

Tiina Viljanen

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Case: Lounaskahvila Merituuli

Liiketalouden koulutusohjelma
Taloushallinnon suuntautumisvaihtoehto
2012

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA Case: Lounaskahvila Merituuli

Viljanen, Tiina
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Kesäkuu 2012
Ohjaaja: Rajala, Jukka
Sivumäärä: 39
Liitteitä: 1

Asiasanat: Liikeideat, liiketoimintasuunnitelmat, liiketoimintaympäristö, riskit

Opinnäytetyön tavoite oli toimivan liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja yritysmuodon valinta suunnitellulle lounaskahvilayritykselle. Tämä on toiminnallinen opinnäytetyö. Työ koostuu aloittavan lounaskahvilayrityksen liiketoimintasuunnitelmasta ja raportista, jossa kuvaillaan liiketoiminnan suunnittelua ja sen eri vaiheita. Lisäksi työssä tutkittiin kahvila- ja ravintola-alan erityispiirteitä.

Liikeidean toimialaksi valittiin lounaskahvilatoiminta, jossa hyvällä palvelulla on keskeinen rooli. Liikeidea työstettiin liiketoimintasuunnitelmaksi, jonka tavoitteena on olla mahdollisimman realistinen ja siten toteutettavissa. Liiketoimintasuunnitelma auttaa yrittäjää yrityksen perustamisessa, rahoituksen hankinnassa sekä myöhemmin toimintaa kehitettäessä. Liiketoimintasuunnitelmassa määritellään yrityksen liikeidea, asiakkaat, kilpailijat, tuotteet ja palvelut, markkinointi, kirjanpito, rahoitus, SWOT-analyysi sekä riskit.

Liiketoimintasuunnitelma on opinnäytetyön liitteenä. Se on pääosin tavoitteen mukainen. Sen avulla näemme, onko tulevilla lounaskahvilayrityksellä mahdollisuuksia menestyä vai onko toiminta kannattamatonta. Opinnäytetyöllä ei ollut toimeksiantajaa, vaan liiketoimintasuunnitelman laatiminen perustui kirjoittajan mahdolliselle tulevalle yrittäjäuralle.

BUSINESS PLAN Case: Lunch cafe Merituuli

Viljanen, Tiina

Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Administration

June 2012

Supervisor: Rajala, Jukka

Number of pages: 39

Appendices: 1

Keywords: Business ideas, business plans, business environment, risks

Objective of this study was effective business plan and the corporate form of choice for the company planned a lunch café. This study focuses on operational aspects. The work consists of the opening lunch café company's business plan and report, which describes the business planning and its various stages. In addition, work was studied in a café and restaurant special features.

The business concept was chosen line of business lunch cafeteria operations, where good service is a key role. Business concept was worked out business plan that aims to be the most realistic and feasible way. A business plan helps the entrepreneur to start-ups, financing the acquisition and later in the development activities. The business plan sets out the company's business concept, customers, competitors, products and services, marketing, accounting, financial, SWOT analysis as well as risks.

A business plan is attached to the thesis. It is mainly consistent with the purpose. It allows to see if the upcoming lunch café business opportunities in a company or whether the operation unprofitable. The thesis had no sponsor, but a business plan based on the author for possible future entrepreneurial career.

.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	MENETELMÄ.....	6
3	RAVINTOLA-ALA	7
3.1	Tunnuspiirteet ravintola-alalla	8
3.2	Lainsäädäntö ravintola-alalla	9
3.2.1	Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta.....	9
3.2.2	Elintarvikelaki	10
3.2.3	Elintarvikehuoneistojen hyväksyminen.....	11
4	ALUSTAVA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	12
4.1	Yritysidea / liikeidea	13
4.2	Asiakkaat ja markkinatiedon hankkiminen.....	15
4.2.1	Asiakkaat	15
4.2.2	Markkinat	16
4.2.3	Kilpailijat	17
4.3	Tuotteet / palvelut	19
4.4	Toimintatavat ja voimavarat	20
4.4.1	Myynti ja markkinointi.....	21
4.4.2	Oma osaaminen	24
4.4.3	Kirjanpito	24
4.5	Rahoitus	26
4.6	Talouden suunnittelu ja toiminnan kannattavuus	27
4.7	Yrityshankkeen SWOT-analyysi	33
4.8	Riskit.....	34
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	37
	LÄHTEET.....	39
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tulen perheestä, jossa molemmilla vanhemmillani on yksityisyritys, joten olen käytännöllisesti katsoen kasvanut yrittäjyyden keskellä. Siksi ajatus oman yrityksen perustamisesta, sitten joskus, ei tuntunut niin kovinkaan vieraalta edes silloin, kun opiskelin liiketaloutta ammattikorkeakoulussa. Yrittäjyys on aina välillä pyörinyt mielessäni menneinä vuosina, vain yrityksen toimiala ja sijainti ovat vaihdelleet ajatuksissani. Sen vuoksi en tunne pelkoa aloittaa yrittäjänä vaan enemmänkin kiinnostusta ja halua lähteä yrittäjyyden polulle. Opinnäytetyöni tekemisen taustalla oli mielenkiinto suunnitella omanlainen lounaskahvila ja halu selvittää idean kannattavuus Siikaisten kunnassa ehkä myöhempää käyttöä varten. Siikaisissa nimittäin heräsi tarve lounaskahvilalle, koska edellinen yrittäjä lopetti henkilökohtaisten syiden vuoksi eikä uutta ollut tiedossa. Varsinaiseksi opinnäytetyön aiheeksi muotoutui siis liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja sen pohjalta kannattavuuden tutkiminen.

Yrittäjyys on arvostettua Suomessa ja näin ollen tärkeä osa yhteiskuntaamme. Monipuolinen osaaminen ja eri alojen hallinta ovat nykyään entistä enemmän yrittäjien arkipäivää. Yrittäjäksi ryhtymistä kannattaakin miettiä eri näkökulmista ja punnita eri vaihtoehtoja ennen yrittäjäksi ryhtymistä. Lisäksi kannattaa kysyä mielipiteitä ja neuvoja myös ulkopuolisilta tahoilta.

Lähtökohtana yrityksen perustamiselle ovat tulevan yrittäjän oma halu ja tahto. Yrittäjyyden syitä voi olla monia, esimerkiksi oma sisäinen polte yrittäjyyteen, harrastuksen muuttaminen ammatiksi, oma elämäntilanne, joka tarjoaa yrittämiseen erinomaisen mahdollisuuden. Yrityksen perustamista voidaan kuvata seuraavasti: halu aloittaa oma yritys, toimiva liikeidea, suunnittelu, markkinoiden tunnustelu, yrityksen perustaminen sekä kehitys- ja liiketoimintasuunnitelmat. (Keskuskauppakamari 2011, 6.)

Suunniteltaessa yritystoiminnan aloittamista on hyvä tehdä hahmotelma prosessin etenemisestä, koska yritystoiminnan aloittaminen on monivaiheinen prosessi, johon vaaditaan aikaa ja kärsivällisyyttä. Kuviossa 1 havainnollistetaan yrityksen perustamisen eri vaiheet.



Kuvio 1. Yrityksen perustamisen vaiheet (Uuden yrityksen www-sivut 2009)

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen onkin nykyään välttämätöntä rahoituksen saamiseksi. Sen sisällön olisi hyvä selventää aiotun yritystoiminnan kannattavuutta ja menestymisen mahdollisuuksia, jotta mahdollinen rahoitus onnistutaan saamaan.

2 MENETELMÄ

Tämä on toiminnallinen opinnäytetyö, joka pohjautuu teoriaan sekä kentältä saatuihin tietoihin ja jonka tavoitteena on toimivan ja mahdollisimman kattavan liiketoimintasuunnitelman laatiminen tulevalle yritykselle. Toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehto tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoite on ohjeistaa, opastaa, järjestää tai järjesteä toimintaa alalla. (Vilka & Airaksinen 2003, 9.) Tämän opinnäytetyön liiketoimintasuunnitelman ensisijainen tarkoitus on uuden yrityksen synty alalle ja mahdollisuus itseni työllistämiseen. Toteutuessaan suunniteltu lounaskahvila tuo lisää väriä kylän toimintaan ja uutta toivoa nuorista yrittäjistä. Tämä työ pohjautuu ravintola-alaa ja liiketoimintasuunnitelmaa käsittelevään teoreettiseen tietoon sekä toimintaympäristöstä kerättyyn tietoon. Teoriaosuus, jonka tarkoituksena on muodostaa työn teoreettinen pohja, ja empiirinen osuus vuorottelevat työssäni. Raportti sisältää teoriaa eri kirjallisista ja sähköisistä lähteistä.

Teoriassa kerrotaan ravintola-alasta ja sen lainsäädännöstä sekä liiketoimintasuunnitelman kannalta oleellisimmista teoria-osuuksista. Tietoa on kerätty muun muassa paikallisesta kunnanvirastosta ja pankista. Lisäksi olen tutustunut kilpailijoihin käymällä henkilökohtaisesti paikanpäällä Siikaisissa. Toteutan työni nuoren aloittavan naisryrittäjän näkökulmasta.

Aloittaessani työtä etsin erilaisia liiketoimintasuunnitelmamalleja, jotka sopisivat juuri lounaskahvilalle. Etsiessäni yrityspalvelukeskuksen sivuilta löysin tämän, jota nyt käytän työni pohjana. Liiketoimintasuunnitelmamalli on Potkurin, Turun seudun Yrityspalvelukeskuksen, sivuilta. Valitsin tämän liiketoimintasuunnitelmamallin työhöni, koska siinä oli liiketoimintasuunnitelman runko hyvin ja selvästi jäsennelty. Mielestäni se sopi hyvin ravintola-alan yrityksen liiketoimintasuunnitelman rungoksi juuri selkeän, jäsennellyn, tiiviin mutta kattavan sekä ymmärrettävän ulkoasunsa vuoksi. Käytän Potkurin mallia työssäni hieman mukautettuna. Olen poistanut muutamien kohdan, jotka olivat mallissa, mutta joita ei tarvita tässä työssä. Muun muassa tuotanto väliotsikon poistin, koska tämä ei ole tuotantoalan yritys. Samoin muutaman kohdan olen lisännyt, joita ei mallissa ollut valmiina, mutta jotka kuuluvat tähän työhön oleellisesti.

3 RAVINTOLA-ALA

Tässä luvussa käsitellään yleisesti ravintola-alaa ja sen tunnuspiirteitä sekä kerrotaan hieman lainsäädännöstä. Perehtyminen alaan on tärkeää, koska alaa säätelevät monet eri lait. Ravintola-ala tarjoaa mahdollisuuksia monenlaiseen liiketoimintaan, siksi pitääkin ottaa yritystä perustettaessa huomioon, millaiselle toimikentälle ollaan lähdössä ja mikä sille on tyypillistä. Tilastokeskuksen mukaan Satakunnan alueella vuonna 2011 aloitti 173 uuden yrityksen ja toimintansa lopetti 184 yritystä (Tilastokeskuksen www-sivut 2012).

3.1 Tunnuspiirteet ravintola-alalla

Ravintola-alan keskeisin tunnuspiirre on sesonkiluonteisuus, joka ilmenee siten, että ravintolassa ollaan töissä juhla- ja loma-aikoina. Työ on usein epäsäännöllistä ja ravintoloiden aukioloaikojen vuoksi työvuorot voivat olla joko aamu-, ilta- tai yövuoroja päivään katsomatta. Koska ravintolat ovat auki viikon jokaisena päivänä ja työvuoro voi olla mikä vain, työ asettaa vaatimuksia työntekijän niin fyysiselle kuin henkisellekin kunnolle. Ravintolatyön sesonkiluonteisuus vaikuttaa myös siihen, että työsuhteet ovat lyhytkestoisia. Ongelmana alalla on harmaan talouden osuus, joka on alalla yleisempää kuin muussa yrittämisessä. (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 23.) Yleisesti Suomessa harmaan talouden osuus on arviolta vain noin 5% bruttokansantuotteesta kun taas toisen ääripään maissa vastaava suuruusluokka oli yli 20% (Valtioneuvoston www-sivut 2012).

Voidaan sanoa, että ravintola-ala on nopeatempoista ja jatkuvassa muutoksessa. Vaikkakin pienellä viiveellä niin suhdannevaihtelut vaikuttavat todella merkittävästi ravintoloiden toimintaan. Taloudellisen tilanteen heikentyessä ravintolapalveluiden kysyntä vähenee, koska ne eivät ole välttämättömyshyödykkeitä. (Ahonen ym. 2009, 22.)

Koska asiakkaiden mieltymykset vaihtelevat useasti, yrittäjän on oltava koko ajan valmis muutoksiin ja elämään trendien mukaan menestyäkseen ravintola-alalla. Liikepaikan merkitystä ei kannata väheksyä vaan sijainti pitää tarkkaan harkiten miettiä. Liikepaikan sijainnilla on suuri merkitys yrityksen tulevaisuuteen, siksi tarvitaan selvitystyötä ja jonkin verran hyvää vaistoa Liikepaikan sijaintiin vaikuttaa yrityksen konsepti ja tavoitellut asiakkaat. Ravintola-alalla yrityksen tarjoama tuote on menestyksen perusedellytys, siihen perustuu yrityksen mahdollinen menestyminen tai kaatuminen. Koska ollaan palvelualalla, niin palvelutuotteen merkitys on varsin tärkeä. Kaikki suuret tai pienet yritykset menestyvät omilla alueillaan kunhan palvelu toimii, riippumatta yritysten erilaisista liikeideoista tai toimintatavoista. (Ahonen ym. 2009, 21.)

Kilpailu on ravintola-alalla kovaa ja markkinatilanteet ovat jatkuvassa muutoksessa. Tällainen kilpailu luo epävarmuutta. Omaisuksia ei ravintola-alalla tehdä, vaan yri-

tystoiminta riittää yrittäjän toimeentuloon. Rikastuminen vaatisi ravintolaryppään tai –ketjun perustamista. Ravintola-alan kannattavuus on hieman nousussa 2009 vuoden taantumien jälkeen (Valtioneuvoston www-sivut, 2012). Koska koulutuksen tai muun pätevöitymisen suhteen vaatimukset ovat melko alhaiset ja pääoman tarve on suhteellisen pieni perustettavassa yrityksessä, niin moni alkaa yrittäjäksi. Palkat ovat jonkin verran keskimääräistä palkkatasoa alempana ja alaa vaivannut arvostuksen puute vaikeuttaa pätevän henkilökunnan saamista yrityksiin. Henkilökunnan keskuudessa ammattitaito on melko vaihtelevaa ja suuriakin eroavaisuuksia löytyy. Ammattitaitoisen henkilökunnan löytäminen onkin haaste, sillä palvelutuote on pidettävä tasaisena. Ravintolayrityksen suurimpia kuluja on henkilöstö, koska ravintola-ala vaatii paljon työvoimaa. (Ahonen ym. 2009, 20-21.)

3.2 Lainsäädäntö ravintola-alalla

Liiketoimintaa säätelevät Suomen lait, joita on säädetty suojaamaan niin yritystä kuin sen työntekijöitäkin. Ravintola-alalle on olemassa lisäksi oma lainsäädäntö. Esimerkiksi jos ollaan perustamassa anniskeluravintolaa, niin anniskeluluvan saaminen ei ole pelkkä muodollisuus, vaan siihen liittyy laissa säädettyjä seikkoja.

Jokapäiväisessä toiminnassa ravintolan pitää huomioida tupakkalaki, anniskelulainsäädäntö, työlainsäädäntö, verolainsäädäntö, kuluttajansuojalainsäädäntö, yleiset järjestyssäännöt, ympäristön suojelu, työturvallisuus, tuoteturvallisuus, rakennusmääräykset sekä terveydensuojelumääräykset. (Ahonen ym. 2009, 50.)

3.2.1 Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta

Majoituksesta ja ravitsemistoiminnasta säädettyssä laissa käsitellään enemmän ravitsemisliikkeen liikehuoneiston aukioloaikoja sekä asiakasvalinta-oikeutta. Ravitsemistoiminnalla tarkoitetaan ammattimaisesti tapahtuvaa ruuan tai juoman tarjoamista asiakkaille elintarvikelaissa tarkoitettussa elintarvikehuoneistossa. Ravitsemisliikkeen saa avata aikaisintaan kello viideltä aamulla ja pitää auki kello kahteen. Ravitsemisliikkeeseen saa vastaanottaa uusia asiakkaita viimeistään puoli tuntia ennen säädettyä sulkemisaikaa. (Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 308/2006, 1 ja 3 §.)

Majoitus- ja ravitsemistoiminnan harjoittajalla sekä yrityksen henkilökunnalla on oikeus estää asiakkaan pääsy liikkeeseen, jos heillä on järjestyksenpidon tai liikkeen toiminta-ajatuksen vuoksi perusteltu syy. Mikäli asiakas häiritsee muita asiakkaita, aiheuttaa häiriötä tai ei täytä liikkeeseen asetettuja asiakkaaksi pääsyn edellytyksiä, niin toiminnan harjoittajalla sekä yrityksen henkilökunnalla on oikeus kieltäytyä tarjoilemasta asiakkaalle ruokaa tai juomaa ja tarvittaessa poistaa asiakas liikkeestä. (Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 308/2006, 5 §.)

3.2.2 Elintarvikelaki

Elintarvikelain tarkoituksena on huolehtia elintarvikkeiden ja niiden käsittelyn turvallisuudesta sekä elintarvikkeiden terveydellisestä että muista elintarvikemääräysten mukaisesta laadusta. Se varmistaa elintarvikkeista annetun tiedon oikeellisuuden sekä tietojen riittävyyden, jottei kuluttajaa johdeta harhaan. Elintarvikelaki suojaa kuluttajaa elintarvikemääräysten vastaisten elintarvikkeiden aiheuttamilta terveysvaaroilta ja taloudellisilta tappioilta, varmistaa elintarvikkeiden jäljitettävyyden, turvaa korkealaatuisen elintarvikevalvonnan sekä parantaa elintarvikealan toimijoiden toimintaedellytyksiä. Elintarvikelakia sovelletaan elintarvikkeisiin ja niiden käsittelyolosuhteisiin, elintarvikealan toimijoihin sekä elintarvikevalvontaan kaikissa elintarvikkeiden tuotanto-, jalostus- ja jakeluvaiheissa. (Elintarvikelaki 23/2006, 1-2 §.)

Elintarvikelaissa on säädetty, että elintarvikkeiden käsittelyä, säilytystä ja kuljetusta koskevissa vaatimuksissa elintarvikkeita on käsiteltävä, säilytettävä ja kuljetettava niin, ettei elintarvikkeiden hyvä hygieeninen laatu vaarannu. Elintarvikelaissa määritelläänkin, että jokaisen alalla toimivan on laadittava tarkka kirjallinen omavalvontasuunnitelma, jonka avulla yrityksen henkilökunta itse valvoo tarjoiltavien tuotteiden laatua ja turvallisuutta. Suunnitelmaa apuna käyttäen tarkkaillaan säännöllisesti kaikkien elintarvikkeiden ja tarjoiltavien ruokien tarjoilu- ja säilytyslämpötiloja. Aina tarvittaessa tulee omavalvontasuunnitelmaan liittää näytteenotto- ja tutkimussuunnitelma sekä tieto siitä, missä laboratorioissa omavalvonnassa otettavat näytteet tutkitaan. (Elintarvikelaki 23/2006, 16, 19-20 §.) Kaikkien elintarvikkeiden säilytykseen käytettävien kylmiöiden lämpötilat kirjataan ylös säännöllisesti. Tällainen omaval-

vonta on osa ravintola-alan yrityksiensä laadunvalvontaa, jota noudattamalla taataan asiakkaiden turvallisuus ja tyytyväisyys.

Elintarviketyöntekijöiden on lain mukaan osoitettava hygieniosaamisensa hygieniosaamistestin avulla. Testin kysymykset laatii elintarviketurvallisuusvirasto. Elintarvikealan toimijan on omaavallinnon ohella pidettävä kirjaa elintarvikehuoneistossa työskentelevien työntekijöiden elintarvikehygieenisestä osaamisesta. Elintarvikealan toimijan on myös pyydettyä esitettävä tiedot valvontaviranomaiselle. Elintarviketurvallisuusviraston hyväksymä osaamistestaaaja myöntää osaamistodistuksen, kun henkilö on suorittanut hyväksyttävästi elintarvikehygieenisestä osaamista arvioivan testin. (Elintarvikelaki 23/2006, 27 §.) Työnantajan velvollisuus on huolehtia siitä, että jokaisella työntekijällä on hygieniapassi. Sekä valvoa, että jokainen työntekijä myös noudattaa hygieniavaatimuksia, ymmärtäen samalla asian tärkeyden.

3.2.3 Elintarvikehuoneistojen hyväksyminen

Elintarvikehuoneistolla tarkoitetaan mitä tahansa sellaista huoneistoa tai rakennusta tai niiden osaa, jossa valmistetaan, säilytetään, kuljetetaan, pidetään kaupan, tarjotaan tai muutoin käsitellään elintarvikkeita, jotka on tarkoitettu myytäväksi tai muuten luovutettavaksi. Elintarvikealan toimijan pitää tehdä viimeistään neljä viikkoa ennen toiminnan aloittamista tai olennaista muuttamista, kirjallinen ilmoitus elintarvikehuoneistosta valvontaviranomaiselle. Tällaiset ilmoitukset käsittelee elintarvikehuoneiston sijaintikunnan valvontaviranomainen. Valvontaviranomainen tarkastaa ilmoituksen ja tekee päätöksen. Päätöksessä voidaan asettaa ehtoja terveyshaittojen ehkäisemiseksi, jos terveysvaaraa ei pystytä muilla tavoin estämään, niin valvontaviranomainen voi peruuttaa tekemänsä elintarvikehuoneiston hyväksymistä koskevan päätöksen kokonaan tai osittain. (Elintarvikelaki 23/2006, 6, 13, 15, 61 §.)

”Elintarvikehuoneisto pitää suunnitella, sijoittaa, rakentaa ja varustaa, kunnossapitää, hoitaa sekä siellä oleva toiminta järjestää siten, ettei elintarvikehuoneistossa tuotettavien, valmistettavien, säilytettävien taikka käsiteltävien elintarvikkeiden turvallisuus vaarannu.” Elintarvikelaissa on säädetty, että elintarvikehuoneistoa ei saa käyttää asumiseen tai muuhun tarkoitukseen niin, että siitä saattaa aiheutua terveysvaaraa.

Elintarvikehuoneistossa pitää olla myös riittävät työtilat ja noudattaa käytettävästä vedestä annettuja laatuvaatimuksia. (Elintarvikelaki 23/2006, 10 §.)

4 ALUSTAVA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma on tärkeää tehdä ensimmäiseksi, koska sitä tarvitaan etenkin yrityksen perustamisen alkuvaiheissa eri yhteyksissä. Liikeidean kirjallisen kuvauksen ja liiketoimintasuunnitelman haluavat muun muassa rahoittaja ja starttirahan myöntävä viranomaisen päätöksentekonsa tueksi. Näin alkava yrittäjä pystyy omalla liiketoimintasuunnitelmallaan osoittamaan, että yrityksen tuotteella tai palvelulla on todellinen liiketoimintamahdollisuus. Siinä on jäsenneiltyä tietoa yrityksen markkinoista ja niiden mahdollisuuksista, toiminnasta ja toimintaperiaatteista sekä voimavaroista ja niiden kasvattamisesta. (Viitala & Jylhä 2006, 60.)

Liiketoimintasuunnitelman teko on työni oleellisin asia. Sen avulla pystyn osoittamaan itselleni ja muille, onko mahdollinen yritystoimintani kannattavaa ja mitkä ovat sen mahdollisuudet pärjätä perustettavalla paikkakunnalla. Liiketoimintasuunnitelmassa käydään kaikki oleelliset asiat läpi, mitkä kuuluvat yrityksen perustamiseen.

Liiketoimintasuunnitelma palvelee yritystä koko sen olemassa olon ajan, siksi se on tärkeä työkalu yrittäjälle ja hänen sidosryhmilleen sekä perustamisvaiheessa että jatkossa kun yrityksen toimintaa suunnitellaan eteenpäin. Yritysideaa pystytään arvioimaan sekä kehittämään liiketoimintasuunnitelman avulla aloitusvaiheesta toteutukseen asti. Voidaankin sanoa, että se on keskeinen yrityksen toimintojen kehittämisen väline. (Raatikainen 2006, 42.)

Perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma sisältää ainakin seuraavat asiakokonaisuudet:

- perustiedot yrityshankkeesta ja perustajasta
- kuvaus yrityshankkeesta
- perustelut yrityksen perustamiselle ja suunnitellulle liikeidealle

- tuleva liiketoiminta
- pääoman tarve ja rahoitus
- kannattavan toiminnan edellytykset
- SWOT –analyysi yrityshankkeesta
- yhteenveto ja johtopäätökset

(Holopainen 2008, 56.)

Liiketoimintasuunnitelman tekemiseen saa apua ja neuvoja muun muassa TE-keskuksista, uusyrityskeskuksista sekä Finnveran alueyksiköistä. Liiketoimintasuunnitelman laatimiseen on olemassa myös opas sekä työkirja TE-keskuksen kotisivuilla (www.te-keskus.fi). Niiden tarkoituksena on auttaa yrityksen perustamista suunnittelevaa henkilöä hahmottamaan ja suunnittelemaan jäsentyneesti perustettavan yrityksen toimintaa ja kannattavuutta. Jos yrityksen perustamista suunnitteleva haluaa liiketoimintasuunnitelman laatimiseen apua ja ohjausta, TE-keskuksilla on maksullinen palvelu, jossa yrittäjä saa käyttöönsä ulkopuolisen asiantuntijan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. (Holopainen 2008, 61.)

Tässä luvussa käydään läpi kaikki liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueet. Ensin kerrotaan asiat teoriassa ja sen jälkeen havainnollistetaan asia tulevan yrityksen näkökulmasta.

4.1 Yritysidea / liikeidea

”Alussa on yrittäjä, yrittäjän idea omasta yrityksestä ja omat, henkilökohtaiset tavoitteet elämän- ja ammattiuran rakentamiseksi tai muuttamiseksi. Yritysideaansa hahmottava uusi yrittäjä on kuitenkin usein historiallisen taustansa, koulutuksensa tai työkokemuksensa kahlitsema sekä ajatuksiltaan että toimintatavoiltaan.” (Vanhatalo, Laukkanen & Koskinen 2002, 68-69.)

Ennen liiketoimintasuunnitelman laatimista on vain yrittäjän yritysidea, joka sittemmin tarkentuu toiminta-ajatuksiksi ja liikeideaksi. Toiminta-ajatuksen tarkoituksena on kertoa lyhyesti, miksi yritys aiotaan perustaa ja selittää yrityksen markkinoilla olo. Se onkin yleensä tiivis muutaman lauseen pituinen kuvaus liiketoiminnan perus-

ideasta. Toiminta-ajatus ei saa olla liian laaja, sillä silloin se ei ole kovin toiminnallinen. Toisaalta taas yrityksen kannalta keskeisiä mahdollisuuksia voi jäädä näköpiiristä, jos toiminta-ajatus on liian suppea. Toiminta-ajatukseen pohjautuva liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta menestyä tietyllä toiminta-alalla ja se määrittelee, kuinka toiminta-ajatusta toteuttamalla ansaitaan rahaa ja saadaan kannattavaa toimintaa. Se vastaa kysymyksiin mitä, kenelle ja miten, kertoen samalla miksi yritys on olemassa. Liikeidea kehittyy vaiheittain ja sillä on oma elinkaarensa. Siinä kerrotaan yrityksen tarjoamista tuotteista tai palveluista ja yleisesti siitä, mitä tarpeita varten yritys ja sen tuotteet on tehty. Myös yrityksen asiakasryhmä ja se, miten yritystoimintaa on tarkoitus harjoittaa, määritellään liikeideassa. Liikeideaa tulisi muokata sen mukaan, miten ympäristö muuttuu yrityksen ympärillä. Menestyvän yrityksen toiminta perustuu harvoin vain yhteen liikeideaan, vaan yrityksellä voi olla niitä useita, jotka täydentävät ja tukevat toisiaan. Lopulta yrittäjä laatii yritykselleen liiketoimintasuunnitelman liikeidean pohjalta. Niiden avulla yrittäjä pystyy avartamaan omaa ajatteluaan ja katsomaan yritysidea eri näkökulmista. (Viitala & Jylhä 2006, 51; Holopainen 2008, 24; Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 52.)

Liikeideani suunnittelu lähti liikkeelle siitä, että Siikaisissa oli tarvetta lounaskahvilalle. Edellinen yrittäjä lopetti yritystoimintansa henkilökohtaisista syistä ja paikkakunnalla tarvittiin kipeästi lounasruokapaikkaa. Lounasruokailijoita on käynyt edellisen yrittäjän aikana noin 40-50 henkilöä päivittäin ja kesäaikaan satunnaisia matkailijoita tai kesälomalaisia aina kun yritys on ollut auki.

Tulevan lounaskahvilayritykseni liikeideana on tehdä myyntiin kahvilan puolelle itse tehtyjä leivonnaisia, makeita ja suolaisia sekä perus kotiruokaa lounaaksi. Tuotteet/annokset ovat reilun kokoisia ja itse valmistettuja. Lounaskahvila olisi avoinna arkisin 8-16, kesäviikonloppuina 12-16. Lounasta olisi tarjolla arkisin 10-15 välillä. Yritykseni palvelut on suunnattu kaikille mahdollisille lounasruokailijoille sekä muutoin Siikaisissa kahvilan aukioloaikoina asioiville asiakkaille.

4.2 Asiakkaat ja markkinatiedon hankkiminen

Tässä osiossa kerrotaan tarkemmin lounaskahvilayrityksen tulevasta asiakaskunnasta, markkina-alueesta sekä potentiaalisista kilpailijoista.

4.2.1 Asiakkaat

Yrittäjän pitää pohtia, kuka tai ketkä ovat yrityksen tärkeimpiä asiakkaita. Yrityksellä voi olla monenlaisia asiakkaita, esimerkiksi toiset yritykset tai yhteisöt, yksittäiset kuluttajat, nuoret tai vanhat, miehet tai naiset (Ilmoniemi ym. 2009, 52). Siksi yrittäjän onkin hyvä tehdä asiakaskartoitus, jonka avulla hän voi löytää ostovoimaltaan ja kulutustottumuksiltaan kannattavimmat asiakkaat, joihin sitten kohdistaa suurimmat myyntitoimet sekä markkinoinnin tälle asiakasryhmälle. Yritystoiminnan käynnistyttyä yrityksen kannattaa huolehtia asiakkaidensa tyytyväisyydestä, sillä se tuo yritykselle pitkäaikaisia kanta-asiakkaita, jotka varmistavat yrityksen jatkuvan perustulon. (Meretniemi & Ylönen 2008, 27.)

Yrityksen tuleva paikkakunta Siikainen on pieni maalaiskunta, jonka asukkaat arvostavat perinteistä kotiruokaa, mutta eivät aina halua sitä silti itse valmistaa. Ainakin puolet Siikaisten noin 1660 asukkaasta sekä lisäksi kahdessa isossa yrityksessä työskentelevät muualta tulevat työntekijät ovat potentiaalisia lounas- sekä kahvila-asiakkaita. Kesäisin Siikaisten väkiluku melkein kaksinkertaistuu, joten asiakaskuntakin kasvaa jonkin verran. Tietysti myös kaikki muut mahdolliset asiakkaat, jotka sattuvat poikkeamaan lounaskahvilan aukioloaikoina, ovat osa asiakaskuntaamme.

Omillaan toimeentulevat, omassa asunnossa tai palvelutalossa asuvat vanhukset ovat yksi mahdollinen asiakasryhmä. Yrityksen sijainti vaikuttanee siihen, että monesti kauppareissulle lähteneet vanhukset päättävätkin poiketa syömään, silloin ei enää itse tarvitse valmistaa lounasta kotona. Myös kohtuullinen hinta ja itse määriteltävä annoskoko, vaikuttavat lounasmyyntiin myönteisesti.

Lounasruokailijat tulevat pääasiassa kahdesta isosta yrityksestä sekä kunnasta. Lisäksi lounasruokailijoina käy myös pienempien yritysten työntekijät, yksittäiset henkilöt / perheet sekä henkilöt, jotka eivät syö paikanpäällä vaan ottavat annoksen mukaan.

Kahvilapuolen asiakaskunta koostuisi sekä edellä mainituista henkilöistä että osasta nuorisoa sekä tietenkin muista kahvilakulttuurin arvostavista henkilöistä. Kesällä oman lisänsä tuovat lomalaiset, joista monet arvostavat kahvilakulttuurin ja käyttävät niiden palveluja. Viikonloppuisin asiakaskuntaa lisäävät palvelutaloon vanhempiaan katsomaan tulevat henkilöt.

4.2.2 Markkinat

Tässä osiossa kuvataan yrityksen sijainti, joka voi olla esimerkiksi joku tietty kunta, koko Suomi tai vaikka Pohjoismaat. Pienten yritysten markkina-alueena on yleensä jokin tietty kunta. Aloittavalla yrityksellä juuri markkinatilanne vaikuttaa voimakkaasti hankkeen onnistumiseen. Aloittavan yrityksen onkin helpompi päästä vauhtiin, jos markkinat ovat kasvussa. Markkinoilla voi olla tilaa myös silloin, kun jokin alan yritys on lopettamassa tai lopettanut toimintansa paikkakunnalla ja siellä ei ole muuta kilpailua. Toinen syy miksi markkinoilla voi olla tilaa uusille yrityksille on, että paikalliset, jo olemassa olevat yritykset eivät kykene tyydyttämään kysyntää, asiakkaiden tarpeita tai niillä on toimitusvaikeuksia. (Meretniemi & Ylönen 2008, 30; Ilmoniemi ym. 2009, 52.) Uuden yrityksen pitää vain mennä sinne, missä asiakkaat ovat, tosin markkinat ovat jatkuvassa muutoksessa ja jo olemassa olevilla yrityksillä on kotikenttäetuna. Jotta aloittava yritys voisi tehdä edes jotain oletuksia kannattavuudesta, vähimmäisvaatimuksena uudelle yrittäjälle onkin, että pitää tietää kilpailijoiden hintataso ja se, millä voi kilpailla. (Pyykkö 2011, 228.)

Pyykkö (2011, 230-231) on todennut, että markkinoita voidaan kutsua kahdella eri termillä, sininen ja punainen meri. Punainen meri kuvastaa tässä yhteydessä vääriin bisnekseen hakeutumista, eli että yrittäjä hakeutuu bisnekseen, joka on jo ”täynnä” tai tyydytetty. Tässä meren tekee punaiseksi se, että tyydytetyillä markkinoilla on koko ajan jatkuva verinen kilpailu, eikä uuden yrityksen kannata yrittää haastaa olemassa olevia toimijoita heidän lajissaan, koska niissä on pienet katteet ja kova kilpai-

lu. Yrittäjän kannattaisi pyrkiä sinisten merien maailmaan, jossa luodaan uutta kysyntää, rikotaan hinta-laatu-suhdetta, luodaan uusia markkinoita ja erotutaan / erikoistutaan sekä toimitaan kustannustehokkaasti. Edellä mainituilla markkinoilla on lupaavat katemahdollisuudet ja kilpailu vähäistä. Sinisen meren logiikka pitääkin hajurakoa kilpailijoihin. Kirjassa mainittu lätkälegenda Wayne Gretzkyn viisaudessa: ”Älä mene sinne, missä kiekko on, vaan sinne, minne kiekko tulee”, on sama logiikka ja se onkin hyvä muistaa, sillä se pätee moneen alaan.

Siikaisissa markkinat lounaskahvilalle vaikuttaisivat melko hyviltä. Pitempiaikainen lounasruokala lopetti toimintansa henkilökohtaisten syiden vuoksi ja markkinoille tuli tilaa ja tarvetta uudelle lounaspaikalle. Lounasruokalan osti Lounaskahvila Sinihelmi Pomarkusta, joka on nyt käytännössä ainoa paikka Siikaisissa mistä saa lounasruokaa. Tämä uusi yritys hieman kiristää kilpailua. Toinen on Eteläpään matkailukeskuksen ravintola Ateriapalvelu Andiken, josta sai a la carte - annoksia sekä grilliruokaa. Kilpailuvalttinani on tuotteiden koko, tuotevalikoiman laajuus sekä aukioloajat.

4.2.3 Kilpailijat

Kilpailijoista on aina hyvä tehdä ennen toiminnan aloittamista kilpailija-analyysi. Se auttaa hahmottamaan paikkakunnan markkinatilannetta sekä auttaa pohtimaan oman yrityksen sijoittumista kilpailutilanteessa. Kilpailija-analyysi on osa yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa ja siinä määritellään samalla markkina-alueella yrityksen kanssa toimivat sekä samoihin asiakkaiden ongelmiin ratkaisuja tarjoavat kilpailijat. Myös kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia tarkastellaan tässä osiossa. (Raatikainen 2006, 91; Ilmoniemi ym. 2009, 52.)

Siikaisten kylässä on yksi lounaskahvila sekä yksi matkailukeskuksessa sijaitseva ravintola, jossa tarjoillaan vain a la carte annoksia. Näin ollen tärkein kilpailijani on Lounaskahvila Sinihelmi. Lounaskahvila Sinihelmen pitäjät tulevat Pomarkusta, jossa heillä on toinen ruokapaikka. Sinihelmi on avoinna arkisin 08.30-15.00 ja lounas heillä on katettuna 10.30-14.00 välillä. Lounaskahvila on toiminut vasta tammikuun puolivälistä lähtien, joten heillä ei ole varsinaisesti mitään vankkaa asemaa vielä va-

kiinnutettuna siikaislaisten keskuudessa. Lounaskahvilan lisäksi heillä on myös pitopalvelu. Yrityksen vahvoina puolina on lounaskahvilan keskeinen sijainti sekä kohtuullisesti hinnoitellut tuotteet. Heikkoina puolina taas on kahvilatuotteiden pieni koko sekä kahvilan kiinniolo viikonloppuisin.

Toinen ravintola löytyy Siikaisten Eteläpäästä. Eteläpään matkailukeskuksen päärakennuksessa sijaitsee noin 100 hengen ravintola sekä hyvät kokoustilat välineineen, jota pitää Ateriapalvelu Andiken. Talvikautena eli syyskuusta toukokuuhun, ravintola on auki vain viikonloppuisin. Lauantaina 11.00-02.00 ja sunnuntaina 11.00-17.00. Kesäkautena, joka on kesä-elokuu, ravintola on avoinna joka päivä. Sunnuntaista torstaihin 11.00-20.00 ja perjantaista lauantaihin 11.00-02.00, muulloin tilauksesta. Siellä pidetään paljon erilaisia tilaisuuksia; häitä, perhejuhlia, pikkujouluja, kokouksia, muistotilaisuuksia ym. Ravintolassa on A-oikeudet ja sieltä saa sekä grilliruokia että à la carte - annoksia. Varsinaista lounasta heillä ei tarjoilla. Vaikka ravintolassa on A-oikeudet ja tanssilavakin löytyy, niin live-musiikkia ei yleensä valitettavasti ole. Vahvuutena heillä on esimerkiksi kesällä välitön läheisyys mökkiläisiin sekä rannalle tulijoihin. Heikkoudeksi taas voidaan luokitella välimatka keskustaan ja siitä aiheutuva asiakasvirran pienuus.

Siikaisissa yritetään yleensä tukea paikkakuntalaisia yrittäjiä, joten uskoisin paikkakuntalaisena saavani yritykselleni kannattavuutta. Tietenkin tuotteiden pitää olla laadukkaita ja maukkaita asiakkaiden mielestä, jotta ne menevät kaupaksi. Jo olemassa olevien yritysten kehityssuuntaa on vaikea arvioida, koska siihen vaikuttaa mahdollinen kuntaliitos sekä sen myötä mahdollinen maalta muutto kohti kaupunkia. Mutta ainakin näillä näkymin yritysten tila pysyy ennallaan. Kuntaan on muuttanut takaisin entisiä siikaislaisia, nuoria lapsiperheitä, jotka omalta osaltaan vaikuttavat kunnan jatkuvuuteen. Uusi sukupolvi tarvitsee ja vaatii palveluja asuinpaikkakunnalleen, joten yrittäjyys tulee säilymään ainakin joiltakin osin kunnassa. Tosin asukasluku voi pienentyä tulevina vuosina uusista asukkaista huolimatta, koska väestöstä suurin osa on vanhuksia. Tällä hetkellä alalle ei ole näkyvissä uusia tulevia yrityksiä, mutta koko ajan pitää olla valppaana.

Aloittavan yrityksen toimitila sijaitsee Siikaisten keskustassa. Toimitiloissa on joskus aiemminkin toiminut lounasruokala, joten keittiöstä löytyy liesi, uuni sekä pöytä-

tasot. Saadessani yritystoiminnan pyörimään ja hieman tasaantumaan parin vuoden sisällä, niin tulevaisuuden näkymissä on muutaman työntekijän palkkaaminen sekä ruokakuljetuksien järjestäminen keskusta-alueella. Ottaisin ikääntyvän sukupolven huomioon järjestämällä ruokakuljetuksia muun muassa vanhustentaloille sekä yksinään asuville vanhuksille. Nuorten lapsiperheiden äitien toiveet ottaisin huomioon lisäämällä valikoimiin erikoiskahvit, joiden suosio nuorten keskuudessa on kasvanut.

4.3 Tuotteet / palvelut

Tämä on liiketoimintasuunnitelman yksi tärkeimmistä osa-alueista. Siinä kuvataan yrityksen tuotteet tai palvelut sekä arvioidaan niiden vahvuuksia että heikkouksia verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin tai palveluihin. (Ilmoniemi, ym. 2009, 53.)

Tuotteina on itse tehtyjä leivonnaisia, suolaisia sekä makeita. Juotavina ovat kahvi, tee ja kaakao sekä muut oheistuotteet kuten tripit, juomat sekä tuoremehut. Kesäaikaan olisi lisäksi pehmisjäätelön myyntiä. Lounasaikaan on seisovapöytä, jossa on tarjolla aina kaksi erilaista ruokavaihtoehtoa, salaattipöytä, juomat, leivät sekä jälkiruoaksi kahvi ja vaihtelevasti joko pulla, pehmis tai jokin kiisseli / rahka.

Kilpailijallani Lounasruokala Sinihelmellä on lounas tarjolla seisovasta pöydästä, johon kuuluu kaksi lämmintä ruokaa, salaattipöytä, juomat, leivät sekä kahvi. Lounaan hinta heillä on á 8,50€. Lisäksi heillä on myynnissä erikseen kahvia ja pullaa, joiden hinnat ovat á 1€. Pullana on vaihtelevasti joko korvapuusti, pikkupulla tai viineri. Tuotteet ovat melko pienen kokoisia, mutta itse leivottuja.

Eteläpään matkailukeskuksen ravintolassa on A-oikeudet ja sieltä saa sekä grilliruokaa että a la carte - annoksia. Aterioitten hinnat vaihtelevat 8,50€ - 16€ välillä. Varsinaista lounasta heillä ei tarjoilla.

Yritykseni kahvilatuotteiden vahvuutena on niiden reilu koko verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin. Myös valikoima edellä mainituissa tuotteissa on paljon laajempi kuin kilpailijoilla. Lounaspöydän tuotekokonaisuus on samanlainen kuin Sinihelmellä, joten lounaspöydän eroina ovat muun muassa maku sekä lajikkeet. Yritykseni tuot-

teita on vaikeampi verrata toisen kilpailijan, Eteläpään matkailukeskuksen ravintolan tuotteisiin, koska siellä taas on niin erityyppinen konsepti. Kuitenkin ravintola on hyvin vakavasti otettava kilpailija a la carte – annoksineen ja grilliruokineen, sillä jokainen annosmyynti on pois yritykseni myynnistä. Pehmisjäätelö on yksi valttikorttini, koska sitä ei saa muualta Siikaisista.

4.4 Toimintatavat ja voimavarat

Toimintatavoilla tarkoitetaan tässä työssä yrityksen valitsemaa strategiaa, jolla yritys saavuttaa, ylläpitää ja edelleen vahvistaa kilpailuetuaan. Strategian rakentaminen lähtee yrityksen missiosta, visiosta sekä arvoista. (Ilmoniemi ym. 2009, 28.) Toimintatavat kuvastavat yrityksen toiminnan ”mottoa” eli mikä on yrityksen tapa toimia. Strategioina voivat olla joko hintajohtajuus, erikoistuminen tai keskittyminen eli fokusointi. Erikoistuminen ja fokusointi ovat pääasialliset strategiat pk-yrityksillä. Yritys, jonka strategiana on erikoistuminen, pyrkii tuotteillaan tai palveluillaan tyydyttämään asiakkaidensa tarpeet kilpailijoitaan paremmin. Fokusoinnissa taas yritys keskittyy johonkin tarkasti määriteltyyn asiakaskuntaan, jonka tarpeet, halut ja intressit tiedetään ja kyetään tyydyttämään hyvin. (Holopainen & Levonen 2008, 57; Ilmoniemi ym. 2009, 30-31.) Yrityksen arvot jaetaan sisäisiin ja ulkoisiin arvoihin, sen mukaan, kehen ne kohdistetaan. Sisäiset arvot liittyvät yrityksen henkilöstöön ja ulkoiset arvot taas asiakkaisiin. Keskeisimpiä arvoja ovat muun muassa hyvä palvelu, hyvä tuote, laadukkuus, turvallisuus, taloudellisuus, asiakastyytyväisyys, yrittäjähenkisyys, järjestelmällisyys, avoimuus, eettisyys, huolellisuus sekä asiakaskeskeisyys. (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 52.)

Perustettavan yrityksen voimavarat eli resurssit koostuvat fyysisistä, taloudellisista sekä henkisistä voimavaroista. Fyysiset voimavarat liittyvät toimitiloihin ja yrityksessä käytettäviin koneisiin, laitteisiin tai käytössä oleviin systeemeihin. Taloudelliseksi voimavaroiksi määritellään varat, velat tai vakuudet. Henkisiin voimavaroihin taas luokitellaan yrittäjä, henkilöstö, osaaminen, erilaiset oikeudet (muun muassa patentit), asennoituminen sekä motivaatio ja energiataso. (Holopainen & Levonen 2008, 57.)

Aloittavan yrityksen strategia on erikoistuminen eli pyrin tuotteillani ja palveluillani tyydyttämään asiakkaiden tarpeet kilpailijoitani paremmin. Lounaskahvilan tarkoitus on tarjota asiakkaille perinteistä kotiruokaa sekä itse valmistettuja makeita ja suolaisia leivonnaisia. Yritys pyrkii käyttämään lähialueelta saatavia kotimaisia raaka-aineita aina kun se on mahdollista. Yrityksen visiona on vakiintunut asema paikkakunnalla sekä muutaman työntekijän palkkaaminen. Myös liiketoiminnan laajeneminen ruoan kotiinkuljetuksiin keskustassa, on yrityksen tulevaisuuden tavoitteena. Yrityksen imago on paikallinen, suomalainen, ammattimainen, laadukas sekä kodikas yritys.

Yrityksen arvot ovat:

- Asiakaskeskeisyys – Asiakas on yrityksen tärkein henkilö, jota varten ja jonka ehdoilla toimitaan
- Laadukkuus – Asiakkaan odotukset pyritään täyttämään
- Hyvä palvelu – Lounaskahvila Merituulessa asiakasta kohdellaan siten, kuin itseään haluaisi asiakkaana kohdeltavan
- Hyvä tuote – Hinta-laatu-suhde on aina kohdallaan

Fyysisinä voimavaroina yrityksellä on erilaiset yritystoiminnassa käytettävät koneet ja laitteet. Taloudellisina voimavaroina ovat omat sijoitukset sekä lainat ulkopuolisilta tahoilta. Henkisiin voimavaroihin voidaan lukea perustajan sisäinen yrittäjyys, itsensä toteutus, oma osaaminen, positiivinen asennoituminen yrittäjyyteen, lähipiiristä saatava apu sekä yrittäjän korkea motivaatio yrityksen perustamiseen.

4.4.1 Myynti ja markkinointi

Kuten Keskuskauppakamari (2011, 39) on todennut, markkinointi on lupauksen johtamista, jonka avulla asiakkaiden tarpeet ennakoidaan ja täytetään ne niin hyvin, että syntyy luottamussuhde. Tänä päivänä markkinointi kuuluu koko henkilöstölle. Liiketoimintasuunnitelmassa määritellään yrityksen myynti- ja markkinointisuunnitelma. Toisin sanoen miten yrityksen tuote tai palvelu myydään, miten potentiaaliset asiakkaat saavat tietoa yrityksestä ja mitä keinoja markkinoinnissa käytetään. Markkinoinnin keinoja ovat esimerkiksi henkilökohtainen myyntityö, mainokset, painotuot-

teet ja lehtiartikkelit. Yritys voi tavoittaa asiakkaita myös eri tilaisuuksista, joita ovat muun muassa messut ja verkostot. (Raatikainen 2004, 58; Ilmoniemi ym. 2009, 53.)

Markkinoinnilla rakennetaan ja muokataan yrityksen imagoa ja luodaan asiakkaille tietynlainen mielikuva yrityksestä. Markkinointi sisältää suunnittelemista, analyysijä sekä viestintää ja sille on olemassa sekä määrällisiä että laadullisia tavoitteita. Määrällisiä tavoitteita on esimerkiksi tuotteiden myyty kappalemäärä sekä myyntitulot ja laadullisia tavoitteita on muun muassa tuotteen ja yrityksen tunnettuuden lisääminen sekä positiivinen mielikuva tuotteesta ja yrityksestä. Yrityksen parasta markkinointia on työn jälki. Mikäli asiakkaalla on ollut hieman negatiivinen mielikuva yrityksestä, niin onnistuneella myyntitapahtumalla asiakkaan mielipide voidaan kääntää positiiviseen suuntaan. (Meretniemi & Ylönen 2008, 114-115.)

Markkinointiviestinnän muodostaa neljä osa-aluetta, jotka ovat suhdetoiminta, mainonta, myynninedistäminen sekä itse myyntityö. Myyntityö on kaikkein tärkein markkinointiviestinnän keino, johon kuuluu myös tuote, hinta ja saatavuus. Suhdetoinnin päätavoite on vaikuttaa sidosryhmiin, jotka jaetaan ulkoisiin eli asiakkaat, tavarantoimittajat ja viranomaiset sekä sisäisiin, joita ovat omistajat ja henkilökunta. Suhdetoinnin tärkein keino taas on tiedottaminen, joko suullisesti tai kirjallisesti. Mainonnalla pyritään tuomaan yritys ja sen tuotteet asiakkaiden tietoisuuteen esimerkiksi lehtimainonnan-, suoramainonnan-, sähköisen mainonnan- tai ulkomainonnan avulla. Myynninedistämistä voidaan toteuttaa eri kohderyhmille muun muassa koulutuksella, tiedotusmateriaalilla, kannustusjärjestelmällä, alennuksilla, kokeiluerillä, lahjoilla sekä kylkiäisillä. Lounaskahvilassa myyntityö ja asiakaspalvelu kulkevat käsi kädessä. Asiakaspalvelutilanteen laatuun ja onnistumiseen vaikuttavat pitkälti henkilökunnan valmiudet ja osaaminen. Henkilökunnan katsekontakti sekä tervehtiminen ovat avainsanoja asiakkaan astuessa sisään. Kevyt katsekontakti olisi hyvä pitää asiakkaisiin palveluprosessin alusta loppuun, jotta voidaan olla koko ajan valmiina palvelemaan asiakasta. Asiakkaan poistuessa tarkastetaan asiakkaan tyytyväisyys, kuunnellaan mahdollinen palaute kiinnostuneena ja kiitollisena sekä tervehditään ja toivotetaan tulemaan uudelleen. (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 84-90.)

Tässä opinnäytetyössä markkinointi on yksi tärkeimmistä osa-alueista, sillä siinä kerrotaan yrityksen tapa hoitaa suhteita sidosryhmiin, etenkin asiakkaisiin. Markkinointi on viestintää molempiin suuntiin, jonka tavoitteena on liiketoiminnan menestyksen mahdollistaminen. Lounaskahvilayritys käyttää mainontaan 200€ kuukaudessa. Tarkoitus on mainostaa paikallislehdissä sekä paikallisten taksien kuukausittain vaihtuvissa mainosteippauksissa, jakaa lentolehtisiä, lähettää suoramarkkinointikirje, sekä käyttää ulkomainontaa. Ilmoituksia laitetaan myös muihin lehtiin, mikäli niistä löytyy ilmaista mainostilaa. Paikallislehdet tekevät ilmaisen lehtijutun uudesta yrittäjästä ja paikalliseen kunta uutiset –lehtiseen tulee myös maininta uudesta alkavasta lounaskahvilayrityksestä. Ulkona käytetään valomainosta sekä katupuhujaa ja sisätiloissa on päivän ruokalista. Alussa käytetään useampia mainonnan muotoja, jotta uusi yritys huomattaisiin. Lounaskahvila käyttää sähköistä mediaa mainonnassa luomalla itselleen verkkosivut sekä sivut facebookiin. Yritykselle tehdään myös käyntikortteja jaettavaksi.

Tässä yrityksessä sisäistä suhdetoimintaa ei oikein ole, koska tällä hetkellä yrityksessä työskentelee vain yrittäjä itse. Ulkoinen suhdetoiminta painottuu mielenkiintoisiin kirjoituksiin ja tiedotteisiin yrityksen internet-sivuilla sekä erilaisiin yleisötapahtumiin osallistumiseen kuten esimerkiksi markkinoille, joita kunnan alueella järjestetään. Menekinedistämiskeinoina käytetään, joko alennuksia tai kytkäisiä antamalla erikseen määriteltynä päivinä. Tuotteet ja palvelut ovat asiakkaille helposti ja nopeasti saatavilla. Saatavuus varmistetaan mainonnalla, aukioloajoilla, näkyvyydellä esimerkiksi katukuvassa, huomaavaisella palvelulla sekä miellyttävillä ja toimivilla tiloilla. Hinnat ovat kohtuullisia ja kilpailukykyisiä. Tietyille ryhmille suunnatuilla tai hetkittäisillä hinnan alennuksilla saadaan lisää huomiota asiakkaiden keskuudessa. Myyntityö yrityksessä on tärkeää. Myyjän katsekontakti sekä tervehtiminen ovat tärkeitä muistaa asiakkaan astuessa sisään. Kevyt katsekontakti tulee pitää asiakkaisiin palveluprosessin alusta loppuun, jotta voidaan olla koko ajan valmiina palvelemaan asiakasta. Asiakkaan poistuessa tarkastetaan asiakkaan tyytyväisyys, kuunnellaan mahdollinen palaute kiinnostuneena ja kiitollisena sekä tervehditään ja toivotetaan tulemaan uudelleen. Näin varmistetaan, että asiakas on tyytyväinen palveluun, tulee myöhemmin uudelleen sekä antaa yrityksestä positiivista palautetta eteenpäin.

4.4.2 Oma osaaminen

Lounaskahvila Merituulen perustamisidea syntyi mielenkiinnostani yrittäjyyttä sekä ravintola-alaa kohtaan. Olen pitkään ajatellut yrityksen perustamista ja näin työllistää itseni pitkäaikaisen harrastuksen parissa. Tietoa löytyy yrityksen pyörittämisestä niin vanhempien yritystoimintaan osallistuneena kuin sivusta seuranneenakin.

Asiakaspalvelutyöstä löytyy kokemusta useilta vuosilta ja eri aloilta. Ruuanlaitto on pitkäaikainen harrastus, joka on aina ollut minulle tärkeä asia. Koulutus löytyy liike-taloudesta sekä lisäksi hygieniosaamiskoulutuksesta hygieniapassi. Valtava halu yrittäjyyteen ja halu onnistua siinä mitä tekee ajavat eteenpäin kohti yrittäjyyttä. Lisäksi olen innokas kouluttautumaan lisää muun muassa baristaksi, kun yritystoiminta hieman vakaantuu.

4.4.3 Kirjanpito

Kaikki, jotka harjoittavat liike- tai ammattitoimintaa ovat kirjanpitovelvollisia. Kirjanpitolaissa ja asetuksessa kerrotaan säännökset kirjanpidon pitämisestä. Myös yritysten verotusta koskevat lait sekä elinkeinoverolaki ohjaavat sitä. Kuitenkin kirjanpidossa on aina noudatettava hyvää kirjanpitolapaa. Käytännössä hyvä kirjanpitolapaa muotoutuu kirjanpidon yleisten periaatteiden lisäksi perustuslaista, valtion talousarviosta annetuista laeista ja –asetuksista sekä näistä johdettavista periaatteista (Valtionkonttorin www-sivut 2012). Kirjanpitoa pidetään ensisijaisesti yrityksen ja yrittäjän omaan käyttöön, mutta tietenkin myös muita ulkopuolisia tahoja varten. Yritysten velvollisuus on pitää kahdenkertaista kirjanpitoa, ainoastaan ammatinharjoittajan ei tarvitse noudattaa tätä kirjanpitolapaa, vaan häneltä riittää myös yhdenkertainen kirjanpito. Mikäli ammatinharjoittaja päättää käyttää vain yhdenkertaista kirjanpitoa, hänen tilikautensa on kalenterivuosi, muutoin kahdenkertaista kirjanpitoa pidettäessä tilikausi on sama kuin muilla yrityksillä eli 12 kuukautta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 140; Ilmoniemi ym. 2009, 142.)

Kirjanpidon pitämisestä on monenlaista hyötyä. Se auttaa yrittäjää hahmottamaan yrityksensä aina sen hetkisen taloudellisen tilanteen. Sen tarkoituksena on antaa tie-

toa rahoittajille sekä mahdollisille osakkaille yrityksen kannattavuudesta ja vakava-
raisuudesta. Myös yrityksen maksettavaksi tulevat verot lasketaan sen avulla. Kirjan-
pidon hinta muodostuu joko laskutettavien tositteiden ja vientien lukumäärän mu-
kaan, tehtyjen työtuntien perusteella tai kiinteän kuukausiveloituksen mukaan. Lisäk-
si tilinpäätöksen ja veroilmoituksen tekemisestä ja tilinpäätöstietojen toimittamisesta
verottajalle sekä tarvittaessa Patentti- ja rekisterihallitukselle laskutetaan erikseen.
(Meretniemi & Ylönen 2008, 140, 143.)

Kirjanpidon olen ulkoistanut tilitoimistolle, joka toteuttaa sen kahdenkertaista kirjan-
pitoa käyttäen. Kyselin eri tilitoimistoilta hintoja, joita sitten vertailin keskenään löy-
tääkseni sen parhaan. Päädyin varmaan ja luotettavaan tilitoimistoon, jossa tuttuni
työskentelee kirjanpitäjänä. Kirjanpito on suunniteltu sen mukaan, että yritysmuoto-
na olisi yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi. Toiminimi on paras vaihtoehto
kun yrittäjiä on vain yksi ja yritystoiminta on muutenkin pienimuotoista. Toiminimi
on myös helppo ja halpa rekisteröidä.

Kyseisen tilitoimiston hinnasto:

- | | |
|------------------|-------------|
| - kirjanpito | 44€ / h |
| - vientiveloitus | 0,33€ / kpl |
| - alv ilmoitus | 15€ / kpl |
| - tilinpäätös | 44€ / h |
| - veroilmoitus | 44€ / h |
| - tasekirja | 44€ / h |

Olen laskenut tilitoimistolle menevät kirjanpidolliset kulut alla olevassa taulukossa 1.
Laskelma on laadittu tilitoimiston tuntihintojen sekä kirjanpitäjältä saatujen, kirjanpi-
toon kuluvien tuntien avulla. Kirjanpitoon kuluvat ajat ovat vasta noin hintoja, koska
tuntimäärät on arvioitu perustettavan yrityksen koon perusteella. Kirjanpitoa tehtäi-
siin vain joka kolmas kuukausi, koska vientejä tulee olemaan todennäköisesti melko
vähän eli tuon 90 kpl / 3 kk.

Taulukko 1. Kirjanpidon kustannukset (Kallioniemi henkilökohtainen tiedonanto 15.4.2012)

KIRJANPITOKUSTANNUKSET			
Maksut 4 krt / v.		1.vuosi	2. vuosi
Kirjanpito	44 €/h x 3h	132,00 €	132,00 €
Vientiveloitus	0,33€/kpl x 90kpl	29,70 €	29,70 €
Alv ilmoitus	1 kpl	15,00 €	15,00 €
		<u>176,70 €</u>	<u>176,70 €</u>
	alv 23 %	40,64 €	40,64 €
		<u>217,34 € / 3 kk</u>	<u>217,34 € / 3 kk</u>
	x	4	4
		<u>869,36 € / 12 kk</u>	<u>869,36 € / 12 kk</u>
Tilinpäätös	44 €/h x 1,5 h	66,00 €	66,00 €
Veroilmoitus	44 €/h x 0,5 h	22,00 €	22,00 €
Tasekirja	44 €/h x 2 h / 1h	88,00 €	44,00 €
		<u>1 045,36</u>	<u>1 001,36</u>
(+ cd:n poltto)		€	€

4.5 Rahoitus

Yritystoimintaa aloitettaessa tarvitaan omaa ja vierasta pääomaa. Uutta yritystä perustettaessa tyypillistä on juuri pääomapula. Sekä yksityisellä että julkisella puolella on useita rahoitusvaihtoehtoja. Olennaista on selvittää rahoituksen saamisen edellytykset etukäteen, ennen yritystoiminnan aloittamista. Rahoituksen tulisi kattaa aloitushankintojen lisäksi yrittäjän oma eläminen sekä yritystoiminnan pyörittäminen mielellään 6-12 kuukautta toiminnan aloittamisen jälkeen. Aloittavan yrityksen tulee tehdä investointi ja käyttöpääoma laskelmat. Silloin tiedetään, paljonko alkupääomaa tarvitaan, muun muassa koneisiin ja laitteisiin sekä käyttöpääomaksi eli juokseviin kuluihin. Keskeisimpiä rahoitusmuotoja ovat oma rahoitus, pankkilainat, yksityiset sijoittajat, starttiraha, TE-keskukset, tekesin rahoitukset, sitran rahoitus sekä finnveran lainat ja takaukset. (Meretniemi & Ylönen 2008, 76; Ilmoniemi ym. 2009, 59; Keskuskauppakamari 2011, 23.)

Lounaskahvilatoiminnan käynnistämiseksi tarvittava rahoitus kohdistuu alkuinvestointeihin sekä riittävään käyttöpääomaan, jolla varaudutaan hitaaseen käynnistymi-

seen. Pääoman tarpeen kokonaismääräksi on laskettu 47 200€. Tarvittava rahoitus muodostuu yrittäjän sijoituksesta sekä lainarahoituksesta, jota haetaan finnveralta naisyrittäjälainana sekä pankilta.

Taulukko 2. Rahoituslaskelma

Oma sijoitus rahana		10000,00
Ulkopuolinen rahoitus		
Finnveran Naisyrittäjälaina		35000,00
Laina pankilta		5000,00
Rahoitus yhteensä		50000,00

Yllä kuvatun rahoitussuunnitelman lisäksi yrittäjä hakee työ- ja elinkeinotoimistolta starttirahaa tukemaan yrityksen rahoitusta. Koska starttirahan saaminen on epävarmaa, sitä ei ole budjetoitu edellä esitettyyn laskelmaan. Positiivisessa tapauksessa starttiraha vahvistaa yrityksen rahoitusasemaa.

4.6 Talouden suunnittelu ja toiminnan kannattavuus

Yrityksen taloudellisesta suorituskyvystä kertovat yrityksen kannattavuus, tuottavuus, vakavaraisuus sekä maksuvalmius. Näiden tekijöiden kautta yrityksen sidosryhmät, erityisesti rahoittajat, yritystukien myöntäjät, mahdolliset sijoittajat, asiakkaat sekä tavaran toimittajat arvioivat yritystä. Liikeidea puetaan numeroiksi suunnittelulaskelmien avulla. Ensisijaisesti laskelmat tehdään yrittäjää itseään varten, mutta myös rahoittaja vaatii usein taloudellisia laskelmia arvioidakseen yrittäjän liikeidea. Yrityksen tuloista ja menoista tehtävät suunnittelulaskelmat ovat suuntaa antavia tulevalle liiketoimintakaudelle. Perustettaessa yritystä tuloja ei vielä ole, joten alussa tarvitaan pääomaa, jotta toiminta on mahdollista. Tarvittava pääoma voidaan jakaa kahteen osaan investoinnit ja käyttöpääoma. Investointeihin luetaan muun muassa liiketila, yritystoiminta, koneet ja laitteet, kalusto, irtaimisto ja sisustus. Käyttöpääoman muodostaa muun muassa perustamiskulut, markkinointi, palkat, vuokrat, käteiskassa ja varasto. (Meretniemi & Ylönen 2008, 68-69; Ahonen ym. 2009, 104; Keskuskauppakamari 2011, 22.)

Yrityksen taloudesta kertova keskeinen tunnusluku on vakavaraisuus eli omavaraisuusaste. Vakavaraisuus tarkoittaa sitä, ettei yritys ole ottanut liikaa velkaa eli yrityksen oma pääoma on suurempi kuin ulkopuolelta tuleva rahoitus. Mikäli omavaraisuusaste laskee, se tarkoittaa, että yrityksen velkojen osuus on kasvanut mistä voi aiheutua rahoitusriski. Yrityksen velkaantuessa liikaa se ajautuu velkaantumiskierteeseen. Silloin lainojen lyhennyksiin ja korkoihin menee rahaa ja varoja jää liian vähän toiminnan pyörittämiseen. Mitä enemmän yrityksellä on omaa pääomaa, sitä vakavaraampi se on. Maksuvalmius eli likviditeetti muodostuu yrityksen käytettävissä olevista varoista ja kertoo riittävätkö yrityksen rahat laskujen hoitamiseen. On aikoja, jolloin kannattavallakin yrityksellä voi olla maksuvalmiudessa vaikeuksia. Siksi onkin tärkeää suunnitella rahoitusta etukäteen niin, että ostolaskut, palkat, velkojen lyhennykset, korot sekä verot tulevat maksetuiksi eräpäivinä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 70-71.)

Kannattavuus tarkoittaa sitä, että tuloja on enemmän kuin menoja. Toiminnan alkuvaiheessa yritys voi toimia tappiollisesti vuoden tai pari, koska maksettavana on investointikuluja. Mutta pitkän tähtäimen suunnitelmana pitää aina olla kannattavuus, koska se mahdollistaa ehkä yrityksen laajenemisen, kehittämisen ja työpaikkojen luomisen. (Isokangas & Kinkki 2003, 135; Meretniemi & Ylönen 2008, 70.)

Yrityksen menojen ja tulojen arviointiin auttaa budjetin laadinta. Sen avulla yritys pystyy seuraamaan kannattavuuttaan. Mikäli tulot jäävät arvioitua pienemmiksi, pitää myyntiä ja markkinointia tehostaa rivakasti, jotta menot saataisiin katetuksi. Yrityksen menoihin määritellään yrityksen perustamiseen sekä pyörittämiseen liittyvät kulut. Tällaiset kuluerät yrityksen on kyettävä maksamaan joka tilanteessa säännöllisin väliajoin. Säännöllisten menojen maksun jälkeen, jäljelle jäävä osa myyntituloista on tulorahoitusta. Tämän osan yritys voi käyttää parhaalla katsomallaan tavalla. Ostot eli raaka-aineiden ja tuotteiden hankinta on monien yritysten kannattavuuden kannalta yhtä tärkeää kuin myynti. Näin on esimerkiksi silloin, kun yritys keskittyy omaan ydinosaamiseensa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 72-74.)

Yrityksen pääoman tarve yhteensä on laskettu alla olevissa laskelmissa. Investointilaskelman avulla selvitettiin liiketoiminnan käynnistämiseksi tarvittavien laitteiden ja muiden hankintojen aiheuttama kustannus eli niin sanottu alkuinvestointi. Osana

pääoman tarve laskelmaa voidaan huomioida myös liiketoiminnan vaatima käyttö-pääoma kolmelle kuukaudelle, jolla rahoitetaan muun muassa raaka-aineiden ostot sekä muut yritystoimintaan kuuluvat kiinteät menot. Yritys joutuu laittamaan alkuinvestointeihin yhteensä noin 31 700€ ja käyttöpääoma sitoo varoja noin 15 500€. Yhteensä pääoman tarve on siis noin 47 200€.

Taulukko 3. Koneet ja laitteet

	€
Astianpesukone	2000,00
Pakastinkaappi	600,00
Jääkaappi	600,00
Salaattivetriini	1700,00
Kahvinkeitin + lämpölevy	550,00
Jäätelökone	6000,00
Kassakone + maksupäätte	1500,00
Setelintunnistin	160,00
Vedenkeitin	60,00
Mikroaaltouuni	300,00
Sekoituskone	860,00
Paninigrilli	250,00
Lämpöhaude	250,00
Yhteensä	14830,00

Taulukko 4. Irtaimisto ja sisustus

	€
Tuolit á 50€, 24 kpl	1200,00
Pöydät á 100€, 6 kpl	600,00
Astiat	3500,00
Hyllyköt	1500,00
Pöytäliinat ym. Tekstiilit	1000,00
Kylmävetolaatikosto	2400,00
Konditoria lasikko	3000,00
Myyntitiski	1200,00
Työpöytä	400,00
Tarjoiluvaunu	300,00
Tietokonepöytä	80,00
Toimistotuoli	50,00
Toimistotarvikkeet	200,00
Muut sekalaiset hankinnat	1000,00
Yhteensä	16430,00

Taulukko 5. Investointilaskelma

Koneet ja laitteet		
	Osto	14830,00
	kts. Erittely	
	asennus	400,00
Irtaimisto ja sisustus		16430,00
	kts. Erittely	
Yhteensä		31660,00

Taulukko 6. Käyttöpääoma 3 kuukaudelle

Perustamiskulut		
Perustamismenot		75,00
Markkinointi		600,00
Lehti-ilmoitukset	400,00	
Muu markkinointi	200,00	
Vuokrat		1200,00
Toimitilavuokra	900,00	
Vuokratakuu 1 kk	300,00	
Sähkö + vesi		600,00
Vakuutukset YEL + muut		615,00
Yrittäjän oma palkka		1500,00
Käteisvarat		1500,00
Varasto		9000,00
Kirjanpito		260,00
Puhelimen kiinteä kk maksu		25,00
Maksupäätte		120,00
Käyttöpääoma yhteensä		15495,00

Taulukko 7. Pääoman tarve yhteensä

	€
Investoinnit yhteensä	31660,00
Käyttöpääoma 3 kuukaudelle yhteensä	15495,00
PÄÄOMAN TARVE YHTEENSÄ	47155,00

Alla olevassa laskelmassa on laskettu nolla tulostavoitteella, paljonko yritystoiminnan kokonaismyynnin pitäisi olla, jotta kaikki yllä mainitut menot saadaan katetuksi.

Laskelmassa on eritelty erikseen lainojen lyhennykset ja korot, kiinteät kulut sekä ostot. Vuodessa kokonaismyynniksi pitäisi saada siis noin 80 000€, jotta kaikki kulut saadaan maksetuksi. Näin ollen se tekee kuukautta kohti noin 6 700€ ja viikkoa kohti noin 1 700€.

Taulukko 8. Kannattavuuslaskelma

	kuukaudessa	vuodessa
Tavoitetulos =	0,00	0,00
Yrityksen lainojen lyhennykset +	687,50	8250,00
RAHOITUSTARVE =	687,50	8250,00
Korot + muut rahoituskulut +	90,45	1085,40
KÄYTTÖKATETARVE =	777,95	9335,40
KIINTEÄT KULUT +		
Yrittäjän palkka	500,00	
YEL- + muut vakuutukset	205,00	
Vuokrat	300,00	
Kirjanpito	86,67	
Toimistokulut	50,00	
Yhteyskulut	49,00	
Matkakulut	50,00	
Markkinointi	200,00	
Sähkö, vesi	200,00	
KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ		
=	1640,67	19688,04
MYYNTIKATETAARVE =	2418,62	29023,44
Ostot (ilman arvonlisäveroa) +	3000,00	36000,00
LIKEVAIHTO =	5418,62	65023,44
Arvonlisävero +	1246,28	14955,36
KOKONAISMYYNTI =	6664,90	79978,80

Olen laskenut arvion alla oleviin viikko-, kuukausi- ja vuosimyyntiin laskelmiin. Edellisellä yrittäjällä kävi lounaalla ja iltapäiväkahvilla keskimäärin 40-50 henkilöä / päivä, joten yritykseni keskimääräiseksi kävijämääräksi arvioitsin 30 henkilöä / päivä. Saman määrän ajattelin iltapäiväkahville. Lounaan viikkomyynti koostuu: (30 kpl x á 8,50€) x 5 päivää. Iltapäiväkahvin osuus: (30 kpl x á 1€ pulla x á 1€ kahvi) x 5 päivää. Suolaisia leivonnaisia menisi lisäksi 5 per päivä: (5 kpl x á 2€) x 5 päivää. Kesäaika kun on tulossa, niin pehmisjäätelöä menisi varmasti 10 annosta / päivä: (10

annosta x 2,50€) x 5 päivää. Näiden mukaan olen arvioinut keskimääräisen viikkomyynnin.

Taulukko 9. Viikkomyynti

TUOTE	MYYNTI €
Lounas	1275,00
Leivos, makea	150,00
Leivos, suolainen	50,00
Pehmis	125,00
Juoma	150,00
Yhteensä	1750,00

Taulukko 10. Kuukausimyynti

TUOTE	MYYNTI €
Lounas	5100,00
Leivos, makea	600,00
Leivos, suolainen	200,00
Pehmis	500,00
Juoma	600,00
Yhteensä	7000,00

Taulukko 11. Vuosimyynti

TUOTE	MYYNTI €
Lounas	61200,00
Leivos, makea	7200,00
Leivos, suolainen	2400,00
Pehmis	6000,00
Juoma	7200,00
Yhteensä	84000,00

Arvioitu liikevaihto on 84 000€

Lounaskahvilan perustamiseen menee jonkin verran rahaa. Investointilaskelman sisältämät koneet ja laitteet ovat melko kalliita ja investointien summaksi tuli melkein 31.700€ ja käyttöpääoma 3 kuukaudelle noin 15.500€ yhteensä nämä tekevät eli pääoma tarpeeksi tulee 47.200€. Tein kannattavuuslaskelman nolla tavoitetuloksella ja

tulokseksi tuli, että myynnin pitäisi vähintään olla noin 6.700€ kuukaudessa ja 80.000€ vuodessa, jotta yrityksen tulos ei menisi miinukselle. Laskelmissa on laskettu myös keskimääräinen viikko-, kuukausi- ja vuosimyynti. Hinnat perustuvat arviointiin keskimääräisestä myynnistä. Tällä keskimääräisellä menekillä sain kuukausikohtaiseksi myynniksi noin 7.000€ ja vuosikohtaiseksi 84.000€. Näillä näkymin tuotot peittäisivät kulut juuri ja juuri, mutta jos asiakkaita ei kävisikään noin paljon, niin tulos olisi tappiollista. Toisaalta asiakkaita voi käydä paljon enemmänkin, esimerkiksi kesällä, kun yritys on viikonloppuisin avoinna ja silloin kaikki ylimenevä osuus olisi tuottoa.

4.7 Yrityshankkeen SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on liikeidean ja yrityksen toimintaympäristön kriittiseen arviointiin erittäin käyttökelpoinen ja yleinen väline. Sillä voidaan arvioida yrityshankkeen vahvuuksia ja heikkouksia. Tämän analyysimenetelmän nimi muodostuu sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Analyysistä muodostuu nelikenttä, jossa arvioidaan yrityksessä olevia voimavaroja sekä yrityksen toimintaympäristön kehitystä ja piirteitä. Vahvuudet ja heikkoudet kuvastavat yrityksen sisäisiä tekijöitä nykyhetkessä kun taas mahdollisuudet ja uhat kuvastavat yrityksen ulkopuolisia voimia tulevaisuudessa. (Viitala & Jylhä 2006, 59; Meretniemi & Ylönen 2008, 34.)

Vahvuudet voivat olla yrityksen tai yrittäjän ominaisuuksia ja voimavaroja, esimerkiksi omaleimainen tuote, kokemus ja luovuus. Heikkouksia voivat olla rahoituksen puute, tuntematon uusi yritys alalla ja huono markkinointiosaaminen. Mahdollisuudet liittyvät yrityksen kehittymiseen, yrityksen laajenemiseen, uusiin kumppanuuksiin tai lisäpääomaan. Uhat sen sijaan keskittyvät riippumattomiin tekijöihin kuten viranomaisiin, ilmastonmuutoksiin tai muihin kilpailijoihin.

<p>VAHVUUDET:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hyvä sijainti ▪ Itse tehdyt tuotteet ▪ Tuotteiden koko ▪ Halu onnistua yrittäjänä ▪ Yrittäjäkokemus perheyrityksestä ▪ Oma osaaminen ▪ Yrityksen omaleimaisuus ▪ Yrityksen tuotevalikoima 	<p>HEIKKOUEDET:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rajallinen oma rahoitus ▪ Alkava yritys ▪ Vielä tuntematon ▪ Yrittäjän oma jaksaminen ▪ Raaka-aineiden hintojen nousu
<p>MAHDOLLISUUDET:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Uudet markkina-alueet; laajentaminen toiselle paikkakunnalle ▪ Kasvupotentiaali, kahvilakulttuurin kehittyminen nuoremman sukupolven myötä ▪ Lounasruokailun kysynnän kasvu ▪ Mahdollinen laajentaminen; ruokakuljetuksia kotiin keskusta-alueella 	<p>UHAT:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kiristynvä kilpailu ▪ Kysynnän lasku; mahdollisen kuntaliitoksen myötä ▪ Toimitilarakennuksen myynti; vuokrasopimuksen irtisanominen

Kuvio 2. SWOT-analyysi

4.8 Riskit

Yritys harjoittaa liiketoimintaa aina voiton tavoittelemiseksi, siksi epäonnistumisen mahdollisuus eli riski on juuri voiton kääntöpuolena. Käsitteenä riski voidaan määrittellä monellakin tavalla, mutta yhteisenä tekijänä kaikissa määritelmässä on se, että riskin toteutuminen merkitsee yrittäjälle aina jotain ei-toivuttua tapahtumaa. Yleensä liike-elämässä tällaiseen ei-toivottuun tapahtumaan liitetään jonkin asteinen tappion tai menettämisen uhka. Yritykset voivat itse miettiä yrityksensä riskienhallintaa, usein on kuitenkin hyvä käyttää ulkopuolista arvioimaan riskejä, silloin voi ostaa asiantuntijapalveluita esimerkiksi vakuutusyhtiöiltä, jotka ovat ottaneet asiakkaiden ris-

kien kartoittamisen tehtäväkseen. (Sutinen & Viklund 2005, 145.) Se mikä määrittää kullekin yritykselle riskit ja niiden sisällön on yrityksen liiketoiminta. Liiketoimintaympäristö sitten taas määrittää tarkemmat riskikohdat ja ratkaisut niihin. (Imoniemi ym 2009, 360.) Yrityksellä on oltava selkeä näkemys liiketoimintaansa kohdistuvista riskeistä ja myös siitä, miten niihin tulisi suhtautua, jotta yritys menestyisi.

Yritysten riskien yleinen luokittelu on pääpiirteissään seuraavanlainen: liikeriskit, henkilöstöriskit, vahingonkorvausvaatimukset, keskeytys- ja riippuvuusvahingot, rikokset sekä omaisuusvahingot. Tässä luvussa käsitellään liikeriskejä, henkilöriskejä sekä omaisuusriskejä, koska ne ovat tämän tyyppisessä yritystoiminnassa keskeisimpiä. Suurimpana riskiryhmänä yrittäjälle on liikeriskit, jotka liittyvät yleensä yrityksen jokapäiväiseen toimintaan, joihin normaalisti liittyy tappion lisäksi myös tuotto-odotusten pieneneminen tai toteutumatta jääminen. Joitakin riskejä voidaan siirtää vakuutuksilla, mutta liikeriskit eivät kuulu näihin riskeihin. Liikeriskejä ei periaatteessa siis ole mahdollista vakuuttaa. Jos yritys ei saa tarpeeksi asiakkaita ja toiminta muuttuu tappiolliseksi, niin mahdollinen liikeriski on toteutunut, karkeasti sanottuna. Liikeriskit voidaan luokitella vielä omiin ryhmiinsä esimerkiksi teknisiin, sosiaalisiin, taloudellisiin sekä poliittisiin riskeihin. Toisena riskiryhmänä ovat henkilöstöriskit, jotka liittyvät henkilökuntaan ja henkilökunnan avainhenkilöihin. Henkilöriskeiksi luetaan, jos avainhenkilö esimerkiksi siirtyy kilpailijan palvelukseen ja vie mukanaan arvokasta yritykselle keskeistä osaamista. Avainhenkilö voi myös sairastua, vammautua tai jopa kuolla. Myös väärän henkilön palkkaaminen katsotaan henkilöriskiksi. Yrityksen omaisuuteen kohdistuva ja sille vahinkoa aiheuttava riskimuoto on omaisuusriski. Toimitilarakennukset, kalusto, vaihto- ja käyttöomaisuus, ajoneuvot sekä kolmannen osapuolen omaisuus, joka on yrityksen hallussa, ovat riskien kohteena. Omaisuus voi vaurioitua, tuhoutua tai jopa hävitä kokonaan. (Isokangas & Kinkki 2003, 124-125.)

Riskien hallinnassa on kolme olennaista kohtaa, jotka ovat: riskien tunnistaminen, riskien arviointi sekä toimet riskien hallitsemiseksi. Kun yritys on alkuvaiheessa ja riskianalyysejä tehdään ensimmäistä kertaa, olisi hyvä, että mahdollisimman moni yrityksen henkilökunnasta osallistuisi tämän analyysin tekoon. Sillä tämän analyysin vaiheen tavoitteena on listata kaikki yritystä uhkaavat tekijät. Myös yrityksen ulkopuolisilla ammattilaisilla voidaan teettää kattava riskianalyysi. Mahdollisen vahingon

suuruus sekä sattumistodennäköisyys arvioidaan riskeistä. Arvioitaessa mahdollisen vahingon suuruutta, arvioidaan sekä vahingon tai menetyksen suuruus sellaisenaan että sen merkitys yritykselle. Se miten riskeihin sitten suhtaudutaan, päätetään riskien tunnistamisen ja arvioinnin perusteella. Riskien hallinnan välineinä käytetään riskien välttämistä (ei oteta riskiä lainkaan), pienentämistä (pienennetään riskiä suunnittelulla tai suojaustoimilla), jakamista (jaetaan riski toisen osapuolen kanssa), kantamista (otetaan riski tietoisesti) ja siirtämistä (siirretään riski toiselle osapuolelle esimerkiksi sopimuksella). (Isokangas & Kinkki 2003, 126-127; Sutinen & Viklund 2005, 146.)

Lounaskahvila yrityksen riskit ovat liike-, henkilö-, omaisuus- sekä rikosriskejä. Myös yhteiskunnallinen riskikin on olemassa. Liikeriskeistä kilpailijat on yksi osa-alue. Jos tulee lisää kilpailua alalle niin kilpailijoiden toiminta markkinoilla voi vaikuttaa ratkaisevasti yrityksen toimintaan. Kun kilpailu kovenee, yritysten on kilpailtava muun muassa hinnalla. Tuntamalla siis kilpailijat ja niiden toiminta voidaan riskiä hallita. Myös omien tietojemme suojaaminen on tärkeää, jos tietojen leviäminen aiheuttaa yrityksellemme taloudellista haittaa. Esimerkiksi tuotereseptit ovat yksilöllisiä ja tarkoitettu vain kahvilan omaan käyttöön. Tuotanto / palvelut saralla kysynnän vähentyminen on riski. Yrityksen menestyvän toiminnan perustana onkin suunnittelu eli uusien tuotteiden keksiminen sekä vanhojen tuotteiden parantaminen. Aina pitää olla ajan hermolla ja yrittää tunnustella markkinoita uusille tuotteille sekä ideoille. Maksuvalmiusriski on aina olemassa tällaisilla pienemmillä yrityksillä joilla on enemmän vierasta pääomaa kuin omaa pääomaa. Vieraaseen pääomaan liittyy aina kuukausittaiset lyhennykset sekä korot ja jos yrityksen tulo-rahoitus pienenee, vaarantuu myös yrityksen kyky maksaa nuo lainan lyhennykset. Henkilöriski koskettaa tässä vain yrittäjää itseään. Henkilöriskien vastuun voi siirtää vakuuttamalla eli tekemällä esimerkiksi tapaturmavakuutuksen. Yrityksellä pitää olla järjestettynä myös terveydenhoitopalvelut sairaustapauksien varalta. Näin voidaan yrittää ennalta ehkäistä tulevia riskejä.

Yrityksessäni omaisuus- ja rikosriski kohdistuu koneisiin ja laitteisiin, irtaimistoon sekä varastoon. Omaisuuteen kohdistuvia uhkatekijöitä ovat tulipalo ja savuvauriot, vesivahinko, äkilliset lämpötilan vaihtelut, homevauriot, murto, ilkivalta sekä rikkoutuminen. Tällaisia omaisuus- ja rikosriskejä vastaan suojaudutaan vakuuttamisella.

Yrityksellä on aina olemassa yhteiskunnallinen riski, joka liittyy esimerkiksi verolainsäädännön muutoksiin tai jos yrityksille asetetaan uusia velvoitteita joista niiden on selviydyttävä. Erityisesti tällaiset pienet yritykset voivat joutua vaikeuksiin yrittäessään sopeutua EU:n mukanaan tuomaan lainsäädännön harmonisointiin. (Isokangas & Kinkki 2003, 126.)

Sitten kun yritys varsinaisesti perustetaan, yritykselle tehdään kunnan riskianalyysi, jossa kartoitetaan kaikki mahdolliset riskit ja arvioidaan riskien toteutumisen mahdollisia seurauksia.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Vaikka laskelmien perusteella näytti siltä, että yritys voisi ehkä menestyäkin, niin näillä näkymin en silti vielä uskaltaisi perustaa uutta yritystä, vaan tutkisin mahdollisuuksia hieman tarkemmin ja täydentäisin liiketoimintasuunnitelmaa ennen sen toteuttamista. Uskon kuitenkin, että työssä on hyvä alku. Pohtisin ehkä vielä tarkemmin sitä, millä keinoin yrityksestä saisi kannattavamman, millaisilla tuotteilla tai palveluilla erotuttaisiin kilpailijoista paremmin. Suorittaisin ehkä tarkemman markkina-analyysin sekä kilpailija-analyysin. Mieltäisin yritykselle myös sitä vaihtoehtoa, että yrittäjiä olisikin enemmän kuin yksi. Yrityksen pyörittäminen vain yhden yrittäjän voimin voi olla hyvin työlästä. Yrittäjän pitäisi käytännöllisesti katsoen olla töissä seitsemän päivää viikossa ilman lomaa. Jos yrittäjä sairastuisi, yritys olisi kiinni, eikä rahaa tulisi mistään, joten henkilökunnan palkkaamistakin pitäisi ehkä miettiä. Toisaalta taas yrityksellä ei ainakaan tällä hetkellä olisi varaa palkata ketään. Näyttäisi siltä, että Siikaisiin ei kannata perustaa uutta lounaskahvilaa, jollei ole sellaisia tuotteita tai palveluita, joilla voidaan selvästi erottautua kilpailijoista. Niitä on hyvä miettiä jos ja kun yrityksen perustaminen tulee ajankohtaiseksi.

Opinnäytetyöprosessi osoittautui melko työlääksi projektiksi, mutta myös todella opettavaiseksi kokemukseksi. Aiheen olin miettinyt valmiiksi jo aiemmin, mutta itse prosessi venyi vähän liian pitkäksi. Opinnäytetyön tekemisessä tuli hieman kiire.

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on ajankohtaista aina, siksi se kokoakin mielestäni hyvin taloushallinnonopintoni yhdeksi kokonaisuudeksi. Olen jo jonkin aikaa miettinyt yrityksen perustamista, joten tämä antoi hyvän pohjan idean toteuttamiselle.

LÄHTEET

- Ahonen, J., Koskinen, T., Romero, T. 2009. Opas Ravintolan Liiketoimintasuunnitelman Laatumiseen. Helsinki: Restamark Oy.
- Holopainen, T. & Levonen, A. 2008. Yrityksen perustajan opas – silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Ilmoniemi, M., Järvensivu, P., Kyläkallio, K., Rapantainen, J. & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Isokangas, J. & Kinkki, S. 2003. Yrityksen perustoiminnot. Helsinki: WSOY.
- Kallioniemi, J. 2012. Kirjanpitäjä, e-Tilit Finland Oy. Sastamala. Henkilökohtainen tiedonanto 15.4.2012.
- Keskuskauppakamari. 2011. Yrityksen perustajan opas. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Otavan Kirjapaino Oy.
- Potkurin www-sivut. Viitattu 1.4.2012. <http://www.potkuri.fi>
- Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Raatikainen, L. 2004. Tavoitteellinen markkinointi. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää Yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Savonia-ammattikorkeakoulu: Kirjakas Ky.
- Tilastokeskuksen www-sivut. Viitattu 9.5.2012. <http://www.tilastokeskus.fi>
- Uusyrityskeskuksen www-sivut. Viitattu 31.1.2012. <http://www.uusyrityskeskus.fi>
- Valtioneuvoston www-sivut. Viitattu 9.5.2012. <http://www.valtioneuvosto.fi>
- Valtionkonttorin www-sivut. Viitattu 29.4.2012. <http://www.valtionkonttori.fi>
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita Prima Oy.

LIKETOIMINTASUUNNITELMA

Lounaskahvila Merituuli

Tiina Viljanen

SISÄLLYS

1 YRITYSIDEA / LIIKEIDEA

1.1 Tausta

2 ASIAKKAAT JA MARKKINATIEDON HANKKIMINEN

2.1 Asiakkaat

2.2 Markkinat

2.3 Kilpailijat

3 TUOTTEET / PALVELUT

4 TOIMINTATAVAT / VOIMAVARAT

4.1 Myynti ja markkinointi

4.2 Oma osaaminen

4.3 Kirjanpito

5 RAHOITUS

6 TALOUDEN SUUNNITTELU JA TOIMINNAN KANNATTAVUUS

7 YRITYSHANKKEEN SWOT-ANALYYSI

8 RISKIT

1 YRITYSIDEA / LIIKEIDEA

Liikeideani suunnittelu lähti liikkeelle siitä, että Siikaisissa oli tarvetta lounaskahvilalle. Edellinen yrittäjä lopetti yritystoimintansa henkilökohtaisista syistä ja paikkakunnalla tarvittiin kipeästi lounasruokapaikkaa. Lounasruokailijoita on käynyt edellisen yrittäjän aikana noin 40-50 henkilöä päivittäin ja kesäaikaan satunnaisia matkailijoita tai kesälomalaisia aina kun yritys on ollut auki.

Tulevan lounaskahvilayritykseni liikeideana on tehdä myyntiin kahvilan puolelle itse tehtyjä leivonnaisia, makeita ja suolaisia sekä perus kotiruokaa lounaaksi. Tuotteet/annokset ovat reilun kokoisia ja itse valmistettuja. Lounaskahvila olisi avoinna arkisin 8-16, kesäviikonloppuina 12-16. Lounasta olisi tarjolla arkisin 10-15 välillä. Yritykseni palvelut on suunnattu kaikille mahdollisille lounasruokailijoille sekä muutoin Siikaisissa kahvilan aukioloaikoina asioiville asiakkaille.

1.1 Tausta

Tulen perheestä, jossa molemmilla vanhemmillani on yksityisyritys, joten olen käytännöllisesti katsoen kasvanut yrittäjyyden keskellä. Siksi ajatus oman yrityksen perustamisesta, sitten joskus, ei tuntunut niin kovinkaan vieraalta edes silloin kun opiskelin liiketaloutta ammattikorkeakoulussa. Yrittäjyys on aina välillä pyörinyt mielessäni menneinä vuosina, vain yrityksen toimiala ja sijainti ovat vaihdelleet ajatuksistani. Sen vuoksi en tunne pelkoa aloittaa yrittäjänä vaan enemmänkin kiinnostusta ja halua lähteä yrittäjyyden polulle. Yritystoiminnan aloittamisen taustalla on mielenkiinto suunnitella omanlainen lounaskahvila Siikaisten kuntaan. Siikaisissa nimittäin heräsi tarve lounaskahvilalle, koska edellinen yrittäjä lopetti henkilökohtaisten syiden vuoksi eikä uutta ollut tiedossa.

2 ASIAKKAAT JA MARKKINATIEDON HANKKIMINEN

2.1 Asiakkaat

Yrityksen tuleva paikkakunta Siikainen, on pieni maalaiskunta, jonka asukkaat arvostavat perinteistä kotiruokaa, mutta eivät aina halua sitä silti itse valmistaa. Aina-kin puolet Siikaisten noin 1660 asukkaasta sekä lisäksi kahdessa isossa yrityksessä työskentelevät muualta tulevat työntekijät ovat potentiaalisia lounas- sekä kahvila-asiakkaita. Kesäisin Siikaisten väkiluku melkein kaksinkertaistuu, joten asiakaskuntakin kasvaa jonkin verran. Tietysti myös kaikki muut mahdolliset asiakkaat, jotka sattuvat poikkeamaan lounaskahvilan aukioloaikoina ovat osa asiakaskuntaamme.

Omillaan toimeentulevat, omassa asunnossa tai palvelutalossa asuvat vanhukset ovat yksi mahdollinen asiakasryhmä. Yrityksen sijainti vaikuttanee siihen, että monesti kauppareissulle lähteneet vanhukset päättävätkin poiketa syömään, silloin ei enää itse tarvitse valmistaa lounasta kotona. Myös kohtuullinen hinta ja itse määriteltävä annoskoko, vaikuttavat lounasmyyntiin myönteisesti.

Lounasruokailijat tulevat pääasiassa, kahdesta isosta yrityksestä sekä kunnasta. Lisäksi lounasruokailijoina käy myös pienempien yritysten työntekijät, yksittäiset henkilöt / perheet sekä henkilöt, jotka eivät syö paikanpäällä vaan ottavat annoksen mukaan.

Kahvilapuolen asiakaskunta koostuisi sekä edellä mainituista henkilöistä että osasta nuorisoa sekä tietenkin muista kahvilakulttuuria arvostavista henkilöistä. Kesällä oman lisänsä tuovat lomalaiset, joista monet arvostavat kahvilakulttuuria ja käyttävät niiden palveluja. Viikonloppuisin asiakaskuntaa lisäävät palvelutaloon, vanhempiaan katsomaan tulevat henkilöt.

2.2 Markkinat

Siikaisissa markkinat lounaskahvilalle vaikuttaisivat melko hyviltä. Pitempiaikainen lounasruokala lopetti toimintansa henkilökohtaisten syiden vuoksi ja markkinoille tuli tilaa ja tarvetta uudelle lounaspaikalle. Lounasruokalan osti Lounaskahvila Sinihelmi Pomarkusta, joka on nyt käytännössä ainoa paikka Siikaisissa mistä saa lounasruokaa. Tämä uusi yritys hieman kiristää kilpailua. Toinen on Eteläpään matkailukeskuksen ravintola Ateriapalvelu Andiken, josta sai a la carte - annoksia sekä grilliruokaa. Kilpailuvalttinani on tuotteiden koko, tuotevalikoiman laajuus sekä aukioloajat.

2.3 Kilpailijat

Siikaisten kylässä on yksi lounaskahvila sekä yksi matkailukeskuksessa sijaitseva ravintola, jossa tarjoillaan vain a la carte annoksia. Näin ollen tärkein kilpailijani on Lounaskahvila Sinihelmi. Lounaskahvila Sinihelmen pitäjät tulevat Pomarkusta, jossa heillä on toinen ruokapaikka. Sinihelmi on avoinna arkisin 08.30-15.00 ja lounas heillä on katettuna 10.30-14.00 välillä. Lounaskahvila on toiminut vasta tammikuun puolivälistä lähtien, joten heillä ei ole varsinaisesti mitään vankkaa asemaa vielä vakiinnutettuna siikaistaisten keskuudessa. Lounaskahvilan lisäksi heillä on myös pitopalvelu. Yrityksen vahvoina puolina on lounaskahvilan keskeinen sijainti sekä kohtuullisesti hinnoitellut tuotteet. Heikkoina puolina taas on kahvilatuotteiden pieni koko sekä kahvilan kiinniolo viikonloppuisin.

Toinen ravintola löytyy Siikaisten Eteläpäästä. Eteläpään matkailukeskuksen päärakennuksessa sijaitsee noin 100 hengen ravintola sekä hyvät kokoustilat välineineen, jota pitää Ateriapalvelu Andiken. Talvikautena eli syyskuusta toukokuuhun, ravintola on auki vain viikonloppuisin. Lauantaina 11.00-02.00 ja sunnuntaina 11.00-17.00. Kesäkautena, joka on kesä-elokuu, ravintola on avoinna joka päivä. Sunnuntaista torstaihin 11.00-20.00 ja perjantaista lauantaihin 11.00-02.00, muulloin tilauksesta. Siellä pidetään paljon erilaisia tilaisuuksia; häitä, perhejuhlia, pikkujouluja, kokouksia, muistotilaisuuksia ym. Ravintolassa on A-oikeudet ja sieltä saa sekä grilliruokia että a la carte - annoksia. Varsinaista lounasta heillä ei tarjoilla. Vaikka ravintolassa

on A-oikeudet ja tanssilavakin löytyy, niin live-musiikkia ei yleensä valitettavasti ole. Vahvuutena heillä on, esimerkiksi kesällä, välitön läheisyys mökkiläisiin sekä rannalle tulijoihin. Heikkoutena taas välimatka keskustaan ja siitä koituva asiakasvirran pienuus.

Siikaisissa yritetään yleensä tukea paikkakuntalaisia yrittäjiä, joten uskoisin paikkakuntalaisena saavani yritykselleni kannattavuutta. Tietenkin tuotteiden pitää olla laadukkaita ja maukkaita asiakkaiden mielestä, jotta ne menevät kaupaksi. Jo olemassa olevien yritysten kehityssuuntaa on vaikea arvioida, koska siihen vaikuttaa mahdollinen kuntaliitos sekä sen myötä mahdollinen maalta muutto kohti kaupunkia. Mutta ainakin näillä näkymin yritysten tila pysyy ennallaan. Kuntaan on muuttanut takaisin entisiä siikaislaisia, nuoria lapsiperheitä, jotka omalta osaltaan vaikuttavat kunnan jatkuvuuteen. Uusi sukupolvi tarvitsee ja vaatii palveluja asuinpaikkakunnalleen, joten yrittäjyys tulee säilymään ainakin joiltakin osin kunnassa. Tosin asukasluku voi pienentyä tulevina vuosina uusista asukkaista huolimatta, koska väestöstä suurin osa on vanhuksia. Tällä hetkellä alalle ei ole näkyvissä uusia tulevia yrityksiä, mutta koko ajan pitää olla valppaana.

Aloittavan yritykseni toimitila sijaitsee Siikaisten keskustassa. Toimitiloissa on joskus aiemminkin toiminut lounasruokala, joten keittiöstä löytyy liesi, uuni sekä pöytätasot. Saadessani yritystoiminnan pyörimään ja hieman tasaantumaan parin vuoden sisällä, niin tulevaisuuden näkymissä on muutaman työntekijän palkkaaminen sekä ruokakuljetuksien järjestäminen keskusta-alueella. Ottaisin ikääntyvän sukupolven huomioon, järjestämällä ruokakuljetuksia muun muassa vanhustentaloille sekä yksinään asuville vanhuksille. Nuorten lapsiperheiden äitien toiveet ottaisin huomioon, lisäämällä valikoimiin erikoiskahvit, joiden suosio nuorten keskuudessa on kasvanut.

3 TUOTTEET / PALVELUT

Tuotteina on itse tehtyjä leivonnaisia, suolaisia sekä makeita. Juotavina ovat kahvi, tee ja kaakao sekä muut oheistuotteet kuten tripit, juomat sekä tuoremehut. Kesäaikaan olisi lisäksi pehmisjäätelön myyntiä. Lounasaikaan on seisovapöytä, jossa on

tarjolla aina kaksi erilaista ruokavaihtoehtoa, salaattipöytä, juomat, leivät sekä jälkiruoaksi kahvi ja vaihtelevasti joko pulla, pehmis tai jokin kiisseli / rahka.

Kilpailijallani Lounasruokala Sinihelmellä on lounas tarjolla seisovasta pöydästä, johon kuuluu kaksi lämmintä ruokaa, salaattipöytä, juomat, leivät sekä kahvi. Lounaan hinta heillä on á 8,50€. Lisäksi heillä on myynnissä erikseen kahvia ja pullaa, joiden hinnat ovat á 1€. Pullana on vaihtelevasti joko korvapuusti, pikkupulla tai viineri. Tuotteet ovat melko pienen kokoisia, mutta itse leivottuja.

Eteläpään matkailukeskuksen ravintolassa on A-oikeudet ja sieltä saa sekä grilliruokia että á la carte - annoksia. Aterioitten hinnat vaihtelevat 8,50€ - 16€ välillä. Varsinaista lounasta heillä ei tarjoilla.

Yritykseni kahvilatuotteiden vahvuutena on niiden reilu koko verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin. Myös valikoima edellä mainituissa tuotteissa on paljon laajempi kuin kilpailijoilla. Lounaspöydän tuotekokonaisuus on samanlainen kuin Sinihelmellä, joten lounaspöydän eroina ovat muun muassa maku sekä lajikkeet. Yritykseni tuotteita on vaikeampi verrata toisen kilpailijan, Eteläpään matkailukeskuksen ravintolan tuotteisiin, koska siellä taas on niin erityyppinen konsepti. Kuitenkin ravintola on hyvin vakavasti otettava kilpailija, á la carte – annoksineen ja grilliruokineen, sillä jokainen annosmyynti on pois yritykseni myynnistä. Pehmisjäätelö on yksi valttikorttini, koska sitä ei saa muualta Siikaisista.

4 TOIMINTATAVAT JA VOIMAVARAT

Aloittavan yritykseni strategia on erikoistuminen eli pyrin tuotteillani ja palveluillani tyydyttämään asiakkaiden tarpeet kilpailijoitani paremmin. Lounaskahvilan tarkoitus on tarjota asiakkaille perinteistä kotiruokaa sekä itse valmistettuja makeita ja suolaisia leivonnaisia. Yritys pyrkii käyttämään lähialueelta saatavia kotimaisia raaka-aineita aina kun se on mahdollista. Yrityksen visiona on vakiintunut asema paikkakunnalla sekä muutaman työntekijän palkkaaminen. Myös liiketoiminnan laajeneminen ruoan kotiinkuljetuksiin keskustassa, on yrityksen tulevaisuuden tavoitteena.

Yrityksen imago on paikallinen, suomalainen, ammattimainen, laadukas sekä kodikas yritys.

Yrityksen arvot ovat:

- Asiakaskeskeisyys – Asiakas on yrityksen tärkein henkilö, jota varten ja jonka ehdoilla toimitaan
- Laadukkuus – Asiakkaan odotukset pyritään täyttämään
- Hyvä palvelu – Lounaskahvila Merituulella asiakasta kohdellaan siten, kuin itseään haluaisi asiakkaana kohdeltavan
- Hyvä tuote – Hinta-laatu-suhde on aina kohdallaan

Fyysisinä voimavaroina yrityksellä on erilaiset yritystoiminnassa käytettävät koneet ja laitteet. Taloudellisina voimavaroina ovat omat sijoitukset sekä lainat ulkopuolisilta tahoilta. Henkisiin voimavaroihin voidaan lukea perustajan sisäinen yrittäjyys, itsensä toteutus, oma osaaminen, positiivinen asennoituminen yrittäjyyteen, lähipiiristä saatava apu sekä yrittäjän korkea motivaatio yrityksen perustamiseen.

4.1 Myynti ja markkinointi

Markkinointi on viestintää molempiin suuntiin, jonka tavoitteena on liiketoiminnan menestyksen mahdollistaminen. Lounaskahvilayritys käyttää mainontaan 200€ kuukaudessa. Tarkoituksena on mainostaa paikallislehdissä sekä paikallisten taksien kuukausittain vaihtuvissa mainosteippauksissa, jakaa lentolehtisiä, lähettää suoramarkkinointikirje, sekä käyttää ulkomainontaa. Ilmoituksia laitetaan myös muihin lehtiin, mikäli niistä löytyy ilmaista mainostilaa. Paikallislehdet tekevät ilmaisen lehtijutun uudesta yrittäjästä ja paikalliseen kunta uutiset –lehtiseen tulee myös maininta uudesta alkavasta lounaskahvilayrityksestä. Ulkona käytetään valomainosta sekä katupuhujaa ja sisätiloissa on päivän ruokalista. Alussa käytetään useampia mainonnan muotoja, jotta uusi yritys huomattaisiin. Lounaskahvila käyttää sähköistä mediaa mainonnassa luomalla itselleen verkkosivut sekä sivut facebookiin. Yritykselle tehdään myös käyntikortteja jaettavaksi.

Tässä yrityksessä sisäistä suhdetoimintaa ei oikein ole, koska tällä hetkellä yrityksessä työskentelee vain yrittäjä itse. Ulkoinen suhdetoiminta painottuu mielenkiintoisiin

kirjoituksiin ja tiedotteisiin yrityksen internet-sivuilla sekä erilaisiin yleisötapahtumiin osallistuminen kuten esimerkiksi markkinat, joita kunnan alueella järjestetään. Menekinedistämiskeinoina käytetään antamalla joko alennuksia tai kylkiäisiä, erikseen määriteltynä päivinä. Tuotteet ja palvelut ovat asiakkaille helposti ja nopeasti saatavilla. Saatavuus varmistetaan mainonnalla, aukioloajoilla, näkyvyydellä esimerkiksi katukuvassa, huomaavaisella palvelulla sekä miellyttävillä ja toimivilla tiloilla. Hinnat ovat kohtuullisia ja kilpailukykyisiä. Tietyille ryhmille suunnatuilla tai hetkitäisillä hinnan alennuksilla saadaan lisää huomiota asiakkaiden keskuudessa. Myyntityö yrityksessä on tärkeää. Myyjän katsekontakti sekä tervehtiminen ovat tärkeitä muistaa asiakkaan astuessa sisään. Kevyt katsekontakti tulee pitää asiakkaisiin palveluprosessin alusta loppuun, jotta voidaan olla koko ajan valmiina palvelemaan asiakasta. Asiakkaan poistuessa tarkastetaan asiakkaan tyytyväisyys, kuunnellaan mahdollinen palaute kiinnostuneena ja kiitollisena sekä tervehditään ja toivotetaan tulemaan uudelleen. Näin varmistetaan, että asiakas on tyytyväinen palveluun, tulee myöhemmin uudelleen sekä antaa yrityksestä positiivista palautetta eteenpäin.

4.2 Oma osaaminen

Lounaskahvila Merituulen perustamisidea syntyi mielenkiinnostani yrittäjyyttä sekä ravintola-alaa kohtaan. Olen pitkään ajatellut yrityksen perustamista ja näin työllistää itseni pitkäaikaisen harrastuksen parissa. Tietoa löytyy yrityksen pyörittämisestä niin vanhempien yritystoimintaan osallistuneena kuin sivusta seuranneenakin.

Asiakaspalvelutyöstä löytyy kokemusta useilta vuosilta ja eri aloilta. Ruuanlaitto on pitkäaikainen harrastus, joka on aina ollut minulle tärkeä asia. Koulutus löytyy liike-elämästä sekä lisäksi hygieniosaamiskoulutuksesta hygieniapassi. Valtava halu yrittäjyyteen ja halu onnistua siinä mitä tekee ajavat eteenpäin kohti yrittäjyyttä. Lisäksi olen innokas kouluttautumaan lisää muun muassa baristaksi, kun yritystoiminta hieman vakaantuu.

4.3 Kirjanpito

Kirjanpidon olen ulkoistanut tilitoimistolle, joka toteuttaa sen kahdenkertaista kirjanpitoa käyttäen. Kyselin eri tilitoimistoilta hintoja, joita sitten vertailin keskenään löytääkseni sen parhaan. Päädyin varmaan ja luotettavaan tilitoimistoon, jossa tuttuni työskentelee kirjanpitäjänä.

Kyseisen tilitoimiston hinnasto:

- | | |
|------------------|-------------|
| - kirjanpito | 44€ / h |
| - vientiveloitus | 0,33€ / kpl |
| - alv ilmoitus | 15€ / kpl |
| - tilinpäätös | 44€ / h |
| - veroilmoitus | 44€ / h |
| - tasekirja | 44€ / h |

Olen laskenut tilitoimistolle menevät kirjanpidolliset kulut alla olevassa kuviossa 2. Laskelma on laadittu tilitoimiston tuntihintojen sekä kirjanpitäjältä saatujen, kirjanpitoon kuuluvien tuntien avulla. Kirjanpitoon kuluvat ajat ovat vasta noin hintoja, koska tuntimäärät on arvioitu perustettavan yrityksen koon perusteella. Kirjanpitoa tehtäisiin vain joka kolmas kuukausi, koska vientejä tulee olemaan todennäköisesti melko vähän eli tuon 90 kpl / 3 kk.

KIRJANPITOKUSTANNUKSET			
Maksut 4 krt / v.		1.vuosi	2. vuosi
Kirjanpito	44 €/h x 3h	132,00 €	132,00 €
Vientiveloitus	0,33€/kpl x 90kpl	29,70 €	29,70 €
Alv ilmoitus	1 kpl	15,00 €	15,00 €
		<u>176,70 €</u>	<u>176,70 €</u>
	alv 23 %	<u>40,64 €</u>	<u>40,64 €</u>
		217,34 € / 3 kk	217,34 € / 3 kk
	x	<u>4</u>	<u>4</u>
		869,36 € / 12 kk	869,36 € / 12 kk
Tilinpäätös	44 €/h x 1,5 h	66,00 €	66,00 €
Veroilmoitus	44 €/h x 0,5 h	22,00 €	22,00 €
Tasekirja	44 €/h x 2 h / 1h	88,00 €	44,00 €
		<u>1 045,36</u>	<u>1 001,36</u>
(+ cd:n poltto)		€	€

5 RAHOITUS

Lounaskahvilatoiminnan käynnistämiseksi tarvittava rahoitus kohdistuu alkuinvestointeihin sekä riittävään käyttöpääomaan, jolla varaudutaan hitaaseen käynnistymiseen. Pääoman tarpeen kokonaismääräksi on laskettu 47 200€. Tarvittava rahoitus muodostuu yrittäjän sijoituksesta sekä lainarahoituksesta, jota haetaan finnveralta naisyrittäjälainana sekä pankilta.

RAHOITUSLASKELMA

Oma sijoitus rahana		10000,00
Ulkopuolinen rahoitus		
Finnveran Naisyrittäjälaina		35000,00
Laina pankilta		5000,00
Rahoitus yhteensä		50000,00

Yllä kuvatun rahoitussuunnitelman lisäksi yrittäjä hakee työ- ja elinkeinotoimistolta starttirahaa tukemaan yrityksen rahoitusta. Koska starttirahan saaminen on epävarmaa, sitä ei ole budjetoitu edellä esitettyyn laskelmaan. Positiivisessa tapauksessa starttiraha vahvistaa yrityksen rahoitusasemaa.

6 TALOUDEN SUUNNITTELU JA TOIMINNAN KANNATTAVUUS

Yrityksen pääoman tarve yhteensä on laskettu alla olevissa laskelmissa. Investointilaskelman avulla selvitetiin liiketoiminnan käynnistämiseksi tarvittavien laitteiden ja muiden hankintojen aiheuttama kustannus eli niin sanottu alkuinvestointi. Osana pääoman tarve laskelmaa voidaan huomioida myös liiketoiminnan vaatima käyttöpääoma kolmelle kuukaudelle, jolla rahoitetaan muun muassa raaka-aineiden ostot sekä muut yritystoimintaan kuuluvat kiinteät menot. Yritys joutuu laittamaan alkuinvestointeihin yhteensä noin 31 700€ ja käyttöpääoma sitoo varoja noin 15 500€. Yhteensä pääoman tarve on siis noin 47 200€.

PÄÄOMAN TARVE

KONEET JA LAITTEET

	€
Astianpesukone	2000,00
Pakastinkaappi	600,00
Jääkaappi	600,00
Salaattivitriini	1700,00
Kahvinkeitin + lämpölevy	550,00
Jäätelökone	6000,00
Kassakone + maksupääte	1500,00
Setelintunnistin	160,00
Vedenkeitin	60,00
Mikroaaltouuni	300,00
Sekoituskone	860,00
Paninigrilli	250,00
Lämpöhaude	250,00
Yhteensä	14830,00

IRTAIMISTO JA SISUSTUS

	€
Tuolit á 50€, 24 kpl	1200,00
Pöydät á 100€, 6 kpl	600,00
Astiat	3500,00
Hyllyköt	1500,00
Pöytäliinat ym. Tekstiilit	1000,00
Kylmävetoalaatikosto	2400,00
Konditoria lasikko	3000,00
Myyntitiski	1200,00
Työpöytä	400,00
Tarjoiluvaunu	300,00
Tietokonepöytä	80,00
Toimistotuoli	50,00
Toimistotarvikkeet	200,00
Muut sekalaiset hankinnat	1000,00
Yhteensä	16430,00

INVESTOINTILASKELMA

Koneet ja laitteet		
	Osto	14830,00
	kts. Erittely	
	asennus	400,00
Irtaimisto ja sisustus		16430,00
	kts. Erittely	
Yhteensä		31660,00

KÄYTTÖPÄÄOMA 3 KUUKAUDELLE

Perustamiskulut		
Perustamismenot		75,00
Markkinointi		600,00
Lehti-ilmoitukset	400,00	
Muu markkinointi	200,00	
Vuokrat		1200,00
Toimitilavuokra	900,00	
Vuokratakuu 1 kk	300,00	
Sähkö + vesi		600,00
Vakuutukset YEL + muut		615,00
Yrittäjän oma palkka		1500,00
Käteisvarat		1500,00
Varasto		9000,00
Kirjanpito		260,00
Puhelimen kiinteä kk maksu		25,00
Maksupääte		120,00
Käyttöpääoma yhteensä		15495,00

PÄÄOMAN TARVE YHTEENSÄ 47.155 EUROA

Alla olevassa laskelmassa on laskettu nolla tulostavoitteella, paljonko yritystoiminnan kokonaismyynnin pitäisi olla, jotta kaikki yllä mainitut menot saadaan katetuksi. Laskelmassa on eritelty erikseen lainojen lyhennykset ja korot, kiinteät kulut sekä ostot. Vuodessa kokonaismyynniksi pitäisi saada siis noin 80 000€, jotta kaikki kulut saadaan maksetuksi. Näin ollen se tekee kuukautta kohti noin 6 700€ ja viikkoa kohti noin 1 700€.

KANNATTAVUUSLASKELMA

		kuukaudessa	vuodessa
Tavoitetulos =		0,00	0,00
Yrityksen lainojen lyhennykset +		687,50	8250,00
RAHOITUSTARVE =		687,50	8250,00
Korot + muut rahoituskulut +		90,45	1085,40
KÄYTTÖKATETARVE =		777,95	9335,40
KIINTEÄT KULUT +			
Yrittäjän palkka	500,00		
YEL- + muut vakuutukset	205,00		
Vuokrat	300,00		
Kirjanpito	86,67		
Toimistokulut	50,00		
Yhteyskulut	49,00		
Matkakulut	50,00		
Markkinointi	200,00		
Sähkö, vesi	200,00		
KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ			
=		1640,67	19688,04
MYYNTIKATETAARVE =		2418,62	29023,44
Ostot (ilman arvonlisäveroa) +		3000,00	36000,00
LIKEVAIHTO =		5418,62	65023,44
Arvonlisävero +		1246,28	14955,36
KOKONAISMYYNTI =		6664,90	79978,80

Olen laskenut arvion viikko-, kuukausi- ja vuosimyynnin laskelmiin. Edellisellä yrittäjällä kävi lounaalla ja iltapäiväkahvilla keskimäärin 40-50 henkilöä / päivä, joten yritykseni keskimääräiseksi kävijämääräksi arvioitsin 30 henkilöä / päivä. Saman määrän ajattelin iltapäiväkahville. Lounaan viikkomyynti koostuu: (30 kpl x á 8,50€) x 5 päivää. Iltapäiväkahvin osuus: (30 kpl x á 1€ pulla x á 1€ kahvi) x 5 päivää. Suolaisia leivonnaisia menisi lisäksi 5 per päivä: (5 kpl x á 2€) x 5 päivää. Kesäaika kun on tulossa, niin pehmisjäätelöä menisi varmasti 10 annosta / päivä: (10 annosta x 2,50€) x 5 päivää. Näiden mukaan olen arvioinut keskimääräisen viikkomyynnin.

VIKKOMYYNTI

TUOTE	MYYNTI €
Lounas	1275,00
Leivos, makea	150,00
Leivos, suolainen	50,00
Pehmis	125,00
Juoma	150,00
Yhteensä	1750,00

KUUKAUSIMYYNTI

TUOTE	MYYNTI €
Lounas	5100,00
Leivos, makea	600,00
Leivos, suolainen	200,00
Pehmis	500,00
Juoma	600,00
Yhteensä	7000,00

VUOSIMYYNTI

TUOTE	MYYNTI €
Lounas	61200,00
Leivos, makea	7200,00
Leivos, suolainen	2400,00
Pehmis	6000,00
Juoma	7200,00
Yhteensä	84000,00

Arvioitu liikevaihto on 84 000€

Lounaskahvilan perustamiseen menee jonkin verran rahaa. Investointilaskelman sisältämät koneet ja laitteet ovat melko kalliita ja investointien summaksi tuli melkein 31.700€ ja käyttöpääoma 3 kuukaudelle noin 15.500€ yhteensä nämä tekevät eli pääoma tarpeeksi tulee 47.200€. Tein kannattavuuslaskelman nolla tavoitetuloksella ja tulokseksi tuli, että myynnin pitäisi vähintään olla noin 6.700€ kuukaudessa ja 80.000€ vuodessa, jotta yrityksen tulos ei menisi miinukselle. Laskelmissa on laskettu myös keskimääräinen viikko-, kuukausi- ja vuosimyynti. Hinnat perustuvat arvi-

ointiin keskimääräisestä myynnistä. Tällä keskimääräisellä menekillä sain kuukausikohtaiseksi myynniksi noin 7.000€ ja vuosikohtaiseksi 84.000€. Näillä näkymin tuotot peittäisivät kulut juuri ja juuri, mutta jos asiakkaita ei kävisikään noin paljon, niin tulos olisi tappiollista. Toisaalta asiakkaita voi käydä paljon enemmänkin, esimerkiksi kesällä kun yritys on viikonloppuisin avoinna ja silloin kaikki ylimenevä osuus olisi tuottoa.

7 YRITYSHANKKEEN SWOT-ANALYYSI

Vahvuudet voivat olla yrityksen tai yrittäjän ominaisuuksia ja voimavaroja. Esimerkiksi omaleimainen tuote, kokemus ja luovuus. Heikkouksia voivat olla rahoituksen puute, tuntematon uusi yritys alalla ja huono markkinointiosaaminen. Mahdollisuudet liittyvät yrityksen kehittymiseen, yrityksen laajenemiseen, uusiin kumppanuuksiin tai lisäpääomaan. Uhat sen sijaan keskittyvät riippumattomiin tekijöihin kuten viranomaisiin, ilmastonmuutoksiin tai muihin kilpailijoihin.

<p>VAHVUUDET:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Hyvä sijainti▪ Itse tehdyt tuotteet▪ Tuotteiden koko▪ Halu onnistua yrittäjänä▪ Yrittäjäkokemus perheyrityksestä▪ Oma osaaminen▪ Yrityksen omaleimaisuus▪ Yrityksen tuotevalikoima	<p>HEIKKOUEDET:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Rajallinen oma rahoitus▪ Alkava yritys▪ Vielä tuntematon▪ Yrittäjän oma jaksaminen▪ Raaka-aineiden hintojen nousu

MAHDOLLISUUDET:

- Uudet markkina-alueet; laajentaminen toiselle paikkakunnalle
- Kasvupotentiaali, kahvilakulttuurin kehittyminen nuoremman sukupolven myötä
- Lounasruokailun kysynnän kasvu
- Mahdollinen laajentaminen; ruokakuljetuksia kotiin keskusta-alueella

UHAT:

- Kiristynvä kilpailu
- Kysynnän lasku; mahdollisen kuntaliitoksen myötä
- Toimitilarakennuksen myynti; vuokrasopimuksen irtisanominen

8 RISKIT

Lounaskahvila yrityksen riskit ovat liike-, henkilö-, omaisuus- sekä rikoriskejä. Myös yhteiskunnallinen riskikin on olemassa. Liikeriskeistä kilpailijat on yksi osaluokka. Jos tulee lisää kilpailua alalle niin kilpailijoiden toiminta markkinoilla voi vaikuttaa ratkaisevasti yrityksen toimintaan. Kun kilpailu kovenee, yritysten on kilpailtava muun muassa hinnalla. Tunteamalla siis kilpailijat ja niiden toiminta voidaan riskiä hallita. Myös omien tietojemme suojaaminen on tärkeää, jos tietojen leviäminen aiheuttaa yrityksellemme taloudellista haittaa. Esimerkiksi tuotereseptit ovat yksilöllisiä ja tarkoitettu vain kahvilan omaan käyttöön. Tuotanto / palvelut saralla kysynnän vähentyminen on riski. Yrityksen menestyvän toiminnan perustana onkin suunnittelu eli uusien tuotteiden keksiminen sekä vanhojen tuotteiden parantaminen. Aina pitää olla ajan hermolla ja yrittää tunnustella markkinoita uusille tuotteille sekä ideoille. Maksuvalmiusriski on aina olemassa tällaisilla pienemmillä yrityksillä joilla on enemmän vierasta pääomaa kuin omaa pääomaa. Vieraaseen pääomaan liittyy aina kuukausittaiset lyhennykset sekä korot ja jos yrityksen tulorahoitus pienenee, vaarantuu myös yrityksen kyky maksaa nuo lainan lyhennykset. Henkilöriski koskettaa tässä vain yrittäjää itseään. Henkilöriskien vastuun voi siirtää vakuuttamalla eli tekemällä esimerkiksi tapaturmavakuutuksen. Yrityksellä pitää olla järjestettynä

myös terveydenhoitopalvelut sairaustapauksien varalta. Näin voidaan yrittää ennalta ehkäistä tulevia riskejä.

Yrityksessäni omaisuus- ja rikosriski kohdistuu koneisiin ja laitteisiin, irtaimistoon sekä varastoon. Omaisuuteen kohdistuvia uhkatekijöitä ovat tulipalo ja savuvauriot, vesivahinko, äkilliset lämpötilan vaihtelut, homevauriot, murto, ilkivalta sekä rikkoutuminen. Tällaisia omaisuus- ja rikosriskejä vastaan suojaudutaan vakuuttamisella.

Yrityksellä on aina olemassa yhteiskunnallinen riski, joka liittyy esimerkiksi verolainsäädännön muutoksiin tai jos yrityksille asetetaan uusia velvoitteita joista niiden on selviydyttävä. Erityisesti tällaiset pienet yritykset voivat joutua vaikeuksiin yrittäessään sopeutua EU:n mukanaan tuomaan lainsäädännön harmonisointiin. (Isokangas & Kinkki 2003, 126.)

Sitten kun yritys varsinaisesti perustetaan, yritykselle tehdään kunnon riskianalyysi, jossa kartoitetaan kaikki mahdolliset riskit ja arvioidaan riskien toteutumisen mahdollisia seurauksia.