



Fuusioravintolayrityksien menestystekijät

Karri Heino

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Fuusioravintolayrityksien menestystekijät

Karri Heino
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Huhtikuu 2020

Tekijä: Karri Heino

Työn nimi: Fuusioravintolayrityksien menestystekijät

Vuosi: 2020

Sivumäärä 38

Opinnäytetyön tavoitteena oli ymmärtää tutkittavaa ilmiötä, eli sitä mikä tekee fuusioravintoloista menestyviä. Opinnäytetyön tarkoitus pohjautui oman ravintolayrittäjyyden edistämiseen, näin ollen opinnäytetyön laatija toimi opinnäytetyössä itse toimeksiantajana tulevaisuuden ravintolayrityksensä puolesta. Tietoperustana Opinnäytetyössä oli teoria globalisaatiosta, monikulttuurisuudesta, fuusioruosta ravintolamaailman trendinä ja teoria yrittäjyydestä. Opinnäytetyössä tutkimusemenetelmänä käytettiin teemahaastattelua, haastattelu tehtiin kolmelle fuusioravintolan omistajalle.

Tutkimuksessa selvisi, että monikulttuurinen työympäristö ja fuusioruoka konseptina edistävät ravintolayrityksen toimintaa, kuten omaperäisyyttä, luovuutta ja erilaisuutta. Nämä kaikki tekijät lisäävät näkyvyyttä ja mielenkiintoa asiakkaissa. Fuusioravintolayrityksien menestyksen takana on useita eri tekijöitä. Menestyvien fuusioravintoloiden toiminnan takana on enemmän yhtäläisyyksiä ja vähemmän eroavaisuuksia. Eroavaisuudet johtuvat usein ravintolayrityksien ajasta markkina-alueella. Vasta-aloittaneet ravintolayritykset keskittyvät tuotokeskeisyyteen ja näkyvyyteen. Kauemmin toimineet ravintolayritykset voivat jo kohdistaa toimintansa muihin vastuualueisiin, kuten yritysvastuullisuuteen.

Opinnäytetyön tutkimuksen tavoitteeseen päästiin. Tutkimus kokonaisuudessaan edisti opinnäytetyön laatijan yrittäjyyttä ja uraa ravintola-alalla. Tutkimuksesta kerätty tieto tulee käyttöön ravintola-alalla toimiessa ja ravintolayritystä perustaessa.

Asiasanat: fuusioruoka, monikulttuurisuus, ravintola-ala, yrittäjyys

Degree Programme in Hospitality management

Author: Karri Heino

Title of thesis: Success Factors of Fusion Restaurants

Year	2020	Pages	38
------	------	-------	----

The objective of this thesis was to understand what makes fusion restaurants successful. The objective was to research and map the success factors behind fusion restaurants and to obtain knowledge which will guide the author of this thesis with his own entrepreneurship and possible future fusion restaurant.

The commissioner of this research is the author itself as it was created to benefit and aid his own future company. The theoretical framework covers theory about globalization, multiculturalism, entrepreneurship and fusion cooking as a global trend. The research method used in this thesis was theme interview that was carried out with three owners of fusion restaurants.

The research results show that a multicultural working environment and fusion food as a concept support the success of a restaurant. For example, uniqueness, creativity and being different are keys to success. All these qualities create visibility and interest in customers. Differences in operating a successful fusion restaurant are often caused by the fact that some of the restaurants are more mature in the market field than others. New upcoming restaurants concentrate more on their product range and creating visibility, whereas more mature restaurants can concentrate more on other sections.

The objective of this thesis was met, and the purpose of the thesis was reached. The research itself promoted the author's own entrepreneurship and his skills and knowledge in the restaurant field. The results gathered from the research will be used for working in the restaurant field and while building the author's own restaurant business.

Keywords: entrepreneurship, fusion food, multiculturalism, restaurant field

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Ravintola-ala.....	7
2.1	Ravintoloiden ryhmittely.....	9
2.2	Ravintola-alan kasvu pääkaupunkiseudulla.....	10
3	Teoreettinen viitekehys.....	13
3.1	Globalisaation vaikutus.....	13
3.1.1	Kulttuurinen globalisaatio.....	14
3.1.2	Taloudellinen globalisaatio.....	14
3.2	Monikulttuurisuus ravintola-alalla.....	15
3.3	Fuusioruoka ravintolamaailman trendinä.....	16
3.4	Yrittäjyys.....	18
4	Tutkimuksen toteutusvaihe.....	19
4.1	Teemahaastattelu aineistonkeruumenetelmänä.....	19
4.2	Teemahaastattelun toteutus.....	21
4.3	Haastattelujen toteutus ja sisällönanalyysi.....	21
5	Tutkimustuloksien analysointi.....	22
5.1	Ravintolat A, B ja C.....	22
5.2	Tulokset.....	23
5.3	SWOT-Analyysi.....	25
6	Johtopäätökset.....	27
	Lähteet.....	29
	Liitteet.....	32

1 Johdanto

Fuusioravintolayrityksien menestystekijät opinnäytetyön tutkimuksen tavoitteena oli pyrkiä ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä, eli sen mikä tekee fuusioruokaa tarjoavista ravintoloista menestyviä. Opinnäytetyön tarkoitus pohjautuu oman ravintolayrittäjyyden edistämiseen, näin ollen opinnäytetyön laatija toimi opinnäytetyössä itse toimeksiantajana tulevaisuuden ravintolayrityksensä puolesta.

Tämän opinnäytetyön aihe on valittu ravintola-alan kokemuksen, työelämäyhteyksien ja ravintolayrittäjyyden kiinnostuksen kohteen vuoksi. Tavoitteena oli saada selville eri fuusioravintolayrityksien menestystekijöitä ja laatia selville saaduista tekijöistä tulokset, näin edistäen opinnäytetyön tekijän omaa ravintolayrittäjyyttä. Opinnäytetyössä käytiin läpi ravintola-ala toimialana, kuin myös globalisaation vaikutusta ravintola-alan muovautumiseen.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehystenä on tietoperustaa monikulttuurisuudesta, fuusioruosta ravintolamaailman trendinä ja teoria yrittäjyydestä. Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytettiin teemahaastattelua. Tuloksia analysoidessa käytetään sisällönanalysointia ja SWOT-analysointia. Tutkimuksen aineisto kerätään teemahaastattelujen avulla. Haastattelut tehtiin fuusioravintolayrityksille. Teemahaastattelun teemoina olivat opinnäytetyön teoreettisen viitekehysten teoria yrittäjyydestä, multikulttuurisuudesta ja fuusioruosta.

Opinnäytetyö eteni pääluvuttain ravintola-alan esittelystä teoreettiseen viitekehykseen, jonka jälkeen alkoi tutkimuksen toteutusvaihe. Tutkimuksen toteutusvaiheessa teemahaastattelut suunniteltiin ja toteutettiin kolmelle eri fuusioravintolan omistajalle. Tutkimuksen toteutusvaiheiden jälkeen tutkimustulokset analysoitiin ja analysoinnista saadut tulokset esitettiin.

2 Ravintola-ala

Ravintola-ala toimialana on usein todella haastava. Työntekijöiden pitää olla ahkeria, joustavia ja erittäin palvelukeskeisiä. Ravintola-alan haasteisuus ja vähäinen palkitseminen on osa syytä, miksi tällä hetkellä matkailu- ja ravintola-alan työllisyys heikkenee. Töitä löytyy, mutta työntekijöitä puuttuu. (Mara 2015a.)

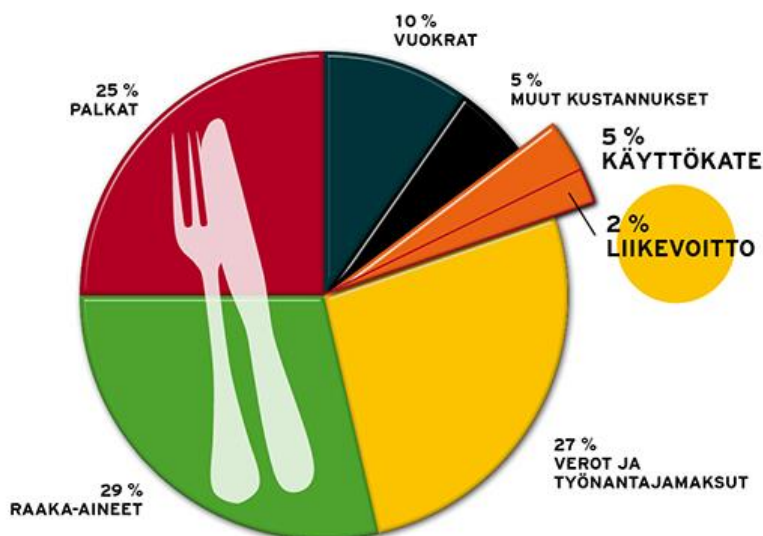
Kun puhutaan ravintola-alasta toimialana se yhdistetään usein laajempaan käsitteeseen matkailu- ja ravintola-alaan. Ravintola-ala on kuitenkin toimiala, mikä luokitellaan majoitus- ja ravitsemistoiminnan alaluokaksi eli ravitsemistoiminnaksi. Ravitsemistoiminta voidaan taas jakaa useaan eri alaluokkaan, mihin kuuluu ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta. Ravintoloita vastaavilla ravitsemistoiminnoilla tarkoitetaan taas kahvila-ravintoloita, ruokakioskeja ja muita ateriapalveluita, kuten pitopalveluita. (Tilastokeskus toimialaluokitus 2008.)

Tilastokeskuksen (TOL 2008) mukaan Ravintolat ovat toimintaa, jossa ”asiakkaalle on tarjolla omassa keittiössä valmistettuja ruoka-annoksia, alkoholittomia juomia, alkoholipitoisuudeltaan mietoja juomia, viinejä ja väkeviä alkoholijuomia. Käytettävissä ovat ruokailupaikat sisätiloissa”. Tämä luokittelu erottaa ravintolat, muusta ravitsemistoimintaan liittyvästä toiminnasta.

Minne tahansa matkustatkin niin aina on tarvetta ravitsemisemukselle ja tämä on yksi syistä miksi ravintola-ala kulkee käsi kädessä matkailutoimialan kanssa. Kun otetaan huomioon matkailu- ja ravintola-alan taloudellinen vastuu Suomessa, se on keskimäärin hyvin. ”Matkailu- ja ravintola-ala tuo valtiolle verotuloja 5,2 miljardia euroa vuodessa. Matkailu on ainoa vientiala, joka maksaa Suomeen myös arvonlisäveron. Verojen osuus alan liikevaihdosta on suuri” (Mara 2015b.)

Ravintola-alan kannattavuuden haasteista hyvänä esimerkkinä toimii ravintolailallisen hinnoittelun sisältämät verot, henkilöstökulut, vuokrat, raaka-aineet ja muut kustannukset. Kaikkien näiden maksujen jälkeen liikevoittoa ei jää yritykselle paljoa. Tämän takia järkevästi luotu hinnoittelu on erittäin tärkeää yrityksen toiminnalle. (Mara 2015b.) Tätä kuvastaa opinnäytetyön kuvio yksi, joka kertoo illallisen keskivertoarvon jakauman.

100 euron illallisesta jää 2 euroa voittoa



Kuvio 1. Illallisen keskiverto arvo (Mara 2015b).

Kuvion yksi ympyrädiagrammi kuvastaa sadan euron illallisen kustannusten ja liikevoiton keskiverto jakaumaa. Tämä kertoo myös siitä, kuinka vaikeaa on menestyä ravintola-alalla niin työntekijänä, kuin myös yrittäjänä. Vaikka matkailu- ja ravintola-ala tuo valtiolle verotuloja vuodessa noin 5,2 miljardia ja on näin taloudelliselta vastuultaan luotettava ala, on silti hyvä ottaa huomioon myös harmaa talous. ”Viranomaisarvioiden mukaan noin 10 prosenttia ravintola-alan liikevaihdosta on harmaan talouden piirissä. Ravintola-alan harmaa talous on tyyppillisimmillään pimeästi maksettuja palkkoja, veronkiertoa ja ohimyyntiä” (Mara Taloudellinen vastuu 2015). Ohimyynti tarkoittaa ostotapahtuman kirjaamisen ohittamista lyömättä myytyjä tuotteita kassaan. Harmaa talous vaikuttaa yhteiskuntamme hyvinvointiin ja se voi myös vaikuttaa yksittäisiin työntekijöihin ja heidän työhyvinvointiin yrityksen sisällä. Näin luoden joistain ravintola-alan työpaikoista epämieluisia ja samalla vaikuttaen ravintola-alan maineeseen vaikeana työalana. (Mara 2015b.)

Vaikka ravintola-alalta löytyy omat vaikeutensa, löytyy ravintola-alalta myös paljon positiivisia tekijöitä, mitkä tekevät kyseisestä alasta erittäin antoisan. Ravintola-ala on palvelualana haasteita täynnä, mutta kun näistä haasteista pääsee yli ja onnistuu tarjoamaan asiakkaille laadukkaan illallisen, lounaan tai muun aterioinnin tarjoaa tämä myös erittäin paljon mielihyvää koko henkilökunnalle. Positiivinen palaute ja suosio pitää mielen kirkkaana luoden ravintola-alasta erittäin antoisan. Ravintola-ala on myös toimialana erittäin monipuolinen. Ravintola-alalla voi oppia useita eri asioita ja tämä tietämys luo alasta erittäin loistavan henkilölle, joka ei pidä pelkästä istumisesta toimistossa. Oikeassa ja menestyvässä ravintolassa voi oppia todella paljon asiakaspalvelusta, kommunikoinnista, tarkkaavaisuudesta, ahkeruudesta, kärsivällisyydestä, joustavuudesta ja ongelmien ratkaisu tilanteista. Nämä asiat

ovat niitä mitkä tekevät ravintola-alan työntekijästä laadukkaan ammattilaisen. Samalla nämä seitsemän piirrettä auttavat myös arkielämässä, niiden avulla pystyy elämässä pääsemään useilla muillakin työaloilla erittäin pitkälle. Enemmän konkreettisia asioita mitä voi oppia ravintola- alalta on ravitsemus- ja allergeenitietämys. Kyseisen tietämys on tärkeää myös muillakin aloilla, kuin ravintola-alalla. Ravitsemus tietämystä voi esimerkiksi hyötykäyttää ravitsemusterapeutina tai henkilökohtaisena valmentajana. (MaRa 2015c.)

2.1 Ravintoloiden ryhmittely

Ravintola-ala on todella asiakaskeskeinen ja erilaiset liikeideat on luotu vastaamaan asiakkaiden eri tarpeita. Ravintoloiden liike- ja toimintaideassa on määriteltynä yritysten tavoittelemat asiakasryhmät ja tuotteet tai palvelut, joilla asiakkaita yritetään tavoitella. Asiakkaat, jotka etsivät enemmän rauhallista ja tunnelmallista pidemmän kaavan ruokailua usein suosivat A la Carte- ravintoloita illallisen puolella. Asiakkaan tarvitsee vain istua pöydässä nauttien seurueestaan ja odottaen tarjoilijan asiantuntevaa toimintaa. Tilaukset otetaan pöydästä ja tarjoilija luo laadukkaan illallisen asiakasta varten heidän toiveitansa kuunnellen. A la Carte ravintolat ryhmitellään ruokaravintoloihin. (Ammattinetti ammattialat 2019.)

Muita ruokaravintoloita ovat lounasravintolat ja etniset ravintolat. Usein ruokaravintoloissa yrityskonsepti muodostuu jonkin ruokakulttuurin ympärille eri puolilta maailmaa. Esimerkiksi Helsingistä löytyy lukuisia Italialaisia-, aasialaisia- ja pohjoismaisia ravintoloita. Näissä ravintoloissa painotetaan ruokien yleisesti autenttisuutta eli pyritään luomaan ruokaa aivan kuin alkuperämaassa. Tästä kuitenkin on nykyaikana paljon useita eri mielipiteitä, sillä monikulttuurinen ruoka ja ravintola ympäristö on suuressa suosiossa, luoden fuusioruoasta nykyajan trendin. (Ammattinetti ammattialat 2019.)

Ravintolat voidaan myös ryhmitellä pikaruokaravintoloihin. Pikaruokaravintolat yleensä houkuttelevat asiakasryhmiään edullisilla ja nopeilla vaihtoehtoilla. Pikaruokaravintolat sopivat usein asiakkaille, jotka ovat liikenteessä pienemmällä budjetilla tai muuten vain erittäin kiireisiä jatkamaan päiväänsä eteenpäin. Tähän kategoriaan kuuluu muun muassa: Pizza- ja kebab ravintolat, kuin myös sushiravintolat. (Ammattinetti ammattialat 2019.)

Ravintolat joissa keskitytään ja erikoistutaan erilaisiin kahveihin ja leivonnaisiin ryhmitellään kahvila-ravintoloihin. Kyseisissä paikoissa voidaan myös tarjota laadukkaita ruoka-annoksia, mutta liiketoiminta keskittyy enemmikseen erikoiskahvien myyntiin. Usein asiakkaat käyvät kahviloissa seurustelemassa ystävien, kumppanien ja työkavereiden kanssa tai he ottavat kahvin mukaan esimerkiksi matkalla töihin. (Ammattinetti ammattialat 2019.)

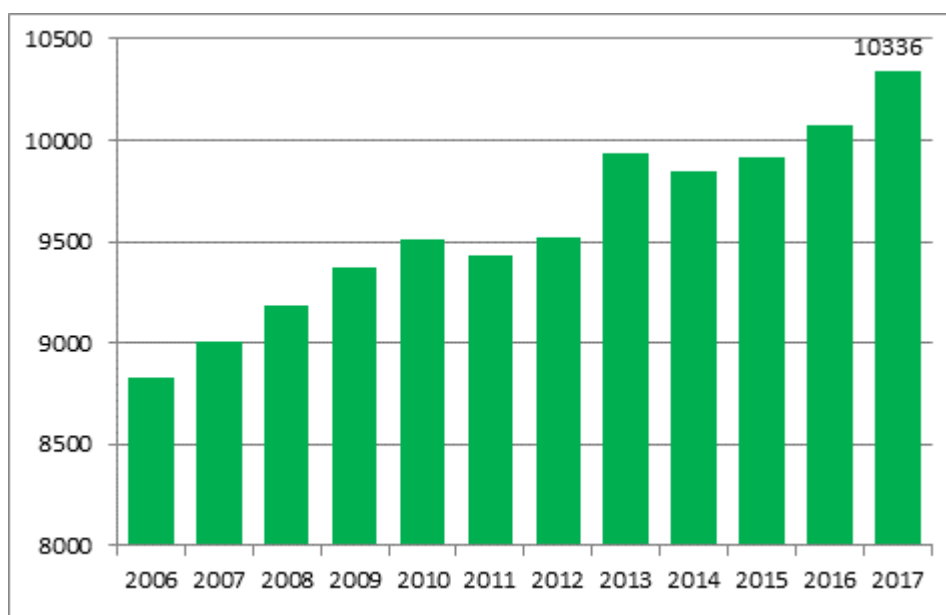
Kun tavoitteena on seurustella ystävien kanssa ja viettää hauskaa iltaa kuunnellen musiikkia ja nauttien erilaisia alkoholipitoisia juomia on määränpäänä yleensä erilaiset pubit, baarit, olutravintolat, yökerhot tai cocktailbaarit. Tämän kaltaiset yritykset ryhmitellään olut- ja

drinkkibaareihin. Pääsääntöinen toiminta sijoittuu alkoholijuomien tarjoamisen ympärille, mutta tarjolla voi myös olla erilaisia pikaruokia tai pientä purtavaa. (Ammattinetti ammattialat 2019.)

Näiden lisäksi on myös olemassa pitopalvelua, jonka tavoitteena on tuoda aterionti asiakkaan toivomaan sijaintiin tarjoten ruokia ja juomia usein suuremmalle seurueelle. Juhlatilaisuudet ovat usein suosittu kohde pitopalveluja tarjoaville yrityksille. Hyvänä esimerkkinä toimii häät. Muita keinoja millä ravintoloita ryhmitellään ovat: Mahdollinen ohjelma tai teema ja omistajuus eli onko kyseessä yksityinen ravintola tai ketju ravintola. Ryhmittelyyn vaikuttaa myös ravintolan sijainti, toimitila ja liitännäiselinkeino. Useat ravintolat voivat kuulua ryhmittelyssä useaan eri kategoriaan, näin tekien ryhmittelystä haastavampaa. Tämä voi myös tehdä yrityksen palvelukonseptista haastellisesti ymmärrettävän. (Tilastokeskus toimialaluokitus 2008.)

2.2 Ravintola-alan kasvu pääkaupunkiseudulla

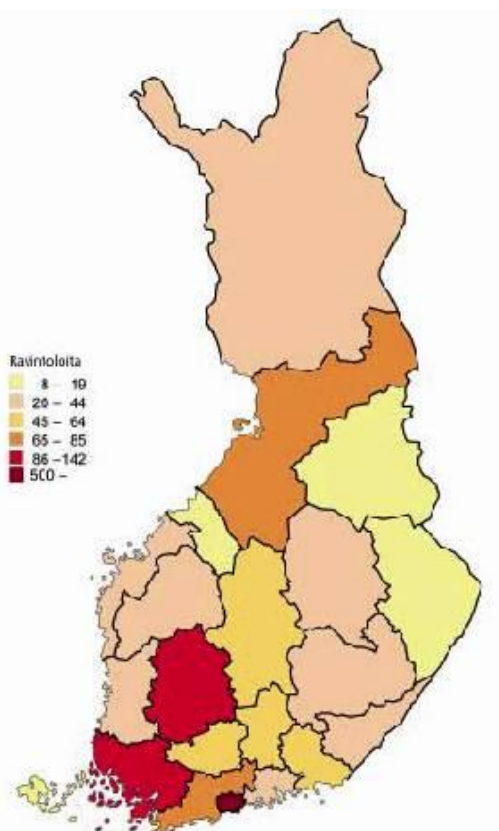
Suomen ravintola-ala on ollut nousussa jo monien vuosikymmenien ajan ja ravintola-ala jatkaa vieläkin kasvuaan. Tämä kasvu on tuonut Suomeen ravintola-alalle paljon kilpailua. Kilpailu on luonut pääkaupunki seudusta ja nimen omaan Helsingistä gastronomien suosiman matkustuskohteen. (Mara 2018.) Tämä ravintolayrityksien määrän jatkuva kasvu näkyy opinnäytetyön kuviosta 2. Kuviosta nähdään ravintolayrityksien määrän kasvu Suomessa vuosien 2006 ja 2017 välillä.



Kuvio 2. Ravintolayritysten määrä suomessa 2006-2017 (Mara 2018).

Kuviosta kaksi nähdään ravintolayritysten määrän kasvu Suomessa vuosien 2006-2017 välillä. Ravintoloiden määrä on kasvanut melkein kahdella tuhannella ravintolalla. Tämän kasvun on todettu vain kiihtyvän ja suurin osa uusista ravintolayrityksistä avataan pääkaupunkiseudun alueelle. (Mara 2018.) Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2009 Suomen ravintoloista noin neljäsosa sijaitsee pääkaupunkiseudun alueella ja näistä ravintoloista noin 75% sijaitsi Helsingissä. (Tilastokeskus ulkomaalaistaustaiset ravintolat 2012.)

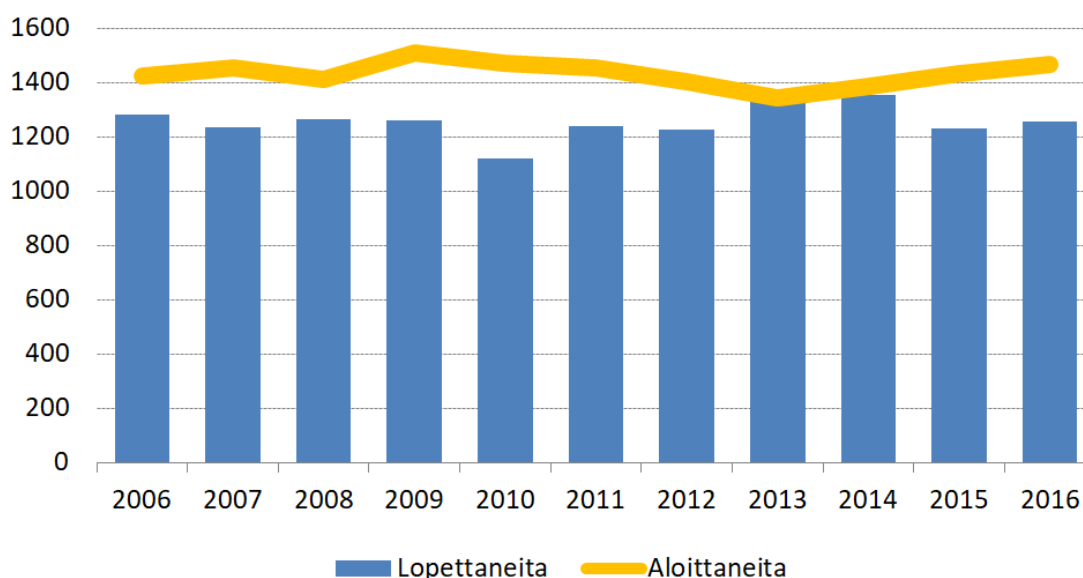
Ravintolayritysten vilkas lisääntyminen kasvattaa kilpailua. Kasvava kilpailu on myös tuonut mukanaan ravintoloita eri puolilta maailmaa. Etnisten ravintoloiden määrä pääkaupunkiseudulla on ollut kasvussa vuodesta 2009 asti. Viime vuosien aikana pääkaupunkiseudulle avatuista ravintoloista enemmistö on ulkomaalaistaustaisia, myös muualla Suomessa varhattain perustetuista ravintoloista noin kolmannes on ulkomaalaistaustaisia. Ulkomaalaisten ravintoloiden määrää suomessa kuvastaa opinnäytetyön kuvio kolme. (Tilastokeskus Ulkomaalaistaustaiset ravintolat 2012.)



Kuvio 3. Ulkomaalaistaustaiset ravintolat Suomessa vuonna 2009 (Tilastokeskus Ulkomaalaistaustaiset ravintolat 2012).

Kuviosta kolme nähdään Suomen etnisten ravintoloiden jakauma maakunnittain vuodelta 2009. Etnisistä ravintoloista suurin osa sijoittuu Uudenmaan maakunnan puolelle, mutta suuremmin osin vain pääkaupunkiseudun alueelle. Muista maakunnista nousee myös esille Pirkanmaa ja

Varsinais-Suomi. Näissä maakunnissa suurinosa ravintolayrityksistä sijoittuu Tampereen ja Turun kaupunkien alueelle. Molempien kaupunkien monikulttuurinen ja kasvava ravintolamaailma on myös turistien suosima. Tilastokeskuksen mukaan ulkomaalaistaustaisten ravintoloiden määrän kasvulle ei ole huomattu sen hidastumiseen vaikuttavia merkkejä. Ulkomaalaistaustaisten ravintoloiden määrä on nykypäivänä vielä kyseistä määrää huomattavasti suurempi. Uusien yritysten luodessa uusia toiminta konsepteja he lisäävät samalla myös kilpailua toimi-alalla. Tämä kilpailu voi johtaa vanhojen yritysten toiminnan lakkaamiseen tai muihin muutoksiin. (Tilastokeskus Ulkomaalaistaustaiset ravintolat 2012.) Aloitaneiden ja lopettaneiden ravintoloiden määrä suhteessa keskenään vuosien 2006 ja 2016 välillä näkyy opinnäytetyön kuviosta neljä. (MaRa 2018.)



Kuvio 4. Aloitaneet ja lopettaneet ravintolayritykset Suomessa 2006-2016 (MaRa 2018).

Kuvion neljä tilasto kuvastaa ravintola-alan kilpailua ja kehitystä, joka vuosi Suomessa avataan tuhansia uusia ravintoloita. Näistä suurin osa avataan pääkaupinkiseudulle. Kilpailun kasvaessa vanhojen ravintoloiden kilpailukyky heikkenee ja tämä pakottaa yritykset joko muuttamaan yritys-konseptiaan tai pahimmassa tapauksessa lopettamaan yrityksensä kasvavan kilpailun viedessä heidän asiakaskunnan pois. (MaRa 2018.)

Tämä kilpailu tekee ravintolayrittäjyydestä erittäin haastavaa. Mutta samalla myös luo ravintoloista paljon tasokkaampia ja kehittyneempiä. Näin luoden asiakkaille useita erilaisia ravintoloita jokaiseen mahdolliseen hetkeen. Asiakkaiden toiveita mukailen luodaan myös mitä parhaimpia ja nautinnollisimpia kokemuksia. Ravintoloiden kasvava kehitys tuo Helsingin ravintolamaailman useiden turistien kartalle, samalla edistäen Suomen taloutta. (MaRa 2018.)

3 Teoreettinen viitekehys

Opinnäytetyön teoriapohjana toimii teoria globaalisaation vaikutuksesta ravintola-alaan ja siitä kuinka globaalisaatio on muovannut ravintola-alasta toimialana erittäin monikulttuurisen. Monikulttuurisuus on taas vahvistanut fuusioruokaa konseptina ja näin tuonut pääkaupunkiseudulle paljon uusia ravintoloita joiden toimintakonsepti on luotu fuusiokeittiön ja fuusioruoan ympärille.

Tarkasteltaessa globaalisaation vaikutusta yhteiskuntaan ja ravintola-alaan saadaan selville vastaukset näihin kysymyksiin. Monikulttuurisuutta tarkasteltaessa nähdään kuinka monikulttuurinen yhteisö on tuonut mukanaan uusia kulttuurivaikutteita, kuin myös ruokakulttuuri vaikutteita ravintola-alalle. Nämä ruokakulttuurit ovat suoranaisesti yhteydessä fuusioruoanlaittoon, sillä yhdistämällä eri ruokakulttuureja ruoanlaitossa saadaan fuusioruokaa.

Jotta tutkimuksen tavoitteeseen päästäisiin, käydään läpi myös yrittäjyyttä ja sen mukana tulevia positiivisia ja mahdollisia negatiivisia tekijöitä. Yrittäjyyttä tarkastellaan, jotta saadaan selkeämpi kuva siitä mitä yrittäjyys tuo mukanaan. Mikä tekee yrittäjästä ja yrityksestä menestyvän? Teorioista kolme keskeisintä teoriaa luo viitekehysten tutkimuspuolen teemahaastattelua varten. Nämä teoriat ovat monikulttuurisuus, fuusioruoka ja yrittäjyys.

3.1 Globalisaation vaikutus

Globalisaatio tarkoittaa maailman eri osien jatkuvaa yhtenäistymistä. Niin taloudellista, kuin kulttuurista yhtenäistymistä. Tämä yhtenäistyminen on seuraus nykymaailman kasvavasta vuorovaikutuksesta ja yhteistyöstä. Maailman laajuista yhteistyötä ja vuorovaikutusta mahdollistaa taas jatkuva teknologian ja erityisesti tietoliikenteen kehitys. (Jauhiainen, Paavola, Pam & Tolvanen 2014, 13.)

Globalisaatio vaikuttaa yhteiskunnan useisiin eri osa-alueisiin. Näitä osa-alueita on mm: kulttuuri, talous, liikenne, ympäristö, politiikka ja matkailu. Tarkoituksena on käydä läpi globalisaation vaikutusta kulttuuriin, talouteen ja sitä miten nämä tekijät vaikuttavat ravintola-alaan. Nykyajan maailmaanlaajuinen verkostoituminen luo kansainvälisestä kaupasta nopeampaa ja helpompaa. Samalla kiihdyttäen globaalisaation kasvua. (Jauhiainen ym. 2014,13.)

3.1.1 Kulttuurinen globalisaatio

Koska nykyajan liikenne yhteydet ja matkailu on helppoa, ihmiset ovat matkustaneet omasta kotimaastaan useisiin eri maihin eri puolilla maailmaa. Tämä ihmisten leviäminen maailmalla on tuonut mukanaan kulttuuri rikkaamman ympäristön. Ihmisten tuodessa mukanaan oman kulttuurinsa toiseen ympäristöön he samalla muokkaavat tästä ympäristöstä monipuolisemman. (Jauhiainen ym. 2014,14.)

Kulttuurinen globalisaatio tarkoittaa siis globalisaation mukana tapahtuvaa kulttuurin leviämistä. Kulttuuritekijöitä kuten uskonto, tavat, taidot ja trendit eri maista leviävät globaalisaation myötä muihin maihin. Vaikka kulttuuri rikas ympäristö on monipuolinen ja antoisa. Kulttuurinen globalisaatio tuo kuitenkin mukanaan myös joitain uhkia. Näistä suurin on pienten paikalliskulttuurien häviäminen ja niiden muovaantuminen uuteen monikulttuuriseen ympäristöön. (Jauhiainen ym. 2014, 15.)

3.1.2 Taloudellinen globalisaatio

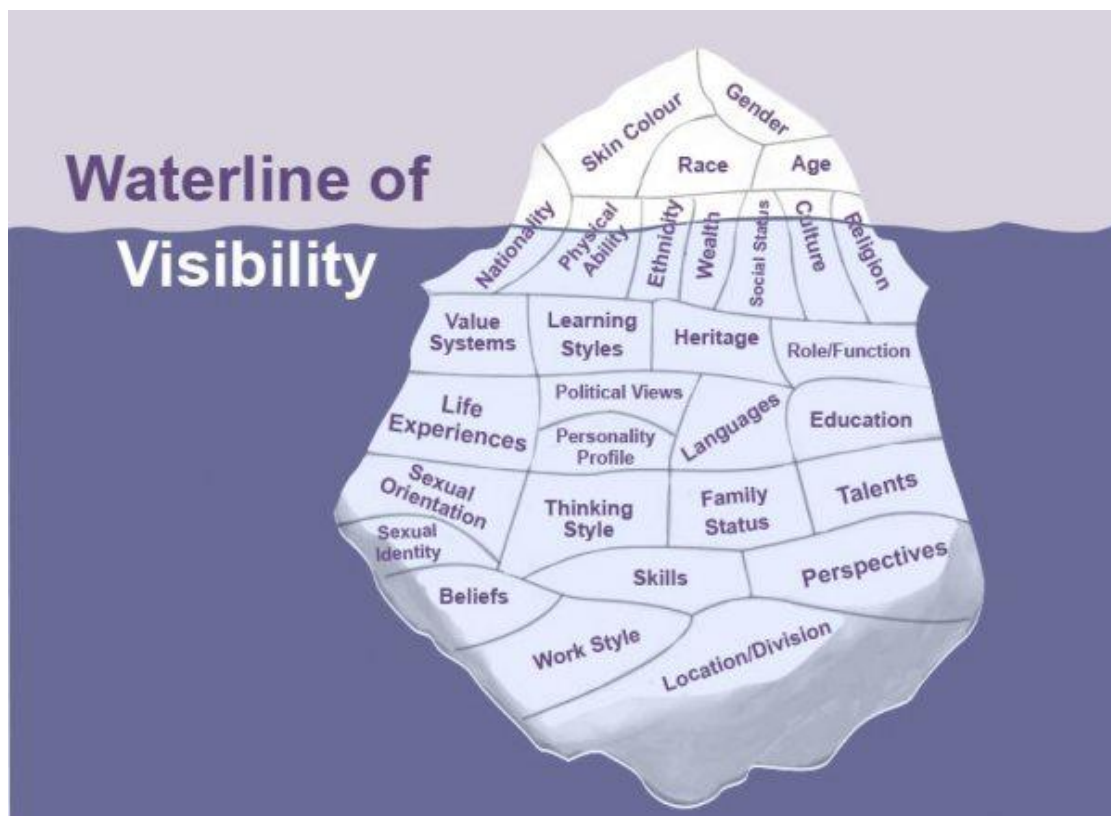
Gloobalisaation vaikutukset talouteen näkyy suurien yritysten levitessä eri puolille maailmaa. Nämä yritykset laajentavat toimintaansa eri maailman osiin luoden lisää työpaikkoja, tämä kuitenkin samalla lisää kilpailua eri toimialoilla ja uhkaa usein pienien yritysten liiketoimintaa. Kulttuurinen- ja taloudellinen globalisaatio kehittyvät käsi kädessä ruokakulttuurin alalla. Hyvinä esimerkkeinä toimivat yritykset, kuten Coca Cola ja McDonalds. Pikaruokaravintoloiden leviäminen maailmanlaajuisesti on tuonut länsimäisen ruokakulttuurin ympäri maailmaa. (Jauhiainen ym. 2014, 13.)

Myös ruokien valmistamiseen käytettävät raaka-aineet ovat saatavilla eripuolilla maailmaa. Vielä vuosisata sitten suurin osa ruoasta mitä ihmiset söivät eri puolella maailmaa määräytyi paikallisten ympäristötekijöiden ja vuodenkauden mukaan. Suurin osa ruoasta oli seasonkiruokaa, joka valmistettiin paikallisista raaka-aineista. Tämä johtui siitä, että globalisaatio ei vielä ollut niin suuri vaikuttaja kuin nyt. Nykyään kuitenkin suurin osa raaka-aineista on saatavilla läpi vuoden eri puolilta maailmaa. Tämä on mullistanut ruokakulttuuria ympäri maailma ja mahdollistanut kulkuyhteydet, joiden avulla on pystytty tuomaan raaka-aineita eri puolilta maailma kysynnän ja tarpeen mukaan. Luoden samalla taloudellisesti kannattavaa kaupankäyntiä. (Ashley, Hollows, Jones & Taylor 2004, 93.)

3.2 Monikulttuurisuus ravintola-alalla

Globaalisatio on vaikuttanut ja vaikuttaa vieläkin useihin eri maanosiin luoden niiden väestöstä monikulttuurisempia. Vähemmän kuin kymmen prosenttia maailman valtioista ovat monokulttuurisia eli monikulttuurisen valtion vastakohtia, monokulttuuriset valtiot pyrkivät tai muuten vain omaavat vain yhden kulttuuriväestön maansa sisällä. Vaikka useiden valtioiden rajat ja rajavartiosto on tiukentunut, on ihmisten liikehdintä maailmalla yleisempää kuin kymmenen vuotta sitten. Näin luoden useimmista maailman kaupungeista monikulttuurisia. (Gannon 2008, 150-151.)

Monikulttuurisuus on nykyaikana suurena vaikuttajana ravintola-alalla, kuin myös monilla muilla työ-aloilla. Monikulttuurinen työympäristö tuo mukanaan paljon mahdollisuuksia, mutta myös joitain uhkia. Uhista yleisin on työyhteisön hyvinvointi, sillä monikulttuurinen ympäristö luo työpaikan sisäisestä kommunikoinnista haastavampaa. Henkilöt, jotka tulevat hyvin erilaisista kulttuuritaustoista voivat kokea itsensä tosi usein väärinymmärretyksi. Kulttuurierot luovat usein haasteita ja jotta näitä eroja pystyttäisiin ymmärtämään tulee työyhteisön tehdä töitä sen eteen. Näitä kulttuurierojen vaikutteita työyhteisössä kuvastaa opinnäytetyön kuvio viisi. (Kittler & Sucher 2000, 474-475.)



Kuvio 5. Jäävuorimalli multikulttuurisuuden vaikutteista kommunikaation (Butts 2012).

Jäävuorimalli on hyvä esimerkki siitä miten vähän ihmisestä voi nähdä ulkoa päin. Pinnan alla on paljon ihmisen identiteettiin vaikuttavia tärkeitä tekijöitä, jotka usein tulevat esille vasta myöhemmin ensi tapaamisen jälkeen. Väärinymmärryksiä yleensä lisää stereotyyppointija kulttuurien yleistäminen. Haasteena on oppia ymmärtämään kulttuurienvälistä viestintää ja käyttäytymistä. Samalla aikaa pysyen tietoisena persoonan henkilökohtaisista vihjeistä ja näin pyrkien henkilöiden väliseen ymmärrykseen mahdollisimman nopeasti. Näin välttyen mahdollisilta väärinkäsityksiltä. (Kittler & Sucher 2000, 476.)

Monikulttuurisuutta voidaan ajatella moniarvoisuutena. Nykyään yhteiskunnassa on ryhdytty miettimään myös monikulttuurisuuden positiivisia vaikutteita. Monikulttuurisuus nähdään nykyään enemmän resurssina kuin ongelmana. Useissa Työpaikoissa monikulttuurisuus nähdään erittäin hyödyllisenä ja antavana. Erillaisuudella on etunsa ja monikulttuurinen työympäristö tuo mukanaan paljon enemmän kuin monokulttuurinen työyhteisö. (Berghom, Giorgiani, Riala, Rintala, Salminen & Vartia 2007, 38.)

Monikulttuurisuus tuo mukanaan monimuotoisuuden etuja. Yrityksessä nämä edut voivat olla se kilpailutekijä, mikä nostaa organisaation muiden edelle. Näitä etuja on muun muassa: Yrityksen arvopohjan vahventuminen, yrityksen maine kulttuurikeisikeisenä, palvelun tason ja asiakastytyväisyyden kehitys, työntekijöiden motivaation ylläpitäminen, Innovatiivisuus ja luovuus työyhteisössä, asiakas- ja työntekijäsuhteiden ylläpidon edistäminen ja yrityksen monikielisyys. (Berghom ym. 2007, 39.)

Monikulttuurisuus tuo esille erilaisia näkökulmia, joiden avulla yritys voi luoda uusia ja luovia ratkaisumalleja erilaisiin työ- ja palvelutilanteisiin. Usein myös suurena arvona monikulttuurisissa työyhteisöissä nähdään monikielisyys, mikä helpottaa useissa eri työtilanteissa, jolloin yhteistä kieltä ei välttämättä löydy. Monikielisyyden avulla voidaan välttyä tällaisilta tilanteilta. (Berghom ym. 2007, 52.)

3.3 Fuusioruoka ravintolamaailman trendinä

Vaikka ”fuusioruoka” on yksi 2000 luvun uudempia trendejä, se on konseptina jo ollut olemassa useita vuosisatoja. Fuusioruoan valmistus koostuu olemassa olevien reseptiikkojen muokkauksesta useilla eri keinoin. Välillä vaihtaen reseptiikan mausteita, ainesosia tai ruoan valmistukseen käytettyjä metodeja, näin valmistuen innovatiivisesti uuden ruoka-annoksen. Fuusioruoka on siis kahden tai useamman eri kulttuurin yhdistämistä lautaselle, näin tuoden jotain eksoottista, uutta ja omalaatuista tarjolle. Hyvänä esimerkkinä varhaisesta fuusioruoasta toimii spaghetti, joka on seuraus Kiinan nuudeleiden altistumisesta Italian kulttuurin vaikutteille. (Evangelista 2013.)

Fuusioruoanlaitto voidaan jakaa kolmeen eri osaan: Seutukunnalliseen -, maakunnalliseen- ja mantereiden väliseen fuusioon. Seutukunnallinen fuusio tarkoittaa saman maan sisäisten kuntien, kaupunkien tai provinssien välistä fuusiota ottaen vaikutteita kahdesta tai useammasta pienkulttuurista. Maakunnallinen fuusio tarkoittaa ruokakulttuurien yhdistämistä lautaselle kahdesta tai useammasta eri maasta, mutta samalta mantereelta. Mantereiden välinen fuusio tarkoittaa taas ruokakulttuurien yhdistämistä lautaselle kahden hyvin erilaisen kulttuuriin kesken, jotka sijoittuvat jo eri mantereelle. Yleisin esimerkki mantereiden välisestä fuusiosta on Aasian- ja länsimaiden välinen fuusioruoka. (Evangelista 2013.)

Onnistunut ja laadukas fuusioruoka on eri kulttuurien raaka-aineiden, mausteiden ja ruoanlaitto metodien ammattitaitoista yhdistämistä. Fuusiokokin pitää pystyä yhdistämään useat eri maut eri puolilta maailmaa jotta ne sopisivat yhteen täydellisessä harmoniassa. Fuusioruoka on monikulttuurisen ympäristön seuraus. Sen sijaan, että pyritään pitämään kiinni ruokakulttuurien alkuperästä pyritään yhdistämään nämä kulttuurit luoden jotain todella yllättävää. Fuusioruoka on konseptina todella tunnettu monikulttuurisissa ympäristöissä, kun taas paikoissa missä on erittäin vahva paikalliskulttuuri fuusioruoka on jokseenkin tuntematon ja paheksuttu käsite. (Sloan 2003, 52.)

Fuusioruoan valmistaminen ja ravintolayrityksen toimintakonseptin luominen fuusioruoan ympärille tuo mukanaan kuitenkin myös riskejä. ”Fusion is not very far from confusion, this being dangers of over-fusioning” (Sloan 2003, 52). Jos raaka-aineiden, mausteiden ja ruoanvalmistus keinojen kanssa ei olla tarkkoja termi fuusioruoka voi muuttua nopeasti asiakkaiden näkökulmassa erittäin omituiseksi yhdistelmäksi useita kulttuureja.

Fuusioruoan sisäisien tekijöiden vahvuuksina voidaan nähdä useiden eri ruokakulttuurien parhaiden puolien kokonaisuus, joka on yllättävää, omaperäistä ja monipuolista. Useat eri maiden mausteet, raaka-aineet ja valmistuskeinot avaavat lukuisia eri mahdollisuuksia luoda jotain uutta ja innovatiivista. Ulkoisista tekijöistä innovatiivisuus voidaankin nähdä suurena mahdollisuutena. (Sloan 2003, 52.)

Muina mahdollisuuksina voidaan pitää alueellisen kilpailun mukana tuomaa jo olemassa olevaa asiakaskuntaa. Tämä voidaan kuitenkin kokea myös uhkana. Monikulttuurisuus on myös mahdollisuus, monikulttuurinen menu voi vetää puoleensa mahdollisia uusia asiakkaita, kuin myös henkilökuntaa. Monikulttuurisuus voi auttaa sisäisien tekijöiden heikkouksiin, kuten henkilökunnan taitojen ja tietämyksen kehittämiseen. Osaavan henkilökunnan löytäminen voi olla erittäin haastavaa, kun kyseessä on fuusioruoka tietämys. Muina heikkouksina toimii myös edellä mainittu fuusioruoan mahdollinen sekavaisuus ja uhkana voidaan nähdä mahdolliset kustannukset ja vaikeudet saada eksoottisia mausteita, raaka-aineita ja muita tuotteita, joita tarvitaan fuusioruoan valmistamiseen. (Sloan 2003, 52-53.)

3.4 Yrittäjyys

Ihmiset ryhtyvät yrittäjiksi useista eri syistä. Yrittäjäksi voi syntyä, syntyessään yrittäjäperheeseen jatkaen myöhemmin perheen yritystoimintaa. Yrittäjyyteen voi myös ajautua tai joutua ilman minkäänlaista henkilökohtaista motivaatiota yrittäjyyttä kohtaan. Elämän eri tilanteet ovat voineet johtaa ihmisen yrittäjäksi, koska muita vaihtoehtoja ei ollut. Esimerkiksi useat muusikot joutuvat yrittäjiksi sen ollessa ainoa järjeenkäyvä vaihtoehto. Opinnäytetyön kuvioista kuusi, esitetään kuinka työmuoto yrittäjänä ja työntekijänä eroavat toisistaan. (Lehti, Pyykkö & Rope 2007, 13.)

Tarkasteltava asia	Työmuoto	Työntekijä	Yrittäjä
Työn hankinta		Työnantaja hoitaa	Itse hoidettava
Työn sisältö		Työnantaja määrää	Yrittäjä määrittää itse
Työaika		Työaikalain mukaisesti	Omaehtoisesti määritelty
Lomat		Vuosilomalain mukaisesti annettut	Omaehtoisesti määritelty
Palkka		Työehtosopimuksen pohjalta sovittu	Taloudellisen tuloksen mahdollistamissa raameissa

Kuvio 6. Työntekijän ja yrittäjän töiden eroavaisuudet (Lehti ym. 2007, 21).

Opinnäytetyön kuvio kuusi kuvastaa työntekijän ja yrittäjän eroja työelämässä. Tarkasteltavien asioiden avulla nähdään myös, mistä yrittäjyys koostuu. Pääsääntöisesti voidaan sanoa, että yrittäjällä on enemmän mahdollisuuksia hallita omaa työtänsä kuin työntekijällä. Mutta pitää ottaa huomioon, että yrittäjyyden vapautta rajaa taloudellisen menestyksen tavoittelu kilpailu täyhteisessä yhteiskunnassa. Menestys tai jopa vain pärjääminen yrittäjänä, varsinkin pienyrittäjänä pakottaa yrittäjän usein tekemään erittäin rajattuja päätöksiä. (Lehti ym. 2007, 22.)

Yrittäjyys yksinkertaisuudessaan koostuu ideasta ja yrittäjän subjektiivisista tulkinnoista erillaisia valintoja kohtaan. Samalla arvioiden riskejä ja mahdollisuuksia mitä yrittäjyys tuo. Lähtökohtaisena tavoitteena on luoda jotain merkityksellistä ja kannattavaa. (Pyykkö 2011, 19.) Yrittäjänä on tärkeää erottua muiden joukosta ja jättää kanssaihmiin jonkinlainen muistijälki. Alkavan yrityksen alkumetrit ovat aina erittäin riskialttiita. Onnistumistodennäköisyyttä on helppoa nostattaa etukäteen valmistautumisella. Huolellinen

suunnittelu on kaikki kaikessa. Alkavan yrityksen haasteita helpottaa mahdollinen resurssipohja. Usein laajemmilla isoilla ketjuyrityksillä on olemassa jo todella iso resurssipohja, kun taas pienillä alkavilla yrityksillä resurssipohja saattaa olla erittäin vähäinen. (Niemi & Sekki 2016, 3.)

Useiden eri tutkimusten mukaan hyviä piirteitä yrittäjällä ovat: ulospäinsuuntautuneisuus, sosiaalisuus, empaattisuus, joustavuus ja verbaalinen lahjakkuus. Nämä ominaisuudet on todettu olevan yhteydessä yrityksen ja yrittäjän menestykseen. Yrittäjyyteen pitää olla myös omistautunut, jos yrittäjä kokee suuren motivaation yrittämiseen se helpottaa arjen vaikeutta ja puskee yrittäjää eteenpäin toimialallaan. (Niemi & Sekki 2016, 7.)

Muita todettuja menestykseen vaikuttavia tekijöitä ovat: Verkostoituminen, tutkintotausta, sijainti, huipputiimi, muista erottautuminen, ajoitus, laadun tarkkailu, riskienhallinta keinot ja arvojen ylläpitäminen. Näiden lukuisien tekijöiden joukkoon kuuluu vielä melkein loputon lista muitakin tekijöitä. Yrittäjyys ja liiketoimialat kehittyvät jatkuvasti asiakkaiden kysynnän kasvaessa ja tästä syystä myös menestykseen vaikuttavien tekijöiden määrä kasvaa. Kiteytettynä yrittäjyys on haastavaa mutta se voi olla myös erittäin antoisaa. (Niemi & Sekki 2016, 26.)

4 Tutkimuksen toteutusvaihe

Tämän laadullisen tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää tutkittavaa ilmiötä, eli sitä mikä tekee fuusioravintoloista menestyviä. Tutkimusmenetelmänä oli teemahaastattelu, joka toteutettiin kolmea eri fuusioravintolaa kohden. Teemahaastattelu oli muodostettu kolmen eri teeman ympärille. Nämä teemat ovat monikulttuurisuus, fuusioruoka ja yrittäjyys. Teemahaastattelujen jälkeen haastatteluaineistot litteroitiin, jonka jälkeen aineisto käsiteltiin ja analysoitiin.

4.1 Teemahaastattelu aineistonkeruumenetelmänä

Haastattelumenetelmiä on useita, haastattelumenetelmät eroavat toisistaan jäsentelyn ja haastateltavien määrän mukaan. Usein haastattelut jaetaan kuitenkin, haastattelutilanteesta riippuen kolmeen lajityyppiin: strukturoituun, puolistukturoituun ja avoimeen haastatteluun. Strukturiodussa haastattelussa haastattelupohja ja kysymykset ovat ennalta määrätty ja jokaiselta haastateltavalta kysytään samat kysymykset. Avoimessa haastattelussa vuorovaikutustilanne on tärkeä ja haastattelu on vapaamuotoinen keskustelu yhden tutkimuskysymyksen ympärillä. Puolistrukturoitu haastattelu on näiden kahden haastattelumuodon välimuoto, jossa haastattelulle on rakennettu jo raamit, mutta

haastateltava pystyy vastaamaan vapaamuotoisemmin kysymyksiin. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 73.)

Teemahaastattelu on puolistrukutoitu haastattelukeino joka on muodostettu etukäteen valittujen teemojen ympärille. Nämä etukäteen valitut teemat perustuvat suoritettavan tutkimuksen viitekehykseen eli tutkittavasta asiasta jo tiedettyihin tietoihin. Näiden tietojen ja niihin perustuvien tutkimuskysymyksien avulla pyritään saamaan merkittäviä vastauksia tutkimustavoitteen mukaisesti. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 74.)

Teemahaastattelun suosioon haastattelutyylinä vaikuttaa haastattelun tietynlainen vapaamuotoisuus, joka mahdollistaa haastatteluhetkessä mahdolliset tarkennukset ja syvennykset kysymyksiin, riippuen haastateltavien antamista vastauksista. Tämä helpottaa haastattelutilannetta ja takaa myös, että haastattelija saa laadukkaita vastauksia. Teemahaastattelu on keskustelun mukainen tilanne. Teemojen läpikäynti järjestys on vapaa ja tarkoituksena on keskittyä enemmän keskustelutilanteeseen, kuin muistiinpanoihin. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 75.)

Teemahaastattelu perustui ennalta valittujen teemojen ympärille ja yksityiskohtaisten kysymysten sijaan keskitytään tutkittavien henkilöiden vastauksiin ja vapaa muotoiseen keskusteluun. Vapaa muotoisen keskustelun avulla pyritään pääsemään syventyneemmin kiinni tutkittavan henkilön omiin mielipiteisiin ja ajatuksiin. Tämän takia teemahaastattelussa vuorovaikutus- ja viestinnän keinot ovat erittäin tärkeitä. Näin pystytään pitämään keskustelua yllä siihen asti, että saadaan laadukkaita tuloksia. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 48.)

Haastattelua varten on myös hyvä suunnitella hyvissä ajoin haastateltavan kanssa haastattelun paikka ja aika. Näin taaten mahdollisimman rauhallisen ja sopivan ympäristön haastattelulle. Tärkeintä on, että haastattelusta saadaan mahdollisimman paljon tutkimukselle merkittävää tietoa. Jotta riittäviin tuloksiin päästäisiin on perusteltua tutustuttaa tai perehdyttää haastateltava haastattelun teemoihin, kysymyksiin tai ainakin haastattelun aiheeseen etukäteen. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 72.)

Vaikka teemahaastattelu on enemmän vapaamuotoinen haastattelutyylili. On silti hyvä muistaa pysyä tutkimuksen viitekehyksen sisällä. Tutkimuksen viitekehyksen sisällä pysymistä varmentaa haastattelun teemat. Haastattelijan on hyvä myös muistaa haastattelun eettisyys ja oikeaoppisuus. (Sarajärvi & Tuomi 2009,76.)

Koska teemahaastattelussa keskitytään enemmän vapaamuotoiseen keskusteluun muistiinpanojen kirjoittamisen sijasta. Keskustelun nauhoittamisella saadaan tärkeät tiedot talteen haastattelusta. Ennen nauhoittamisen aloittamista on tärkeää tarkistaa, että nauhoitin on keskeisellä paikalla ja molempien äänet kuuluvat hyvin. Haastattelun jälkeen nauhoitus litteroidaan eli kirjoitetaan puhtaaksi nauhalta tekstiksi. Litteroidessa täytyy kirjoittaa

keskustelu sanasta sanaan puhtaaksi, jotta haastattelun tulokset eivät muokkaannu. Näin taataan, että saadaan irti kaikki oleellinen haastattelusta. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 92-93.)

4.2 Teemahaastattelun toteutus

Teemahaastattelut suunniteltiin kolmelle eri fuusioravintolalle. Tavoitteena oli saada selville fuusioravintoloiden menestystekijöitä. Haastattelut oli rakennettu kolmen eri teemaan ympärille, jotka pohjautuivat opinnäytetyön teoreettiseen viitekehykseen. Ensimmäinen teema käsitteli yrittäjyyttä, toinen teema monikulttuurisuutta ja kolmas teema käsitteli fuusioruokaa yrityskonseptina. Haastattelupohjat ovat opinnäytetyössä liitteinä yksi ja kaksi. Liite yksi on teemahaastattelupohja suomen kielellä ja liite kaksi on teemahaastattelupohja englannin kielellä. Teemahaastattelut luotiin molemmilla kielillä, koska haastateltavat puhuivat kaikki englantia äidinkielenään. Haastattelukysymykset testattiin tekemällä koe haastattelu. Jonka jälkeen kysymyksiä muokattiin koehaastattelusta tulleiden tulosten mukaan.

4.3 Haastattelujen toteutus ja sisällönanalyysi

Haastateltavina ravintoloina oli Ravintolat A, B ja C. Ravintolat valittiin tutkimusaiheen ja tutkimuksen tavoitteen yhteensopivuuden mukaan. Ravintolat sopivat tutkittavaan aiheeseen, sillä heistä jokaista yhdistää fuusioruoka, monikulttuurisuus ja menestyminen ravintolayrittäjinä. Tavoitteena oli saada selville mikä tekee näistä ravintoloista menestyneitä ja mikä takaa heidän menestyksensä.

Haastattelut toteutettiin jokaisen eri ravintolan omassa työympäristössä ja haastateltavina toimivat ravintolan omistajat. Omistajiin oli otettu yhteyttä ja haastatteluista oli sovittu hyvissä ajoin etukäteen. Haastattelujen teemat käytiin läpi ja haastattelun tavoitteesta ja tarkoituksesta keskusteltiin jokaisen haastateltavan kanssa. Haastattelijana oli opinnäytetyön laatija ja kaikki haastattelut toteutettiin vuoden 2019 Syyskuun viimeisellä viikolla. Haastatteluista jokainen oli noin neljänkymmenen minuutin pituinen. Jokainen haastattelu nauhoitettiin ja litteroitiin.

Haastattelujen toteutus vaiheiden jälkeen haastattelujen sisällöt analysoitiin. Sisällön analyysin tarkoituksena on analysoida erilaisia dokumentteja systemaattisesti ja tutkimustavoitteen mukaisesti. Sisällönanalysoimisella pyritään tiivistämään tutkittavan ilmiön tulokset helpommin ymmärrettävään yleisempään muotoon. Tämä helpottaa saatujen tulosten kokoamisessa ja mahdollistaa tulosten syvemmän analysoinnin. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 103.)

Sisällönanalyysi pohjautuu loogiseen päättelyyn ja aineistoin tulkintaan. Tutkittava aineisto puretaan useisiin eri osiin, jonka jälkeen aineisto käsitteellistetään ja lopuksi kootaan aiempaa loogisempaan kokonaisuuteen. Tarkemmin jaettuna tämä kolmevaiheinen prosessi koostuu

aineiston pelkistämisestä, jonka jälkeen aineisto ryhmitellään ja lopuksi vasta käsitteellistetään ja kootaan yhteen. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 108.)

Nämä kolme prosessia voidaan kuitenkin jakaa vielä vaiheittain useaan eri vaiheeseen. Aluksi Teemahaastattelut kuunnellaan läpi ja litteroidaan. Tämän jälkeen haastattelun sisältöön perehdytään ja etsitään pelkistettyjä ilmauksia, samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia. Saaduista tuloksista ryhmitellään keskenään alaluokkia ja tarvittaessa vielä yläluokkia, joiden pohjalta käsitteellistetään tulokset yhteen kokonaisuuteen. (Sarajärvi. & Tuomi 2009, 109-110.)

Usein tutkittavat eri aineistot ovat alussa hyvin hajanaisia ja sisältävät paljon turhaa tietoa. Sisällönanalyysin jälkeen tämä turha tieto on saatu karsittua pois ja vain tärkeät osat jäävät jäljelle. Pääsääntöisesti sisällönanalyysin keinot pysyvät samoina, mutta sisällönanalysointi menetelmillä on pieniä eroja. Sisällönanalyysi menetelmiä ovat aineistolähtöinen-, teorialähtöinen- ja teoriaohjaava sisällönanalyysi. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 111.) Näistä kolmesta eri menetelmästä tutkimustuloksia analysoitiin käyttäen teorialähtöistä analysointimenetelmää.

5 Tutkimustuloksien analysointi

Tässä luvussa tarkasteltiin haastateltujen ravintolayrityksien taustatietoja lyhyesti, jotta voitiin ymmärtää haastatteluista saatuja tuloksia syvemmin. Taustatietojen jälkeen jokainen haastattelu analysoitiin teemoittain.

Näin saatiin selville haastattelujen samankaltaisuudet. Näiden samankaltaisuuksien pohjalta pyrittiin ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä eli fuusioravintoloiden menestystekijöitä. Analysoitavia tuloksia havainnollistaa esimerkki analysointitaulukko teemasta yrittäjyys, joka löytyy opinnäytetyön liitteenä kolme.

Fuusioravintola konseptia analysoitiin myös käyttäen SWOT-Analyysia. Analysoinnin avulla pyrittiin käsitteellistämään tulokset yhteen kokonaisuuteen. Haastattelujen tulokset käytiin myös läpi sanallisesti.

5.1 Ravintolat A, B ja C

Ravintola A oli yksityisen omistuksen takana toimiva ravintolayritys. Ravintolan konsepti on rakennettu Aasian fuusioruoan ympärille. Ravintola A:ssa on monikulttuurinen työhenkilökunta. Työntekijöitä on yrityksessä tällä hetkellä 35 henkeä ja tähän henkilökuntaan kuuluu 15 eri kulttuuria eri puolilta maailmaa. Ravintola A:n henkilökunta puhuu yhteensä 30 eri kieltä. Monikulttuurisuus koetaan tärkeäksi osaksi tiimiä. Ravintola A:n ydin arvot on rakennettu kulttuuriperinteiden, tuoreiden ruoka-aineiden ja laadun ylläpitämisen ympärille.

Ravintolan keittiössä ja ruokasalissa pätee yksi ravintolan tärkeimmistä avaintekijöistä kaiken ympärillä. Joko asiat tehdään hyvin tai ei ollenkaan.

Ravintola B oli yksityisen omistuksen takana toimiva ravintolayritys. Ravintolan konsepti on rakennettu modernin Aasian ruoan ympärille. Vaikutteena ruoanlaitossa toimii Kantoninkiinan katuruoan fuusioiminen ainutlaatuisemmaksi kokemukseksi, käyttäen eri mausteita ja ainesosia. Ravintolan työympäristö on monikulttuurinen ja monitaitoinen. Työntekijöitä yrityksessä on tällä hetkellä 20 henkeä ja heistä yli puolet omaavat eri kulttuuritaustan ympäri maailmaa. Ravintola B pyrkii tuomaan heidän oman näkemyksensä Helsingin ravintolamaailmaan. Hyvä laatu, joka on helposti saatavilla kaikille. Oma kulttuuritausta on tärkeä ja se halutaan nostaa esille ruoanlaitossa ja esille panossa.

Ravintola C oli yksityisen omistuksen takana toimiva ravintolayritys. Ravintola C keskittyy Filippiiniläisen ruoan valmistukseen yhdistäen ruoanlaitossa Idän ja länsi-Philippiinien ruokakulttuurien parhaat osat. Filippiiniläistä katuruokaa omilla käännteillä, näin tuoden Helsingin ravintola ympäristöön sopivamman version Filippiiniläisestä ruokakulttuurista. Työntekijöitä ravintolayrityksessä on tällä hetkellä 20 henkeä ja heistä suurin osa tulee eri puolilta maailmaa. Ravintola C keskittyy tuomaan Helsinkiin heidän oman näkemyksensä Filippiiniläisestä ruokakulttuurista. Ravintola keskittyy hyvään hinta-laatusuhteeseen ja rentoon kutsuvaan ilmapiiriin. Heille tärkeää on menun tason ylläpitäminen ja hyvän asiakaskokemuksen takaaminen.

5.2 Tulokset

Haastattelutuloksista selvisi, että jokaisen haastatellun ravintolayrityksen toiminnan menestyksen takana on paljon enemmän samankaltaisuuksia, kuin eroavaisuuksia. Jokainen ravintolayrittäjä koki yrittäjän luonteenpiirteet tärkeänä tekijänä. Luonteenpiirteet täytyvät olla oikeat, jotta voi menestyä. Positiivisina luonteenpiirteinä nähtiin aktiivisuus, motivoituneisuus, monitaitoisuus ja intohimo yrittäjyyttä kohden. Tärkeänä tekijänä nousi myös esille yrittäjän turvaverkko. Toiminnan takana toimiva rahoitus, resurssit ja yhteistyökumppanit vähentävät riskien määrää.

Kaiken yritystoiminnan takana täytyy olla vahva yrityskonsepti. Jokaisesta haastattelusta selvisi, että konseptin täytyy olla järkeenkäyvä ja sopiva markkina-alueelle. Tarve markkina-alueella täytyy ymmärtää, jotta voi luoda toimivan konseptin kyseiselle alueelle. Markkina-alueen asiakaskunnan kysynnän ymmärtäminen on tärkeää ja asiakasymmärrys nousi esille haastattelujen aikana useasti. Toimivaan yrityskonseptiin vaikuttaa ravintolayrityksen sijainti, toimintaympäristöön sopiminen ja lähellä toimivat muut ravintolayritykset vaikuttavat sijainnin laatuun. Menestyvät naapurit voivat tuoda mukanaan lisää asiakaskuntaa toimintaympäristöön ja tämä lisää näkyvyyttä alueen muille ravintoloille.

Jokainen haastateltu ravintolayrittäjä nosti esille laadun tärkeyden. Laatu ravintolan toiminnassa on erittäin tärkeää ja hyvä laatu pitää ylläpitää. Asiakkaat huomaavat heti, jos laadusta on päästetty irti. Hyvä laatu ja hyvä hinta-laatu suhde puhuu paljon puolestaan ja tuo mukanaan asiakkaita. Haastatteluista selvisi, että uudet ja vasta-aloittaneet ravintolat keskittyvät enemmän tuotekeskeisyyteen ja oman brändin luomiseen markkina-alueella, kun taas vanhemmat ja kauemmin alalla toimineet ravintolat voivat alkaa keskittyä muihin yritysarvoihin enemmän, sillä heidän brändi on jo tunnettu markkina-alueella.

Osaava ja monitaitoinen henkilökunta johtaa laadukkaaseen ravintolatoimintaan. Jokainen haastateltu ravintolayrittäjä koki, että heidän monikulttuurinen toimintaympäristö tuo mukanaan enemmän monitaitoisuutta. Monipuolinen henkilökunta tuo myös mukanaan enemmän näkökulmia, joka auttaa ongelmanratkaisu- ja kehitystilanteissa. Monikulttuurisuus koetaan myös positiivisena tekijänä yrityskuvalla työmarkkina-alueella.

Laatu kaiken toiminnan keskellä johtaa asiakastyytyväisyyteen. Asiakastarpeiden mukailu oikeissa määrin menettämättä yrityksen ydinarvoja tai ydinkuvaa on tärkeää. Positiiviset asiakaskokemukset ja elinaikaiset asiakassuhteet ovat erittäin merkittäviä. Parhaana markkinointikeinona nousi esille kuulopuhe. Jokaisessa haastattelussa nousi esille, että tyytyväiset asiakkaat suosittelevat ravintolaa ystävilleen ja ystävät myös heidän tuttavilleen. Positiivinen kuulopuhe tapahtuu vain jos laadusta ollaan tarkkoja ja samat asiakaskokemukset pystytään toteuttamaan kaikille. Haastatteluista selvisi, että markkinointi nähdään myös tärkeämpänä tekijänä uusille vasta-aloitaneille ravintoloille, joiden on tärkeää saada oma nimi tunnetuksi markkina-alueella.

Laajat taidot ja tiedot ravintolan toiminnassa johtaa johdonmukaiseen yrityskuvaan. Ravintolan toiminnassa on tärkeää muistaa oman ravintolan yrityskuva ja ydinarvot. Varmuus päätöksissä ja selkeä toiminta on nähtävissä asiakkaille. Vastuullinen yritystoiminta nousi myös esille jokaisessa haastattelussa. Henkilökunnan hyvinvoinnista ja tyytyväisyydestä huolen pitäminen on tärkeää. Tyytyväinen henkilökunta on omistautunut edistämään ravintolan toimintaa.

Kaiken ravintolayritystoiminnan tarkkaan suunnitteleminen ja henkilökunnan selkeä ohjeistaminen vähentää riskien määrää. Ravintola-alan muutoksista on tärkeää olla tietoinen ja muutoksia pitää seurata. Trendit ravintola-alalla on hyvä tiedostaa ja omaa toimintaa voi muotoilla trendien ja ravintola-alan muutoksien mukaan, mutta suhteutettuna omiin ydinarvoihin ja yrityskuvaan. Jo uskollinen asiakaskunta on hyvä pitää mielessä tehdessä mahdollisia muutoksia.

Persoonallinen, vahva, luova ja ainutlaatuinen yrityskonsepti nähdään kilpailuetuna ravintola-alalla. Haastateltavat ravintolayrittäjät totesivat fuusioruoan tukevan näitä arvoja ravintolatoiminnassa. Jokainen haastateltava koki ravintola-alan kulkevan tulevaisuudessa

enemmän sosiaalista ja rentoa ravintolamaailmaa kohden. Sillä tämä tukee omaperäisyyttä ravintolantoiminnassa enemmän kuin fine-dining.

5.3 SWOT-Analyysi

Fuusioravintoloiden menestystekijöiden ja tutkimustuloksien kuvastamista helpottaa strategiatyökaluna SWOT-analyysi. Termi SWOT tulee englanninkielen sanoista Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats. SWOT-analyysin tarkoituksena on siis analysoida tutkittavan kohteen sisäisten tekijöiden vahvuuksia ja heikkouksia, kuin myös kohteen ulkoisia tekijöitä eli mahdollisuuksia ja uhkia. Analysoinnin tavoitteena on saada selkeä kokonaiskuva lopullisista tuloksista ja samalla edesauttaa mahdollisia yrityksen strategisia jatkotoimenpiteitä. (Vuorinen 2013, 88.)

Vahvuudet: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Omaperäisyys ✓ Luovuus ✓ Erilaisuus ✓ Vaihtoehtojen monipuolisuus ✓ Ruokakulttuurien parhaat osat ✓ Markkina-alueelle sopiminen 	Heikkoudet: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trendien liiallinen seuraaminen ✓ Ravintolakonseptin epäselvyys
Mahdollisuudet: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alueellinen kilpailu ✓ Monikulttuurisuus ✓ Monitaitoisuus ✓ Yhteistyökumppanit ✓ Innovatiivisuus ✓ Monipuolinen tarjonta 	Uhat: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alueellinen kilpailu

Kuvio 7: Fuusioravintolakonsepti SWOT-analyysi

Kuvio seitsemän kuvastaa fuusioruokaa tarjoavien ravintoloiden vahvuuksia ja heikkouksi, kuin myös menestykseen vaikuttavia mahdollisuuksia ja uhkia. Tutkimuksesta selvisi, että fuusioruoka tuki omaperäisyyttä ja omaperäisyyden mukana tuleva erilaisuus nähdään markkina-alueella positiivisena tekijänä. Erilaisuus kiehtoi asiakkaita ja tuo mukanaan näkyvyyttä. Fuusioruoan mukana tuli enemmän vaihtoehtoja ja nämä vaihtoehdot tukevat luovuutta, mikä koettiin myös erittäin tärkeäksi tekijäksi ravintola-alalla. Fuusioruoka konseptina mahdollistaa myös ruokakulttuurien parhaiden osien tuomisen ravintolatoimintaan. Tutkimuksesta selvisi, että fuusioruoka konseptina edesauttaa myös markkina-alueelle

sopimisessa. Fuusioruoanlaiton avulla ravintolan tarjontaa voi muovata markkina-alueelle sopivammaksi ja asiakkaille helpommin lähestyttäväksi.

Fuusioruoan mukana tuli myös paljon mahdollisuuksia. Suurin ja korostetuin mahdollisuus oli luoda täysin uusi tarjonta markkina-alueelle, sillä fuusioruoka voi tuoda mukanaan täysin erilaisen näkökulman ruoanlaittoon. Mielenkiintoisen, omaperäisen ja luovan tuotteen ympärille pystyy rakentamaan erittäin toimivan ravintolakonseptin. Fuusioruoan mukaan suunniteltu menu voi tarjota myös paljon kattavimmat vaihtoehdot asiakasryhmille.

Muina mahdollisuuksina tutkimuksessa selvisi alueellinen kilpailu. Alueellinen kilpailu tuo alueelle enemmän asiakkaita ja tämä lisää alueen ravintoloiden näkyvyyttä. Alueellinen kilpailu voi kuitenkin myös viedä asiakkaita muualle vaihtoehtojen laajentuessa, tästä syystä alueellinen kilpailu voidaan kokea myös uhkana. Monikulttuurinen henkilökunta tukee monitaitoisuutta, erilaisuutta ja tuo mukanaan paljon mahdollisuuksia. Useiden kulttuurien mukana tulevat näkökulmat helpottavat ongelmanratkaisutilanteissa. Ravintolan kehittämisessä monikulttuurinen henkilökunta tuo myös mukanaan paljon laajemmän näkemyksen asioihin.

Haastatteluista selvisi, että fuusioruoka ravintolakonseptina oli erittäin vahva ja mahdollisuuksia sen mukana tuli paljon. Mahdollisina heikkouksina selvisi trendien liiallinen seuraaminen ja sen mukana tuleva ravintolakonseptin epäselvyys. Jokainen ravintolayrittäjä painotti oman ravintolan ydinkuvan tärkeyttä ja tarkkaan suunnittelemista. Näin voidaan välttyä mahdollisilta heikkouksilta, jotka tulevat fuusioravintolatoiminnan mukana. Tutkimuksesta selvisi, että mahdolliset uhat ja heikkoudet tulevat oman yrittäjyyden mukana. Heikkouksia ja uhkia ei ole fuusioruoan mukana, jos ravintolayrittäjä tietää mitä tekee. Kaikessa pitää olla tarkka ja päätöksiä pitää miettiä ja suunnitella useaan kertaan. Sen mitä tekee pitää tehdä hyvin ja tämän jälkeen vielä paremmin. Mahdolliset yhteistyökumppanit voivat myös vähentää ravintolatoiminnan mukana tulevia uhkia ja heikkouksia.

6 Johtopäätökset

Opinnäytetyössä tehdyn kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää tutkittavaa ilmiötä. Tutkittava ilmiö pohjautuu kysymykseen: mikä tekee fuusioruokaa tarjoavista ravintoloista menestyviä? Tarkoituksena oli saada tutkimukseen tulokset, jotka edesauttavat tutkimuksen laatijaan omaa ravintolayrittäjyyttä ja uraa ravintola-alalla. Tutkimuksesta saadut tulokset pyrittiin avaamaan ja ymmärtämään käyttäen eri analysoinnin keinoja. Saaden esille yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia fuusioravintolayrityksien menestystekijöistä.

Tutkimuksessa selvisi, että fuusioravintolayrityksen menestyksen takana toimii useita eri tekijöitä ja menestyvien fuusioravintoloiden takana on paljon yhtäläisyyksiä ja vähemmän eroavaisuuksia. Yrittäjän omat luonteenpiirteet ja turvaverkosto vaikuttaa paljon siihen, kuinka vahva yrityskonsepti on. Markkina-alueelle sopiminen ja sijainnin suhde omaan ravintolakonseptiin on tärkeä osa menestystä. Kaiken toiminnan takana pitää olla tarkkana laadusta ja laadun ylläpidosta. Laatu puhuu paljon puolestaan ja tämä johtaa asiakastyytyväisyyteen, joka toimii yhtenä suurimpana markkinointikeinona ravintolalle.

Ravintolayrityksen ydinarvojen selkeys ja johdonmukainen toiminta on osa vahvaa yrityskonseptia. Vastuullinen toiminta johtaa laadukkaisiin tuloksiin ja hyvään yrityskuvaan. Persoonallisuus ravintolan yrityskuvassa on tärkeä osa menestystä. Erottuminen muiden joukosta herättää mielenkiintoa asiakkaisissa ja tuo näkyvyyttä ravintolalle. Monitaitoinen ja monipuolinen henkilökunta on suuri tekijä ravintolayrityksen toiminnana takana. Mitä enemmän näkökulmia ravintolan toiminnassa on mukana sitä laadukkaampia ja tarkkaan suunniteltuja oikeita päätöksiä tehdään.

Persoonallisuutta, luovuutta, näkyvyyttä ja vahvaa luovaa yrityskonseptia tukee fuusioruoka konseptina. Fuusioruokan mukana tulevat positiiviset tekijät ja mahdollisuudet tukevat menestyvää ravintolatoimintaa. Negatiivisia tekijöitä ei ole jos kaiken toiminnan takana on tarkka suunnitteleminen, tietämys ja monipuolinen henkilökunta. Monikulttuurinen työympäristö ja henkilökunta selvisi tutkimuksessa erittäin suureksi menestystekijäksi, sillä monikulttuurisuuden mukana koettiin tulevan paljon monitaitoisuutta. Laajat tiedot, taidot ja useat eri näkökulmat mitkä tulevat eri kulttuureista auttavat fuusioravintolayrityksen toimintaa oikeaan suuntaan.

Kulttuuririkas toimintaympäristö luo myös ravintolan palvelusta monipuolisemman kiehtovamman ja näkyvämmän. Samalla se tukee fuusioravintolan yrityskuvaa työmarkkinalueella, kuin myös fuusioruokaa konseptina. Ravintola, joka tuo lautaselle parhaat maun eri kulttuureista ja palveluun persoonallisen kosketuksen monikulttuurisen henkilökunnan myötä luo kokonaisuutena erittäin toimivan ravintolakonseptin. Ainoina eroavaisuuksina tutkimuksessa selvisi, että uuden ja vasta-aloittaneen ravintolayrityksen toiminta poikkeaa vanhemman ja kypsemmän ravintolayrityksen toiminnasta. Usein uudemmat ravintolat

keskittyvät alussa enemmän tuotokeskeisyyteen ja näkyvyyden lisäämiseen markkina-alueella. Kun taas hieman kypsemmät ja kokeneemmat jo markkina-alueella nimen luoneet ravintolat usein voivat alkaa keskittyä laajemmin yritystoiminnan ydinarvoihin, yhteiskuntavastuullisuuteen ja yritys vastuullisuuteen. Tutkimuksen tavoitteeseen päästiin ja tutkimustulokset edistivät tutkimuksen laatijan omaa tietämystä ravintolayrittäjyydestä ja uraa ravintola-alalla kohti omaa ravintolayritystoimintaa.

Lähteet

Painetut

Ashley, B. Hollows, J. Jones, S. & Taylor, B. 2004. Food and Cultural Studies. Routledge.

Berghom, B. Giorgiani, T. Riala, R. Rintala, A. Salminen, S. & Vartia, M. 2007. Monikulttuurisuus työn arjessa. Työterveyslaitos.

Gannon, M. 2008. Paradoxes of Culture and Globalization. Sage.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2014. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus.

Jauhiainen, J. Paavola, J. Palm, J. & Tolvanen, S. 2014. Yhteinen maailma. Tellus.

Kittler, P. & Sucher, K. 2000. Cultural Foods, Traditions and Trends. Wadsworth.

Lehti, E. Pyykkö, M. & Rope, T. 2007. Mikä tekee yrittäjästä menestyvän: perusyrittäjästä superyrittäjäksi. Talentum.

Niemi, M. & Sekki, A. 2016. Menesty yrittäjänä. Talentum.

Pyykkö Manne. 2011. Minustako yrittäjä? Talentum.

Sarajärvi, A. & Tuomi, J. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi.

Sloan, D. 2003. Culinary Taste: Consumer Behavior in the International Restaurant Sector. Routledge.

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja - 20 työkalua. Talentum.

Sähköiset

Ammattinetti. 2019. Ammattialat. Matkailu- ja ravitsemisala. Viitattu 8.2.2019. Saatavilla www-muodossa: http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/23/10_ammattiala

Butts, T. 2012. The Diversity Iceberg. Viitattu 7.3.2019. Saatavilla www-muodossa: <https://chicostateblog.wordpress.com/2012/03/01/the-diversity-iceberg/>

Evangelista, Y. 2013. Fusion Cuisine. Viitattu 7.3.2019. Saatavilla www-muodossa: <https://www.slideshare.net/martianne21/fusion-cuisine>

MaRa. 2015a. Matkailu- ja ravintola-alan työllisyys heikkenee. Viitattu 7.2.2019. Saatavilla www-muodossa: <https://mara.fi/matkailu-ja-ravintola-alan-tyollisyys-heikken>

MaRa. 2015b. Taloudellinen vastuu. Viitattu 6.2.2019. Saatavilla www-muodossa: <https://mara.fi/taloudellinen-vastuu>

MaRa. 2015c. Ura matkailu - ja ravintola-alalla. Viitattu 6.2.2019. Saatavilla www-muodossa: <https://mara.fi/toimiala/ura-matkailu-ja-ravintola-alalla>

MaRa. 2018. Ravintoloiden määrän kehittyminen. Viitattu 9.2.2019. Saatavilla www-muodossa: <https://mara.fi/tilastoja-ja-tutkimuksia/yrittamista-koskevat-tilastot/ravintoloiden-maaran-kehittyminen>

Tilastokeskus. 2008. Toimialaluokitus. Viitattu 7.2.2019. Saatavilla www-muodossa: <https://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/56.html>

Tilastokeskus. 2012. Ulkomaalaistaustaiset ravintolat. Viitattu 9.2.2019. Saatavilla www-muodossa: http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-12-12_004.html?s=0

Kuviot

Kuvio 1. Illallisen keskiverto arvo (Mara 2015b).....	8
Kuvio 2. Ravintolayritysten määrä suomessa 2006-2017 (Mara 2018).	10
Kuvio 3. Ulkomaalaistaustaiset ravintolat Suomessa vuonna 2009 (Tilastokeskus Ulkomaalaistaustaiset ravintolat 2012).....	11
Kuvio 4. Aloittaneet ja lopettaneet ravintolayritykset Suomessa 2006-2016 (MaRa 2018).....	12
Kuvio 5. Jäävuorimalli multikulttuurisuuden vaikutteista kommunikation (Butts 2012).	15
Kuvio 6. Työntekijän ja yrittäjän töiden eroavaisuudet (Lehti ym. 2007, 21).	18
Kuvio 7: Fuusioravintolakonsepti SWOT-analyysi.....	25

Liitteet

Liite 1: Teemahaastattelupohja suomeksi	33
Liite 2: Teemahaastattelupohja englanniksi	35
Liite 3: Ravintoloiden A,B & C sisällönanalyysi yrittäjyydestä	37

Liite 1: Teemahaastattelupohja suomeksi

TEEMAHAASTATTELU

Aihe: Fuusioravintoloiden menestystekijät

Teemat: Yrittäjyys, monikulttuurisuus & fuusioruoka

YRITTÄJYYS

1. Yrittäjyyden positiiviset tekijät
2. Mikä yrittäjyydessä kiehtoo?
3. Mikä tekee teidän yritys-konseptista toimivan?
4. Mikä tekee yrittäjyydestä kannattavaa?
5. Mitkä ovat tärkeimpiä menestystekijöitä ravintolayrittäjyydessä? (persoonallisuus, sijainti, markkinointi, asiakasymmärrys)
6. Avainsanoja: Sijainti, asiakas-keskeisyys/ tyytyväisyys, trendien tärkeys, markkinoinnin tärkeys, laadun ylläpito, kilpailutekijät, työympäristö, alueellinen kilpailu, mahdolliset rajoitteet

MONIKULTTUURISUUS

1. Monikulttuurisen työympäristön positiiviset tekijät.
2. Työntekijöiden osaaminen, kouluttaminen, kommunikointi, kielitaidot, monipuolisuus.
3. monikulttuurinen henkilökunta kilpailu etuna
4. Miten kommunikointi toimii?
5. Miten kokee monikulttuurisuuden vaikutukset omassa yrityksessään?
6. Mitä Monikulttuurinen työilmapiiri ja työntekijät tuovat mukanaan?
7. Kuinka monesta eri maasta teillä on työntekijöitä? Kuinka monta eri kieltä puhutte?

FUUSIORUOKA

1. Fuusioruoka ravintolamaailman trendinä
2. Positiiviset puolet, mahdollisuudet ja mahdolliset uhat.
3. Tarjonnan eroavaisuus muihin verrattuna?
4. Monipuoliset valmistuskeinot, allergeenit, erityisruokavalioiden huomiointi
5. Miten teidän ravintola erottu muista fuusioravintoloista?
6. Onko fuusioruoka kilpailuetu?
7. Tuoko fuusioruoka mukanaan enemmän vaihtoehtoja?
8. Tukeeko fuusioruoanlaito enemmän ravintoloitsijan luovuutta?
9. Miten näet ravintolamaailman muuttuvan Helsingissä tulevaisuudessa?
10. Onko trendien seuraaminen ja muutoksen seuraaminen tärkeää?

Liite 2: Teemahaastattelupohja englanniksi

THEME INTERVIEW

Subject: Success factors of fusion restaurants

Themes: Entrepreneurship, multiculturalism & fusion food

ENTREPRENEURSHIP

1. Positive and negative factors in entrepreneurship
2. What intrigues you in entrepreneurship?
3. What makes your business concept successful?
4. What makes being entrepreneur worth it?
5. What makes a restaurant successful/ most important factors (personality, location, marketing, understanding customer's needs)
6. Keywords: location, customer satisfaction, trends, marketing, maintaining good quality, competitive factors, working environment, possible limitations, freedom of choice

MULTICULTURALISM

1. Positive and negative factors behind multicultural work environment
2. Employee knowledge, training, communication, language skills, versatility
3. How multicultural is your working environment? How many nations? Languages?
4. Multicultural staff as a competitive point
5. How do you see the effects of multiculturalism in your working environment?
6. What benefits does multicultural working environment have? What does multicultural staff bring with them?
7. How does it affect communication?

FUSION FOOD

1. Fusion food as a world trend
2. Positive sides, opportunities and possible threats
3. How do you differ from other fusion restaurants?
4. Versatile prepping and cooking methods, allergies, taking notice of special diets
5. Is fusion food popular among restaurant culture in Helsinki?
6. Does it work as a competitive advantage?
7. Does fusion food bring more options with it?
8. Does fusion cooking support creativity more?
9. How do you see the restaurant field developing in Helsinki in the future?
10. Is following trends like fusion food important for restaurants success? Keeping up with the changes?

Liite 3: Ravintoloiden A,B & C sisällönanalyysi yrittäjyydestä

Kysymykset	Pelkistetyt ilmaukset	Alaluokat
Yrittäjyyden positiiviset tekijät	<p>A: Vapaus, oma päätöksenteko, mahdollisuus rakentaa jotain uutta, palkitsevuus</p> <p>B: Intohimo uuden tarpeen täyttäminen, aktiivisuus,päätöksen teko</p> <p>C: Oman yrityksen kasvaminen, vapaus ja ongelmanratkaisutilanteet</p>	<p>A:Vapaus & Innovatiivisuus</p> <p>B:Luonteenpiirteet, Innovatiivisuus & Vapaus</p> <p>C:Vapaus, luonteenpiirteet & menestys</p>
Mikä yrittäjydessä kiehtoo?	<p>A: Menestymismahdollisuudet, itsenäisyys toiminnassa, päätöksien teko ja uuden luominen</p> <p>B:Markkinatarpeen täyttäminen, intohimo, vapaus ja itsenäisyys</p> <p>C:Itsenäisyys, Menestymis mahdollisuus & oman rakentaminen</p>	<p>A: Menestyminen, Innovatiivisuus & Itsenäisyys</p> <p>B: Itsenäisyys & Innovatiivisuus</p> <p>C: Itsenäisyys, menestyminen & innovatiivisuus</p>
Mikä tekee teidän yrityskonseptista toimivan?	<p>A:Järkeenkäyvä konsepti, tekee sitä mikä toimii,hyvän laadun ylläpitäminen, Hyvä ja luotettava henkilökunta takaa laadun ylläpidon</p> <p>B: Vahva yrityskuva, vastuullinen toiminta johtaa menestykseen, Omaperäinen tarjonta, monitaitoisuus,persoonallisuus ja laadun ylläpitäminen</p> <p>C: Erilaisuus markkina-alueella & panostamme tuotteeseemme</p>	<p>A: Järkevä konsepti, laadun ylläpitäminen henkilökunnan monitaitoisuus</p> <p>B:Yrityskuva, yritysvastuu, omaperäisyys, laatu & monitaitoisuus</p> <p>C:Omaperäisyys & tuotekeskeisyys</p>

<p>Mikä tekee yrittäjyydestä kannattavaa?</p>	<p>A: Hyvän työpaikan tarjoaminen työntekijöille on palkitsevaa, vastuullinen toiminta, oikeat arvot johtaa menestykseen</p> <p>B: Oman idean menestyminen ja vastuullinen yritystoiminta, vapaus kaiken mukana</p> <p>C: Intohimo yrittäjyyttä kohtaan, teen sitä mitä haluan joka päivä</p>	<p>A: Yritysvastuullisuus & yritysarvot</p> <p>B: Menestyminen, yritysvastuu & vapaus</p> <p>C: Intohimo ja vapaus</p>
<p>Mitkä ovat tärkeimpiä menestystekijöitä ravintolayrittäjyydessä?</p>	<p>A: Sijainti, menestyvä ravintola pitää olla toisen menestyvän ravintolan vieressä, asiakastyytyväisyys & näkyvyys</p> <p>B: Sijainti, Markkinatarpeen löytäminen ja sen täyttäminen, laatu, omaperäisyys, Vahva ydinkuva ja tarkka suunnitteleminen</p> <p>C: Sijainti, yrityskuva, tuotekeskeisyys, laatu kaikessa ja oikeiden päätösten tekeminen</p>	<p>A: Sijainti, asiakastyytyväisyys & näkyvyys</p> <p>B: Sijainti, markkinatarve, laatu, yrityskuva & innovatiivisuus</p> <p>C: Sijainti, yrityskuva, tuotekeskeisyys, laadun valvonta, suunnitteleminen</p>