



# Hävikkiruokaravintolan liikeidea

Roosa Uljala

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Hävikkiruokaravintolan liikeidea

Roosa Uljala  
Matkailu- ja palveluliiketoiminta  
Opinnäytetyö  
Kesäkuu, 2020

Roosa Uljala

**Hävikkiruokaravintolan liikeidea**

Vuosi

2020

Sivumäärä 47

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella hävikkiruokaravintolan liikeidea. Liikeidean suunnitteluun lähdettiin yritysideasta. Työssä selvitettiin myös mahdollisten asiakkaiden kiinnostusta yritysideaa kohtaan. Opinnäytetyön pohjalta voidaan suunnitella liiketoimintasuunnitelma ja lopulta perustaa oma yritys.

Toimintaympäristön esittelyssä kerrottiin ravintola-alasta ja ravintolatyypeistä sekä ravintola-alan nykyhetkestä ja kehityksestä. Teoreettinen viitekehys muodostettiin yrittämisen ja sisäisen yrittäjyyden tarkastelusta, ravintolan liiketoimintasuunnitelmasta, strategiasta, liikeideasta, yrityksen kannattavuudesta, yritysmuodoista, kestävän kehityksen mallista, hävikin muodostumisesta ja vähentämisestä sekä jätteen käsittelystä ja kierrätyksestä ravintolassa. Yritysidean vahvistamista liikeideaksi tutkittiin Internetissä toteutetulla strukturoidulla kyselyllä.

Kyselyn tuloksien perusteella saatiin vahvistusta asiakkaiden kiinnostuksesta yritysideaan. Kyselyssä saatiin vastauksia ravintolan sijainnin, kestävän kehityksen mallin tuoman lisäarvon asiakkaalle, julkisten liikenneyhteyksien tärkeyden ja yritysidean kiinnostuksen suhteen. Liikeideaa voitaisiin suunnitella pidemmälle muutamilla tarkentavilla kysymyksillä, joilla saataisiin tarkempaa tietoa mahdollisista asiakkaista.

Yritysidea vahvistettiin liikeideaksi, joka on Espoon Leppävaarassa toimiva hävikkiruokaravintola. Raatikaisen liikeideamallilla kerrottiin vahvistunut liikeidea, jossa hyötynä asiakkaalle oli kestävän kehityksen mallin tuominen ruokailuun hävikkiraaka-aineilla. Mielikuvaksi yrityksestä kerrottiin hävikin vähentäminen ja edullinen ruoka, tuotteina olivat kasvis- ja vegaaniruokavaliot huomioiva hävikki- ja lähiraaka-aineista valmistettu ruoka ja juoma. Yrityksen asiakkaat kerrottiin olevan Leppävaaran ja koko muun Espoon asukkaat. Yrityksen toimintatapoina kerrottiin olevan kanta-asiakkaisiin keskittyminen ja lounaalla buffet sekä illallisella á la carte -tarjoilu.

Asiasanat: hävikkiruokaravintola, kestävä kehitys, liikeidea, ravintola-ala

Roosa Uljala

**Business Idea for a Food Loss Restaurant**

Year 2020

Pages

47

---

The objective of this functional thesis was to plan a business idea for a restaurant that makes food out of food loss. The planning started with the first idea of the business idea. The thesis clarifies the customers' interests in the first idea of the business idea. On the basis of the thesis, the business plan can be planned and eventually an own business can be started.

The operational section of the thesis reviews restaurant business, types of restaurants and the current stage and the development of the restaurant business. The theoretical framework examines entrepreneurship and intrapreneurship, business plan, strategical solutions, business idea, profitability of the company and also different company forms. An internet-based structured survey was drawn up to strengthen the initial draft of the business idea.

The results from the survey strengthened the view on customers' interest towards the business idea. The survey gave answers concerning the location, the importance of sustainable development and the potential of the business idea. The business idea could be planned even further with some questions about potential customers.

A business idea was developed for a food loss restaurant located in Espoo, Leppävaara, in this thesis. Raatikainen's business model strengthened the business idea, where the benefit to the customer is the sustainable development model and dining with food loss ingredients. The image of the company was given to be reducing the loss of food. It also depicts affordable food and the products also take into consideration were vegetarian and vegan diets. The food and beverages are made from local and loss food ingredients. The company's customers were told to be living in the Leppävaara region and in elsewhere in Espoo. The company's policies are given to focus on regular customers and serving buffet at lunch time and á la carte in the evening.

Keywords: business idea, food loss restaurant, restaurant business, sustainable development

## Sisällys

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | Johdanto .....   | 6  |
| 2     | Ravintola-ala .....  | 7  |
| 2.1   | Ravintola-ala ja ravintola-alan ravintolatyytit .....                            | 7  |
| 2.2   | Ravintola-alan nykyhetki .....   | 8  |
| 2.3   | Ravintola-alan kehitys .....   | 10 |
| 3     | Matka ravintolan liikeideaksi .....  | 11 |
| 3.1   | Yrittäminen ja sisäinen yrittäjäyys .....  | 11 |
| 3.2   | Liiketoimintasuunnitelma, strategia, liikeidea, kannattavuus ja yritysmuodot ... | 12 |
| 3.2.1 | Liiketoimintasuunnitelma ravintolassa .....                                      | 12 |
| 3.2.2 | Strategiset ratkaisut ravintolassa .....   | 14 |
| 3.2.3 | Liikeidea ravintolassa.....  | 15 |
| 3.2.4 | Ravintolan kannattavuus .....  | 18 |
| 3.2.5 | Ravintolan yritysmuoto.....  | 19 |
| 3.3   | Kestävä kehitys ja vastuullisuus ravintolassa .....                              | 20 |
| 3.3.1 | Kestävän kehityksen malli .....  | 20 |
| 3.3.2 | Kestävän kehityksen ja vastuullisuuden keinoja ravintolassa .....                | 21 |
| 3.3.3 | Hävikin muodostuminen ja vähentäminen ravintolassa .....                         | 22 |
| 3.3.4 | Jätteen vähentäminen ja kierrätys ravintolassa .....                             | 24 |
| 4     | Yritysideasta liikeideaksi .....   | 25 |
| 4.1   | Yritysidean suunnittelu .....  | 25 |
| 4.2   | Tutkimuksen eteneminen.....  | 26 |
| 4.2.1 | Tutkimusmenetelmänä kysely .....   | 26 |
| 4.2.2 | Tutkimussuunnitelma ja kyselytutkimuksen toteuttaminen .....                     | 29 |
| 4.2.3 | Kyselytutkimuksen tulokset.....  | 32 |
| 4.2.4 | Valmis liikeidea.....  | 36 |
| 5     | Johtopäätökset.....  | 38 |
|       | Lähteet .....  | 39 |
|       | Kuviot.....  | 43 |
|       | Liitteet .....   | 44 |

## 1 Johdanto

Tämä opinnäytetyön taustalla oli opinnäytetyön tekijän oma halu ravintolan perustamiseen. Opinnäytetyön aiheeksi valikoitiin liikeidea, sillä se oli ensimmäinen vaihe yrityksen perustamisessa. Opinnäytetyön pohjalta voidaan suunnitella liiketoimintasuunnitelma ja lopulta perustaa oma yritys. Yritysidea oli hävikkiruokaravintola, joka hyödyntää pääasiassa hävikkiruokaa raaka-aineenaan.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella oman yrityksen liikeidea. Yritysideasta lähdettiin suunnittelemaan liikeidea. Työn tuotoksena oli liikeidea, joka sisältää sen, kenelle, mitä ja miten yritystoimintaa tehdään. Työn hyötynä oli yritysidean mahdollisten asiakkaiden kiinnostuksen selvittäminen. Työn tuloksena oli hakea yritysidealle vahvistusta ja selvittää asiakkaiden kiinnostusta yritysideaa kohtaan.

Opinnäytetyön kirjoittamiseen ryhdyttiin lukemalla toimintaympäristöön liittyvään kirjallisuutta ja sähköisiä materiaaleja, kuten majoitus- ja ravitsemusalan MaRa:n kirjoituksia. Tietoperustassa syvennyttiin liikeidean kokoamiseen vaativiin aiheisiin kirjallisuuden kautta. Opinnäytetyön tekijälle oli tärkeää tuoda opinnäytetyön sisältöön mukaan vastuullisuuden ja kestävän kehityksen näkökulma.

Opinnäytetyö eteni toiminnallisen opinnäytetyön mallin perusteella. Tutkimusmenetelmänä asiakkaiden kiinnostukseen ja yritysidean vahvistamiseen käytettiin strukturoitua kyselyä. Kyselyn tuloksien perusteella saatiin vahvistusta asiakkaiden kiinnostuksesta yritysideaan. Kyselyssä saatiin vastauksia ravintolan sijainnin, kestävän kehityksen mallin tuoman lisäarvon, julkisten liikenneyhteyksien tärkeyden ja yritysidean kiinnostuksen suhteen. Yritysidea vahvistettiin liikeideaksi, joka on Espoon Leppävaarassa toimiva hävikkiruokaravintola.

Opinnäytetyön toimintaympäristön esittelyssä kerrotaan ravintola-alasta, ravintolatyypeistä ja ravintola-alan nykyhetkestä sekä kehityksestä. Opinnäytetyön tietoperustassa kerrotaan matkasta ravintolan liikeideaksi eli yrittäjyydestä, sisäisestä yrittäjyydestä, liiketoimintasuunnitelmasta, strategiasta, liikeideasta, kannattavuudesta ja yritysmuodoista. Tietoperustassa kerrotaan myös kestävän kehityksen mallista, vastuullisuudesta, hävikin muodostumisesta ja vähentämisestä ravintolassa sekä jätteen vähentämisestä ja kierrätyksestä. Toiminnallisessa osassa kerrotaan yritysidea, kyselystä tutkimusmenetelmänä, tutkimussuunnitelma, toteutettiin kysely, käytiin läpi kyselyn tulokset ja kerrottiin valmis liikeidea. Johtopäätökset kokoavat yhteen tutkimustulokset.

## 2 Ravintola-ala

Tämä luku kertoo opinnäytetyön toimintaympäristön esittelyn. Toimintaympäristön esittely kertoo ravintola-alasta ja ravintolatyypeistä. Toimintaympäristön esittely kertoo myös ravintola-alan nykypäivästä ja kehityksestä.

### 2.1 Ravintola-ala ja ravintola-alan ravintolatyypit

Ravintola-ala kuuluu matkailu- ja ravintola-alan MaRa:n mukaan merkittäviin kasvualoihin Suomessa (2019). Ravintola-ala sisältyy palvelualoihin. Ravintola-alalle ja muillekin palvelualoille ominaista on matala aloituskyynnys, sillä vaatimukset koulutuksen ja pätevytyksen suhteen eivät ole korkeat. Pääoman tarve ei ole kovinkaan suuri perustettaessa ravintola-alan yritystä. Alalla on kova kilpailu ja tarjontaa on paljon. Ammattitaitoinen henkilöstö auttaa yritystä menestymään. Ravintola-ala on hyvin heterogeeninen - alalla toimii monenlaisia yrityksiä, toimintatavoiltaan ja liikeidealtaan. Ravintola-ala perustuu palvelulle, joten se on hyvin työvoimavaltainen. Alalla on matalat voittomarginaalit. Ravintola-alalla työvoimavaltaisuus nostaa päätään, palvelualalla yritykset nojaavat työvoimaansa ja näin ollen työvoima on suuri osa yritysten kuluista. (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 20-21.)

Ravintola-ala luo vapaa-ajan palveluja kotimaisille ja ulkomaisille asiakkaille. Ravintola-ala, kuten myös tähän sidoksissa olevat hotelli- ja cateringala, ovat hyvin voimakkaasti yhteyksissä taloudelliseen tilanteeseen ja vapaa-aikaan. Palvelun merkitys lisääntyy tulevaisuudessa, sillä tekniikka ei voi korvata ihmiskontaktia. Yrityksissä pyritäänkin luomaan uusia keinoja luoda ja ylläpitää asiakassuhteita. Matkailu- ja ravintola-alan kysyntä nousee suhteessa talouden kehityksen kanssa. Alan kehityksen kannattavuuteen vaikuttavat suhdannevaihtelut ja ulkoiset muutokset, kuten ympäristöasiat ja turvallisuus. Kotimaisen matkailun valtteja ovat puhtaus, turvallisuus ja terveellinen ruoka. (Hemmi, Häkkinen & Lähdenkauppi 2008, 9-12.)

Ravintola-alan keskeisiä arvoja ovat asiakaslähtöisyys ja toiminnan kannattavuus sekä tuloksellisuus. Arvoihin kuuluvat myös kansainvälisyys, ympäristön viihtyisyys, tehokkuus ja ympäristöystävällisyys. Menestyvän yritystoiminnan perustana ovat terve liikeidea, rehellisyys, avoimuus, tasa-arvo, suvaitsevaisuus, luotettavuus ja sopimusten sekä säännösten noudattaminen. (Koppinen 2002, 16.)

Ravintolat houkuttavat asiakkaita mukavuudellaan. Osa ihmisistä on mukavuudenhaluisia ja haluavat nauttia elämäksestä sekä saada vaihtelua ja säästää aikaa ruoan laitosta. Ravintoloissa voidaan myös hakea seuraa tai hoitaa edustusta ja liikeasioita ruokailun lomassa. Ruokailijat voivat myös olla juhlimassa esimerkiksi syntymäpäiviään, äitienpäivää tai muita vuosijuhlia. Nämä juhlapäivät ovat merkittäviä päiviä myös ravintoloille. (Hemmi ym. 2008, 39.)

Toimialaluokituksen mukaan ravitsemistoimintaan kuuluvat välittömästi nautittavien aterioiden ja juomien tarjoilu. Tarjoilu tapahtuu ravintoloissa, itsepalvelu- ja noutoravintoloissa. Ravintoloissa on yleensä asiakaspaikkoja. Toimialaluokitukseen ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta sisällyttää ravitsemispalvelut, jotka tarjoilevat asiakkaille pöytiin ruokaa tai ruoan saa itsepalveluna tarjolla olevista annoksista. (Tilastokeskus 2008.) Ruokaravintolassa asioivalla on yleensä tarve ruokailla ja ruokaravintolassa on tärkeää ottaa huomioon asiakkaan tarpeet. Asiakkaan tarpeet voivat erota toisistaan eri asiakasryhmien mukaan ja jokaiselle asiakkaalle pitäisi osaa suositella oikeaa vaihtoehtoa oikeaan tilanteeseen. (Hemmi ym. 2008, 134-135.)

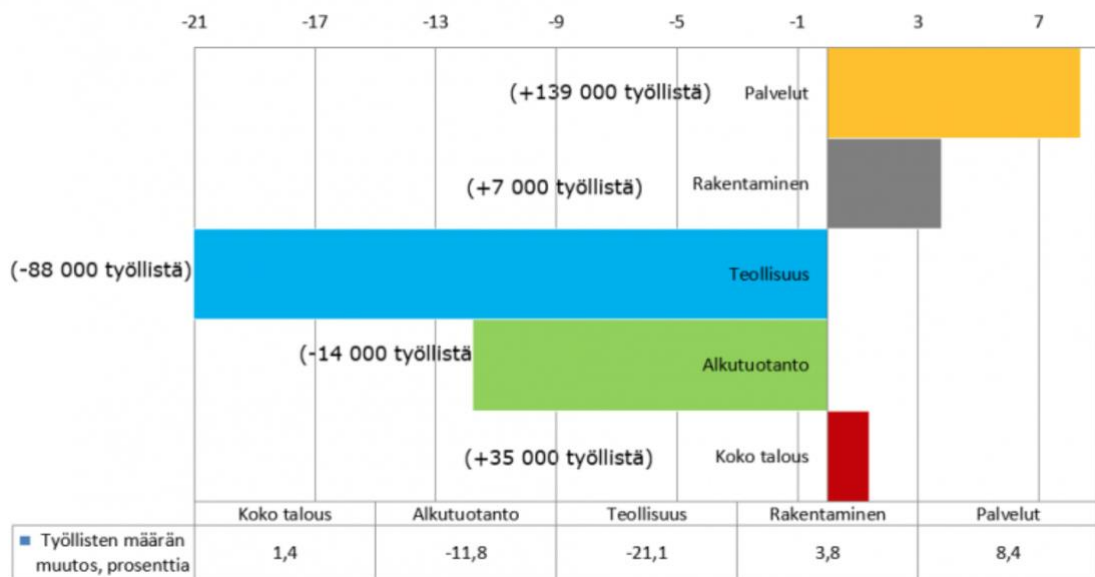
Ravintola-ala koostuu useista erilaisista ravintolatyypeistä. Ruokaravintolat voi jaotella ravintolan toiminta-ajatuksen tai liikeidean mukaan. Näitä ovat esimerkiksi lounas-, seurustelu- ja erikoisravintolat. Lounasravintolat tuottavat yleisesti liikekeskuksissa tai yritysten läheisyydessä suurelle asiakasmäärälle lounasruokaa. Lounasruokailu on yleensä järjestetty pitkälti etukäteen niin, että asiakas pääsee hyvin nopeasti nauttimaan lounaansa ja pääsee jatkamaan päiväänsä, sillä lounastauko kestää yleisesti puolesta tunnista tuntiin. Sopimusruokailijat ovat lounasruokapaikkojen tärkeitä asiakkaita. Sopimusruokailijoiden määrä on kasvanut ja yritykset pyrkivät tekemään sopimuksia ravintoloiden kanssa ja tarjoamaan näin ollen työntekijöilleen useita mahdollisuuksia ruokailuun. Erikoisruokaravintolat ovat valinneet ja erikoistuneet johonkin tiettyyn teemaan tai aiheeseen. Näitä teemoja ovat esimerkiksi eri maat tai esimerkiksi kasvikset, kala tai hävikkiruoka. Näihin ravintolatyyppeihin kuuluvat myös etniset ravintolat, jotka ovat jonkin maan ruokakulttuuria edustavia ravintoloita. Nämä ravintolat ovat olleet erittäin suosittuja. (Hemmi ym. 2008, 132.)

## 2.2 Ravintola-alan nykyhetki

Matkailu- ja ravintola-ala on kotimainen ja merkittävä kasvuala kaikkialla Suomessa. Matkailu- ja ravintola-ala työllistää 140 200 työntekijää Suomessa, jolloin ala työllistää 5,5% kaikista suomalaisista työllisistä. Perinteiset toimialat ovat vähentäneet työvoimaansa, mutta matkailu- ja ravintola-alan työvoiman määrä on kasvanut 46% 1995 ja 2017 välisellä ajalla. Automaatio ei voi korvata palvelualalla saatavaa ihmiskontaktia - palvelua. Ala tuo verotuloja huomattavasti, sillä ala edustaa 2,6% Suomen bruttokansantuotteesta. Huomattavaa on myös, että matkailijoiden määrä on kaksinkertaistunut 2000-luvulla. (MaRa 2019a.) Myös Miettinen ja Santala (2003, 39) mainitsevat palvelualojen merkityksestä tulevaisuuden työllistäjänä, sillä henkilökohtaista palvelua ei voida korvata koneilla. He kertovat palvelun olevan myös osa myytävää tuotetta. He mainitsevat myös ravintola-alan arvostuksen noususta ja siitä, että koulutuksen tason nousu, alan muodikkuus, näkyvyys julkisuudessa sekä palvelun tason nousu ovat johtaneet ravintolapalveluiden käytön lisääntymiseen.



Miettinen ja Santala (2003, 42) kertovat vuosittain perustettujen ravintola-alan yritysten suuren määrän johtuvan pienen pääoman tarpeesta. Palvelualan painoarvo on kasvanut huomattavasti vuodesta 2008 vuoteen 2019. Palveluala on ollut suurimmin kasvava ala rakentamisen, teollisuuden ja alkutuotannon aloilla. Palveluiden osuus on kokonaisuudessaan kasvanut tarkastelujaksolla 2008-2019 8,4%, ollen käytännössä 139 000 työllistä. Rakentaminen alana on kasvanut 7000 työllisellä vuodesta 2008 vuoteen 2019. Teollisuuden alalla työllisten määrä on vähentynyt samassa ajassa 88 000 työllisellä ja alkutuotannossa 14 000 työllisellä. Yhteensä koko talous on kasvanut kaikki alat yhteen laskettuna 35 000 työllisellä. Tätä kuvastaa opinnäytetyön kuvio yksi, joka kertoo työllisten määrän muutoksen eri aloilla vuosina 2008-2019. (MaRa 2020a.)



Kuvio 1: Työllisten määrän muutos 2008-2019 (MaRa 2020a)

Ravintola-ala työllistää paljon suomalaisia työkäisiä, mutta ravintola-alan haasteena ovat hakijamäärien lasku. Viime vuosina kaikkialla Suomessa on muotoutunut ongelmaksi työntekijöiden löytäminen ravintoloihin. Hotelli- ja ravintola-ala tarvitsee seuraavan neljän vuoden sisällä 10 000 uutta työntekijää, sillä ravintolapalveluiden kysyntä on kasvanut. Alalle ei myöskään hakeudu enää juurikaan opiskelijoita, joka heijastaa alan raskautta ja työaikojen vaihtelua sekä osa-aikaisia työsopimuksia. (Leponiemi 2020.)

Ravintola-alalla kilpailukykyä syövät alkoholin edullinen hinta Baltian maissa. MaRa:n mukaan alkoholin korkea hinta ravintoloissa luo pohjaa lain vastaiseen toimintaan ravintoloille, joilla ei ole anniskeluoikeuksia. Ravintolat antavat järjestää tilaisuuksia, joissa asiakkaan sallitaan tuovan omat alkoholijuomansa, jotka tuodaan lähes yksinomaan Baltian maista. Lain mukaisesti alkoholia saa nauttia ravintolassa vain siinä tapauksessa, kun ravintolalla on anniskelulupa. (MaRa 2020b.) Hallituksen tavoitteena oli vähentää alkoholin anniskelun

sääntelyä, kun vaalikaudella 2015-2019 alkoholilainsäädäntöä uudistettiin tähän suuntaan. Sääntelyn vähentämisellä pyritään tehostamaan yrityksen toimintaa ja näin ollen säästämään myös viranomaisten resursseja. (MaRa 2019b.)

### 2.3 Ravintola-alan kehitys

Palvelualojen painoarvon noustua vuodesta 2008 vuoteen 2019, on kuitenkin huomioitavaa koronakriisin vaikutus hetkellisesti ravintola-alan kehitykseen. MaRa:n mukaan koronakriisissä on syntynyt uusia yrityksiä ruoan noutoon ja kotijakeluun. Yritykset ovat ketterästi ottaneet käyttöönsä erilaisia kuljetuspalveluita ja autokaistalliset pikaruokaravintolat voivat hetkellisesti hyötyä tilanteesta. (MaRa 2020c.) Edellä mainittuun painoarvon kasvuun liittyvät edellä mainitut matkailijat, joiden määrä on kaksinkertaistunut 2000-luvulla. Etenkin suurinta potentiaalia on venäläisissä ja aasialaisissa matkailijoissa, jotka käyttivät jo vuonna 2016 2,5 miljardia euroa Suomessa ostoksiin ja palveluihin. (MaRa 2017.)

Ravintola-alan kannattavuus on pysynyt tasaisena viime vuosina, mutta kiristynyt kilpailu voi vaikuttaa joidenkin ravintoloiden selviämiseen. Etenkin hyvällä vahvat ja hyvällä sekä selkeällä liikeidealla varustetut yritykset tulevat kannattamaan. (Ahonen ym. 2009, 49.)

Ravintola-alalla vallitseva anniskelulaki sekä tiukat melurajoitukset tuovat omia haasteitaan ravintoloiden pärjäämiseen sekä yhä kasvavat vuokra- ja työvoimakustannukset eivät anna helppoja tulevaisuudenkuvia varsinkaan uusille yrityksille. Pääkaupunkiseudun vuokrat ovat huomattavasti korkeampia, kuin muualla maassa ja vuokrat ovat jatkuvassa nousujohteessa. (Ahonen ym. 2009, 51.)

Ahonen, Koskinen ja Romero (2009, 52) antavat ohjeita tulevaisuudessa selviävän ravintolan ohjenuoriksi ovat yrityksen markkinoilla olemisen selvitys sekä miksi yritys on tarkoitus perustaa. Ravintolalla tulisi olla hyvä palvelu, hyvä ja laadukas tuote, yrityksen tulisi olla turvallinen, taloudellinen, asiakaslähtöinen, yrittäjähenkkinen, järjestelmällinen, avoin, eettinen sekä huolellinen. Yrityksen vision tulisi olla selkeä. Yrityksen tulisi selkeyttää asiakkaansa, kilpailustrategiansa, tuotannon, tuotteet, hinnoittelun, hankinnan, palvelun, henkilöstön sekä markkinointinsa strategiat. Yrityksen liikeidean tulisi olla selkeä ja määrittää omat asiakkaansa, tuotteensa, tavan toimia sekä selventää oman tapansa toimia, eli imagon. Yrityksen tavoitteet tulisi olla selvillä, eli taloudelliset tavoitteet sekä markkinatavoitteet. Näin ollen yrityksen strategia, liikeidea sekä tavoitteet ovat linjassa keskenään ja yritys voi menestyä kilpaillulla alalla. (Ahonen ym. 2009, 53-58.)

### 3 Matka ravintolan liikeideaksi

Opinnäytetyön tietoperusta kertoo matkasta ravintolan liikeideaksi eli yrittäjyydestä, sisäisestä yrittäjyydestä, liiketoimintasuunnitelmasta, strategiasta, liikeideasta, kannattavuudesta ja yritysmuodoista. Tietoperusta kertoo myös kestävä kehityksen mallista, vastuullisuudesta, hävikin muodostumisesta ja vähentämisestä ravintolassa sekä jätteen vähentämisestä ja kierrätyksestä. Tietoperusta kertoo yritysidean matkasta liikeideaksi.

#### 3.1 Yrittäminen ja sisäinen yrittäjyys

Alussa on vain yrittäjä, idea ja yrittäjän tulkinnat valinnoista sekä riskeistä. Yrittäjyys lähtee liikkeelle siitä, että liikeidean voi kertoa kahdella tai kolmella lauseella. Yrittäjän pitää ymmärtää, että ilman ponnisteluja ei tapahdu mitään. Yrittäjämäinen asenne lähtee siitä, että pitää olla jotain, mitä ja myydä sekä saada aikaan jotain. (Pyykkö 2011, 19.)

Yrittäjyyteen ryhtymiseen voi olla monia syitä. Jokaisen yrittäjän tärkein lähtökohta on kuitenkin halu ja tahto ryhtyä yrittäjäksi. Mahdollisuuksiin yrittäjänä vaikuttaa esimerkiksi yritysidean elinkelpoisuus ja yritysideaan liittyvä ammattitaitoisuus. Muita yrittäjänä onnistumiseen vaikuttavia tekijöitä ovat yrittäjäkelpoisuus, yrittäjän osaaminen, taloudelliset resurssit ja yrittäjän toimintaedellytykset sekä tarpeellinen tuki. (Holopainen & Levonen 2006, 15.)

Yrittäjyyttä voidaan tarkastella esimerkiksi yritys- tai liiketoimintana. Toinen näkökulma, josta yrittäjyyttä voidaan tarkastella yksilön näkökulmasta, ottaen huomion kohteeksi yrittäjän ominaisuudet. Yrittäjyyttä voidaan myös tarkastella yritystoiminnan muotojen näkökulmasta tai yhteiskunnallisena, alueellisena ja makrotaloudellisena ilmiönä.

Yrittäjyydestä voidaan puhua silloin, kun tarkastelussa on pienimuotoinen yritystoiminta sekä yrityksen omistaja tai useammat omistajat ovat mukana yritystoiminnassa. Yrityksellä on näin ollen yrittäjän kasvot. Usein yritystä pyöritetään yksin, sukulaisten tai yrittäjäkumppanin kanssa. Yrittäjä on se henkilö, joka kantaa omistajan vastuun ja voi hyödyntää omistajan valtaa. (Viitala & Jylhä 2014, 27.)

Yrittäjyydessä yrittäjän ominaisuudet voidaan ammentaa käsitteestä sisäinen yrittäjyys. Yrittäjyys ja yrittäjämäinen asenne on kontrolloimista, lankojen pitämistä käsissä. Yrittäjyys koskettaa laajasti asioiden rajaamista eli missä bisneksissä ollaan mukana ja missä ei. Yrittäjyys on tapapainottamista intressien ja voimien välissä sekä yhteyden ja yhteyksien luomista. Hyödyllisimmiksi yrittäjän ominaisuuksiksi lukeutuu ajanhallinta sekä systemaattisuus, nämä parantavat yrittäjän menestymismahdollisuuksia. (Pyykkö 2011, 75.)

Yrittäjän persoonaan liittyvät ominaisuudet ovat ulospäinsuuntautuneisuus, sosiaalisuus, verbaalinen lahjakkuus, empaattisuus, joustavuus ja sopivasti luonteeltaan ekstrovertti. Yhden ihmisen on mahdotonta täyttää nämä jokainen ominaisuus, eikä yrittäjän tarvitse olla

yli-ihminen tullakseen menestyneeksi. Yrittäjän tulisi kuitenkin olla muista erottuva ja jättää jonkinlainen muistijälki muihin ihmisiin. Yrittäjän tulisi puhutella muita ihmisiä, joiden kanssa hän kommunikoi ja työskentelee. Erottuminen voi tapahtua niin positiivisessa kuin negatiivisessakin. Erottumisesta yritys muistetaan. (Sekki & Niemi 2016.) Ahosen, Koskisen ja Romeron (2009, 13) mukaan ravintoloitsijaksi haluava on usein kanssakäymisessä muiden ihmisten kanssa, joten sosiaalisen kanssakäymisen taidot ovat tärkeitä ja kytkökset tulisi hoitaa mallikkaasti.

Ahonen, Koskinen ja Romero (2009, 13) mainitsevat yrittäjän tärkeimpiin ominaisuuksiin lukeutuvan motivaation, eli halu ja tahto toimia yrittäjänä. Yrittäjän oma motivaatio luo hyvän perustan yrityksen menestymiselle sekä yrittäjän oma halu olla itsensä pomo, näyttää muille oma osaamisensa, tahto rikastua tai halu auttaa muita ihmisiä. Menestyvän yritystoiminnan rakentaminen on haasteellista, joten vääränlaisella asenteella tai väärillä motivaatioperusteilla ei yleensä menesty. Omaa työtään tulee rakastaa ja sen parissa tulee haluta viettää paljon aikaa. Yrittäjän olisi syytä olla oman alansa ammattilainen selvitäkseen ja asiantuntijuutta olisi kerrytetty jo ennen yrityksen perustamista. (Sekki & Niemi 2016.)

Yrittäjän ominaisuuksien täytyessä päästään pohtimaan oman yrityksen liiketoiminnan aloitusta sekä sen vaatimuksia. Yrittäjän asenteen löytyessä voidaan aloittaa yrityksen liiketoimintasuunnitelman kasaaminen. Liiketoimintasuunnitelmaa kootessa tulee olla selvillä yrityksen ideasta ja sitä kautta liikeideasta, yrityksen strategiasta sekä koko liiketoimintasuunnitelman tullessa kokoon liiketoimintamallista, yrityksen päämääristä sekä tavoitteista (Viitala & Jylhä 2014, 52.) Ahosen, Koskisen ja Romeron (2009, 12) mukaan yrittäminen vaatii hyödyntämiskelpoisen liikeidean, jota toteuttamalla pystytään tekemään tulosta ja pystytään menestymään.

### 3.2 Liiketoimintasuunnitelma, strategia, liikeidea, kannattavuus ja yritysmuodot

Tämä luku kertoo ravintolan liiketoimintasuunnitelmasta. Liiketoimintasuunnitelmaan sisältyvät ravintolan strategia, liikeidea, kannattavuus ja erilaiset yritysmuodot. Tämä luku kertoo liiketoiminnan liiketoimintasuunnitelman kiteyttävän yrityksen tavoitteet.

#### 3.2.1 Liiketoimintasuunnitelma ravintolassa

Ahosen, Koskisen ja Romeron (2009, 26) mukaan liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen esitys, joka yksityiskohtaisesti selventää liiketoiminnan lähtökohdat ja tavoitteet, liiketoiminnan käynnistämisen, jatkamisen ja kehityksen. Hesso (2013, 10) mainitsee liiketoimintasuunnitelman olevan hyödynnettävissä uuden yrityksen perustamisessa ja liiketoimintasuunnitelmassa selviää mihin seikkoihin yritys perustaa näkemyksensä. Viitala ja Jylhä (2014, 52) kertovat liiketoimintasuunnitelman olevan tarpeellinen yrityksen perustamisen alkuvaiheessa. Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan liikeidea,

liiketoimintamalli, yrityksen päämäärät sekä tavoitteet ja keinot tavoitteisiin pääsemiseen, eli strategiat. Rahoittajat ja starttirahan myöntävät tahot vaativat liiketoiminnasta kirjallisen kuvauksen päätöksentekoonsa. Liiketoimintasuunnitelma osoittaa, että yrityksen tuotteella tai palvelulla on oikeasti liiketoimintamahdollisuus. Liiketoimintasuunnitelmassa kartoitetaan ketä asiakkaat ovat, missä asiakkaat ovat, kuinka paljon heitä on ja paljon he ostavat sekä minkälaista heidän ostokäyttäytymisensä on. Liiketoimintasuunnitelmassa tulee myös kartoittaa kilpailijat sekä heidän vahvuutensa ja heikkoutensa. (Viitala & Jylhä 2014, 53.)

Liiketoimintasuunnitelma kiteyttää yrityksen tavoitteet ja kaikki toiminnan osa-alueet sekä konkretisoi ne käytännön muotoon. Ravintolayrittäminen on liiketoimintaa siinä missä muutkin, mutta voidaan pohtia, tarvitseeko pienessä mittakaavassa toimiva ravintola-alan yritys liiketoimintasuunnitelmaa käyttöönsä. Usein pienellekin ravintolayritykselle on etu, mikäli toiminta pohjautuu selkeästi kuvattuun ja suunniteltuun kirjalliseen tuotokseen. (Ahonen ym. 2009, 26.)

Ahosen, Koskisen ja Romeron (2009, 26-27) mukaan yrityksen liiketoimintasuunnitelma antaa etuja yritykselle, sillä sen liiketoimintasuunnitelma selkeyttää yrityksen liikeideaa ja yrittäjä joutuu jäsentämään oman yrityksensä toiminnan perinpohjaisesti sekä suunnitelma antaa työkalun, jolla toimintaa ohjataan kohti tavoitteita, eli kannattavaa yritystoimintaa. Heidän mukaansa suunnitelma pakottaa yrittäjän tekemään tutkimustyötä asiakaskunnastaa, tuotteistaan, tehokkuudestaan, taloudellisuudestaan sekä toimintatavoista. He mainitsevat myös, että liiketoimintasuunnitelma antaa johdatuksen yrityksen suunnittelutyön pienistä paloista muodostuvaan suureen kokonaisuuteen, tällä voidaan välttää virheitä tulevaisuudessa, toiminnan ollessa hyvin suunniteltua sekä systemaattista. He mainitsevat liiketoimintasuunnitelman kertovan sidosryhmille, eli niille eri toimijoille, kenen kanssa yritys toimii, miten yritys toimii ja esimerkiksi rahoituksen saaminen helpottuu sekä liiketoimintasuunnitelma antaa etua yritykselle liikepaikan saannissa ja suunnitelma voi myös helpottaa yrityksen kehittämistä ja uudistamista. Hesso (2013, 12) kertoo, että hyvä liiketoimintasuunnitelma sisältää idean, miten yritys aikoo tehdä rahaa ja sisältää niin liikeidean suunnitelman, joka kertoo paljon liiketoiminnan tavoitteista ja pelisäännöistä, kuin myös yrityksen pelisuunnitelman eli strategian.

Liiketoimintasuunnitelma esittelee yrityksen ansaintalogiikan. Ansaintalogiikka on periaate, jolla yritys aikoo tehdä tulosta. Ansaintalogiikka esittelee tuotteiden tai palveluiden kannattavuutta ja asiakkaiden ostotottumuksia sekä kulutustottumuksia, se käsittelee myös yrityksen rahaliikennettä. Ansaintalogiikan malli kertoo yrittäjälle selkeästi, tuleeko voitto ydintuotteesta vai ydintuotetta tukevista palveluista. Tärkein liiketoimintasuunnitelman rakentamisen selvitys on kannattaako uusi liiketoiminta ja kannattaako sitä lähteä luomaan sekä miten se kannattaisi tehdä. Liiketoimintasuunnitelma dokumentoi tämän prosessin.

Rahoittajat yleensä haluavat kirjallisen liiketoimintasuunnitelman rahoittaessaan uutta liiketoimintaa (Viitala & Jylhä 2014, 52-53.)

Liiketoimintasuunnitelma sisältää tiivistetysti yrityksen lähtökohtien arvioinnin, toimintaympäristön arvion, yrityksen strategian, liikeidean sekä tavoitteet, eri toimintojen suunnitelmat, talouslaskelmat ja riskien sekä mahdollisuuksien analyysin. Liiketoimintasuunnitelma pohjautuu yritysideaan, josta muotoutuu liikeidea, eli ajatus siitä minkälaista tuleva liiketoiminta on. Tähän ideaan pohjautuu kaikki, mitä jatkossa seuraa. Yritysidea aletaan pohtimaan eteenpäin ja selvitetään ravintola-alan tilanteesta ja mahdollisuuksista menestyä. Pohdintojen perusteella saadaan alustettua yrityksen strategisia suuntaviivoja, sekä yrityksen näkemystä siitä, mikä on yrityksen tila tulevaisuudessa. (Ahonen ym. 2009, 28-29.)

### 3.2.2 Strategiset ratkaisut ravintolassa

Pyykön (2011, 226) mukaan strategialla tavoitellaan kannattavaa kasvua ja se määritellään seuraavalla kolmella virkkeellä. Hänen mukaansa strategia määrittää, missä bisneksessä ollaan ja mihin pitäisi mennä. Hän mainitsee, että strategiassa tulisi ilmetä kilpailuetu ja aiheuttaa sekä mahdollistaa kannattavan kasvun, strategia myös ottaa kantaa, miten asiakkaan ja tarjonnan suhteen edetään, eli kumman ehdoilla mennään. Ahosen, Koskisen ja Romeron (2009, 25) mukaan strategiat ovat merkittäviä liiketoiminnan työkaluja ja niillä linjataan ne toimintatavat ja toimenpiteet, joilla yritys toimii. Heidän mukaansa strategiset valinnat koostuvat sarjasta päätöksiä, jotka ovat ohjenuoria yrityksen matkalla pitkällä aikavälillä sekä strategia määrittää miten yritys haluaa toteuttaa toiminta-ajatustaan. Hesson (2013, 76) mukaan strategia sisällyttää yrityksen kilpailuedun ja liiketoimintasuunnitelman analyysit luovat pohjan strategisten kilpailuetujen löytämiselle.

Viitala ja Jylhä (2014, 60) kertovat strategian määrittävän yrityksen toiminnan suunnan. Strategia on ne tavoitteet, joilla yritys aikoo menestyä markkinoilla. He kertovat strategian olevan syvä kuvausta siitä, miten yritys erottuu muista, vetoaa asiakkaisiin ja toimii kannattavasti. Pienen ja suuren yrityksen strategiat voivat erota toisistaan suurestikin. He mainitsevat myös, että pieni yritys voi pitää strategiansa vain yrittäjän mielessä, kun suuret yritykset pohtivat strategiansa huolellisesti ja dokumentoivat sen asianmukaisesti. Heidän mukaansa strategia kokoaa yrityksen ympäristöä koskevat analyysit sekä arviot yrityksen nykytilasta ja yrityksen voimavaroista. Miettinen ja Santala (2003, 93) kertovat ravintola-alan yrityksen kannalta tärkeimpiin strategiisiin päätöksiin kuuluvan markkinavalinnat, tuotevalinnat, henkilökunnan määrän ja laadun, järjestelmien kehittämisen sekä toimialajärjestelyt.

Strategian tärkeimpänä lähtökohtana on yrityksen toiminta-ajatus. Strategian tärkeimmät päätökset tiivistyvät liikeideassa (Viitala & Jylhä 2014, 61). Strategiset valinnat tulevat esille

liiketoimintasuunnitelmassa ja sen laatiminen on johdonmukainen tapa selvittää tarpeelliset analyysivaiheet ja kehittää strategiset perusratkaisut. Strategisten päätösten jälkeen voidaan alkaa määrittellä liikeideaa ja käytännön toimenpiteitä. (Ahonen ym. 2009, 25.)

Strategian suunnittelu tarkentuu liikeidean kohtiin: kenelle myydään, mitä myydään sekä miten toimitaan. Strategia voi sisältää myös tuotteita, asiakkaita tai tuotantoa sivuavia asioita. Strategia on kuitenkin syvimmiltään suunnitelma, joka on pohdittu yksityiskohtaisesti tai yleisellä tasolla ja se on määritelty sekä systemaattinen ajattelu- ja päätösprosessi. Strategian avulla voidaan selvittää vaikeasta markkinatilanteesta ja se on toimintamalli, joka muotoutuu ajan myötä yrityksen tavoista toimia. Strategia määrittellään suhteessa kilpailijoihin ja se kuvaa yrityksen asemaa markkinoilla, sekä kuvaa jaetun käsityksen siitä, miten edetään. (Viitala & Jylhä 2014, 61.)

Ravintolan tärkeimpiin ominaisuuksiin ja myös strategiaan päätöksiin sisältyy sen sijainti. Sijainti vaikuttaa ravintolan saavutettavuuteen ja markkinapotentiaaliin eli siis sen menestymismahdollisuuksiin. Suunnitelmavaiheessa tulisi pohtia kaupunginosan tai jopa kadun tarkkuudella liikepaikkaa, vaikka paikka ei täysin tarkasti olisi selvillä. (Ahonen ym. 2009, 76.) Myös Miettinen ja Santala (2003, 43) mainitsevat ravintola-alan yrityksen yhdeksi tärkeimmäksi päätökseksi liikepaikan sijainnin ja tämän vaikuttavan ratkaisevasti siihen, kuinka paljon palvelulla on kysyntää.

Erityisesti kannattaa määrittää alue, jolle yrityksensä haluaa perustaa. Palveluille tulee olla tarvittavaa kysyntää alueella, jolle yritys suunnitellaan perustettavaksi. Alueella tulee olla mahdollisia asiakkaita, joilla on riittävää ostopotentiaalia, että yritys pystyy selviämään kyseisellä alueella. Alueen valinnassa voidaan myös käyttää strategista päättelyä, eli esimerkkinä matkailukohde autiolla saarella. Alueen suunnittelussa voidaan myös rajata pois alueita, joille yritystä ei ainakaan haluta perustaa. Kaikilla alueilla on omat hyvät ja huonot puolensa. Asiakkailla voi olla omia mielikuviaan alueesta tai henkisiä rajoitteita, kuten kadun ylittäminen. Alueen valintaan kannattaa käyttää aikaa ja kerätä faktatietoa halutusta alueesta. (Sammallahti & Murto 2009, 126.)

### 3.2.3 Liikeidea ravintolassa

Liikeidea on tarkempi suunnitelma siitä, miten liiketoiminnasta tehdään kannattava (Miettinen & Santala 2003, 95). Liikeidea kertoo yrityksen tavan tehdä toiminta-ajatuksen mukaisesti liiketoimintaa ja tätä myöden tulosta. Liikeidea kuvaa myös yrityksen menestystekijöitä. Liikeidean tehtävä on tehdä kuvaus yrityksestä, jotta muut voivat sitä arvioida. Liikeidea sisältää määrittelyt yrityksen asiakkaista, tuotteista sekä kilpailueduista. Liikeidea lähtee liikkeelle yrityksen asiakkaiden tarpeiden määrittelystä ja kuvaa, miten asiakkaiden tarpeet saadaan tyydytettyä. Klassisen liikeidean määrittelmä kuvaa kolme elementtiä, joihin kuuluu kysymykset: kenelle halutaan myydä, mitä myydään sekä miten

toimitaan. (Viitala & Jylhä 2014, 42). Miettinen ja Santala (2003, 95) mainitsevat samaan malliin liikeidean tärkeimmiksi kysymyssanoiksi: kenelle, mitä ja miten. Kysymykset selvittävät kenelle ja mihin tarpeeseen tuotetta tai palvelua tehdään, mitä tuotteita tai palveluita tehdään sekä miten toimintaa johdetaan ja organisoidaan. Myöhemmin liikeidean kuvaukseen on lisätty myös imago. Imagolla vaikutetaan asiakkaiden ostopäätökseen ja miten kilpailussa menestytään. (Viitala & Jylhä 2014, 42-43.) Hesso (2013, 24) kertoo kaikista liiketoimintasuunnitelmista löytyvän liikeidean määritelmä, liikeidea kiteyttää liiketoimintasuunnitelman muutamaan lauseeseen.

Yrittäjän näkemys omasta liikeideastaan on usein helposti vinoutunut. Liikeidean punnitsemisessa kannattaa hyödyntää muiden apua ja käyttää apuna toimialan tuntijoita. Liikeidean punnitsemisessa tulee käyttää raakaa järkeä ja yrittäjän suurin virhe, jonka hän voi tehdä on hakeutua väärään liiketoimintaan. Kaiken lähtökohtana on raha ja asiakkaan halu maksaa tuotteesta, paraskaan tuote tai idea ei toimi, mikäli asiakas ei ole siitä valmis maksamaan. Kannattavuus ja alan kasvu ovat reunaehtoja liikeidean kehittämisen jatkolla sekä oikeaan bisnekseen hakeutumisella. (Pyykkö 2011, 34.)

Markkinoinnilliset menestystekijät sisällyttävät kenelle tuotetta tai palvelua tehdään sekä imagon, eli millä asiakas saadaan ostamaan. Tuotannolliset menestystekijät sisällyttävät tuotteet tai palvelun, eli mitä asiakkaalle tarjotaan, sekä tavan toimia, eli miten palvellaan tai tuotetaan tuote. (Viitala & Jylhä 2014, 43.)

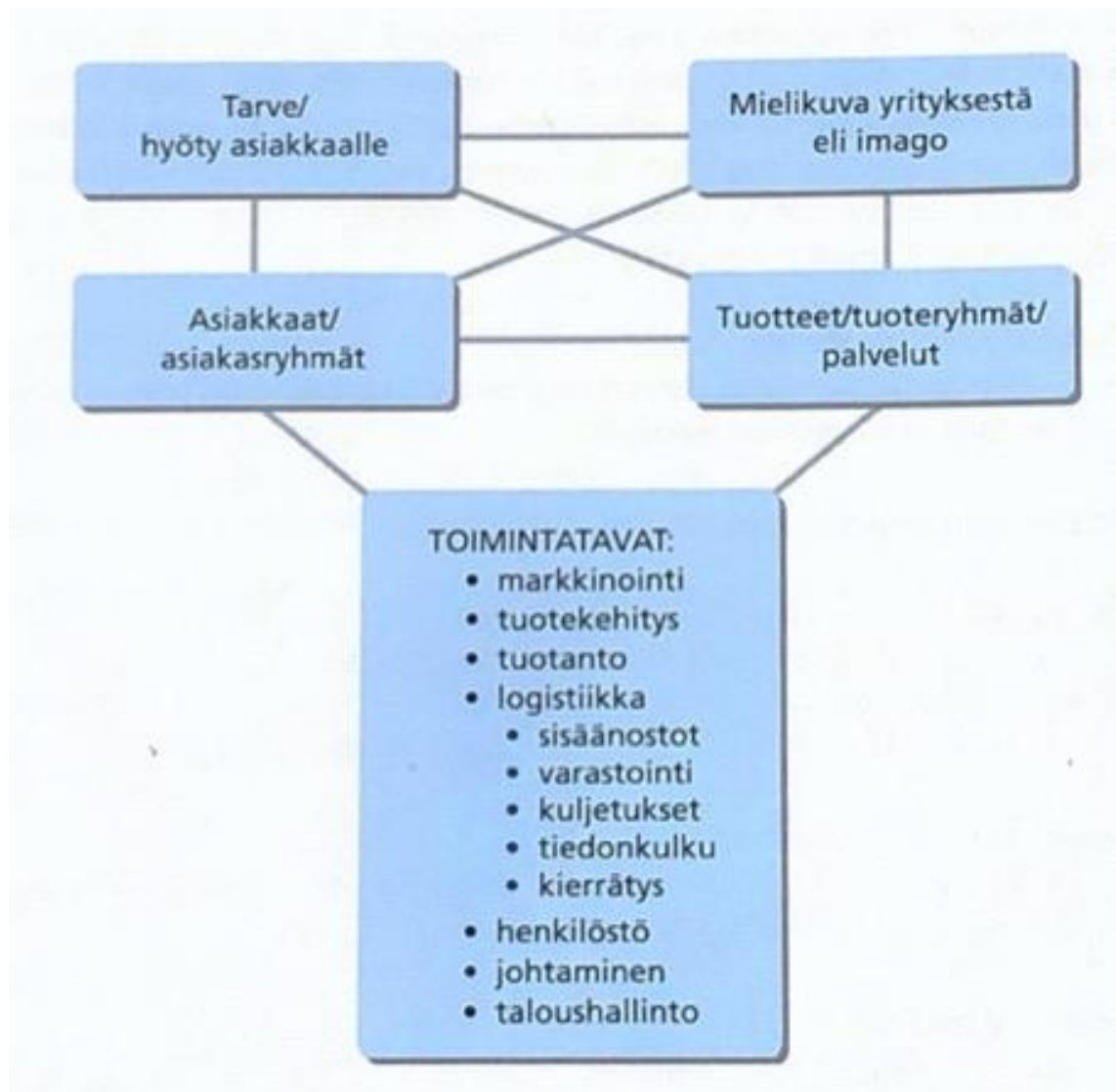
Liikeideaa suunniteltaessa tulee ottaa huomioon liikeidean ainutlaatuisuus. Ainutlaatuisuus tuo esille onko kyseessä uusi idea, joka tyydyttää aiemmin tyydyttämättömiä asiakkaan tarpeita tai tarjotaanko asiakkaalle jotain täysin uutta. Liikeidean suunnittelussa tulee ottaa huomioon yrityksen asiakkaat ja millä asiakkaita pystytään valloittamaan muilta yrityksiltä sekä kuvailemaan asiakkaat yksityiskohtaisesti ja asetuttava heidän asemaansa sekä tunnettava heidän käyttäytymisensä. Harkittavaa liikeidean kohdalla on myös, onko kyseessä muoti-ilmiö vai onko toiminta pysyvää ja onko olemassa minkälaisia kehitysnäkymiä. Markkina-alueen tarkastelussa tulee ottaa huomioon alue, jolla toimitaan sekä mitä tehtäviä ideaan kuuluu organisaation sisällä sekä pärjääkö yrittäjä yksin vai tarvitseeko hän henkilökuntaa. (Viitala & Jylhä 2014, 43-44.)

Liikeidean pohtimisessa lähdetään liikkeelle yritysideoista, jonka pohjalta lähdetään kehittämään liikeideaa. Yritysidea on se yrityksen synnyn ydin, millä voidaan ansaita rahaa. Yritysidea voi syntyä sattumalta tai se voi olla vuosien kokemuksen ja ideoinnin tulos. Liikeidea muotoutuu yritysideoista pohjalta ja liikeideaa tulisi suunnitella laatimalla edellisessä luvussa mainittu liiketoimintasuunnitelma. (Raatikainen 2011, 38.)

Aloittaessa yritystoimintaa tulisi hahmottaa yritys kokonaisuutena. Tulee selvittää, millä edellytyksillä yritystoimintaa aloitetaan ja onko esimerkiksi rahaa tai osaamista saatavilla



omasta takaa. Yritystoiminnan hahmottamisessa voidaan käyttää hyväksi liikeideamallia. Raatikaisen liikeideamalli, kuviossa 2, hahmottaa, miksi yritys on olemassa ja tuoko se hyötyä asiakkaalle. Liikeideamalli hahmottaa minkä asiakkaan tarpeen yritys tyydyttää ja minkä asiakkaan ongelman yritys hävittää. Yrittäjän tulee olla selvillä, millaisen mielikuvan hän asiakkailleen sekä sidosryhmilleen antaa yrityksellään ja minkälainen yritysimage rakennetaan asiakkaiden mukaisesti. Yrityksen tulee olla selvillä, mikä on yrityksen asiakkaat ja asiakasryhmät eli segmentit, jotta yritys voi olla selvillä, keitä asiakkaat ovat ja miten heidät tavoitetaan. Yrityksen tulee olla selvillä asiakkaistaan, jotta yritys voi tarjota ja määritellä tuotteensa, tuoteryhmänsä tai palvelunsa. Markkinoinnin, tuotekehityksen, tuotannon, logistiikan, henkilöstön, johtamisen ja taloushallinnon hahmottaminen on yritykselle elintärkeää. (Raatikainen 2011, 39.)



Kuvio 2: Liikeideamalli (Raatikainen 2011, 39)

Raatikaisen liikeideamalli (kuvio 2) kuvaa myös kaikkien mallissa mainittujen liikeideaa tukevien aspektien olevan sidoksissa keskenään. Liikeideamalli linkittää yhteen tarpeen asiakkaalle sekä yrityksen imagon, asiakkaat sekä tuotteet tai palvelut. Mielikuva yrityksestä eli imago linkittyy taasen takaisin tarpeeseen asiakkaalle, asiakkaisiin ja tuotteisiin tai palveluihin. Asiakkaat ja tuotteet tai palvelut linkittyvät kaikkiin edellä mainittuihin, sekä toisiinsa, eli tarpeeseen asiakkaalle, mielikuvaan yrityksestä sekä yrityksen toimintatapoihin. Yrittäjän tulisi olla selvillä liikeideamallin ideasta ja siitä, että miten kaikki yritysmallin aiheet vaikuttavat toisiinsa. (Raatikainen 2011, 39.)

#### 3.2.4 Ravintolan kannattavuus

Hesso (2013, 109) mainitsee ravintolan liiketoimintasuunnitelmasta löytyvän selvityksen siitä, miksi asiakas on valmis maksamaan tuotteesta tai palvelusta. Raatikaisen (2011, 130) mukaan yritystoiminnassa toiminnan tulisi pitkällä aikavälillä olla kannattavaa, eli yrityksen tuottojen tulisi olla suuremmat kuin kustannuksien. Hän mainitsee myös tämän olevan yrityksen tärkein menestyksen mittari. Kannattavuus on yrityksen tärkein perusedellytys. Yritys ei voi pysyä toiminnassa, ellei sillä tehdä enemmän tuottoa, kuin se kuluttaa. Talouden ongelmat ovat hälytysmerkkejä, jolloin on viimeistään ryhdyttävä ratkaisemaan yrityksen sisäisiä ongelmia tai kehittämään sen toimintaa. Johtajat tarvitsevat talouden tietoja työkaluikseen yrityksen johtamistyöhön. Yrityksen elinkelpoisuuteen on mittareita, eli taloudellisia tavoitteita. Yrityksen myyntituottojen tulee kattaa menot, voitonjako ja lainanlyhennykset, se tarkoittaa, että yritys on kannattava. Yrityksen sisäisen toiminnan tulisi olla tehokasta. Yrityksen tulee olla maksukykyinen ja yrityksen tulisi olla vakavarainen. (Viitala & Jylhä 2014, 306.)

Kannattava liiketoiminta tuottaa voittoa. Lyhyellä aikavälillä tarkasteltaessa yritys voi yksittäiseltä tuotteeltaan tai liiketoiminta-alueeltaan olla kannattamaton, mutta pitkällä aikavälillä tarkasteltaessa yrityksen tulee olla kannattava. Usein näin tapahtuukin varsinkin uuden yrityksen tapauksessa, ettei yritys ole heti alkuun kannattava. Ei ole tavatonta, että yrityksen historiassa on kriisitapauksia, jolloin toiminta on kannattamatonta. Liiketoiminnan suurimpia haasteita on pitää liiketoiminta jatkuvasti kannattavana. (Viitala & Jylhä 2014, 306.)

Yrityksen tuottavuus tarkoittaa tuotoksen suhdetta sen tavoittamiseksi tarvittuun panokseen. Näitä mittareita voivat olla esimerkiksi myyntinä jokaisena työpäivänä tai kuinka monta asiakaskontaktia työpäivän aikana tulee. Yritystoiminnan tärkeäksi kannattavuuden tarkastelussa törmätään yrityksen vakavaraisuuden tärkeyteen, eli yritys ei ole liian velkaantunut suhteessa tuotto-odotuksiin. Yrityksellä tulee olla rahaa laskujen maksamiseen sekä muihin menoihin. Alkuinvestoinnit ovat suuri yrityksen aloittamisen pääoman tarpeista. Yrityksen aloittamisesta sekä jatkuvista kuluista on tärkeää ottaa huomioon yrityksen perustamiskulut, markkinointimenot, raaka-aineiden ostomenot, tuotantoprosessin

kustannukset, varaston hankkimiskulut, työntekijöiden palkkakulut, myyntisaamiset, kiinteät kustannukset sekä yleiset kustannukset, kuten vakuutusmaksut. (Raatikainen 2011, 130-132.)

Kannattavan yrityksen tärkeimmistä päätöksistä on tuotteiden tai palvelun hinnoittelu. Hinnoittelu vaikuttaa suoraan yrityksen tuottoihin. Hinnoittelun suurimpia ongelmia ovat hinnan asettaminen liian korkeaksi, jolloin kysyntä jää pieneksi, tai hinnan asettaminen liian pieneksi, jolloin tuotot eivät riitä kattamaan yrityksen kuluja. Hinnoittelu on tasapainottelua tuotteen kustannusten, kysynnän ja kilpailijoiden hintojen välillä. Hinnoittelussa voidaan käyttää useita malleja, kuten malli, jossa asetetaan lähtökohtaisesti markkinoiden perusteella määritelty hinta, jonka mukaan sopeutetaan yrityksen kustannukset. Hinnoitella voi myös laskea valmistuskustannusten päälle mekaanisesti kate, jolloin saadaan haluttu voitto. Useimmin käytetty hinnoittelumalli on tavoitekustannuslaskentaan perustuva hinnoittelu, jolloin markkinoilla saatavasta hinnasta vähennetään haluttu voittotavoite. (Viitala & Jylhä 2014, 307.)

### 3.2.5 Ravintolan yritysmuoto

Yritysmuodon valintaan vaikuttaa paljon se, kuinka suurta yritystoimintaa tulee olemaan ja kuinka monta henkilöä on yritystoimintaan ryhtymässä. Yhtiömuodon valinnassa kannattaa huomioida yrityksen pääoman tarve, perustajien vastuunjako, verotus, pääoman ja palkan nostaminen yrityksestä omistajille ja yrityksen toiminnan valvonta. Yhtiömuodon valinnassa on merkittävää se, kuinka ja millä tavoin yrittäjä pystyy hoitamaan oman taloutensa. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 23.) Mahdollisia yhtiömuotoja ovat toiminimi, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö ja osuuskunta (Alikoski ym. 2013, 25-29).

Yksinkertaisin tapa aloittaa yrittäjäyys on perustaa toiminimi. Ennen yrityksen perustamista on järkevää tehdä oma liiketoimintasuunnitelma, mutta perustaminen ei vaadi kirjallisia sopimuksia. Elinkeinonharjoittaja on vastuussa omasta yritystoiminnastaan omalla omaisuudellaan. Hyvänä puolena päätöksenteko on hyvin nopeaa ja joustavaa. Yrittäjä ottaa varoja yksityiseen käyttöönsä yksityisottona, mutta ei voi nostaa palkkaa yrityksestään. Yritystoiminnassa on hyvin tärkeää oma työpanos ja sitoutuminen. Kirjanpidosta on huolehdittava lakien ja säädösten mukaisesti. (Raatikainen 2011, 69.)

Avoimessa yhtiössä kannattaa tehdä yhtiösopimus kirjallisesti ja yhtiössä tulee olla vähintään kaksi yhtiömiestä. Yhtiömiehet vastaavat omalla omaisuudellaan tehdyistä sitoumuksista. Avoimessa yhtiössä vaaditaan kiinteää yhteistyötä ja hyvää luottamusta. Yhtiösopimusta kunnioittaen päätökset tehdään sopimuksen mukaisesti. Jokaisen yhtiömiehen työpanos riittää, joten pääomaa ei tarvita. Yhtiömiehille voidaan maksaa palkkaa avoimesta yhtiöstä, mutta myös yksityisotot ovat mahdollisia. Kirjanpito tulee hoitaa kuukausittain. Tilintarkastajat tarkastavat kirjanpidon sekä tilinpäätöksen oikeellisuuden. Avoin yhtiö on

sopiva yhtiömuoto pienemmille yrityksille, nämä yritykset ovat useimmiten perheyriksiä. (Raatikainen 2011, 69.)

Kommandiittiyhtiössä on yksi vastuunalainen yhtiömies ja yksi äänetön yhtiömies. Vastuunalainen yhtiömies tekee päätökset ja on vastuussa tekemistään päätöksistä, hän toimii varsinaisesti yhtiön nimissä. Äänetön yhtiömies ei ole päätöksentekovaltaa eikä hän varsinaisesti edusta yhtiötä. Äänetön yhtiömies on sijoittaja, joka sijoittaa yritykseen rahaa tai omaisuutta. Vastuualaisen yhtiömiehen koko omaisuus on yritystoiminnan vasteena, mutta äänettömällä yhtiömiehellä on pelissä ainoastaan hänen sijoittamansa pääoma. Kirjanpito tulee hoitaa kuukausittain. Kommandiittiyhtiö sopii hyvin pienen ja keskisuuren yrityksen yhtiömuodoksi. (Raatikainen 2011, 70.)

Osakeyhtiö on monimutkaisempi yhtiömuoto perustamismuodollisuuksiltaan. Osakeyhtiössä voi olla perustajina yksi tai useampi henkilö. Henkilönä voi olla myös juridinen henkilö, joka tarkoittaa toista yritystä, säätiötä, kuntaa taikka valtiota. Osakkeenomistajat eivät ole vastuussa muusta kuin sijoitetulla pääomallaan. Osakeyhtiö on sopiva yhtiömuoto keskisuurille ja suurille yrityksille, jotka tarvitsevat pääomaa. (Raatikainen 2011, 70.) Ennen yksityisen osakeyhtiön perustamiseen vaadittiin 2500 euron pääoma, mutta vuoden 2019 heinäkuusta 2500 euron investointia ei ole vaadittu (Muilu 2019). Osakeyhtiöllä tulee olla tilintarkastaja ja yhtiön tulee toimittaa vaadittavat tilinpäätökset ja taseet (Raatikainen 2011, 70.)

Osuuskunnan perustaa useat henkilöt. Tavallisesti perustamisessa on viisi henkilöä. osuuskunnan voi myös muodostaa yhteisö, tällöin perustajia tarvitaan kolme. Osuuskunnan säännöt tulee tulla esille osuuskunnan kirjallisessa perustamissopimuksessa. Säännöissä tulee tulla esille osuuskunnan nimi, toimiala, kotipaikka, osuusmaksun suuruus, suoritustapa sekä suoritus aika. Osuuskunnalla tulee olla hallitus ja tämän tulee tulla esille säännöissä. Osuuskunnan tulee mainita tilinpäätöspäivä, osuuskunnan kokouksen ajankohta ja kutsutapa. Jäsenet ovat tasavertaisia ja kaikilla on yksi ääni kokouksissa. Osuuskunnan jäsenet maksavat osuusmaksun, mutta erotessaan he saavat maksunsa takaisin. Osuuskunnan tulee olla merkittynä kaupparekisteriin. (Raatikainen 2011, 72-73.)

### 3.3 Kestävä kehitys ja vastuullisuus ravintolassa

Tämä luku kertoo kestävä kehityksen mallista ja vastuullisuudesta. Tämä luku kertoo hävikin muodostumisesta ja sen vähentämisestä ravintolassa. Tämä luku kertoo myös jätteen vähentämisestä sekä kierrätyksestä ravintolassa.

#### 3.3.1 Kestävän kehityksen malli

Kestävän kehityksen tavoitteena on säilyttää tuleville sukupolville mahdollisuudet hyvään elämään. Suomessa kestävä kehityksen tavoitteiden säilyttämisestä huolehtii Suomen

kestävän kehityksen toimikunta. Suomi on kirjannut yhteisen yhteiskuntasitoumuksen ”Suomi, jonka haluamme 2050”, jolla edistetään kestävästä kehitystä kaikkialla yhteiskunnassa. (Ympäristöministeriö 2016.)

Kestävä kehitys on alueellisesti sekä maailmanlaajuisesti yhteiskunnallista muutosta, jolla turvataan elämisen mahdollisuudet ja otetaan päätöksenteossa huomioon tasapuolisesti ympäristö, ihminen ja talous. Kestävä kehitys jakaantuu kolmeen osaan: ekologinen kestävyys, taloudellinen kestävyys ja sosiaalinen sekä kulttuurinen kestävyys. Ekologinen kestävyys on biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemin toimivuuden pitäminen säilyvänä myös jatkossa. Ympäristön tilan heikkenemisen estäminen ja sen lykkääminen kuuluvat kestävään kehitykseen. Taloudellinen kestävyys on kasvua, joka perustuu siihen, ettei pitkällä aikavälillä velkaannuta tai hävitetä varantoja. Yhteiskunnan keskeisille toiminnoille ominaista ja edellytys on kestävä talous. Kestävä talous helpottaa vastaan osuvia tulevia haasteita. Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys on taata hyvinvoinnin siirtyminen tältä sukupolvelta eteenpäin. (Ympäristöministeriö 2016.)

Taskinen ja Tuikkanen (2004, 9) toteavat, että kestävä ruokajärjestelmän lähtökohtana on ympäristön hyvinvoinnin, uusiutumattomien luonnonvarojen vähäinen käyttö ja ekologisen monimuotoisuuden huomioiva alkutuotanto. Kestävässä ruokajärjestelmässä hyödynnetään paikallisia resursseja ruokaketjun jokaisessa vaiheessa ja näin voidaan vastata oman alueen ruokatarpeisiin. Kestävä ruokajärjestelmä ottaa huomioon kestävä kehityksen mukaisesti niin ekologisen kestävyden kuin sosiaalisen kestävyden ominaisuuksia. (Taskinen & Tuikkanen 2004, 10.)

### 3.3.2 Kestävä kehityksen ja vastuullisuuden keinoja ravintolassa

Ruokajärjestelmä tarkoittaa Taskisen ja Tuikkasen (2004, 17) toteaman mukaan maatalouden ja siinä käytettävien panosten eli ruoan jakelun, elintarviketeollisuudessa ja kotitaloudessa käytettäviä panoksia, ruoan kulutusta ja ruokajätteen kierrätystä sekä hävittämistä. He kertovat myös, että kestävä ruokajärjestelmä tarkoittaa paikallisiin olosuhteisiin sopeutunutta monimuotoista ruokajärjestelmää, joka korostaa ruokaketjun eri toimijoiden vuorovaikutusta keskenään, eikä kuluttaja voi tehdä vastuullisia ja kestäviä valintoja, ellei hänellä ole tietoa ruokansa alkuperästä.

Taskinen ja Tuikkanen (2004, 21) kertovat, että kestävä ruokajärjestelmään voidaan lukea ekotehokkaat ammattikeittiöt ja ammattikeittiöiden asiakkaat ovat ruokailutottumuksiltaan yhä eettisempiä, ekologisempia ja ympäristövalveutuneempia. Kestävä kehityksen toteutuminen ammattikeittiössä vaatii asiakkaiden ja henkilökunnan käytännön toimintoja sekä asenteiden muutosta elinympäristömme turvaamiseksi (Taskinen & Tuikkanen 2004, 22).

Useissa yrityksissä nostetaan esille strategiassa vastuullisuutta. Vastuullisuuden nostaminen strategiseksi tekijäksi on yleensä asiakaskysynnän ja kilpailijoiden paineen lisääntymisestä johtuvaa. Tähän voivat johtaa myös sisäiset motivaatiotekijät, kuten omistajat, johto tai työntekijät. Edelläkävijät erottautuvat kilpailijoistaan vastuullisuuden tekijöillä. Vastuullisuus tulee omaksua koko yrityksen toimitusketjuissa, eli pellolta pöytään ja pöydältä peltoon. (Heikkurinen 2012, 4.)

Vastuullisuus tarkoittaa suomalaisessa ruokaketjussa sitä, että lainsäädäntöä ylitetään ympäristön, tuoteturvallisuuden, työhyvinvoinnin, ravitsemuksen, hyvinvoinnin tai talouden osalta. Useat yritykset eivät ole tehneet määrittelyä omalle vastuullisuudelleen, vaikka omaa toimintaansa määrittelemällä voidaan mitata tuotantopanosten määrää sekä laatua, yrityksen suuntaa, tuloksia ja vaikutusta luontoon tai yhteiskuntaan. Vastuullisuuden mittaaminen heijastaa tärkeää vastuullisuusviestintää. (Heikkurinen 2012, 6.)

Erityyppisten elintarvikkeiden tuotanto tuo erilaisia ympäristövaikutuksia (Taskinen & Tuikkanen 2004, 25). Taskinen ja Tuikkanen (2004, 21) toteavat, että ekologiselle ympäristölle olisi tärkeää valita ammattikeittiössä kestävyden kannalta lähituotteita ja pitäytyä paikallisissa tai ainakin kotimaisissa tuotteissa, ei se aina ole kaikkein helpoin vaihtoehto, lähituotteet voivat rajata valikoimaa pienemmäksi ja yksinkertaisemmaksi. He kertovat myös, että kestävä ruokajärjestelmä perustuu elintarvikkeiden paikallisuudelle, jolloin elintarvikkeiden tuotantoalue on lähellä kuluttajaa.

Taskinen ja Tuikkanen (2004, 36) mainitsevat kaikkien ammattikeittiön toimintojen kuormittavan luonnon resursseja, kuten ruoan kypsennys, astianpesu ja kylmäsäilytys, mitkä ovat ammattikeittiön päätoimintoja. He mainitsevat myös näiden toimintojen kuormittavuuden vaihtelevan erilaisten keittiötyyppien mukaan ja näiden toimintojen, kuten uunien, kylmäsäilytystilojen ja astianpesukoneiden energiankulutusta voidaan vähentää oikeanlaisella sekä monipuolisella käytöllä. He kertovat myös laitteiden energiansäästömahdollisuuksista sekä asianmukaisen huollon tärkeydestä kuormituksen vähentämisessä.

### 3.3.3 Hävikin muodostuminen ja vähentäminen ravintolassa

Luonnonvarakeskus (2016) määrittelee ruokahävikin turhaksi jätteeksi, jonka synnyn olisi voinut estää säilyttämällä, valmistamalla ja ennakoimalla ruokatuotteen oikein. Ravitsemispalveluissa tulee 78 miljoonaa kiloa elintarvikejätettä joka vuosi ja sitä tulee tällä hetkellä välttämättä niin ruoan valmistusvaiheessa kuin lautashävikkinäkin. Hävikin syntyminen on täysin hukkaan heitettyä rahaa, sillä ruokatuotteeseen siirretyt resurssit menevät täysin hukkaan. Pois heitetty ruoka tuottaa turhia ilmasto- ja ympäristövaikutuksia. (Luonnonvarakeskus 2020.)

Ravitsemispalveluissa hävikin luomat vaikutukset ovat merkittävät taloudellisesti. Ennakointi ruokailijamäärien suhteen aiheuttaa ravitsemispalveluiden henkilökunnalle haasteita raaka-aineiden tilauksia tehdessä sekä tarjoilujen suuruutta pohdittaessa. Raaka-aineiden toimituksessa on tärkeää tarkistaa tilauksen oikeellisuus. Tavarantoimitusten oikeellisuuden tarkastus tulee huomioida niin liiallisten kuin oikeiden tuotteiden osalta. Hävikin vähentämisessä saadaan huomattava säästö raaka-aineiden ja työkustannusten osalta. Hävikin kustannukset ovat huomattavasti suuremmat, kuin jätemaksut toisaalta ovat suhteellisen pieni osa kustannuksista. Jätteen oikeanlaisella hävittämisellä saadaan kuitenkin ilmastovaikutuksia hieman vähennettyä. Hävikin vähentämiseen ja sen arvon huomaamiseksi on kehitetty muun muassa vaakajärjestelmiä, joilla voidaan punnita pois heitetty ruoka tai osa raaka-ainetta. Punnittaessa vaakaan pystytään merkitsemään pois heitettävä ruoka-aine sekä miksi se heitetään pois. Pois heitettyjä ruoka-aineiden arvoja voidaan seurata vaa'an näytöstä tai erillisestä tiedostosta. (Silvennoinen, Katajajuuri, Jalkanen, Koivupuro & Reinikainen 2012, 42.)

Euroopan Unioni edistää ruokahävikin pienentämistä vastuullisesti. Euroopan Unionin komission uusi säädös, joka on valmistunut kesällä 2019, yhtenäistää elintarvikejätteen määrittämistä, raportointia ja vaatimuksia. Tähän asti hävikkiä on seurattu ainoastaan omatoimisesti, mutta jatkossa huomioidaan myös EU-vaatimukset. YK:n tavoitteena kestävä kehityksen ohjelmassaan puolittaa ruokahävikki. Tämä puolittamistavoite koskee kaikkea elintarvikejätettä. Luke johtaa Ruokahävikin seuranta ja tiekartta -hanketta, jossa tuotetaan elintarvikejätteen seurantajärjestelmää. Vuoden 2020 loppuun mennessä hanke selvittää yhden vuoden ajalta kootun hävikin määrän, josta voidaan jatkossa arvioida toimenpiteiden vaikuttavuus. Tämä vaikuttaa suoraan ravintoloiden vastuuseen hävikin hallinnassa. (MaRa 2019c.)

Suomessa on yrityksiä, jotka ovat ottaneet hävikin hyödyntämisen suureksi osaksi omaa toimintaansa. Suomen ensimmäinen hävikkiruokaravintola, ravintola Loop, toimii Lapinlahdenpolulla Helsingissä. From Waste to Taste -yhdistyksen puitteissa aloittanut ravintola taistelee ruokahävikkiä vastaan. From Waste to Taste Ry:n lähetit hakevat ruokakauppojen ylijäämää ja ravintola Loopissa niistä kehitellään aterioita. Helsingissä oleviin 15 hyväntekeväisyyskohteeseen päätyvät tuotteet, joita tulee suuria määriä. (From Waste To Taste Ry 2020.)

Hävikkiruokaravintoloita on perustanut myös Helsingin seurakuntayhtymä. Waste&Feast -ravintolat käyttävät kauppojen ylijäämäruokaa ja valmistavat näistä maistuvaa ruokaa. Ravintolat tarjoavat ekologista kotiruokaa ja tukevat työllistymistä. Waste&Feastin toimipisteisiin kuuluvat Snellu Cafe, Cafe Töölö, Cafe Hermanni, Kippo&Kulho, ToivonCafé ja Malmi. (Waste&Feast 2020.)

### 3.3.4 Jätteen vähentäminen ja kierrätys ravintolassa

Kiertotalouden ja ympäristövastuun tulee olla tänä päivänä jokaisen yhteinen asia. Yrityksille kierrättäminen on hyvää tekemisen väylä, yhteiskunnallista vaikuttamista sekä kilpailutekijä. Ympäristövastuullisuus on tärkeä arvo, jonka yritys voi ottaa omaksi edukseen. Kierrätys voi olla esimerkiksi lajittelua, kierrätyspyöriä tai uudelleenkäyttöä. (Kierrätyskeskus 2020.)

Ravitsemuspalveluissa käytettyjen tuotteet menevät valtavan prosessiketjun läpi, ennen kuin elintarvike päätyy asiakkaan lautaselle. Jokaisessa ketjun vaiheessa tulee pohtia kestävä kehityksen vaikutuksia omilla valinnoillaan. Mikäli vastuullisuus ja kestävyys otetaan huomioon kaikessa yrityksen toiminnassa, tulevat ravitsemuspalvelun ympäristövaikutukset vähenemään. Vastuullisella toiminnalla voidaan saada myös parannettua taloudellista tuottavuutta. (Kestävän kehityksen työkirja 2012.)

Ruokahävikki on jopa 50 prosenttia koko elintarvikeketjun hävikistä, jolloin ravintoloilla on hyvä mahdollisuus estää tämän jätteen muodostuminen. Jätteen määrän vähentämisessä kannattaa lähteä liikkeelle ennaltaehkäisyssä, sillä jokainen gramma ruokaa jätteenä on hukkaan mennyttä rahaa. Jätteen syntyä ei voida kuitenkaan täysin estää, jolloin kierrätyksen ja lajittelun osa on tärkeä. Kierrätyspisteen tulee olla selkeä sekä sieltä tulee löytyä jokaiseen tarkoitukseen kierrätysastiat, sekä lajitteluohjeet. Henkilöstöä voidaan motivoida tiedolla jätteen hyötykäytöstä. (Kestävän kehityksen työkirja 2012.)

Taskinen ja Tiukkanen (2004, 42) mainitsevat, että ammattikeittiössä tulee olla oma valvontasuunnitelma ja tähän kuuluu myös keittiön puhtaanapidon ja jätehuollon suunnittelu sekä jatkuva seuraaminen. He mainitsevat myös, että ammattikeittiössä syntyvä jäte muodostuu lähinnä elintarvikkeista, elintarvikkeiden pakkauksista sekä tarvittavista tarvikkeista. He kertovat myös, että ammattikeittiössä syntyvä hävikki on pääasiassa varastoinnin ja valmistuksen ohella syntyvää hävikiä sekä tarjoilun aiheuttamaa tai asiakkaiden aiheuttamaa lautasjätettä.

Helsingin seudun ympäristöpalveluiden HSY:n (2020) mukaan ravintolan merkittävimpiin jätteisiin kuuluvat biojäte, pakkausjäte, paperi, pahvi, kartonki, uppopaistorasva, leivinpaperi, folio, lasi, metalli, nestekartonki, kertakäyttöpyyhkeet, sekä ravintolan koneet ja laitteet. He mainitsevat myös jo aiemmin yllä mainittuja neuvojen lisäksi jätteen vähentämiseen, kuten sen, että on tärkeää valmistaa ja suunnitella ruokalistat huolellisesti, käyttää raaka-aineita taloudellisesti, varastoida raaka-aineet asianmukaisesti, valmistaa ruokaa menekin mukaisesti sekä välttää liiallisia pakkauksia. He mainitsevat myös, että oikeanlaiseen jätteen lajitteluun on saatavilla apuvälineitä, kuten riittävät jäteastiat ja selkeät ohjetarrat jokaisen astian yhteydessä, mitä jätteitä kyseiseen astiaan saa laittaa.



#### 4 Yritysideasta liikeideaksi

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella oman yrityksen liikeidea. Yritysideasta lähdettiin suunnittelemaan liikeideaa. Työn tuotoksena oli liikeidea, joka sisältää sen, kenelle, mitä ja miten yritystoimintaa tehdään. Työn hyötynä oli yritysidean mahdollisten asiakkaiden kiinnostuksen selvittäminen. Työn tuloksena oli hakea yritysidealle vahvistusta ja selvittää asiakkaiden kiinnostusta yritysideaa kohtaan.

Opinnäytetyön toiminnallinen osa kertoo yritysidean. Yritysidealle haettiin vahvistusta ja mahdollisten asiakkaiden kiinnostusta. Toiminnallisessa osassa kerrotaan tutkimusmenetelmän valinnasta ja sen teoriaa. Yritysidean suunnittelu liikeideaksi tehtiin kyselyn avulla. Tutkimusmenetelmät tukevat yritysidean suunnittelua. Toiminnallisessa osassa kerrotaan tutkimussuunnitelma ja kyselytutkimuksen toteuttamisesta. Tutkimuksen tulosten perusteella esitellään liikeidea Raatikaisen liikeideamallin avulla.

##### 4.1 Yritysidean suunnittelu

Yritysideana oli ruokaravintola, joka hyödyntäisi muualta, kuten ruokakaupoista, tulevaa hävikkiä. Yritysideaksi suunniteltiin erikoisruokaravintola, joka osittain tarjoilisi illallisella annoksensa á la carte tyyliin sekä lounasaikaan buffet-tarjoiluna. Lounasaikaan ravintola olisi lounasravintola. Ravintolassa hyödynnettäisiin kaikki saatavat raaka-aineet mahdollisimman pitkälle ja toimittaisiin kestävän kehityksen periaatteella. Kasvis- sekä vegaaniruokailijat huomioitaisiin. Ravintolassa huomioitaisiin myös laktoosittomat ja gluteenittomat annosvaihtoehdot. Ravintolassa toteutettaisiin monipuolinen salaattipöytä ja vähintään kaksi lämmintä ruokavaihtoehtoa - kasvisruoka sekä lihavaihtoehto, saatavien raaka-aineiden mukaisesti.

Ruokatuotteessa keskityttäisiin hävikkiruokaan ja sen vastuullisuuden tuomiseen asiakkaan näkyviin. Hävikkiä tuotaisiin myös asiakkaalle esille ja yritysidea sisällyttää asiakkaan opastamista vastuullisempien valintojen tekemiseen. Liikeideaan sisällytetty vastuullisuus kuvastaa nyky-yhteiskunnan arvoja. Ravintolassa huomioitaisiin kestävän kehityksen mukaisesti niin ekologisen kestävyuden kuin sosiaalisen kestävyuden ominaisuuksia. Yrittäjä olisi mukana käytännön toiminnassa. Yritysmuodoksi valikoitiin osakeyhtiö, sillä osakkeenomistajat eivät ole vastuussa muusta kuin sijoitetulla pääomallaan. Osakeyhtiö on sopiva yhtiömuoto keskisuurille ja suurille yrityksille, jotka tarvitsevat pääomaa. (Raatikainen 2011, 70.)

Ruokaravintolan hävikin hyödyntäminen käytännössä toisi lisää haastetta ruoan valmistukseen. Hävikkiruoan käsittely käytännössä veisi huomattavasti enemmän aikaa, kuin niin sanotusti tavallisten raaka-aineiden käyttö. Käytettävien raaka-aineiden lajittelu ja perkaaminen veisi huomattavasti työtunteja, kuten myös tuotteiden noutaminen. Tarpeen tullen lisänä

käytettäisiin tukun antimia, mikäli annoksia ei saataisi tasapainoisesti kasattua. Varsinkin mausteita ja muita maun kannalta tärkeitä ainesosia tilattaisiin tukuista ja mahdollisuuksien mukaan hyödynnettäisiin lähituottajia, pienen hiilijalanjäljen mahdollistamiseksi.

Selvittäessä kilpailijoita ja samankaltaisia yrityksiä havaittiin, että vastaavan liikeidean omaavia yrityksiä on jo olemassa, mutta ei Espoon seudulla. Suorien kilpailijoiden ollessa eri kaupungissa, sijainniksi päätettiin Espoon alue hyvien julkisten kulkuvälineiden reittien varrella. Julkisten kulkuyhteyksien tavoitettavuuteen keskityttiin ja yrityksen liikepaikka yritysideassa päätettiin metron varrelle kauppakeskuksen yhteyteen. Liiketoiminnan kannattavuuteen ei vaikuttaisi asiakkaiden ostovoima, sillä Espoolaisten keskitulot olivat vuonna 2017 41 000 euroa vuodessa, joka tekee Espoon väestöstä Suomen toiseksi parhaiten tienaatvat heti Kauniaisten jälkeen (Verohallinto 2017). Espoossa on asukkaita 279 044 (Espoo 2017) ja se on toiseksi suurin kunta heti Helsingin jälkeen Suomessa (Kuntaliitto 2017). Espoossa on siis paljon asukkaita, jotka mahdollistavat kannattavan liiketoiminnan. Ongelmaksi Espoon kannalta muodostuu, se ettei asukkaat ole keskittyneet tietyille alueille, sillä Espoo on laaja kunta 528 nelikökilometrillään (Espoo 2018). Espoon pääasiallisiksi kaupunkikeskuksiksi lukeutuvat Espoon keskus, Espoonlahti, Leppävaara, Matinkylä, Tapiola (Espoo 2018).

Asiakkaiksi tavoiteltaisiin ravintolan lähiympäristön asukkaita. Asiakasryhmiä, joita tavoiteltaisiin, olisivat kestävän vastuullisuutta arvostavat, lapsiperheet sekä lähiympäristön lounasruokailijat. Lounasruokailijat koostuisivat pääosin yritysten työntekijöistä.

## 4.2 Tutkimuksen eteneminen

Tämä luku kertoo tutkimusmenetelmän valinnasta ja tutkimusmenetelmänä kyselystä. Tämä luku kertoo myös tutkimussuunnitelman ja tutkimuksen toteuttamisen sekä tutkimuksen tulokset. Tämä luku esittelee myös liikeidean.

### 4.2.1 Tutkimusmenetelmänä kysely

Kehittämistehtävän määrittelyn jälkeen voidaan siirtyä suunnittelemaan menetelmiä, joita käytetään kehittämisen tueksi. Kehittämistyössä voidaan käyttää useita menetelmiä. Tutkimusmenetelmät jaotellaan perinteisesti määrällisiin, eli kvantitatiivisiin, ja laadullisiin, eli kvalitatiivisiin, tutkimusmenetelmiin. Määrällisen menetelmän tutkimusmenetelmät ovat esimerkiksi lomakekysely tai strukturoitu lomakehaastattelu. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 104.) Menetelmissä kysytään isolta joukolta vastaajia samaa asiaa ja samassa muodossa. Henkilöt, jotka vastaavat kyselyyn, ovat otos kohteena olevasta perusjoukosta. Yleisesti määrälliset tutkimusmenetelmät ovat hyviä menetelmiä esimerkiksi jonkin teorian paikkaansa pitävyyteen. Yleisesti ottaen kvalitatiivisilla menetelmillä saadaan syvällistä, mutta ei välttämättä hyvin yleistettävää tietoa. (Ojasalo ym. 2014, 104, 121.)

Kysely on yksi tavallisimmin käytetty tiedonkeruun menetelmä (Vilkkä 2015). Kyselyn avulla voidaan koota suurikin aineisto laajalta ihmismäärältä. Kyselyt tuottavat yleisimmin numeroihin perustuvaa tutkimusdataa, joita voidaan käsitellä tilastollisesti. Kyselyn vakavana heikkoutena pidetään tuotetun tiedon pinnallisuutta sekä vastausten antajien suhtautumisesta kyselyyn - ottavatko kyselyyn vastaajat kyselyyn vastaamisen vakavasti. (Ojasalo ym. 2014, 121.) Tuomi ja Sarajärvi (2018, 86) kertovat kyselyn perustuvan siihen, että tutkijalla on jokin ongelma, johon kaikkein helpoin ratkaisu on kysyä asiaa kohderyhmältä. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2004, 182) kertovat kyselyn nimitykseksi käytetyn nimityksen survey-tutkimus, joka kertoo siitä, että kysely on standardoitu. Informoidusta kyselystä voidaan puhua, kun kysely on kyselylomakkeen ja haastattelun välimaastosta, jolloin voidaan kysyä lisäkysymyksiä (Vilkkä 2015).

Kyselyn toteutukseen käytetään yleensä postitse lähetettäviä kyselylomakkeita, internetissä täytettäviä kyselyjä tai puhelimitse taikka kasvokkain tehtävät kyselyt. Internetissä ja postitse lähetettävät kyselyissä vastaaja vastaa itse kysymyksiin ja puhelimitse tai kasvokkain tehtävät kyselyissä haastattelija täyttää kyselylomakkeen. (Ojasalo ym. 2014, 121). Vilkkä (2015) kertoo sähköposti- ja internetkyselyiden tutkimuseettisistä ongelmista, joita ovat sähköpostiosoitteen tai IP-numeron näkyminen vastatessa kyselyyn, mutta tutkija on tutkimuseetiikan mukaan vaitiolovelvollinen kyselyyn vastaajista. Kyselyä voidaan hyödyntää useiden erilaisten aiheiden tutkimukseen, mutta kyselyn käytön perusvaatimuksena on se, että tutkittavasta aiheesta on tarpeeksi tietoa. Mikäli tutkittavasta aiheesta ei ole tarpeeksi tietoa, on mahdotonta muodostaa tutkimuksen kannalta tärkeitä kysymyksiä. (Ojasalo ym. 2014, 121-122.) Kyselylomakkeen yhtenä parhaana etuna on se, että vastaaja jää aina tuntemattomaksi ja yhtenä riskinä on se, että vastausprosentti jää alhaiseksi (Vilkkä 2015).

Tutkimussuunnitelman sisältö päätetään ideointivaiheessa ja tätä jatketaan valitsemalla tutkimusmenetelmä sekä tapa aineiston keräämiseen. Ideointivaiheessa pitää myös pohtia kuinka suuri tutkimusaineisto vaaditaan, että saadaan kattava vastaus ongelmaan. Tilastoyksikkö, eli havaintoyksikkö on tutkittava kohde, joka voi olla henkilö, tuote, kuva tai teksti. Havaintoyksikkö muodostuu otoksesta ja perusjoukko on tutkimuksessa määritelty joukko henkilöitä tai muita edellä mainittuja kohteita. Tämä joukko sisältää kaikki, joista tutkimuksessa halutaan tietoa. Perusjoukosta voidaan valita kaikki havaintoyksiköt tai tehdä otos. Kokonaistutkimuksessa otetaan koko perusjoukko mukaan tutkimukseen, eikä otantamenetelmää tällöin käytetä. Tutkija tekee päätöksen otantamenetelmästä, joka sopii parhaiten. (Vilkkä 2015.)

Tutkittavan asian tulee olla mitattavissa. Tutkittava asia voi olla mitä vain teoreettista asiaa tai ilmiötä koskeva ja sen tulee olla muutettavissa mitattavaan muotoon. Kyselylomakkeessa tulee aina perustella muuttujien valinta teoreettisella viitekehysellä. Kyselylomaketta suunniteltaessa tulee olla päätettynä teoreettinen viitekehys ja keskeiset käsitteet.

Kyselylomakkeen suunnittelussa tulee perehtyä tutkittavaan aihepiiriin ja sitä koskevaan teoriakirjallisuuteen. (Vilka 2015.)

Operationalisointia varten tutkijan tulee tuntea kohderyhmä, eli perusjoukko. Tutkija varmistaa tällä, että käsitteet siirtyvät kohderyhmälle ymmärrettäväksi. Operationalisointi on tutkijan tulkintaa ja tämä sisältää tutkimuksen pätevyyteen liittyvän ongelman.

Kyselylomakkeen tulee mitata sitä, mitä käsitteillä väitetään, mutta samalla sen tulisi olla vastaajalle ymmärrettävässä muodossa. Kysymyksien muotoiluun kannattaa käyttää riittävästi aikaa. Operationalisoinnissa tarkastellaan asioita tutkittavan kantilta. Tutkimussuunnitelma on perusta kyselylomakkeelle. Kyselylomakkeen kysymykset voivat olla monivalintakysymyksiä, eli strukturoituja kysymyksiä, avoimia kysymyksiä tai sekamuotoisia kysymyksiä. Monivalintakysymykset antavat valmiit vastausvaihtoehdot ja näissä tapauksissa kysymysmuoto on standardoitu. Avoimissa kysymyksissä tavoitellaan vastaajalta spontaanii mielipidettä ja näissä kysymyksissä ei rajata juurikaan. Sekamuotoisissa kysymyksissä on annettu vastausvaihtoehtoja, sekä avoin kysymys tai useampia. Sekamuotoiset kysymykset antavat joustavuutta, kun kaikkia vastausvaihtoehtoja ei välttämättä tunneta. Avoimien kysymysten analysointi on työläämpää kuin monivalintakysymysten. (Vilka 2015.)

Kysymysten muotoilu tulee olla vastaajalle tuttu ja kohderyhmän tuntemus on tärkeää.

Kysymykset kannattaa järjestellä niin, että edetään asioista yleisiin tai toisin päin.

Taustakysymykset ovat yleisesti kysymyslomakkeen lopussa. Kysymysten muotoilussa kannattaa olla maltillinen ja miettiä mitä tarvitaan ja mitä ei. Kysymysten muotoilussa tulee olla tarkkana ja yhteen kysymykseen ei tulisi sisällyttää kahta tai useampaa. Kyselylomakkeet ja kysymykset tulisi päättää näiden numeroinnista ja arvojen antamisesta. Kyselyn ja tämän taulukoinnin suunnittelu helpottaa kyselylomakkeiden käsittelyä (Vilka 2015.)

Aineiston käsittely tarkoittaa tutkimusaineiston tarkastelua analysoitavaan muotoon.

Määrällisessä tutkimuksessa on työvaiheita, joita ovat lomakkeiden tarkistus, aineiston muuttaminen numeraaliseen muotoon ja tallennetun aineiston tarkistus. Aineiston käsittelyyn voidaan käyttää erilaisia vaiheita, näitä vaiheita ovat ennen analyysin aloittamista aineiston tietojen syöttö, lomakkeiden käsittely ja tietojen tallennus havaintomatriisiksi.

Havaintomatriisi on taulukko, johon havaintoyksiköiden kaikkia muuttujia koskevat havainnot syötetään. Tutkimusaineiston käsittely, kerääminen, analysointi sekä tulkinta ovat erillisiä vaiheita määrällisessä tutkimuksessa. Aineiston käsittely aloitetaan siitä, että tutkimusmenetelmän aineisto kootaan. Aineiston käsittely tarkoittaa siis sitä, että saatu aineisto tarkistetaan, tiedot syötetään ja asetellaan sellaiseen muotoon tietokoneelle, että sitä voidaan tutkia numeerisesti. (Vilka 2007, 105-106.)

Tutkimuksen luotettavuus on tulosten tarkkuus, eli mittauksen tulisi antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia ja mahdollisuuden tulosten toistettavuuteen. Tulosten tulisi toistaa

itseään mitatessa saman henkilön kohdalla ja päätöksenä pitäisi tulla täsmälleen sama mittaustulos. Tutkimustulosten luotettavuuteen ei pidä kuitenkaan sekoittaa pätevyysalueen ulkopuolelle, eli toiseen aikaan tai toiseen yhteiskuntaan. Tutkitun otoksen pitäisi olla edustus perusjoukosta eikä mittauksessa tulisi olla satunnaisuutta, näin ollen kokonaisluotettavuuden pitäisi olla hyvä. Luotettavuuteen vaikuttavia aiheita on useita. Vastaaaja voi unohtaa tai muistaa jonkin asian väärin, ja vastata kysymykseen virheellisesti. Vastaaaja voi ymmärtää tai merkata kysymyksen tai vastauksen väärin taikka tutkija voi tehdä virheen tallentaessaan tuloksia. Tutkimuksen tulosten ollessa virheellisen oloisia jää pohdittavaksi, mistä virheet voisivat johtua (Vilkkä 2015.)

#### 4.2.2 Tutkimussuunnitelma ja kyselytutkimuksen toteuttaminen

Tutkimuksen tavoitteena oli suunnitella yritysideoista liikeidea. Teoriaan pohjaten päätettiin, että tavoitteen saavuttamisessa yritysideoita ja mahdollisten asiakkaiden kiinnostusta selvitettiin strukturoidun kyselyn avulla. Monivalintakysymyksien avulla pystyttiin suunnittelemaan ideoita eteenpäin ja suurenkin vastausmäärän analysointi mahdollistettaisiin. Kyselytutkimuksen avulla saatiin helposti numeroihin perustuvaa tutkimusdataa suurelta ihmismäärältä. Helpoimmaksi ratkaisuksi päätettiin kysyä kohderyhmältä ja sen pohjalta suunnitella yritysidea liikeideaksi.

Kyselyksi päätettiin Internetissä täytettävä kysely teoretiedon pohjalta ja mahdollistaen kysymisen suoraan mahdollisilta asiakkailta. Kysely toteutettiin Google Forms -palvelua käyttäen, sillä Forms antaa mahdollisuudet luoda helposti kyselyjä ilman kustannuksia. Forms kerää lomakkeen tulokset valmiiksi laskentataulukkoon tai kuvioiksi, joista tulosten analysointi on helppoa ja vaivatonta. Forms mahdollistaa monivalintakysymystyyppit. Kysely muotoutuu Formsin avulla huolitellun ja ammattimaisen näköiseksi lomakepohjien erilaisten vaihtoehtojen avulla. Vastaukset näkyvät reaaliajassa ja kaikki tulokset voidaan siirtää Google Sheetsiin tai analysoida Formsin yhteenvetojen avulla. Kyselylomakkeiden numerointi tapahtuu Formsin avulla automaattisesti, kuten myös lomakkeiden tietojen syöttö poistuu. Aineistoa päästään suoraan tutkimaan numeerisesti. (Google 2020.)

Taustakysymykset voitiin valikoida joko kyselyn alkuun tai loppuun ja ne sijoitettiin kyselyn alkuun. Internetissä tapahtuvan kyselyn ajankohdaksi valikoitiin kolme päivää kestävä vastauksien keruu 22.5.-24.5.2020 toteutettu kysely oli vastattavissa ainoastaan kohderyhmälle Espoolaiset ja se julkaistiin Facebookin suljetussa ryhmässä Puskaradio Espoo. Kyseinen ryhmä rajasi kohderyhmän ainoastaan espoolaisiin vastaajiin ja ryhmän koko oli kyselyn tapahtumahetkellä 60 629 jäsentä. Koko ryhmän jäsenmäärä oli perusjoukko. Kyselyyn vastaaminen tapahtui täysin anonyyminä.

Ensimmäiset neljä kysymystä kyselyssä olivat taustakysymyksiä koskien vastaajan asuinpaikkaa Espoossa, ravintoloiden käytön yleisyyttä, rahan kulutusta yleisesti ravintoloissa

ja julkisilla kulkuvälineillä liikkumisen tärkeyttä. Taustakysymyksiä jälkeen esiteltiin hävikkiruokaravintolan yritysidea. Seuraavat kuusi kysymystä olivat hävikkiruokaravintolan yritysideaan viittaavia kysymyksiä, eli käytettäisiinkö ravintolan palveluita ja kuinka usein, kuinka paljon rahaa käytettäisiin ravintolassa, millä tavoin toivottaisiin tarjoilun toimivan, kestävän kehityksen arvosta, hävikin hyödyntämisestä ravintolassa ja parhaasta sijainnista Espoon. Kaikki kysymykset olivat vapaaehtoisia kysymyksiä, joten vastaaja pystyi jättämään kysymykseen vastaamatta, mikäli vastaajalle sopivaa vastausvaihtoehtoa ei löytynyt.

”Asuinpaikkanne Espoossa?” -kysymys selventää vastaajan oman sijainnin Espoon sisällä. Tämän kysymyksen takana oli tarkoituksena selventää, että vastaaja asui Espoon alueella, sillä tältä kohderyhmältä halusimme vastauksia. Kysymyksen tarkoitus oli liikeidean verrata eri sijainneissa asuvien vastaajien vastausvaihtoehtoja. Näitä voitiin käyttää niin ravintolan sijainnin, käyntitiheyden, rahankäytön, julkisen liikenteen tärkeyden ja tarjoiluvaihtoehtojen vastausten selvittämisessä. Vastausvaihtoehdot oli rajattu suuralueittain, sillä jokaisesta alueesta löytyi oma kaupunkikeskuksensa, kuten Leppävaara, Matinkylä, Tapiola, Espoon keskus ja Espoonlahti.

”Kuinka usein käytätte yleisesti ravintoloiden palveluita?” -kysymyksellä selvitettiin yleisellä tasolla vastaajien käyntitiheyden ravintoloissa ja tätä verrattiin kiinnostukseen hävikkiruokaravintolan käyntitiheyteen. Vastausvaihtoehdoilla rajattiin käyntitiheys päivittäisiin, viikoittaisiin, kuukausittaisiin ja vuosittaisiin käynteihin. Tämä hyödynnettiin sijainnin valinnassa ravintolalle, tarkastellessa ravintolan ehdotetun sijainnin vaihtoehtoja. Raatikaisen (2011, 130) mukaan yrityksen tuottavuus on tuotoksen suhdetta sen tavoittamiseksi tarvittuun panokseen. Hän mainitsee myös, että näitä mittareita voivat olla esimerkiksi myyntinä jokaisena työpäivänä tai kuinka monta asiakaskontaktia työpäivän aikana tulee. Hänen mukaansa kannattavuus on yrityksen tärkein perusedellytys.

”Kuinka paljon käytätte yleisesti rahaa ravintolassa käynnin aikana?” -kysymys kertoi yleisestä tasosta rahankäytöstä henkilöltä. Kymmenen euron tarkkuudella tapahtuvat vastausvaihtoehdot kertovat kuvan rahankäytöstä. Tätä verrattiin, kuinka paljon vastaajat käyttäisivät vastaavasti hävikkiruokaravintolassa rahaa. Pyykön (2011, 34) mukaan kaiken lähtökohdana on raha ja asiakkaan halu maksaa tuotteesta, paraskaan tuote tai idea ei toimi, mikäli asiakas ei ole siitä valmis maksamaan.

”Vaikuttaako julkisilla kulkuvälineillä pääsy ravintolan valintaan?” -kysymys vastaa yritysidean sijainnin vahvistukseen. Vastausvaihtoehdoilla kyllä ja ei saatiin helposti rajausta tehtyä. Sijainti vaikuttaa ravintolan saavutettavuuteen ja markkinapotentiaaliin, eli menestymismahdollisuuksiin (Ahonen ym. 2009, 76). Useissa yrityksissä nostetaan esille strategiassa vastuullisuutta ja vastuullisuuden nostaminen strategiseksi tekijäksi on yleensä

asiakaskysynnän ja kilpailijoiden paineen lisääntymisestä johtuvaa (Heikkurinen 2012, 4). Vastuullisuutta tuotaisiin esille myös julkisten kulkuvälineiden saavutettavuudella.

Yritysidean esittelyn jälkeen vastattiin hävikkiruokaravintolan yritysidea koskeviin kysymyksiin. ”Kiinnostaisiko teitä käyttää hävikkiruokaravintolan palveluita?” -kysymyksellä saatiin suoraa tietoa, onko yritysidea kiinnostava. Yritysidean kiinnostavuudesta vastausvaihtoehtoina olivat kyllä ja ei, näillä vastausvaihtoehdoilla päästiin näkemään vastaajien kiinnostus yritysidea kohtaan. Ahosen, Koskisen ja Romeron (2009, 12) mukaan yrittäminen vaatii hyödyntämiskelpoisen liikeidean, jota toteuttamalla pystytään tekemään tulosta ja pystytään menestymään.

”Kuinka usein käyttäisitte hävikkiruokaravintolan palveluita?” -kysymyksellä päästiin vertaamaan kuinka usein mahdollisilla asiakkailla olisi kiinnostusta asioida hävikkiruokaravintolassa verrattuna yleiseen ravintoloiden käyntitiheyteen. Vastausvaihtoehtoina olivat samat vaihtoehdot, kuin yleisen ravintoloissa käyntitiheyden kysymyksessä, päivittäinen, viikoittainen, kuukausittainen, vuosittainen käynti tai ei ollenkaan. Raatikaisen (2011, 130) mukaan yrityksen tuottavuus on tuotoksen suhdetta sen tavoittamiseksi tarvittuun panokseen. Hän mainitsee myös, että näitä mittareita voivat olla esimerkiksi myyntinä jokaisena työpäivänä tai kuinka monta asiakaskontaktia työpäivän aikana tulee. Hänen mukaansa kannattavuus on yrityksen tärkein perusedellytys.

”Kuinka paljon käyttäisitte rahaa hävikkiruokaravintolassa käynnin aikana?” -kysymys antoi vastauksia kannattavuudesta, kuten myös vertausmahdollisuuden yleisesti vastaajien rahankäytöstä ravintoloissa henkilöltä. Vastausvaihtoehdot rajattiin kymmenen euron tarkkuudella tai ei ollenkaan, millä saadaan tarkkaa tietoa mahdollisten asiakkaiden rahankäytöstä hävikkiruokaravintolassa. Pyykön (2011, 34) mukaan kaiken lähtökohtana on raha ja asiakkaan halu maksaa tuotteesta, paraskaan tuote tai idea ei toimi, mikäli asiakas ei ole siitä valmis maksamaan. Hesso (2013, 109) mainitsee ravintolalta löytyvän selvityksen siitä, miksi asiakas on valmis maksamaan tuotteesta tai palvelusta.

”Milla tavalla toivoisitte ruoan olevan tarjolla hävikkiruokaravintolassa?” -kysymys antoi tietoa millä tavalla tuote asiakkaalle tarjotaan. Miettinen ja Santala (2003, 95) mainitsevat liikeidean tärkeimmiksi kysymyssanoiksi: kenelle, mitä ja miten sekä kysymykset selvittävät kenelle ja mihin tarpeeseen tuotetta tai palvelua tehdään, mitä tuotteita tai palveluita tehdään sekä miten toimintaa johdetaan ja organisoidaan. Vastausvaihtoehdot kattavat kaikki mahdolliset tarjoilutapojen yhdistelmät buffetin ja á la carte tarjoilun välillä.

”Tuoko kestävä kehityksen ja hävikin hyödyntämisen näkökulma lisäarvoa ravintolakokemukseenne?” -kysymys kysyi kestävä kehityksen, tarkennettuna hävikin osaa ravintolassa. Vastausvaihtoehtoina kyllä ja ei rajaavat helposti nähtävillä oliko tällä tavalla erottuvalle ravintolalle kysyntää vai ei. Pyykön (2011, 226) mukaan strategiassa tulisi ilmetä

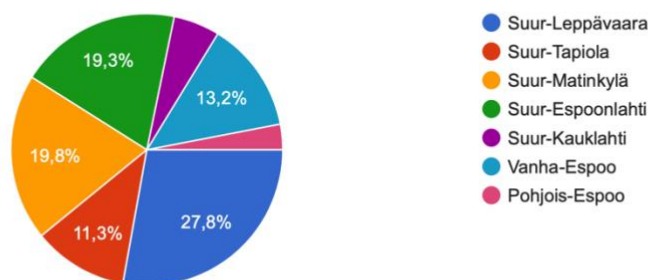
kilpailuetu ja aiheuttaa sekä mahdollistaa kannattavan kasvun. Kiertotalouden ja ympäristövastuun tulee olla tänä päivänä jokaisen yhteinen asia. Tämä on hyvää tekemisen väylä, yhteiskunnallista vaikuttamista sekä kilpailutekijä. (Kierrätyskeskus 2020.)

”Mikä olisi paras sijainti Espoossa hävikkiruokaravintolalle?” -kysymyksellä saatiin tietoa suuralueiden tarkkuudella, kuten asuinalueen kysymyksen yhteydessä ja tuloksia voidaan vertailla. Tällä tavoin saatiin tietoa ja suuntaa sijainnin suhteen, joka oli yritysideoissa suunniteltu hyvien julkisten liikenneyhteyksien varrelle, mahdollisesti kauppakeskukseen. Ahosen ym. mukaan (2009, 76) ravintolan tärkeimpiin ominaisuuksiin ja myös strategiaan päätöksiin sisältyy sen sijainti, ja se vaikuttaa ravintolan saavutettavuuteen ja markkinapotentiaaliin eli siis sen menestymismahdollisuuksiin. Sijainnin kysymys joko tarkensi tai antoi uusia ideointimahdollisuuksia sijainnin suhteen. Kyselylomake löytyy opinnäytetyöstä liitteenä (liite 1).

#### 4.2.3 Kyselytutkimuksen tulokset

Ensimmäisenä kysyttiin asuinpaikkaa Espoon sisällä. Tähän kysymykseen saatiin yhteensä 363 vastausta, eli vastausprosentti oli 0,6%. Kuvio 3 kertoo, että vastanneista vähän yli neljäsosa, 28%, vastasi asuinpaikakseen Suur-Leppävaaran ja pienin osa vastaajista vastasi, 3%, Pohjois-Espoon. Asuinpaikka jakaantui eniten suurimpien keskuksien, Suur-Leppävaaran ja Suur-Matinkylän, osalle.

Asuinpaikkanne Espoossa  
363 vastausta



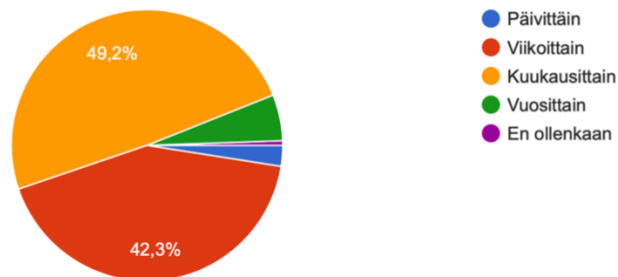
Kuvio 3: Asuinpaikka Espoon sisällä

Toinen kysymys oli ”Kuinka usein käytätte yleisesti ravintoloiden palveluita?”. Tähän kysymykseen saatiin 364 vastausta, eli vastausprosentti oli 0,6%. Kuvio 4 kertoo, että vastanneista melkein puolet, eli 49% vastasi ravintoloissa käyntitiheydeksi kuukausittain. Pienin osa, eli 0,5% vastanneista vastasi, ettei käytä ravintolapalveluita ollenkaan.



Kuinka usein käytätte yleisesti ravintoloiden palveluita?

364 vastausta

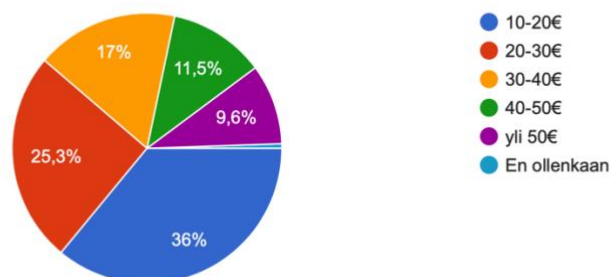


Kuvio 4: Ravintoloiden palveluiden käytön tiheys

Kolmas kysymys oli ”Kuinka paljon käytätte yleisesti rahaa ravintolassa käynnin aikana?”. Tähän kysymykseen saatiin 364 vastausta eli vastausprosentti oli 0,6%. Kuvio 5 kertoo, että vastanneista vähän yli kolmasosa, eli 36% käytti ravintolassa henkilöltä 10-20 euroa. Vastanneista pienin osa, eli 0,5% eivät käyttäneet rahaa ollenkaan ravintolassa.

Kuinka paljon käytätte yleisesti rahaa ravintolassa käynnin aikana?

364 vastausta



Kuvio 5: Rahankäyttö ravintolassa

Neljäs kysymys oli ”Vaikuttaako julkisilla kulkuvälineillä pääsy ravintolan valintaan?”. Tähän kysymykseen saatiin 363 vastausta, eli vastausprosentti oli 0,60%. Yli puolet 52% vastanneista eivät koe julkisilla kulkuvälineillä pääsyn ravintolaan olevan tärkeää ja 48% vastanneista kokevat julkisilla kulkuvälineillä pääsyn ravintolaan olevan tärkeää. Vastaustulokset ovat melko tasaisesti jakautuneet kahtia.

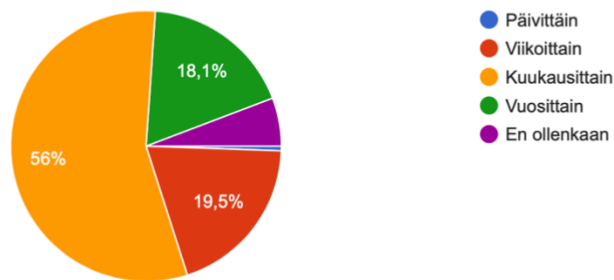
Viides kysymys oli ”Kiinnostaisiko teitä käyttää hävikkiruokaravintolan palveluita?”. Ennen tätä kysymystä oli esitetty hävikkiruokaravintolan yritysidea. Tähän kysymykseen saatiin 364 vastausta, eli vastausprosentti oli 0,60%. 94% vastanneista vastasi käyttävänsä hävikkiruokaravintolan palveluita ja 6% vastasi, että eivät käyttäisi hävikkiruokaravintolan

palveluita. Tämä osoitti, että vastaajista huomattavasti suurin osa vastasi, että olisi kiinnostunut käyttämään ravintolan palveluita.

Kuudes kysymys oli ”Kuinka usein käyttäisitte hävikkiruokaravintolan palveluita?”. Tähän kysymykseen saatiin 364 vastausta, eli vastausprosentti oli 0,60%. Kuvio 6 kertoo, että yli puolet vastaajista, eli 56% vastasi, että käyttäisi ravintolan palveluita kuukausittain ja 0,5% vastasi, että käyttäisi ravintolan palveluita päivittäin. Tämä kertoi, että hävikkiruokaravintolan palveluita käytettäisiin vähemmän kuin ravintolapalveluita yleisesti. Yleisesti ravintoloiden käyntitiheys summasi yhteen kaikkien ravintoloiden käynnit, joten tarkan erikoisruokaravintolan käyntitiheys oli todennäköisesti pienempi.

Kuinka usein käyttäisitte hävikkiruokaravintolan palveluita?

364 vastausta

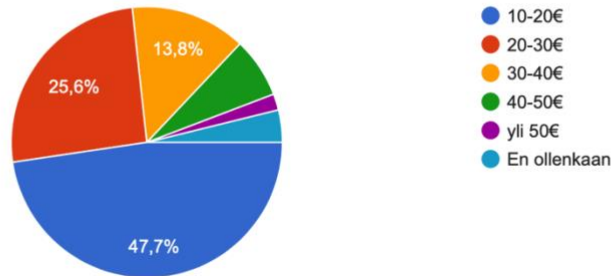


Kuvio 6: Hävikkiruokaravintolan palveluiden käytön tiheys

Seitsemäs kysymys oli ”Kuinka paljon käyttäisitte rahaa hävikkiruokaravintolassa käynnin aikana?”. Tähän kysymykseen saatiin 363 vastausta, eli vastausprosentti oli 0,60%. Kuvio 7 kertoo, että vastaajista melkein puolet, eli 48% vastasi käyttävänsä 10-20 euroa ravintolassa käynnin aikana henkilöltä ja 2% käyttäisi ravintolassa käynnin aikana yli 50 euroa. Verrattaessa rahankäyttöä hävikkiruokaravintolassa yleiseen rahankäyttöön ravintoloissa kertoi, että hävikkiruokaravintolassa ei olla valmiita käyttämään yhtä paljon rahaa, kuin yleisesti ravintoloissa.

Kuinka paljon käyttäisitte rahaa hävikkiruokaravintolassa käynnin aikana?

363 vastausta

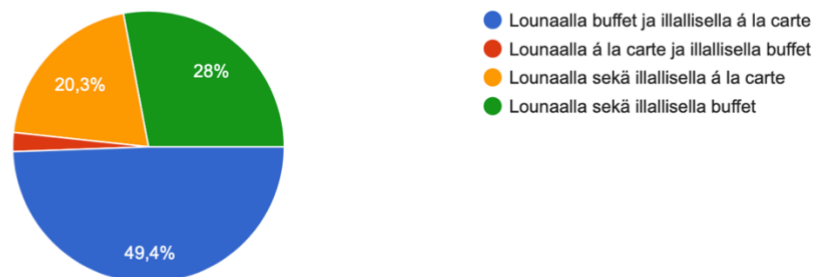


Kuvio 7: Rahankäyttö hävikkiruokaravintolassa

Kahdeksas kysymys oli ”Millä tavalla toivoisitte ruoan olevan tarjolla hävikkiruokaravintolassa?”. Tähän kysymykseen saatiin 354 vastausta, eli vastausprosentti oli 0,58%. Kuvio 8 kertoo, että vastaajista melkein puolet, eli 49% vastasi, että haluaisi ruoan olevan tarjolla lounaalla buffet -tyyliin ja illallisella á la carte -tarjoiluna. Vastaajista 2% vastasi, että haluaisi ruoan olevan tarjolla lounaalla á la carte -tyyliin ja illallisella buffet -tyyliin.

Millä tavalla toivoisitte ruoan olevan tarjolla hävikkiruokaravintolassa?

354 vastausta



Kuvio 8: Tarjoilutyyli hävikkiruokaravintolassa

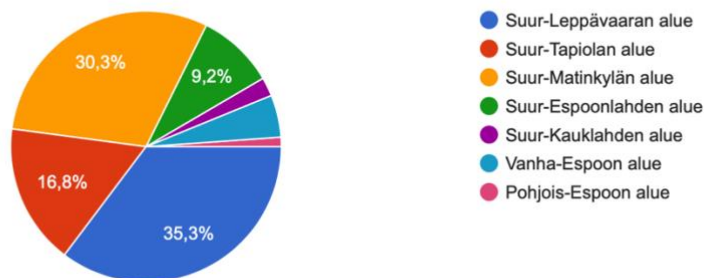
Yhdeksäs kysymys oli ”Tuoko kestävän kehityksen ja hävikin hyödyntämisen näkökulma lisäarvoa ravintolakokemukseenne?”. Tähän kysymykseen saatiin 364 vastausta, eli vastausprosentti oli 0,60%. Vastaajista melkein yhdeksän kymmenesosa, eli 87% vastasivat, että kokevat kestävän kehityksen ja tarkemmin hävikin näkökulman tuovan lisäarvoa käyntiinsä ravintolassa. Vastaajista hieman yli yksi kymmenesosa, eli 13% vastasivat, että kokivat, että kestävän kehityksen ja tarkemmin hävikin näkökulma ei tuo lisäarvoa

ravintolakokemukseen. Tästä pääteltiin, että kestävän kehityksen ja hävikin näkökulman oli yritysideoissa suurelle osalle vastaajista tärkeää.

Kymmenes kysymys oli ”Mikä olisi paras sijainti Espoossa hävikkiruokaravintolalle?”. Tähän kysymykseen saatiin vastauksia 357, eli vastausprosentti oli 0,59%. Kuvio 9 kertoo, että vähän yli kolmasosa, eli 36% vastaajista vastasi parhaaksi sijainniksi Suur-Leppävaaran alueen ja 1% vastasi parhaaksi sijainniksi Pohjois-Espoon alueen. Alueiden kannatus ei ollut täysin suhteessa vastaajien asuinpaikkaan.

Mikä olisi paras sijainti Espoossa hävikkiruokaravintolalle?

357 vastausta



Kuvio 9: Hävikkiruokaravintolan paras sijainti Espoossa

#### 4.2.4 Valmis liikeidea

Yritysideoita vahvistamisessa päästiin tutkimuksen jälkeen liikeideaan. Liikeideaan vahvistui kestävän kehityksen ja tarkemmin hävikkiraaka-aineiden hyödyntäminen ravintolassa. Raaka-aineet tulisi saada helposti ja vaivattomasti noudettua ja käsiteltyä, jotta hinta voidaan pitää niin lounaan kuin illallisenkin aikana edullisena.

Tutkimuksen vastauksien perustella, sijainniksi valikoitui Espoon Leppävaaran keskuksen läheisyys, että liikepaikkaan pääsee autolla sekä julkisilla kulkuvälineillä. Leppävaaran alueen toimistotyöntekijät ja muut töistä lounaalle lähtevät lounasruokailijat huomioitaisiin vahvasti. Kanta-asiakkaiden arvoon tulitaisiin kiinnittämään huomiota, sillä vastauksia saatiin ravintolan käyntitiheydestä. Kestävän kehityksen näkökulma liikeideaan tulitaisiin tuomaan asiakkaalle lähettyville ja näkyväksi, kuten yritysideoissa oli suunniteltu. Asiakkaat eivät ole valmiita maksamaan lisää hävikkiruokan käytöstä, vaan päinvastoin, joten hintoihin tulisi kiinnittää huomiota. Liikepaikan, henkilökunnan määrän, ostettujen raaka-aineiden hintojen, hävikkiruokan käsittelyaikojen ja muiden kustannusten huomiointi olisi tärkeää, jotta hinnat saadaan pidettyä alhaisina.

Kuvio 10 kertoo Raatikaisen liikeideamallin mukaisesti liikeidean hyödyn asiakkaille, mielikuvan yrityksestä, asiakkaat, tuotteet, toimintatavat sekä niiden yhteyden toisiinsa. Malli esittelee lopullisen liikeidean hyödyn asiakkaalle olevan ruokailun mahdollistamisen uudella mallilla kestävän kehityksen mukaisesti Espoossa.



Kuvio 10: Liikeideamalli

Kuvio 10 kertoo mielikuvan yrityksestä olevan kestävän kehityksen mallilla toimiva ja hävikkiä vähentävä yritys sekä edullinen hinta. Asiakkaat olisivat kaikki Espoon alueen asukkaat ja tarkemmin Leppävaaran alueen asukkaat. Asiakkaat pääsisivät ravintolaan niin yksityisillä kuin julkisilla kulkuneuvoilla. Ravintola palvelisi niin lounaalla, kuin illallisellakin. Tuotteet olisivat hävikkiraaka-aineista ja lähiraaka-aineista mahdollisuuksien mukaan. Toimintatavat sisältäisivät lounaalla buffet -tarjoilun ja illallisella á la carte -tarjoilun. Ravintola keskittyisi kanta-asiakkaisiinsa kyselyn perusteella tulleen käyntitiheyden mukaisesti.

## 5 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella oman yrityksen liikeidea. Yritysideasta suunniteltiin liikeidea. Työn tuotoksena oli liikeidea, joka sisältää sen, kenelle, mitä ja miten yritystoimintaa tehdään, joka esitettiin Raatikaisen liikeideamallin mukaisesti. Työn hyötynä oli oman yrityksen liikeidean suunnittelu ja lopulta oman yrityksen perustaminen. Työn tuloksena oli liikeidea. Yritysideaan haettiin vahvistusta mahdollisten asiakkaiden kiinnostuksen selvittämisellä. Lopullisena tarkoituksena oli oman yrityksen perustaminen.

Kyselytutkimuksella saatiin tietoa erikoisruokaravintolan, eli hävikkiruokaravintolan yritysidean suunnittelusta ja vahvistamisesta liikeideaksi. Liikeidea vahvistui Espoon Leppävaarassa toimivaksi hävikkiruokaravintolaksi, jonka tärkeimpinä arvoina ovat vastuullisuus ja kestävä kehitys. Tutkimuksen tulokset esitettiin Raatikaisen liikeideamallilla, eli ravintolan hyöty asiakkaalle, ketä mahdolliset asiakkaat ovat, minkälaisen mielikuvan yritys antaa, mitä ravintolan tuotteet ovat sekä hieman ravintolan toimintatapoja, sijaintia ja asiakkaiden yleisiä tottumuksia. Tutkimuksessa kerrottiin yritysidea ja kysymysten avulla saatiin mahdollisilta asiakkailta tietoa liikeidean vahvistamiseen. Internetissä toteutettu strukturoitu kyselytutkimus tavoitti vastaajia.

Yritysidea vahvistettiin liikeideaksi, joka on Espoon Leppävaarassa toimiva hävikkiruokaravintola. Raatikaisen liikeideamallilla kerrottiin vahvistunut liikeidea, jossa hyötynä asiakkaalle on kestävä kehityksen mallin tuominen ruokailuun hävikkiraaka-aineilla. Mielikuvaksi yrityksestä kerrottiin hävikin vähentäminen ja edullinen ruoka, tuotteina ovat kasvis- ja vegaaniruokavaliot huomioiva hävikki- ja lähiraaka-aineista valmistettu ruoka ja juoma. Yrityksen asiakkaat kerrottiin olevan Leppävaaran ja koko muun Espoon asukkaat. Yrityksen toimintatapoina kerrottiin olevan kanta-asiakkaisiin keskittyminen ja lounaalla buffet sekä illallisella á la carte -tarjoilu.

Tuloksia voidaan hyödyntää liikeidean suunnittelussa ja vahvistamisessa, mutta liikeideaa voitaisiin suunnitella vielä pidemmälle muutamilla kysymyksillä, joilla saataisiin vielä tarkempaa tietoa mahdollisista asiakkaista, esimerkiksi kysymyksillä asiakkaiden tarkemmista mieltymyksistä ja esimerkiksi tarkasta ruokailuajankohdasta. Kyselyä voitaisiin hyödyntää myös esimerkiksi markkinoinnin suunnittelussa. Kyselyllä saatiin hyödynnettävää tietoa liikeidean suunnitteluun, liiketoimintasuunnitelman suunnitteluun, rahoituksen hakemiseen ja lopulta yrityksen perustamiseen.

## Lähteet

### Painetut

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2009. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. 5. uud. p. Helsinki: Restamark.

Alikoski, R., Hakonen, M. & Viitasalo, J. 2013. Yritystoiminnan taitajaksi. 5., uud. p. Helsinki: Sanoma Pro.

Heikkurinen, P. 2012. Vastuullisuus ruokaketjussa : eväitä johtamiseen, mittaamiseen ja viestintään. Jokioinen: MTT.

Hemmi, M., Häkkinen, U. & Lahdenkauppi, M. 2008. Avec : asiakaspalvelua ravintolassa. 6. uud. p. Helsinki: WSOY oppimateriaalit.

Hesso, J. 2013. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakamari.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. 10., osin uud. laitos. Helsinki: Tammi.

Holopainen, T. & Levonen, A. 2006. Yrityksen perustajan opas : silta yrittäjyyteen. 13. uud. p. Helsinki: Edita.

Koppinen, S. 2002. Peti & safka : hotelli- ja ravintola-alan perusteet. Helsinki: Tammi.

Miettinen, P. & Santala, H. 2003. Tuloksen tekijät : yritystoiminta ja talous hotelli- ja ravintola-alalla. Helsinki: WSOY.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät : uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud. p. Helsinki: Sanoma Pro.

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? Helsinki: WSOYpro.

Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. 8., uud. p. Helsinki: Edita.

Sammallahti, T. & Murto, P. 2009. Konseptisuunnittelun supersankari. Helsinki: Books on Demand.

Silvennoinen, K., Katajajuuri, J., Jalkanen, L., Koivupuro, H. & Reinikainen, A. 2012. Ruokahävikki suomalaisessa ruokaketjussa : Foodspill 2010-2012 -hankkeen loppuraportti. Jokioinen: MTT.

Taskinen, T. & Tuikkanen, R. 2004. Ammattikeittiöiden ekologinen toiminta Suomessa 2003. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen : menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. uud. p. Helsinki: Edita.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa : määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

#### Sähköiset

Espoo. 2017. Väestörakenne. Viitattu 22.4.2020. [https://www.espool.fi/fi-FI/Espoon\\_kaupunki/Tietoa\\_Espoosta/Tilastot\\_ja\\_tutkimukset/Vaesto\\_ja\\_vaestonmuutokset/Vaestorakenne\(340\)](https://www.espool.fi/fi-FI/Espoon_kaupunki/Tietoa_Espoosta/Tilastot_ja_tutkimukset/Vaesto_ja_vaestonmuutokset/Vaestorakenne(340))

Espoo. 2018. Tietoa Espoosta. Viitattu 22.4.2020. [https://www.espool.fi/fi-FI/Espoon\\_kaupunki/Tietoa\\_Espoosta](https://www.espool.fi/fi-FI/Espoon_kaupunki/Tietoa_Espoosta)

From Waste To Taste Ry. 2020. From Waste To Taste. Viitattu 1.4.2020. <https://waste2taste.com>

Google. 2020. Forms. Viitattu 4.6.2020. <https://gsuite.google.fi/intl/fi/products/forms/>

HSY. 2020. Elintarvike-, hotelli- ja ravintola-alan jätehuolto. Viitattu 20.5.2020. <https://www.hsy.fi/fi/opettajalle/sahkoisetoppimateriaalit/amatillisetoppilaitokset/elintarvike-hotelli-ravintola-ala/Sivut/elintarvike-hotelli-ja-ravintola-alan-jatehuolto.aspx>

Kestävän kehityksen työkirja. 2012. Kestävyyttä Itä-Suomen ruokapalveluihin -hanke. Viitattu 15.4.2020. [http://www.ekocentria.fi/resources/public/Aineistot/Opetusmateriaali/Kestavan\\_kehityksen\\_tyokirja.pdf](http://www.ekocentria.fi/resources/public/Aineistot/Opetusmateriaali/Kestavan_kehityksen_tyokirja.pdf)

Kierrätyskeskus. 2020. Kierotalous, palveluita yrityksille ja yhteisöille. Viitattu 15.4.2020. [https://www.kierratyskeskus.fi/kiertotalous\\_yritysten\\_palvelut](https://www.kierratyskeskus.fi/kiertotalous_yritysten_palvelut)

Kuntaliitto. 2017. Kaupunkien ja kuntien lukumäärät ja väestötiedot. Viitattu 22.4.2020. <https://www.kuntaliitto.fi/tilastot-ja-julkaisut/kaupunkien-ja-kuntien-lukumaarat>



Leponiemi, T. 2020. Ravintola-ala tarvitsee 10 000 uutta tekijää, mutta hakijamäärät romahtavat - nyt hakijoita houkuteltaan rekrytoimalla tubettajia. Viitattu 31.3.2020.  
<https://yle.fi/uutiset/3-11183923>

Luonnonvarakeskus. 2020. Ravitsemuspalveluiden elintarvikejäte. Viitattu 31.3.2020.  
<https://www.luke.fi/uutinen/ravitsemuspalveluiden-elintarvikejate/>

Luonnonvarakeskus. 2016. Ruokahävikki. Viitattu 31.3.2020. <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/ruoka-ja-ravitsemus/ruokahavikki/>

MaRa. 2017. Ulkomaalaisten matkat Suomeen kasvoivat vuonna 2016 - venäläiset ja kiinalaiset käyttivät eniten rahaa. Viitattu 12.5.2020.  
<https://www.mara.fi/ajankohtaista/uutiset/ulkomaalaisten-matkat-suomeen-kasvoivat-vuonna-2016-venalaiset-ja-kiinalaiset-kayttivat-eniten-rahaa.html>

MaRa. 2019a. Toimiala. Viitattu 28.3.2020. <https://www.mara.fi/toimiala.html>

MaRa. 2019b. Sääntely. Viitattu 15.5.2020. <https://www.mara.fi/teemat/saantely.html>

MaRa. 2019c. Ruokahävikin tiekartta piirtyy - puolittamistavoite tuntuu melkein mahdottomalta. Viitattu 31.3.2020.  
<https://www.mara.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/ruokahavikin-tiekartta-piirtyy-puolittamistavoite-tuntuu-melkein-mahdottomalta.html?p252=5>

MaRa. 2020a. Alan merkitys kansantaloudelle. Viitattu 31.3.2020.  
<https://www.mara.fi/toimiala/alan-merkitys-kansantaloudelle.html>

MaRa. 2020b. Kilpailukyky. Viitattu 12.5.2020.  
<https://www.mara.fi/teemat/kilpailukyky.html>

MaRa. 2020c. Koronavirus uhkaa hävittää markailu- ja ravintola-alalta tuhansia yrityksiä ja kymmeniä tuhansia työpaikkoja. Viitattu 8.4.2020.  
<https://www.mara.fi/toimiala/koronakriisi.html>

Muilu, H. 2019. Osakeyhtiön voi nyt perustaa ilman pääomaa - Verohallinnossa heräsi pelko: Harmaan talouden ammattilaiset ja bulvaanit hyötyvät uudistuksesta. Viitattu 7.4.2020.  
<https://yle.fi/uutiset/3-10884696>

Sekki, A. Niemi, M. 2016. Menesty yrittäjänä - 68 käytännön ohjetta. Viitattu 20.5.2020.  
[https://bisneskirjasto-almatalent-](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.nelli.laurea.fi/teos/IAGBHXCTEB#kohta:MENESTY((20)YRITT((c4)J((c4)N((c4)((20)/piste:b0)

[fi.nelli.laurea.fi/teos/IAGBHXCTEB#kohta:MENESTY\(\(20\)YRITT\(\(c4\)J\(\(c4\)N\(\(c4\)\(\(20\)/piste:b0](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.nelli.laurea.fi/teos/IAGBHXCTEB#kohta:MENESTY((20)YRITT((c4)J((c4)N((c4)((20)/piste:b0)

Tilastokeskus. 2008. Toimialaluokitus 2008. Viitattu 1.4.2020.

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

Verohallinto. 2017. Espoolainen keskituloinen palkansaaja olisi hyvätuloinen lähes kaikkialla muualla Suomessa. Viitattu 22.4.2020. <https://www.hs.fi/talous/art-2000005886318.html>

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Viitattu 24.5.2020.

<https://www.ellibslibrary.com/reader/9789524517560>

Waste&Feast. 2020. Tervetuloa ylijäämäruokaravintolaan. Viitattu 1.4.2020.

<http://www.wastefeast.eu>

Ympäristöministeriö. 2016. Mitä on kestävä kehitys. Viitattu 15.4.2020.

[https://www.ymparisto.fi/fi-fi/ymparisto/kestava\\_kehitys/mita\\_on\\_kestava\\_kehitys](https://www.ymparisto.fi/fi-fi/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys)

## Kuviot

|   |    |
|---|----|
| Kuvio 1: Työllisten määrän muutos 2008-2019 (MaRa 2020a) .....  | 9  |
| Kuvio 2: Liikeideamalli (Raatikainen 2011, 39) .....            | 17 |
| Kuvio 3: Asuinpaikka Espoon sisällä.....                        | 32 |
| Kuvio 4: Ravintoloiden palveluiden käytön tiheys .....          | 33 |
| Kuvio 5: Rahankäyttö ravintolassa .....                         | 33 |
| Kuvio 6: Hävikkiruokaravintolan palveluiden käytön tiheys ..... | 34 |
| Kuvio 7: Rahankäyttö hävikkiruokaravintolassa .....             | 35 |
| Kuvio 8: Tarjoilutyylit hävikkiruokaravintolassa .....          | 35 |
| Kuvio 9: Hävikkiruokaravintolan paras sijainti Espoossa .....   | 36 |
| Kuvio 10: Liikeideamalli .....                                  | 37 |

## Liitteet

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| Liite 1: Kyselyn kysymykset..... | 45 |
|----------------------------------|----|

## Liite 1: Kyselyn kysymykset

### Hävikkiruokaravintola Espooseen

Kysymyksillä haetaan tietoa opinnäytetyöhön hävikkiruokaravintolan liikeidean kokoamiseen, Espoon alueella asuvilta henkilöiltä.

#### Asuinpaikkanne Espoossa?

- Suur-Leppävaara
- Suur-Tapiola
- Suur-Matinkylä
- Suur-Espoonlahti
- Suur-Kauklahti
- Vanha-Espoo
- Pohjois-Espoo

#### Kuinka usein käytätte yleisesti ravintoloiden palveluita?

- Päivittäin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- Vuosittain
- En ollenkaan

#### Kuinka paljon käytätte yleisesti rahaa ravintolassa käynnin aikana?

- 10-20€
- 20-30€
- 30-40€
- 40-50€
- yli 50€
- En ollenkaan

#### Vaikuttaako julkisilla kulkuvälineillä pääsy ravintolan valintaan?

- Kyllä
- Ei

Ravintola sijaitsisi Espoon alueella hyvien julkisten liikenneyhteyksien varrella. Ravintola toimisi kestäväen kehityksen mukaisesti ja hyödyntäisi ruokakauppojen hävikkiin joutuvia raaka-aineita. Ruokalistat olisivat vaihtuvia kulloinkin saatavilla olevien raaka-aineiden

mukaisesti. Ruokalistan kaikki annokset olisivat myös ostettavissa mukaan. Lounaalla tarjoiltaisiin buffetpöydästä lounasruokaa ja iltaisin á la carte -annoksia. Juomatuotteet olisivat myös pääosin hävikkiä hyödyntäen itse valmistettuja. Muut tuotteet, joita ei saada hävikistä, ovat lähituottajilta hankittuja raaka-aineita ja juomia.

Kiinnostaisiko teitä käyttää hävikkiruokaravintolan palveluita?

- Kyllä
- Ei

Kuinka usein käyttäisitte hävikkiruokaravintolan palveluita?

- Päivittäin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- Vuosittain
- En ollenkaan

Kuinka paljon käyttäisitte rahaa hävikkiruokaravintolassa käynnin aikana?

- 10-20€
- 20-30€
- 30-40€
- 40-50€
- yli 50€
- En ollenkaan

Millä tavalla toivoisitte ruoan olevan tarjolla hävikkiruokaravintolassa?

- Lounaalla buffet ja illallisella á la carte
- Lounaalla á la carte ja illallisella buffet
- Lounaalla sekä illallisella á la carte
- Lounaalla sekä illallisella buffet

Tuoko kestävän kehityksen ja hävikin hyödyntämisen näkökulma lisäarvoa ravintolakokemukseenne?

- Kyllä
- Ei

Mikä olisi paras sijainti Espoossa hävikkiruokaravintolalle?

- Suur-Leppävaaran alue

- Suur-Tapiolan alue
- Suur-Matinkylän alue
- Suur-Espoonlahden alue
- Suur-Kauklahden alue
- Vanha-Espoon alue
- Pohjois-Espoon alue