hakea myös anniskelulupaa. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään myös asiakkaiden mielipiteitä anniskelu-oikeuksien tarpeellisuudesta.

6.2 Markkinatutkimus ja analysointi

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena. Kysely tehtiin erillisellä kyselylomakkeella (Liite), jossa oli seitsemän kysymystä. Kysely toteutettiin Lounaskahvila Holvin tiloissa ja vastaajina olivat yrityksen nykyiset asiakkaat. Ennakkotietoina lomakkeessa kysyttiin vastaajan sukupuolta ja asuinaluea. Sukupuolta tiedusteltiin vastaajilta, koska haluttiin selvittää vastaajien sukupuolijakauma, sekä onko sukupuolten välillä eroja esimerkiksi toivomuksissa ravintolan anniskeluoikeuksista. Asuinaluea vastaajilta tiedusteltiin, koska haluttiin selvittää asuinalueen merkitystä muun muassa siihen, kaipaako vastaaja Vuoksenniskalle enemmän ilta-aikaan sijoittuvaa ruokaravintolatarjontaa. Seitsemästä kysymyksestä kaksi oli avoimia kysymyksiä. Lopuksi vastaajille annettiin mahdollisuus ilmaista omia toiveita, ehdotuksia ja ajatuksia ravintolasta ja sen kehittämisestä.

Seuraavassa on selvitetty vastaajien sukupuolijakauma määrällisesti (Kuvio 7.1)



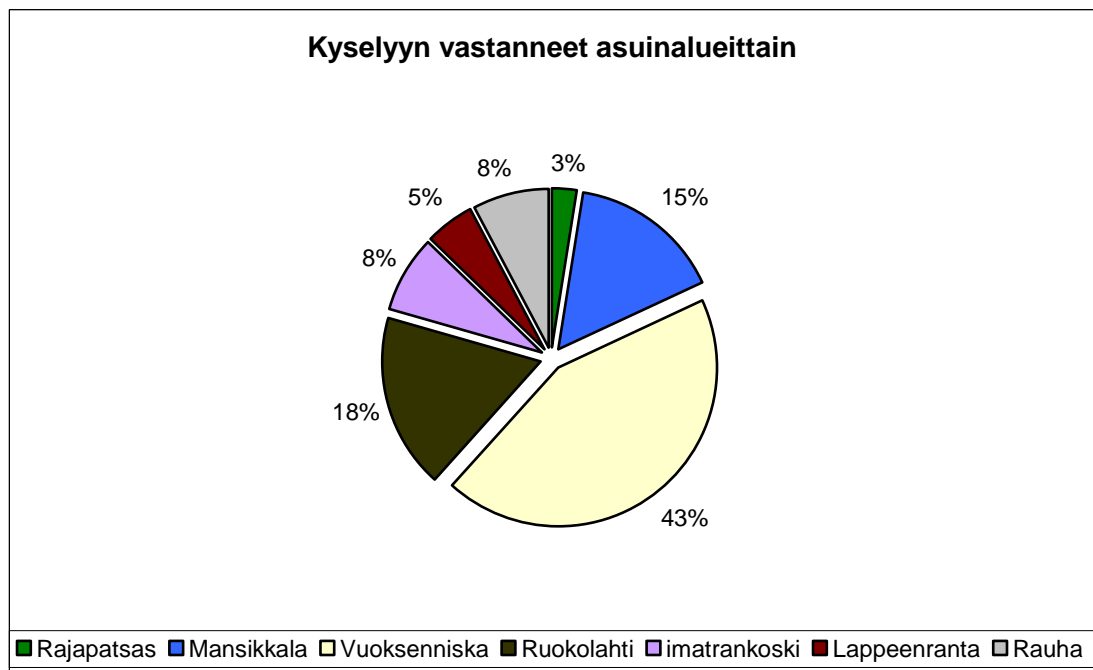
Kuvio 7.1 Vastaajien sukupuolijakauma.

Kuviosta 7.1 voidaan havaita, että vastaajista 16 oli naisia ja 23 miehiä. Naisten osuus vastaajista on siis 41 prosenttia ja miesten osuus on 59 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista.

Toisena kohtana kyselylomakkeessa tiedusteltiin vastaajan asuinaluea. Asuinaluea kysyttiin vastaajilta, koska haluttiin tietää, miten asuinalue

vaikuttaa asiakkaan ravintolan valintaan. Asuinaluetta kysyttiin myös siksi, että haluttiin selvittää, onko asiakkaan mielipiteellä ravintolatoiminnan laajentamisesta yhteyttä vastaajan asuinalueeseen.

Seuraavassa on selvitetty vastaajien määrä asuinalueittain. Asuinalueet on huomioitu vastausten perusteella, eli kuviossa näkyvät kaikki asuinalueet, joista vastaajia on ollut. Vastaajien määrä on esitetty prosentteina asuinalueittain. (Kuvio 7.2).



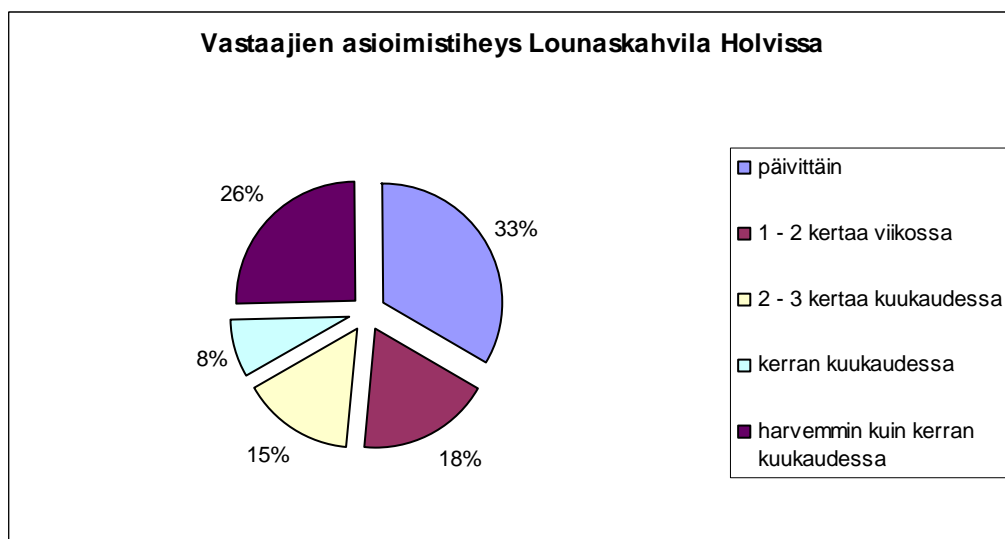
Kuvio 7.2 Kyselyyn vastanneet asuinalueittain.

Kuviosta 7.2 voidaan nähdä, että lähes puolet vastaajista, (49 prosenttia) asuu Vuoksenniskan alueella. Seuraavaksi eniten vastaajia (18 prosenttia) on Ruokolahden alueelta. Kolmanneksi eniten (15 prosenttia) vastaajista asuu Mansikkalassa. Rauhan ja Imatrankosken alueella asuu kummassakin kahdeksan prosenttia vastanneista. Lappeenrannassa asuu viisi prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista. Vähiten vastaajia (3 prosenttia) on Rajapatsaan alueelta.

Tutkimuksen kysely suoritettiin Lounaskahvila Holvissa, jonka toimitilat sijaitsevat Vuoksenniskalla. Kuviosta voidaan siis päätellä, että ravintolan sijainti vaikuttaa asiakkaiden ravintolan valintaan. Selvä enemmistö vastaajista asui samassa kaupunginosassa, jossa ravintola sijaitsee. Miksi Ruokolahdella asuvia oli vastaajista niin suuri osa, voitaneen selittää työpaikkaruokailulla sekä sillä, ettei Ruokolahdella ole vastaavia palveluja. Se, miksi asiakkaista niinkin suuri osa kuin viisi prosenttia, on Lappeenrannasta, voidaan selittää Stora Enson tehtaiden läheisyydellä ja sillä, että Lounaskahvila Holvin asiakkaista monet ovat työpaikkaruokailijoita.

Ensimmäisenä varsinaisena kysymyksenä lomakkeessa kysyttiin, kuinka usein vastaaja asioi Lounaskahvila Holvissa. Kysymyksellä haluttiin selvittää, kuinka paljon Holvin asiakaskunnasta asioi ravintolassa säännöllisesti ja minkä verran asiakkaista on satunnaisia kävijöitä.

Alla olevasta kuviosta (Kuvio 7.3) voidaan nähdä, kuinka usein vastaajat asioivat Lounaskahvila Holvissa. Asiointitiheys on esitetty prosentteina.



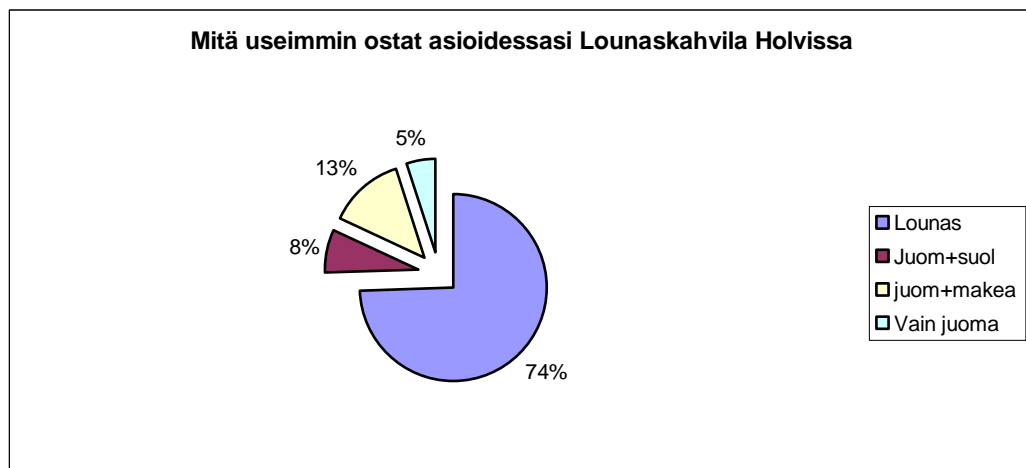
Kuvio 7.3 Vastaajien asioimistiheys Lounaskahvila Holvissa.

Edellisellä sivulla olevassa kuviossa (Kuvio 7.3) on esitetty, kuinka usein kyselyyn vastanneet asiakkaat asioivat Lounaskahvila Holvissa. Vastausmäärät on esitetty prosentteina. Kuvion perusteella voidaan sanoa, että noin kolmannes vastaajista (33 prosenttia) asioi Lounaskahvilassa lähes päivittäin.

Toiseksi suurin määrä vastaajista eli 26 prosenttia kertoo asioivansa Holvissa 1 – 2 kertaa viikossa. Voidaan siis todeta, että noin 60 prosenttia kyselyyn vastanneista asioi Holvissa vähintään kerran viikossa. Kerran kuukaudessa tai harvemmin Lounaskahvilassa asioi 26 prosenttia vastaajista.

Kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että suurin osa lounaskahvilan asiakkaista käy ravintolassa vähintään kerran viikossa. Satunnaisia kävijöitä Holvissa on selvästi vähemmän. Harvemmin kuin kerran kuukaudessa lounaskahvilassa asioi vain 18 prosenttia kyselyyn vastanneista. Lounaskahvilan palveluiden tiheästi toistuva käyttö voidaan ainakin osittain selittää alueen yritysten työntekijöiden työpaikkaruokailulla.

Toisena varsinaisena kysymyksenä vastaajilta kysyttiin, mitä he useimmin ostavat asioidessaan Holvissa. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, miten asiakkaiden ostokset jakautuvat eri tuoteryhmien välillä. Kysymyksen tulokset on esitetty prosentteina. Alla olevasta kuviosta (Kuvio 7.4) nähdään esimerkiksi, kuinka suuri osa vastaajista ostaa pääasiallisesti lounasruokaa asioidessaan Holvissa.



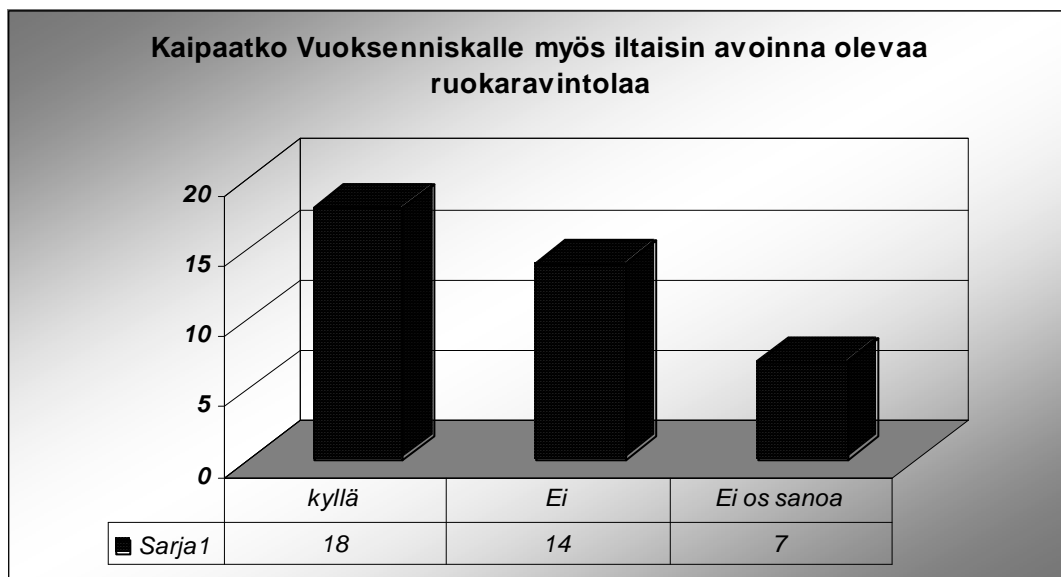
Kuvio 7.4 Mitä useimmin ostat asioidessasi Lounaskahvila Holvissa.

Edellisellä sivulla olevan kuvion (Kuvio 7.4) perusteella voidaan sanoa, että suurin osa (74 prosenttia) Lounaskahvilan asiakkaista ostaa nimenomaan lounasruokaa. Seuraavaksi eniten eli 13 prosenttia vastaajista ostaa jonkin juoman ja makean pullan tai vaihtoehtoisesti leivoksen.

Kuviossa mainittujen vaihtoehtojen lisäksi kysymyslomakkeessa oli vielä kaksi muutakin vaihtoehtoa, jotka olivat leike ja jotain muuta. Tulosten analysoinnissa edellä mainitut vaihtoehdot on kuitenkin jätetty pois, sillä kukaan vastaajista ei ollut valinnut edellä mainittuja vaihtoehtoja.

Markkinatutkimuslomakkeen kolmannessa kysymyksessä, kysyttiin vastaajilta, kaipaivatko tai toivoisivatko he Vuoksenniskalle ruokaravintolaa, joka olisi auki myös iltaisin. Vuoksenniskalla toimii myös iltaisin tällä hetkellä huoltoasema, josta saa pitsaa ja hampurilaisia sekä yksi kebabravintola. Alueella ei ole tällä hetkellä lainkaan ravintolaa, josta saisi iltaisin muuta kuin pikaruokaa. Kysymyksen tulokset on esitetty määrällisesti.

Alla olevasta kuvioista (Kuvio 7.5) voidaan nähdä vastaajien mielipide iltaisin avoinna olevan ruokaravintolan tarpeellisuudesta Vuoksenniskan alueella.



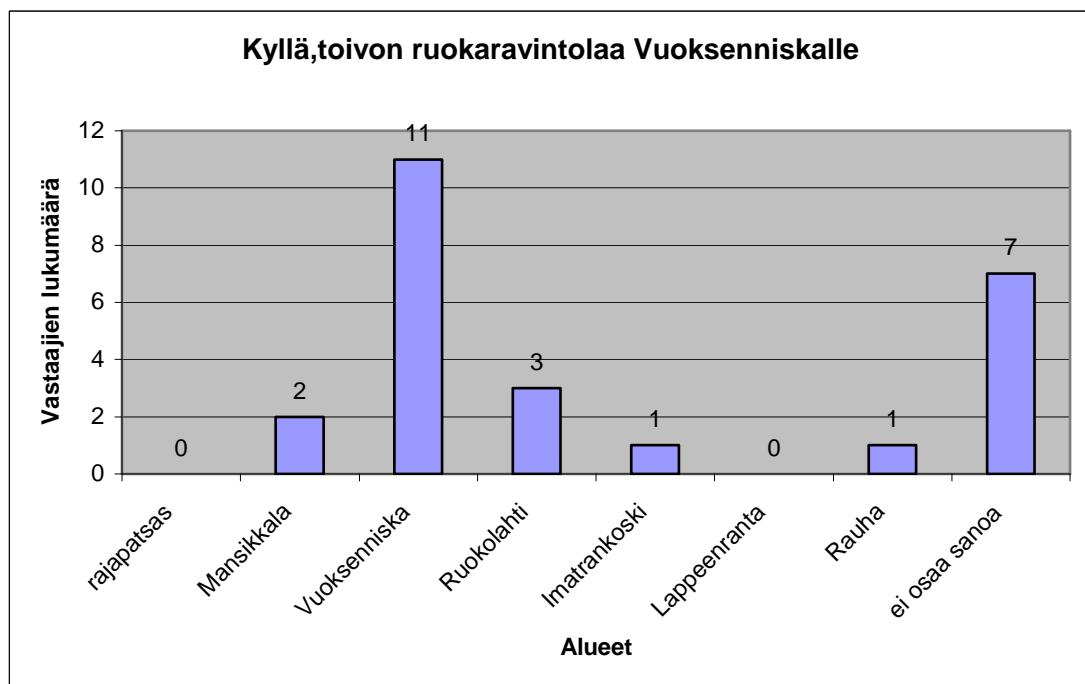
Kuvio 7.5 Kaipaatko Vuoksenniskalle myös iltaisin avoinna olevaa ruokaravintolaa?

Kaikista kyselyyn vastanneista 18 eli 46 prosenttia toivoi yllä olevan kuvion (Kuvio 7.5) mukaan Vuoksenniskalle ravintolaa, joka olisi avoinna myös iltaisin. Vastaajista 14 eli 36 prosenttia taas oli sitä mieltä, että Vuoksenniskalle ei tarvita ruokaravintolaa, joka palvelisi asiakkaita myös iltaisin. Vastaajista 7 eli

18 prosenttia ei osannut ottaa asiaan kantaa. Kaikkiaan voidaan siis sanoa, että lievä enemmistö toivoisi myös Vuoksenniskalle iltaisin avoinna olevaa ruokaravintolaa.

Markkinatutkimuksen kannalta oleellista on myös tieto siitä, miten vastaajan asuinalue vaikuttaa hänen toiveisiinsa saada myös Vuoksenniskalle iltaisin palveleva ruokaravintola. Tieto on oleellista, koska Vuoksenniskalla asuva vastaaja toivoo ennako-odotusten mukaan todennäköisemmin alueelle laajempaa palvelutarjontaa kuin Lappeenrannassa asuva.

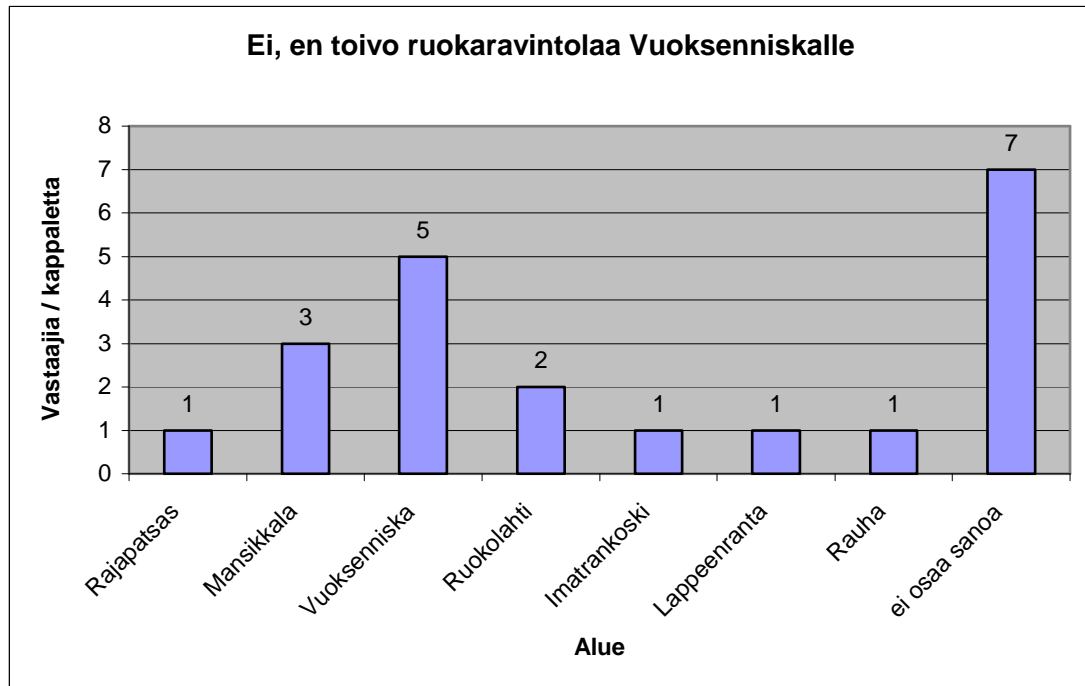
Seuraavassa (Kuvio 7.6 ja Kuvio 7.7) on selvitetty vastaajien asuinalueen vaikutusta toiveeseen saada Vuoksenniskalle iltaisin avoinna oleva ruokaravintola. Vastausten määrä on esitetty kuviossa määrällisesti.



Kuvio 7.6 Kyllä, toivon ruokaravintolaa Vuoksenniskalle.

Edellisellä sivulla olevassa kuviossa (Kuvio 7.6) on esitetty asuinalueittain vastaajien lukumäärä, jotka toivovat iltaisin palvelevaa ruokaravintolaa myös Vuoksenniskalle. Kuvion perusteella voidaan todeta, että selvästi suurin osa vastaajista (11), jotka ovat vastanneet kysymykseen kyllä, asuu Vuoksenniskan alueella. Seuraavaksi eniten kyllä-vastauksia (3) ovat antaneet Ruokolahdella

asuvat. Imatrankoskella ja Rauhassa asuvista vastaajista on molemmista yksi vastannut kysymykseen Kyllä, toivon ruokaravintolaa Vuoksenniskalle. Lappeenrannan ja rajapatsaan alueelta ei ole kummastakaan yhtään kyllä-vastausta. Vastaajista 7 ei ole osannut ottaa kantaa kysymykseen.



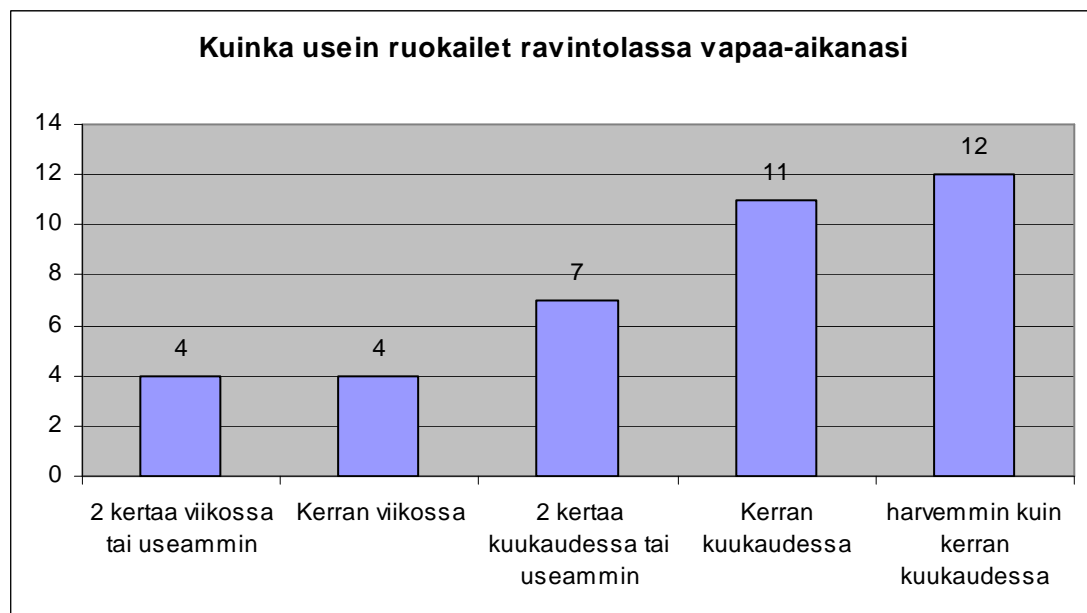
Kuvio 7.7 Ei, en toivo ruokaravintolaa Vuoksenniskalle.

Yllä olevasta kuviosta (Kuvio 7.7) voidaan päätellä, että myös niitä vastaajia, jotka ovat vastanneet kysymykseen, Ei, en toivo ruokaravintolaa Vuoksenniskalle, on eniten (5) Vuoksenniskan alueella. Toiseksi eniten ei-vastauksia (3) on Mansikkalan alueelta. Ruokolahden alueelta kaksi on sitä mieltä, että Vuoksenniskalle ei tarvita iltaisin avoinna olevaa ruokaravintolaa. Alueita, joista yksi henkilö on vastannut kysymykseen Ei, en toivo ruokaravintolaa Vuoksenniskalle ovat Rajapatsas, Imatrankoski, Lappeenranta ja Rauha. Kyselyyn vastanneista 7 ei ole osannut ottaa kantaa kysymykseen.

Kun verrataan kuvioita 7.6 ja 7.7 voidaan nähdä, että asuinalueella on jonkin verran vaikutusta siihen toivovatko vastaajat iltaisin avoinna olevaa ruokaravintolaa Vuoksenniskalle. Kyllä-vastauksissa asuinalueella näyttäisi

olevan merkittävämpi osa. Ei-vastauksissa vastausten määrä jakautuu tasaisemmin eri asuinalueiden kesken.

Markkinatutkimuksen neljännessä kysymyksessä tiedusteltiin vastaajilta, miten usein he ruokailevat ravintolassa vapaa-aikanaan. Kysymys on haluttu rajata koskemaan nimenomaan vapaa-aikaa, sillä ilta-aikana kysyntä on pääasiallisesti nimenomaan vapaa-ajan ruokailua. Alla olevasta kuviosta (Kuvio 7.8) selviää miten usein vastaajat ruokailevat ravintolassa vapaa-aikanaan. Vastaukset on esitetty määrällisesti.

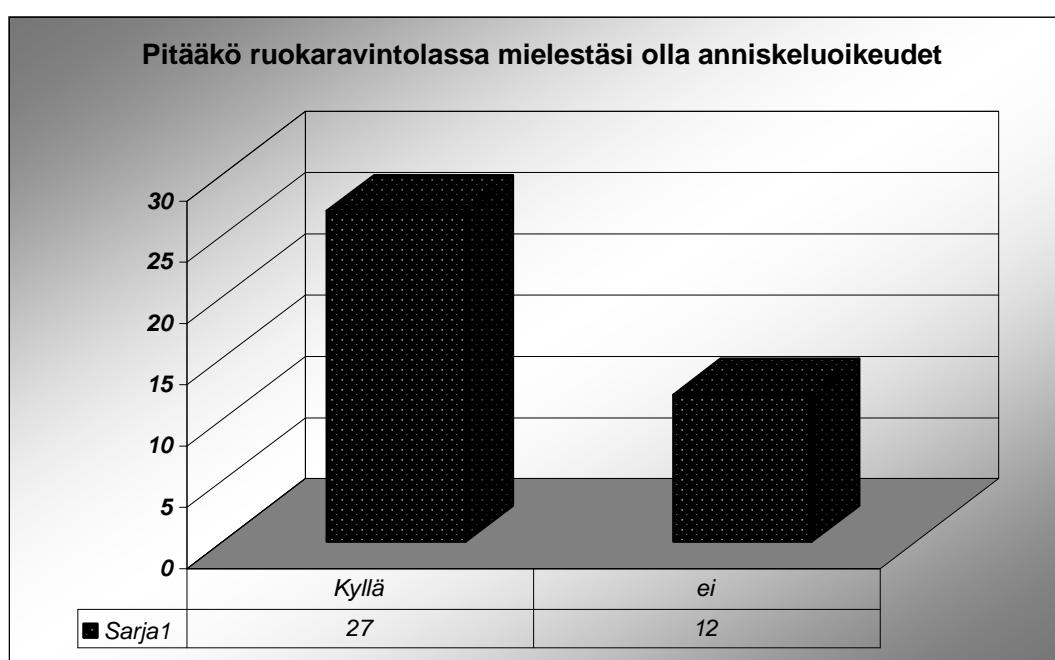


Kuvio 7.8 Kuinka usein ruokailet ravintolassa vapaa-aikanasi.

Yllä olevasta kuviosta (Kuvio 7.8) voidaan havaita, että markkinatutkimukseen vastanneista henkilöistä neljä eli 11 prosenttia ruokailee vapaa-aikanaan ravintolassa kaksi kertaa viikossa tai useammin. Saman verran vastaajista asioi ravintolassa vapaa-aikanaan kerran viikossa. Kaksi kertaa kuukaudessa tai useammin ravintolassa syö seitsemän eli 18 prosenttia vastaajista. Kerran kuukaudessa ravintolassa käy 11 eli 29 prosenttia vastaajista. Harvemmin kuin kerran kuukaudessa ravintolassa käy 12 eli 31 prosenttia vastaajista. Kuvion perusteella voidaan sanoa, että yli puolet kyselyyn vastanneista syö ravintolassa vapaa-aikana kerran kuukaudessa tai harvemmin.

Lounaskahvila Holvin tarkoituksena on toiminnan laajentamisen yhteydessä hakea ravintolalle anniskelu oikeuksia. Sen takia, että anniskelu oikeuksia aiotaan hakea, kysyimme markkinatutkimuksessa myös vastaajien mielipidettä siitä, pitääkö heidän mielestään ruokaravintolassa olla myös anniskelu oikeudet.

Alla olevasta kuviosta (Kuvio 7.9) nähdään, mitä mieltä vastaajat ovat, tarvitaanko ruokaravintolaan, joka on avoinna myös iltaisin, anniskelu oikeuksia. Vastaukset on esitetty kuviossa määrällisesti.

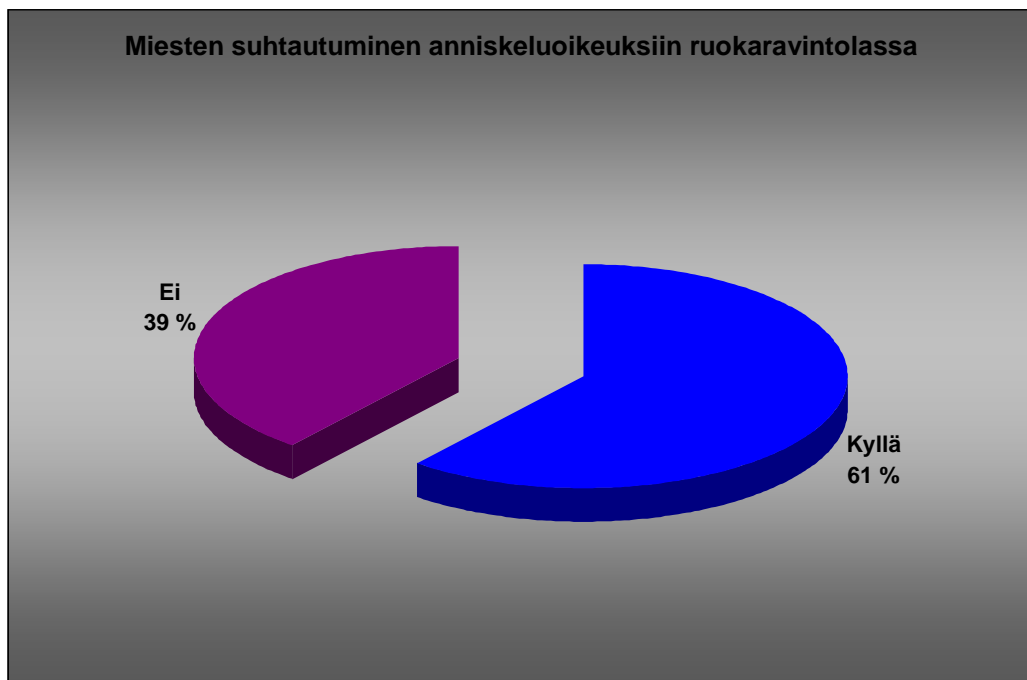


Kuvio 7.9 Pitääkö ruokaravintolassa mielestäsi olla anniskelu oikeudet?

Yllä olevasta kuviosta (Kuvio 7.9) käy ilmi, että kaikista vastaajista 27 eli 69 prosenttia on sitä mieltä, että ruokaravintolassa pitäisi olla anniskelu oikeudet. Kyselyyn vastanneista 12 eli 31 prosenttia taas on sitä mieltä, ettei ruokaravintolaan tarvita anniskelu oikeuksia. Tuloksen mukaan yli puolet vastaajista on siis sitä mieltä, että ruokaravintolaan tarvitaan anniskelu oikeudet. Tulos viittaa siihen, että Lounaskahvila Holvin todennäköisesti kannattaisi hakea ravintolaan anniskelu oikeuksia, mikäli toiminnan laajentaminen myös ilta-aikaan toteutuu.

Markkinatutkimuksessa haluttiin myös selvittää, onko miesten ja naisten suhtautumisessa anniskelu oikeuksien tarpeellisuuteen eroja. Ennakkokäsitys oli, että miehet ovat naisia enemmän anniskelu oikeuksien kannalla.

Seuraavassa (Kuvio 7.10 ja 7.11) on selvitetty miesten ja naisten suhtautumista anniskelu oikeuksien tarpeellisuuteen ruokaravintolassa. Vastaukset on esitetty kuvioissa prosentteina.



Kuvio 7.10 Miesten suhtautuminen anniskelu oikeuksiin ruokaravintolassa.

Yllä olevasta kuviosta (Kuvio 7.10) nähdään, että miehistä 61 prosenttia on sitä mieltä, että iltaisin avoinna olevassa ruokaravintolassa pitää olla anniskelu oikeudet. Kyselyyn vastanneista miehistä 39 prosenttia taas ei kaipaa ruokaravintolaan anniskelu oikeuksia.



Kuvio 7.11 Naisten suhtautuminen anniskeluoikeuksiin ruokaravintolassa.

Yllä olevasta kuviosta (Kuvio 7.11) voidaan havaita, että 81 prosenttia kyselyyn vastanneista naisista oli sitä mieltä, että iltaisin avoimena olevassa ruokaravintolassa pitäisi olla anniskeluoikeudet. Ainoastaan 19 prosenttia kyselyyn vastanneista naisista oli sitä mieltä, että anniskeluoikeuksia ei tarvita.

Kun verrataan miesten ja naisten vastauksia kysymykseen, pitäisikö mielestäsi iltaisin auki olevassa ruokaravintolassa olla anniskeluoikeudet, tulos on hieman yllättävä. Etukäteen ajateltuna olisi voinut odottaa, että miehistä lähes kaikki kannattavat anniskeluoikeuksia, kun taas naisten anniskeluoikeuksien kannatus olisi ollut selvästi miehiä pienempi. Tuloksien perusteella voidaan kuitenkin sanoa, että miehistä yli puolet toivoo ravintolassa olevan anniskeluoikeudet, kun taas naisista kahdeksan kymmenestä toivoo, että ravintolassa on anniskeluoikeudet. Kaikkiaan voidaan sanoa, että naiset toivovat anniskeluoikeuksia hiukan miehiä enemmän.

Markkinatutkimuksen kysymykset kuusi ja seitsemän olivat avoimia kysymyksiä. Kysymyksessä numero kuusi kysyttiin, minkälaisessa ravintolassa vastaaja haluaisi mieluiten syödä. Vastauksissa nousi esille viihtyisyys, siisteys,

rauhallisuus, hyvä ruoka, hyvä hinta – laatu-suhde ja hyvä asiakaspalvelu. Edellä mainittujen asioiden lisäksi yksittäisissä vastauksissa tuli esiin seuraavia asioita: italialainen, ei musiikkia, hyvä ilmapiiri, monipuolinen ruoka, kotimainen ruoka, valoisa, pehmeät penkit sekä pienten lasten ja allergikkojen huomioiminen.

Tänä päivänä ihmisillä on jatkuvasti kiire. Kiire puolestaan kasvattaa ihmisten stressiä. Tämä näkyy selvästi markkinatutkimukseen vastanneiden henkilöiden vastauksissa. Vastausten perusteella voi sanoa, että mennessään vapaa-aikanaan ravintolaan syömään vastaajat odottavat rauhallista hetkeä miellyttävässä ympäristössä. Rauhallisuuden ja viihtyisyyden lisäksi asiakkaiden odotukset ovat korkealla sekä ruoan että asiakaspalvelun suhteen. Ruoan vastaajat toivoivat olevan monipuolista, kotimaista sekä erikoisryhmät huomioivaa.

Kysymyksessä seitsemän tutkimuksessa kysyttiin tärkeintä asiaa, jonka perusteella vastaaja valitsee ravintolan. Selvästi eniten ravintolan valintaan vaikuttaa ruoka. Toiseksi eniten valintaan vaikuttaa hyvä palvelu ja henkilökunnan ammattitaito. Muita ravintolan valintaan vaikuttavia seikkoja olivat viihtyisät tilat, siisteys, hinta – laatu-suhde, hyvä viinivalikoima, salaattipöytä, ruoan monipuolisuus, ruoan kotimaisuus ja ravintolan rauhallisuus.

Viimeisenä tutkimuksessa annettiin vastaajalle mahdollisuus kertoa omia toiveita, ehdotuksia ja palautteita. Jonkin verran vastaajat käyttivät mahdollisuutta hyväkseen. Lounaskahvila Holvin henkilökunta sai myönteistä palautetta ja kiitosta hyvästä palvelusta sekä iloisesta ilmapiiristä. Kiitosten lisäksi vastaajat olivat antaneet jonkin verran kehitysehdotuksia ja toiveita. Vastaajat toivoivat, että ruokailuvälineet uusittaisiin. Toivomuksena oli myös enemmän vaihtelua ja uudistuksia lounasruokiin, mutta ennen kaikkea salaattipöytään. Vastaajat toivoivat myös enemmän kalaruokia. Kehitysehdotuksena oli runsaampi salaattipöytä ja pitsapäivä kerran kuukaudessa. Asiakkaat toivoivat myös, että viikonleike olisi jatkuvasti käytössä ja suurena annoskokona.

7 YHTEENVETO

Markkinatutkimuksen tavoitteena oli selvittää onko Vuoksenniskan alueella kysyntää ravintolalle, joka tarjoaa A la Carte-ruokia myös iltaisin. Kyselyssä selvitettiin myös, kuinka usein kyselyyn vastanneet henkilöt asioivat ruokaravintolassa vapaa-aikanaan. Koska yrityksen tarkoituksena on hakea anniskeluoikeuksia, haluttiin tutkimuksessa kysyä myös vastaajien suhtautumista anniskeluoikeuksien tarpeellisuuteen. Tutkimuksessa tavoitteena oli saada 50 vastausta. Lopullinen vastaus määrä oli 39 eli jäi hieman tavoitteesta. Kun verrataan saatujen vastausten määrää Lounaskahvilan päivittäiseen asiakasmäärään, joka on noin 80 henkilöä, markkinatutkimuksen voidaan olettaa antavan suuntaa yrityksen nykyisten asiakkaiden mielipiteistä.

Markkinatutkimus toteutettiin erillisellä kyselylomakkeella (Liite), joka sisälsi kaksi ennakkotietokysymystä, seitsemän varsinaista kysymystä ja lopussa olevan avoimen osion, jossa vastaajat saattoivat esittää omia toiveitaan, ehdotuksiaan ja mielipiteitään. Varsinaisista kysymyksistä kaksi oli avoimia kysymyksiä.

Markkinatutkimuksessa kävi ilmi, että yli puolet kyselyyn vastanneista asioi Lounaskahvila Holvissa vähintään kerran viikossa. Tästä voidaan päätellä, että Holvilla on jokseenkin vakiintunut asiakaskunta, joka asioi yrityksessä säännöllisesti. Tutkimuksessa selvisi, että suurin osa vastaajista ostaa lounaan asioidessaan Holvissa. Tuloksen perusteella voidaan päätellä, että suurin osa yrityksen toiminnasta perustuu nimenomaan lounasruokailuun. Yrityksen kannattaisikin ehkä pohtia, millä keinoilla olisi mahdollisuus lisätä myös muiden tuoteryhmien, kuten esimerkiksi kahvilatuotteiden menekkiä. Toimenpiteiden tulisi kuitenkin olla sellaisia, ettei kahvilatuotteiden myynnin kasvattaminen tapahdu lounasruokailun kustannuksella. Vastaajien toiveissa tuli esiin muutamia kehitysehdotuksia. Vastaajat toivoivat salaattipöytään enemmän

vaihtelua ja nykyistä suurempaa valikoimaa. Myös kalaruokia toivottiin enemmän. Yrityksen kannattaisikin miettiä, olisiko esimerkiksi nimenomaan salaattipöydässä keino erottua entistä selkeämmin kahdesta muusta alueella toimivasta kilpailijasta. Hyvästä ja vaihtelevasta salaattipöydästä voisi rakentaa yritykselle kilpailuetua ja lisätä esimerkiksi salaattilounaiden myyntiä.

Tutkimuksessa kysyttiin vastaajien mielipidettä siitä, toivovatko he Vuoksenniskalle ruokaravintolaa, joka olisi avoinna myös iltaisin. Tulosten perusteella yrityksen kannattaa pohtia, olisiko toiminnan laajentaminen järkevää toteuttaa asteittain, jotta voitaisiin tarkkailla ilta-aukiolon kannattavuutta. Ottaen huomioon nykyisen taloustilanteen yrityksen kannattaa myös harkita tarkasti, onko tämä paras mahdollinen ajankohta toiminnan laajentamiseen. Asuinalueella näytti tutkimuksen mukaan olevan jonkin verran vaikutusta siihen, toivoiko vastaaja Vuoksenniskalle ruokaravintolaa, joka olisi auki myös iltaisin.

Markkinatutkimuksessa vastaajilta kysyttiin, kuinka usein he ruokailevat ravintolassa vapaa-aikanaan. Kysymys haluttiin rajata koskemaan nimenomaan vapaa-ajan asiointia, sillä tutkimuksen tavoitteena oli selvittää iltaisin tapahtuvan A la Carte-ruokailun kysyntää ja iltaisin tapahtuva ruokailu on pääsääntöisesti vapaa-ajan ruokailua. Tutkimuksen mukaan vastaajista yli puolet syö ravintolassa vapaa-aikana kerran kuukaudessa tai harvemmin. Iltaisin avoinna olevan ravintolan toimintaa saattaa Lounaskahvila Holvin tapauksessa tukea vieressä sijaitseva Imatran ainut elokuvateatteri. Yrityksen tulisikin, laajennuksen toteutuessa, ottaa mainonnassaan huomioon elokuvateatterin tarjoama mahdollisuus ja neuvotella elokuvateatterin kanssa mahdollisesta yhteistyöstä.

Lounaskahvila Holvin tarkoituksena on hakea ravintolaan anniskeluoikeudet. Markkinatutkimuksessa selvitettiin vastaajien kantaa anniskeluoikeuksien tarpeellisuuteen iltaisin avoinna olevassa ruokaravintolassa. Kaksi kolmasosaa vastaajista oli sitä mieltä, että ravintolassa tulisi olla anniskeluoikeudet. Hiukan yllättävää oli se, että naiset kannattivat anniskeluoikeuksia miehiä selvästi enemmän. Tulosten perusteella voidaan siis sanoa, että toiminnan

laajentuessa anniskeluoikeuksien hankkiminen ravintolaan tulee todennäköisesti olemaan toiminnan kannattavuudelle välttämätöntä.

Markkinatutkimuksen kaksi viimeistä kysymystä olivat avoimia kysymyksiä. Kuudennessa kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin, minkälaisessa ravintolassa vastaaja haluaisi mieluiten ruokailla. Vastauksissa esiin nousi rauhallisuus, hyvä ruoka, hyvä hinta – laatu-suhde ja hyvä asiakaspalvelu. Edellä mainitut ominaisuudet ovat hyvän ravintolan perusominaisuuksia. Yrityksen kannattaakin miettiä esimerkiksi sisustuksessa, miten tilan viihtyisyyteen ja rauhallisuuteen voitaisiin vaikuttaa. Yritys toimii entisen pankin tiloissa ja yhtenä ajatuksena voisi pohtia, voisiko toimitilan menneisyyttä tuoda nimen lisäksi esille esimerkiksi ravintolan sisustuksessa ja ehkä jopa ruokalistassa. Hyvä asiakaspalvelu on asia, josta ravintola sai palautteessa paljon kiitosta.

Seitsemännessä kysymyksessä vastaajilta kysyttiin, mikä on tärkein asia, jonka perusteella he valitsevat ravintolan, jossa asioivat. Vastauksissa nousi esille seuraavanlaisia asioita hyvä ruoka, hyvä palvelu ja henkilökunnan ammattitaito. Yrityksen kannattaakin panostaa ennen kaikkea monipuoliseen ja laadukkaaseen ruokaan. Palvelun laatu on erittäin oleellinen osa asiakkaan palvelukokemusta. Hyvä palvelu luo yritykselle kilpailuetua ja sen kehittämiseen kannattaakin panostaa.

Seuraavassa on koottu yhteenvedoksi asiat, jotka markkinatutkimuksessa nousivat esiin. Alapuolelle kootut asiat koskevat sekä nykyisen lounasruokailun kehittämistä että asioita, jotka yrityksen tulisi huomioida kehittäessään ja laajentaessaan toimintaansa.

- Salaattipöydän kehittäminen. Monipuolinen, vaihteleva ja ensiluokkaisen laadukas salaattipöytä voi tuoda yritykselle kilpailuetua kilpailijoihin nähden.
- Lounasruokaan kannattaisi pyrkiä löytämään lisää vaihtelevuutta. Kannattaa pohtia, olisiko kalaruokia mahdollista lisätä.
- Yrityksen kannattaa pohtia, minkälaisia mahdollisuuksia olisi parantaa kahvilatuotteiden menekkiä

- Yrityksen tulisi miettiä tarkasti, onko toiminnan laajentaminen nykyisessä taloudellisessa tilanteessa paras mahdollinen ratkaisu.
- Jos yritys harkinnan jälkeen tulee siihen tulokseen, että nyt on hyvä aika kehittää yrityksen toimintaa, kannattaisi vielä ehkä harkita, voisiko toimintaa kehittää asteittain, esimerkiksi aloittamalla hieman suppeammalla A la Cartelistalla.
- Yrityksen kannattaa selvittää mainonnan osalta yhteistyö mahdollisuudet viereisen elokuvateatterin kanssa.
- Vastaajat olivat sitä mieltä, että iltaisin toimivassa ruokaravintolassa tulisi olla anniskeluoikeudet, joten yrityksen kannattaa pyrkiä saamaan ravintolaan A-oikeudet.
- Ravintolan sisustuksessa kannattaa pohtia mahdollisuuksia luoda tilasta viihtyisä ja rauhallinen. Kannattaa myös pohtia, voisiko nimen lisäksi myös muussa toiminnassa hyödyntää liiketilojen historiaa entisenä pankkina.

Markkinatutkimuksen tekeminen on ollut opettava prosessi. Kaikkein eniten töitä joutui tekemään tiedonkeräämisessä ja markkinatutkimuksen suunnittelussa. Jälkikäteen katsottuna prosessi sujui pääosin ongelmitta, mutta joitakin asioita kannattaisi ehkä vielä harkita uudelleen, jos olisin opinnäytetyötä nyt aloittamassa. Markkinatutkimuksen tekemisessä suurimmiksi haasteiksi osoittautui oikeanlaisten kysymysten saaminen kyselylomakkeeseen sekä se, miten saada asiakkaat vastaamaan kyselyyn. Kuten tässä luvussa aikaisemmin todettiin, vastausmäärä jäi hiukan tavoitteesta. Kyselylomakkeet olivat Lounaskahvila Holvissa kaksi viikkoa ja tänä aikana lomakkeita jaettiin asiakkaille. Jos markkinatutkimus toteutettaisiin uudelleen, harkitsisin kyselytutkimuksen vaihtamista haastattelututkimukseen.

KUVIOT

Kuvio 3.1 Anniskeluravintoloiden myynnin arvon ja volyymin muutokset

Kuvio 3.2 Pikaruokaravintoloiden kysyntä-, tarjonta- ja käyttöastekehitys

Kuvio 3.3 Ruokamyynnin volyymikehitys

Kuvio 3.4 Catering-yritysten liikevaihdon arvon ja volyymin muutokset heinä–
syyskuussa 2009

Kuvio 7.1 Vastaajien sukupuolijakauma.

Kuvio 7.2 Kyselyyn vastanneet asuinalueittain.

Kuvio 7.3 Vastaajien asioimistiheys Lounaskahvila Holvissa.

Kuvio 7.4 Mitä useimmin ostat asioidessasi Lounaskahvila Holvissa.

Kuvio 7.5 Kaipaanko Vuoksenniskalle myös iltaisin avoinna olevaa
ruokaravintolaa.

Kuvio 7.6 Kyllä, toivon ruokaravintolaa Vuoksenniskalle.

Kuvio 7.7 Ei, En toivo ruokaravintolaa Vuoksenniskalle.

Kuvio 7.8 Kuinka usein ruokaillet ravintolassa vapaa-aikanasi.

Kuvio 7.9 Pitääkö ruokaravintolassa mielestäsi olla anniskeluoikeudet.

Kuvio 7.10 Miesten suhtautuminen anniskeluoikeuksiin ruokaravintolassa.

Kuvio 7.11 Naisten suhtautuminen anniskeluoikeuksiin ruokaravintolassa.

LÄHTEET

- Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2003. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki. Restamark Oy.
- Aittoniemi, V-M. 2009. Alkoholinkulutus eurooppalaistuu. Vitriini 4, 12 – 13.
- Erämetsä, T. 2003. Myönteinen muutos. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Vammala. Vammalan kirjapaino Oy.
- Grönholm, K. 2008. Kieltolain aikaan 1920-luvulla. Vitriini 8, 50.
- Hurri, J. 2009a. Tavallista pahempi taantuma.
<http://www.taloussanomat.fi/kansantalous/2009/04/16/tavallista-pahempi-taantuma/20099638/12> (Luettu 18.10.2009)
- Hurri, J. 2009b. Väärä hälytys, ei taantuma vielä ole ohi.
<http://www.taloussanomat.fi/kansantalous/2009/09/03/vaara-halytys-ei-taantuma-viela-ole-ohi/200919285/12> (Luettu 18.10.2009)
- Kähkönen, H. 2008. Hotelli- ja ravintola-ala valmistautuu laman varalta.
<http://www.viisitahtea.fi/talous/126/3718> (Luettu 18.10.2009)
- Kähkönen, H. 2009a. Mihin menet horeca?
<http://www.viisitahtea.fi/erikoisartikkelit/88/4772-mihin-menet-horeca> (Luettu 18.10.2009)
- Kähkönen, H. 2009b. PAMin puheenjohtaja Ann Selin haluaa hillitä alv-hurmosta.
<http://www.viisitahtea.fi/ajankohtaista/4551-pamin-puheenjohtaja-ann-selin-haluaa-hillitae-alv-hurmosta> (Luettu 23.11.2009)
- Lappi, T. 2009. Äkkipysäys viiveellä. Vitriini 4, 5.
- Latvus, J. 1996. Ehdonalaisen elinkeinon viisi vuosikymmentä. Helsinki: Art-Print Oy.
- Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry. 2009a. Suhdanne 2/2009. Matkailu- ja ravintola-alan kehitysnäkymät.
http://mara.fi/files/suhdanne09_2.pdf (Luettu 28.9.2009)
- Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry. 2009b. Suhdanne 3/2009. Matkailu- ja ravintola-alan kehitysnäkymät. http://mara.fi/files/suhdanne09_3.pdf (Luettu 3.1.2010)
- MTV3. 2009. Ravintolaruoan ja elintarvikkeiden Alv:t 13 prosenttiin heinäkuussa.
<http://www.mtv3.fi/uutiset/kotimaa.shtml/arkistot/kotimaa/2009/08/940253> (Luettu 23.11.2009)

Nurkka, P. 2009. Venäläismatkailijoista virtaa Suomen talouteen.
<http://www.taktiikka.fi/taktiikka-12009/ven-l-ismatkailijoista-virtaa-suomen-talouteen.html> (Luettu 18.10.2009)

Sillanpää, M. 2002. Säännöstelty huvi. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

STTV.2008a. Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus. Alkoholiasiat ravintolassa 2008.
http://www.sttv.fi/alkoholi_framset.htm (Luettu 21.10.2009)

STTV. 2008b. Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus.
<http://www.sttv.fi/main.htm> (Luettu 24.11.2009)

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. 2009. Alkoholin tilastoitu kulutus väheni 2008.
http://www.stakes.fi/FI/tilastot/aiheittain/Paihteet/alkoholijuomienkulutus_ennako.htm (Luettu 3.1.2010)

Vainikainen, P. & Linhala, J. 1995. Lakikokoelma. Alkoholilaki perusteluineen. Helsinki: Painatuskeskus Oy.

Viisi Tähteä. 2009a. Alv-alen siirtymäaika lisää ravintola-alan ahdinkoa.
<http://www.viisitahtea.fi/ajankohtaista/4719-alv-alen-siirtymaika-lisaa-ravintola-alan-ahdinkoa> (Luettu 23.11.2009)

Viisi Tähteä. 2009b. Horeca -palvelujen kysyntä sakkaa yhä.
<http://www.viisitahtea.fi/ajankohtaista/4587-alan-palveluiden-kysynnaen-laskujyrkkenee> (Luettu 18.10.2009)

Viisi Tähteä. 2009c. Mara: Ravintoloiden alv:n alentaminen auttaa lamasta nousuun.
<http://www.viisitahtea.fi/ajankohtaista/4562-mara-ravintoloiden-alvn-alentaminen-auttaa-lamasta-nousuun>
(Luettu 23.11.2009)

Wikipedia. 2008a. Finanssikriisi.
[http://fi.wikipedia.org/wiki/finanssikriisi_\(2007%E2%80%932009\)](http://fi.wikipedia.org/wiki/finanssikriisi_(2007%E2%80%932009))
(Luettu 21.10.2009)

Wikipedia. 2008b. Subprime-kriisi.
<http://fi.wikipedia.org/wiki/subprime-kriisi> (Luettu 5.10.2009)

Wikipedia. 2009a. Kieltolaki. <http://fi.wikipedia.org/wiki/kieltolaki>
(Luettu 10.9.2009)

Wikipedia. 2009b. Taantuma.
[http://fi.wikipedia.org/wiki/taantuma_\(2008%E2%80%932009\)](http://fi.wikipedia.org/wiki/taantuma_(2008%E2%80%932009))
(Luettu 5.10.2009)

Sukupuoli

Mies Nainen

Asuinalue

Vuoksenniska tai lähialue

Mansikkala tai lähialue

Imatrankoski tai lähialue

Muu, Mikä? _____

1. Kuinka usein asioit Lounaskahvila Holvissa?

Lähes päivittäin

1-2 kertaa viikossa

2-3 kertaa kuukaudessa

Kerran kuukaudessa

Harvemmin kuin kerran kuukaudessa

2. Mitä useimmin ostat asioidessasi Lounaskahvila Holvissa?

(Rastita 1 vaihtoehto)

Lounas

Viikon leike

Juoma ja suolainen välipala

Juoma ja makea pulla/leivos

Vain juoma

Muuta, Mitä? _____

3. Kaipaako Vuoksenniskalle ruokaravintolaa, joka tarjoaa listaruokia myös iltaisin?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

4. Kuinka usein syöt ravintolassa vapaa-aikanasi?

2 kertaa viikossa tai useammin

Kerran viikossa

2 kertaa kuukaudessa tai useammin

Kerran kuukaudessa

Harvemmin kuin kerran kuukaudessa

5. Pitäisikö mielestäsi ruokaravintolassa olla myös anniskeluoikeudet?

Kyllä

Ei

6. Minkälaisessa ravintolassa haluaisit mieluiten syödä?

7. Mikä on tärkein asia, jonka perusteella valitset ravintolan, jossa haluat syödä?

Lopuksi sana on vapaa, eli otamme mielellämme vastaan toiveita ja ehdotuksia _____

KIITOS VASTAUKSESTANNE!