

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma, yrityshallinto

Juha-Matti Lehikoinen

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA: JOENSUU GAMING CAFÉ

Opinnäytetyö
Tammikuu 2013



OPINNÄYTETYÖ
Tammikuu 2013
Liiketalouden koulutusohjelma

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
p. (013) 260 6901 p. (013) 260 6906

Tekijä
Juha-Matti Lehikoinen

Nimeke
Liiketoimintasuunnitelma: Joensuu Gaming Café

Toimeksiantaja
Juha-Matti Lehikoinen

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia toimiva liiketoimintasuunnitelma, jota halutessa voidaan käyttää apuna perustaessa pelikahvilaa. Pelikahvila olisi tarkoitus perustaa Joensuuhun. Liikeideana on tarjota kahvilapalveluita kaikenikäisille asiakkaille, jonka lisäksi kahvilaan tulee mahdollisuus pelaamiseen konsoleilla ja tietokoneilla, jotka sopivat erityisesti pelaamisesta kiinnostuneille nuorille ja nuorille aikuisille. Toimeksiantajaa työllä ei ollut, vaan idea työn tekemiseen tuli omista mielenkiinnonkohteista. Opinnäytetyössä keskityttiin uuden yrityksen liiketoiminnan suunnitteluun.

Opinnäytetyö muodostuu teoriaosuudesta, jossa käsitellään liiketoimintasuunnitelman merkitystä, ominaisuuksia ja sisältöä. Työn empiirisessä osuudessa laadittiin uudelle yritykselle pelikahvilatoimintaan liittyvä liiketoimintasuunnitelma.

Työn luonne on niin sanottu kirjoituspöytätyö, joka on toteutettu tutustumalla aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen ja Internet-sivustoihin. Yrityksen perustamiseen liittyviä asioita ja liiketoimintasuunnitelman osa-alueita on käsitelty ja tutkittu laaditun liiketoimintasuunnitelman kannalta.

Kieli
suomi

Sivuja 48
Liitteet -
Liitesivumäärä -

Asiasanat
liiketoimintasuunnitelma, yrittäjäyys, pelikahvila



THESIS
January 2013
Degree Programme in Business Economics

Karjalankatu 3
FIN 80200 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358-13-260 6700

Author
Juha-Matti Lehtikoinen

Title
Business plan: Joensuu Gaming Café

Commissioned by
Juha-Matti Lehtikoinen

Abstract

The main idea of this thesis was to create a business plan for a new gaming café. This new gaming café was meant to be set up nearby the center of Joensuu. The business idea of this company is to offer café services for everybody and there is also an opportunity to play videogames with console and PC. This thesis didn't have any commissioner. The idea of this thesis came from authors own object of interests to videogames and gaming. The focus was on planning a business plan for a new company.

The theoretic part of this thesis consists the business plan, business idea, SWOT-analysis and different forms of business. The empirical part of this thesis was to write a business plan which includes all the information needed. The character of this thesis was so-called desk research. It has been carried out by examining the literature and internet sites. The things included in establishing a business and the different parts of the business plan are discussed and researched by the written business plan.

Language
Finnish

Pages 48
Appendices -
Pages of Appendices -

Keywords
business plan, entrepreneurship, gaming cafe

Sisältö

1	Johdanto	6
1.1	Taustaa	7
1.2	Kahvilakulttuuri Suomessa	7
1.3	Elektroninen urheilu	8
1.4	Opinnäytetyön tavoitteet ja toteutus	9
1.5	Opinnäytetyön menetelmät	10
2	Liiketoimintasuunnitelma	11
2.1	Yritystoiminnan syntyminen	11
2.2	Yrittäjän ominaisuudet	12
2.3	Liiketoimintasuunnitelman merkitys	12
2.4	Hyvän liiketoimintasuunnitelman ominaisuudet	13
2.5	Liiketoiminnan suunnittelun vaiheet	14
3	Liiketoimintasuunnitelman rakenne	16
3.1	Tiivistelmä	16
3.2	Lähtökohtatilanne	17
3.3	Toimintaympäristö ja sen kehitysnäkymät	17
3.3.1	Markkinatilanne ja sen kehityksen arviointi	18
3.3.2	Yritysmuodon valinta	18
3.3.3	SWOT-analyysi	20
3.3.4	Asiakkaat	21
3.3.5	Kilpailutilanne	21
3.4	Yrityksen visio ja päätavoitteet	22
3.5	Liikeidea ja strategia	23
3.6	Markkinointisuunnitelma	25
3.7	Henkilöstösuunnitelma	26
3.8	Taloussuunnitelma	27
3.9	Rahoitus	28
3.10	Riskien arviointi	28
3.10.1	Yrityksen riskit	29
3.10.2	Liikeriskit	30
3.10.3	Vakuutukset	30
3.11	Riskienhallinta	31
4	Liiketoimintasuunnitelma Joensuu Gaming Café	32
4.1	Tiivistelmä	32
4.2	Lähtökohtatilanne	32
4.3	Toimintaympäristö ja sen kehitysnäkymät	33
4.3.1	Markkinatilanne ja sen kehityksen arviointi	34
4.3.2	Yritysmuodon valinta	34
4.3.3	SWOT-analyysi	35
4.3.4	Asiakkaat	35
4.3.5	Kilpailutilanne	36
4.4	Visio ja päätavoitteet	37
4.5	Strategia	38
4.6	Markkinointisuunnitelma	38
4.7	Henkilöstösuunnitelma	39
4.8	Taloussuunnitelma	40
4.9	Riskien arviointi	41

5	Laskelmat.....	43
5.1	Investointi- ja Rahoituslaskelma	43
5.2	Kannattavuuslaskelma	44
5.3	Myyntilaskelma	45
6	Pohdinta.....	46
	Lähteet	47

1 Johdanto

Yrittäjänä toimiminen on vaativaa, haasteellista, antoisaa ja kenties hauskaakin. Oma yritys antaa vapautta toteuttaa itseään ja omia ideoitaan, toimivalla ja menestyvällä yrityksellä voi ansaita enemmän, kuin tavallisessa palkkatyössä. Yrittäjyys on kokonaisvaltainen elämäntapa, se muuttaa omaa elämää ja edellyttää itsensä johtamista, itsekuria ja oman elämänsä hallintaa. Ennen yrityksen perustamista on hyvä ajatella ja miettiä rauhassa ja harkita eri vaihtoehtoja tarkasti. On hyvä kysyä itseltään seuraava kysymys ”Olenko valmis yrittäjäksi?” (Meretniemi & Ylönen 2008, 8.)

Yrityksen menestyminen perustuu myytävään tuotteeseen tai palveluun, jonka myötä yritys saa tehtyä tarvittavat tulonsa. Asiakas on valmis maksamaan tuotteesta tai palvelusta, jos tuote tai palvelu täyttää hänen odotuksensa ja tarpeensa. Yritys tarvitsee tietojen ja taitojen ohella suunnitelmallisuutta turvataksaan tulevaisuutensa, yritys tarvitsee yhteistyökumppaneita tukemaan omaa toimintaansa ja myös sidosryhmien tuki on hyvin arvokasta yritystoiminnalle. (Pitkämäki 2000, 5.)

Tuskin mikään yritys pärjää elämällä päivän kerrallaan. Yrittäminen on kuitenkin niin vaativaa, että jonkinlainen suunnittelu on välttämätöntä. Suunnitelmallisuus ja pitkäjänteisyys vähentävät yrittämisen riskejä ja varmistavat paremmat mahdollisuudet menestyä. Yrityksen toimintaympäristön muutokset vaativat nopeita ja pohdittuja ratkaisuja. Yrityksen tulevaisuuden turvaaminen edellyttää pitkän-aikavälin päätöksiä ja valintoja, joihin hyvällä liiketoiminnan suunnittelulla voidaan valmistautua. (Pitkämäki 2000, 5.)

1.1 Taustaa

Idea pelikahvilan perustamiseen on alkanut pikku hiljaa vahvistua vuosien varrella, koska pelaamisesta on tullut erityisesti nuorten ja nuorten aikuisten keskuudessa todella suosittua viime vuosina ja suosio on näkemykseni mukaan vain kasvamaan päin tulevaisuudessa, voidaankin melkein puhua eräänlaisesta pelisukupolvesta.

2000-luvulla tietokoneiden suosion ja Internetin kasvun myötä Suomessa alkoi toimia muutamia pelikahviloita, kuten Level7 Gaming Center Helsingissä ja Avatar Jyväskylässä, jotka tosin ovat jo lopettaneet toimintansa, koska yritykset keskittyivät liiaksi pelaamiseen, eikä toiminta ollut enää kannattavaa, Level7 toimi kuitenkin yli 6 vuotta, ennen kuin päätti lopettaa toiminnan 2011 alkupuolella. Nykyisin toimivia pelikahviloita ovat ainakin Bar Launch Jyväskylässä, joka tosin lopettaa toimintansa 27.1.2013 ja Blackstorm Gaming Cafe Helsingissä, nykyiset kahvilat ovat lähteneet liikkeelle siitä, että ne keskittyvät enemmän kahvilapalveluihin, joista saatavat tulot ovat avainasemassa toiminnan kannalta, mahdollisuus pelaamiseen tulee sitten hyvänä lisänä. Bar Launchia voidaan pitää enemmän pelibaarina, jonka idean yrittäjät saivat vieraillessaan Aucklandissa, Uudessa-Seelannissa paikallisessa pelibaarissa. (Jokipii 2012.)

Opinnäytetyö toteutettiin käyttäen apuna alan kirjallisuutta ja Internet lähteitä. Olen tutustunut erilaisiin liiketoimintasuunnitelmiin ja niiden malleihin ja käyttänyt niitä apuna tämän työn tekemiseen. Liiketoimintasuunnitelmista löytyi paljon hyödyllistä tietoa, sekä valmiista malleista hyviä ideoita omaankin liiketoimintasuunnitelmaan. Opinnäytetyö sisältää teoriaosuuden, liitteenä itse liiketoimintasuunnitelman ja lopussa on pohdintaosio.

1.2 Kahvilakulttuuri Suomessa

Suomalaiset lukeutuvat maailman ahkerimpiin kahvin kuluttajiin. Kahvilat eivät kuitenkaan ole täysin sulautuneet osaksi kulttuuriamme, sillä suomalaiset eivät ole ahkeria kahvilassa kävijöitä. Meille kahvi on tarkoitettu enemmän kotona nautittavaksi juomaksi. Tästä johtunee myös se, että kahvilakulttuurimme on

vasta alkutekijöissään, mutta kehitystä on tapahtumassa, sillä nyt kahviloiden merkitys alkaa myös olla sosiaalinen. (Jaatinen 2006, 9.)

Yhtenä syynä vähäiseen kahvilakulttuuriimme lienee meille vahvasti rantautunut itsepalvelu-kulttuuri. Kahvilat ja niiden palvelut eivät houkuttele asiakasta, sillä kotona keitetty ja nautittu kahvi ajaa saman asian. Koska emme ole tottuneet saamaan palvelua, miten osaisimme sitä odottaa tai vaatia. (Jaatinen 2006, 113.)

Nykyisin kahvilat pyrkivät monipuoliseen tarjontaan, sillä Kahviloissa on tarjolla esimerkiksi erilaisia juomia, makeita ja suolaisia leivonnaisia, keittoja, pastoja sekä salaatteja kahviloiden imagon ja liikeidean mukaan. Kahviloista pyritään tekemään entistä viihtyisimpiä. Asiakkaille on tarjolla muun muassa lehtiä, asiakasatiloissa on sohvia sekä usein langaton Internet-yhteys. Kahvilatuotteet ovat muuttuneet rasvaisista pasteijoista entistä terveellisemmiksi tuotteiksi, kuten esimerkiksi salaateiksi ja täytetyiksi täysjyvävoileiviksi. (Gutiérrez-Sorainen 2012.)

Kahvilayrittäjät haluavat tarjota asiakkailleen vaihtoehtoja pikaruokaan esimerkiksi kasvisruuan muodossa, sillä kasvisruokaa ei mielletä enää erityisruokavalioksi. Sämpylät tarjotaan täytettynä kasvisleikkeillä ja erilaisilla kasvistahnoilla, hampurilaiset ja lämpimät leivät on pihvin sijaan täytetty kasvispihvillä. Myös smoothiet, pirtelöt, palautusjuomat kasvattavat suosiotaan, etenkin urheilullisten ja naispuolisten kuluttajien keskuudessa. (Deski.fi 2009.)

1.3 Elektroninen urheilu

Elektroninen urheilu eli englanniksi eSports tai e-sports on tietotekniikkaa hyödyntävää kilpaurheilua. Tavallisimmat eSports-pelit ovat tietokoneella tai konsolleilla toimivia pelejä, jotka jakautuvat useampaan genreen. Reaaliaikaiset strategiapelit, ensimmäisen persoonan ammutapelit ja suuret online-moninpelit ovat tyypillisimmät elektronisen urheilun saralla pelattavia pelityyppisiä. (SEUL ry. 2012.)

Elektronista urheilua voi harrastaa kuka tahansa, joka käyttää tietoteknistä pelilaitetta pelatakseen yksin itsensä kehittämiseksi tai toisen henkilön kanssa vastakkain tai joukkueena lähiverkossa tai Internetin välityksellä. Olipa kyse sitten Mario Bros -peleistä tai StarCraftista, toisen pelaajan mukaan tuominen osaksi peliä tekee pelaamisesta kilpaurheilua. (SEUL ry. 2012.)

Arcade-pelien ajoista lähtien kaksinpelimahdollisuus on tehnyt elektronisen urheilun mahdolliseksi. Moni muistaa varmasti ensimmäiset Nintendo-konsolit ja tietokoneiden saapumisen osaksi perheiden arkea. Vuonna 1993 julkaistiin FPS-peli Doom, joka mahdollisti moninpelin ja siten PC:llä pelattavat eSports-pelit saivat alkusysäyksensä. Nykyäänkin FPS-pelien suosituimpiin kuuluva Quake-sarja sai alkunsa Quake:n julkaisemisen myötä vuonna 1996. (SEUL ry. 2012.)

Pelikahvila tarjoaa oivan mahdollisuuden harrastaa elektronista urheilua kavereiden kanssa, myös todelliselle kilpapelajaalle pelikahvila tarjoaa oivan paikan harjoitella vaikka tulevaa turnausta varten. Nykyisin kaikki suuret turnaukset pelataan pääsääntöisesti järjestäjien laitteilla, eikä pelipaikkakaan ole se tuttu ja turvallinen oma huone, joten totuttelu erilaiseen peliympäristöön ja erilaisiin laitteisiin pelikahvilassa mahdollistaa laadukkaan harjoittelun ennen turnausta. Joukkuepeleissä korostuu erityisesti joukkuepeli, myös joukkue voi kokoontua pelikahvilaan pelaamaan ja harjoittelemaan taktiikoita ennen turnausta.

1.4 Opinnäytetyön tavoitteet ja toteutus

Opinnäytetyön tavoitteena on laatia toimiva liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajalle, joka haluaa perustaa pelikahvilan. Selkeän liiketoimintasuunnitelman avulla toimeksiantaja voi hakea rahoitusta toiminnalleen ja näin ollen käynnistää liiketoiminnan. Rahoitusta haettaessa on tärkeää, että rahoituksenantaja on tietoinen liiketoiminnasta ja saa selkeän kuvan yrityksen toiminnasta, mahdollisuuksista ja riskeistä. Tehtävänä on myös kartoittaa potentiaalista asiakaskuntaa ja selvittää jo olemassa olevien pelikahviloiden palvelujen hinnoittelua.

Opinnäytetyön tuotos toteutetaan osittain Helsingin uusyrityskeskukseen ylläpitämän www.liiketoimintasuunnitelma.com – palvelua apuna käyttäen, sivustolle

luodaan tunnus, jonka jälkeen palveluun täytetään liiketoimintasuunnitelmaan tarvittavat tiedot, tuloksena syntyy siisti kansitettu liiketoimintasuunnitelma, jota on mahdollista muokata myös jatkossa palvelun avulla. Pääasiassa liiketoimintasuunnitelman mallina on käytetty finnveran luomaa pohjaa, joka on tarkoitettu erityisesti aloittavalle yritykselle. Opinnäytetyön kirjoittaja on itse pelien ja erityisesti PC-pelaamisen harrastaja ja tuo esiin omia kokemuksiaan pelikahviloista ja pelaamisesta yleensä. Opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tuotoksena syntyy liiketoimintasuunnitelma pelikahvilan perustamiseen liittyen. Liiketoimintasuunnitelma on yksi tärkeä työkalu yritystä perustettaessa. Opinnäytetyöni auttaa minua soveltamaan tutkinnon aikana oppimiani tietoja sekä taitoja käytännössä.

1.5 Opinnäytetyön menetelmät

Tutkimusmenetelmät jaetaan yleensä määrällisiin eli kvantitatiivisiin ja laadullisiin eli kvalitatiivisiin menetelmiin. Esimerkiksi kehittämistyössä käytetään määrällistä menetelmää eli kvantitatiivista menetelmää, se toteutetaan useasti lomakekyselyllä. Kyselyssä kysytään samat asiat samassa muodossa suurelta joukolta vastaajia. Määrällistä tutkimusta käytetään taas sellaisessa tilanteessa, jossa testataan, pitääkö joku tiedetty teoria paikkansa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2010, 93.)

Tyypillisiä laadullisia eli kvalitatiivisia menetelmiä ovat muun muassa teema- ja ryhmähaastattelu sekä osallistuva havainnointi. Laadullista menetelmää käytetään tutkimuksissa usein silloin, kun tutkittavaa aihetta ei entuudestaan tunneta kovin hyvin ja se halutaan oppia tuntemaan paremmin. Laadullisessa tutkimuksessa tutkittavia aiheita on selvästi vähemmän kuin määrällisessä tutkimuksessa, mutta siitä huolimatta analysoitavaa materiaalia syntyy paljon. (Ojasalo ym. 2010, 94.)

Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus ovat lähestymistapoja, joita ei voida tarkasti erottaa toisistaan. Lähestymistavat eivät kilpaile keskenään, vaan ne ennemminkin täydentävät toisiaan. Menetelmiä voidaan käyttää rinnakkain. Kvalitatiivinen lähestymistapa käsittelee merkityksiä, jotka ovat riippuvaisia toi-

sistaan. Kvantitatiivinen lähestymistapa käsittelee numeroita. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 127–129.)

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on jokapäiväisen elämän kuvaaminen. Kvalitatiivisella tutkimuksella pyritään tutkimaan kohdetta kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on paljastaa ja löytää tosiasioita. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 151–152.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen tyypillisiä piirteitä ovat: tutkimus on kokonaisvaltaista tiedon keräämistä ja aineiston kerääminen tapahtuu tosielämän tilanteissa, ihmistä käytetään tiedon keruun välineenä, kohdejoukko valitaan tarkoituksella eikä sattumanvaraisesti, tutkimussuunnitelma muuttuu sitä mukaa kun tutkimus etenee ja jokaista ainutlaatuista tapausta käsitellään sen edellyttämällä tavalla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 155.)

2 Liiketoimintasuunnitelma

2.1 Yritystoiminnan syntyminen

Käsitteenä yrittäjyys ei ole syntynyt minään tietyssä hetkenä, vaan aikojen kuluessa. Yrittäjä voidaan kuvata fyysisenä ja juridisena henkilönä, jonka pääammatinaan hoitaa omaa taloudellista yritystä tai harjoittaa itsenäistä ammattia. Yrittäjäksi ryhtymisen syinä voivat olla muun muassa pyrkimys itsensä toteuttamiseen, tuoteuutuuden kehittäminen, markkinoiden löytäminen, ammattitaito tai koulutus, aikaisemmat asiakaskontaktit, pyrkimys parempaan työskentelyilmapiiriin ja työttömyys tai sen uhka. Yrityksen perustamissyy liittyy usein myös yrityksen todettuun vahvuuteen. Käytännössä yrittäjäksi ryhtyminen voidaan toteuttaa seuraavalla tavalla:

- 1) harrastuksesta yritykseksi
- 2) konsultiksi ryhtyminen
- 3) yrityksen ostaminen
- 4) franchising
- 5) oman yrityksen luominen alusta
- 6) näkemyksen syntyminen (Kinkki & Isokangas 2003, 249.)

2.2 Yrittäjän ominaisuudet

Persoonallisuuspiirteet, kuten aloitteellisuus, luovuus ja riippumattomuus, eivät tee sinusta automaattisesti menestyksestä yrittäjää. Yrittäjä ei myöskään ole tuomittu epäonnistumaan, vaikka hän ei olisi erityisen halukas ottamaan riskejä, toimimaan itsenäisesti ja keksimään jatkuvasti uusia ideoita. Varsinaista yrittäjäpersoonallisuutta ei ole olemassa, vaan jokainen pystyy hankkimaan riittävät tiedot ja taidot. Tärkeintä osaamista ovat yrittäjäystaidot, liiketoiminnan kehittämistaidot, vuorovaikutustaidot sekä taidot luoda suhteita asiakkaisiin, muihin yrittäjiin ja toimijoihin, kuten jakelukanaviin. Yrittäjän on oltava jatkuvasti halukas oppimaan uutta ja kehittämään näitä taitojaan. (Yrityssuomi.fi 2012.)

Tarvitset yrittäjänä työssäsi myös kykyä visioida: näkemään kauas ja tunnistaamaan tapahtumia tai ilmiöitä, joita yrittäjä voi hyödyntää taloudellisesti. Toisaalta yrittäjän tulee pystyä tarttumaan toimeen. Tekeminen edellyttää häneltä uskoa itseensä ja omiin kykyihin. Vain harvoin rahalliset ansiot vastaavat yritystoiminnan alkuvaiheessa tehdyn työn määrää, yrittäjän on löydettävä työn palkitsevuus muualta. Tällaiseksi koetaan usein tunteet vapaudesta ja itsenäisyydestä sekä asiakkailta saatua kiitosta. Jaksamisen kannalta on tärkeää, että yrittäjä pystyy nauttimaan elämästään myös yrityksensä ulkopuolella. (Yrityssuomi.fi 2012.)

2.3 Liiketoimintasuunnitelman merkitys

Liiketoimintasuunnitelman keskeinen merkitys on toimia menestystekijöiden kartoittamisen välineenä. Yrityksen kannalta on tärkeämpää miettiä kokonaisuutta kuin kirjallisen suunnitelman tekemistä. Kirjallinen suunnitelma toimii lähinnä dokumenttina sidosryhmien ja rahoittajien suuntaan. Asioiden perinpohjainen avoin keskustelu ja pohdiskelu luovat parhaimmillaan yritykseen uutta ja jopa mullistavaa tapaa luoda liiketoimintaa ja uusia tuotteita tai palveluja. (Pitkämäki 2000, 12.)

Liiketoimintasuunnitelman pohjalle rakentuu pitkälti yrityksen menestyminen. Kun liiketoiminnan eri osa-alueita pohditaan yhdessä työyhteisössä, syntyy yrityksessä yhteisiä näkemyksiä toiminnasta ja mihin suuntaan toimintaa voitaisiin

lähteä viemään ja lopulta saadaan yhteinen päämäärä selville, joka motivoi kaikkia toimimaan samaa päämäärää kohti. Suunnitelman lähtökohtana on toimintaympäristön eli markkinatilanteen arviointi. Sen avulla yritys kerää rakennustarvikkeet yrityksen rakentamiseen. Erittäin keskeisiä rakennusaineita ovat asiakkaiden ostomotiivit. Huolellinen arviointi paljastaa syyt, joiden perusteella asiakkaat tekevät päätöksensä. Yrityksen tulee osata hyödyntää tietoa tuotteissaan, palveluissaan ja koko liikeideassaan. Yritys rakennetaan siis sellaiseksi, että asiakkaiden valintojen syyt ja ostomotiivit täyttyvät. (Pitkämäki 2000, 12.)

Yrityksen liiketoimintasuunnitelma on ensisijaisesti työkalu yrittäjälle itselleen. Suunnitelma on päätöksien tukena, johon yrittäjä voi peilata omaa toimintaansa. Peilaus paljastaa ajautumisen sivuraiteille ja auttaa takaisin oikeille raiteille, tämän takia liiketoimintasuunnitelma olisi hyvä päivittää esimerkiksi kerran vuodessa. (Puustinen 2006, 60.)

2.4 Hyvän liiketoimintasuunnitelman ominaisuudet

Liiketoimintasuunnitelma on kokonaisvaltainen, perusteltu kuvaus yrityksen toimintaympäristöstä, erityisesti markkinoiden mahdollisuuksista sekä yrityksen toiminnasta, sen toimintaperiaatteista resursseista ja näiden kehittämisestä. Hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa korostuu erityisesti orientoituminen tulevaisuutta varten. Hyvän liiketoimintasuunnitelman tulisi antaa vastaukset seuraaviin kysymyksiin: missä olemme nykyhetkellä, mihin olemme menossa ja miksi sekä miten valittuun päämäärään päästään. (Kinkki & Isokangas 2003, 232.)

Liiketoimintasuunnitelman rakenne on lähes aina erilainen. Jokainen yritys tekee omiin tarpeisiinsa sopivan suunnitelman. Tärkeintä suunnitelmassa on yleisesti se, että suunnitelma etenee loogisessa järjestyksessä ja kattaa kaikki olennaiset liiketoimintaan kuuluvat osa-alueet. Prosessina hyvän liiketoimintasuunnitelman tekeminen on työlästä ja vaativaa, mutta hyvin tehty liiketoimintasuunnitelma antaa valmiuksia aloittaa yritystoimintaa. (Pitkämäki 2000, 9.)

Hyvä liiketoimintasuunnitelma toimii päätösten perustana yrityksen miettiessä investointeja, koulutusta, henkilöstöresursseja, rahoitusta, tuotannonjärjestelyjä, markkinointia, mainontaa, alihankintaa tai muuta toimintaansa kehittämiseksi tarvittavia asioita. Liiketoimintasuunnitelma auttaa myös yritykseen tulevia uusia työntekijöitä sopeutumaan yrityksen ajattelu- ja toimintatapoihin, kun he voivat tutustua niihin suoraan liiketoimintasuunnitelmasta. (Pitkämäki 2000, 9.)

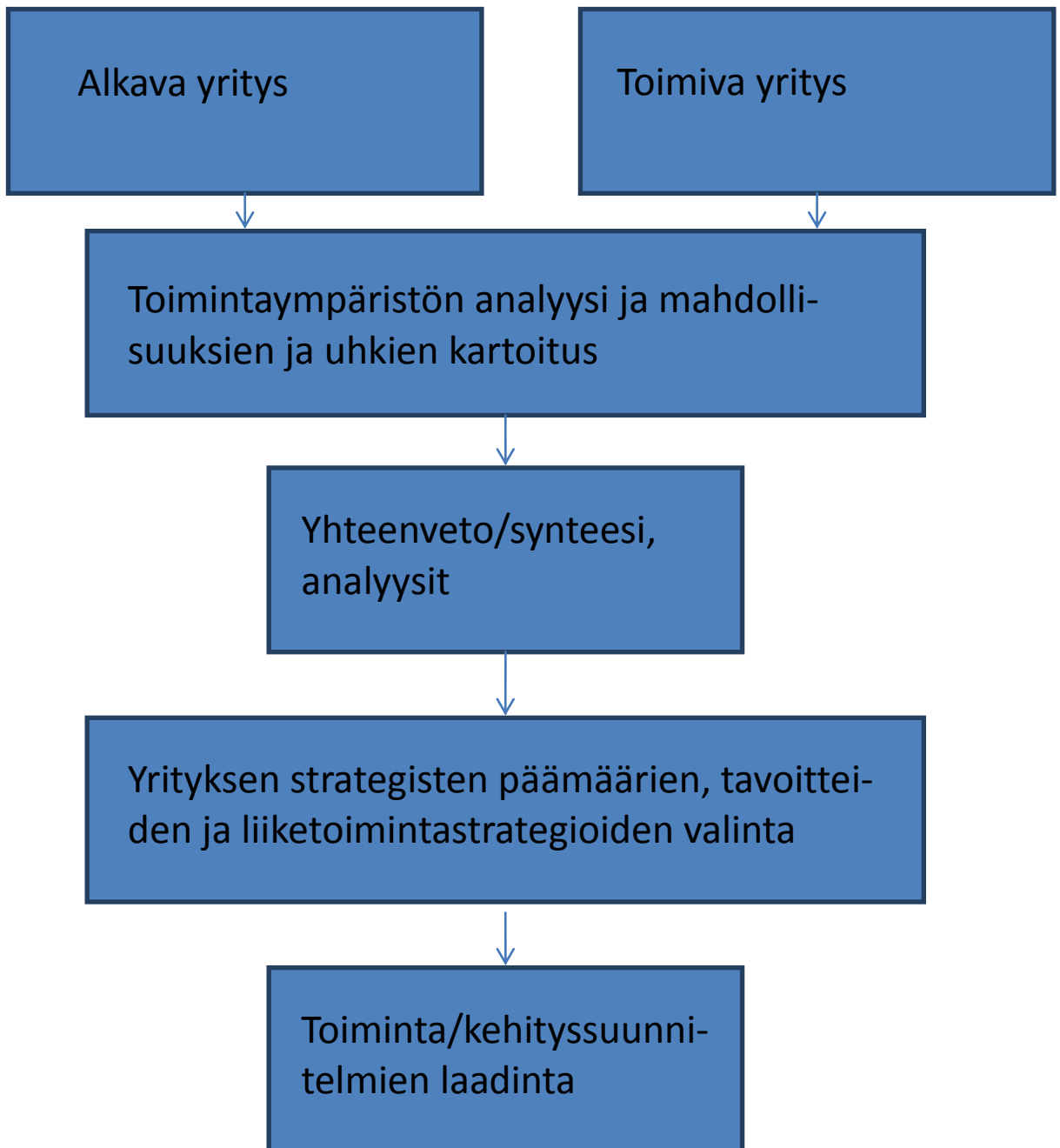
Yrityksen perustamisvaiheessa liiketoimintasuunnitelmasta on erityisesti hyötyä, suunnitelman työstäminen syventää yrittäjän käsitystä perustettavan yritystoiminnan kokonaisuudesta ja yrityksen menestymisen edellytyksistä muuttuvassa toimintaympäristössä. Rahoitusneuvotteluissa liiketoimintasuunnitelma on keskeinen dokumentti, jonka perusteella voidaan arvioida perustettavan yrityksen menestymisen mahdollisuuksia markkinoilla. Liiketoimintasuunnitelma on hyvä työkalu esiteltäessä liiketoiminnan kokonaisuutta yrityksen muille sidosryhmille. (Kinkki & Isokangas 2003, 232–233.)

Omassa liiketoimintasuunnitelmassani käytän pääasiassa Finnveran laatimaa aloittavalle yritykselle sopivaa liiketoimintasuunnitelman pohjaa ja laskelmissa käytän Helsingin uusyrityskeskukseen sähköistä liiketoimintasuunnitelman mallia. Helsingin uusyrityskeskukseen sähköistä palvelua olin käyttänyt aikaisemminkin, joten se oli itselle ennestään tuttu ja näin ollen helppo valinta ottaa avuksi oman liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Näissä kahdessa liiketoimintasuunnitelman mallissa yhteisiä piirteitä oli se, että ne etenevät molemmat samalla tavalla loogisessa järjestyksessä ja ovat selkeitä, eivätkä hypi aiheesta toiseen miten sattuu.

2.5 Liiketoiminnan suunnittelun vaiheet

Toimivan yrityksen liiketoiminnan suunnittelu etenee yrityksen nykyisen sisäisen toiminnan ja toimintaympäristön analyseistä muodostettujen synteesianalyysien kautta edelleen päämäärien, tavoitteiden ja liiketoimintastrategioiden määrittämiseen. Määritetty strategia muutetaan toiminnan kannalta käytännöllisempään muotoon muodostamalla strategiaan perustuvia toimenpideohjelmiä sekä edelleen toimenpideohjelmiin perustuvia taloudellisia ennusteita ja laskelmia. (Kinkki & Isokangas 2003, 233.)

Liiketoimintasuunnitteluprosessi on erilainen aloittavassa yrityksessä verrattuna jo olemassa olevaan yritykseen. Aloittavan yrityksen suunnittelu keskittyy aluksi enemmän yritysidean/liikeidean rajaamiseen ja omien voimavarojen sekä resurssien erittelyyn. Suurissa konserneissa saattaa olla useita liiketoiminta-alueita, joille jokaiselle tehdään omat liiketoimintasuunnitelmat. (Kinkki & Isokangas 2003, 233.)



Kuvio 1. Liiketoiminnan suunnittelun vaiheet (Kinkki & Isokangas 2003, 234.)

3 Liiketoimintasuunnitelman rakenne

Yleisessä käytössä esiintyy monenlaisia liiketoimintasuunnitelman rakenteita ja sisältöjä. Liiketoimintasuunnitelman tulisi edetä loogisesti ja kattaa kaikki olennaiset liiketoiminnan ulottuvuudet. Suunnitelman laatiminen on työläs prosessi, joka vaatii yritystoiminnan kokonaisuuden hallintaa. Liiketoimintasuunnitelman tulisi olla tiivis kattaus, korkeintaan 30 sivua liitteineen. Uuden yrityksen liiketoimintasuunnitelma sisältää enemmän epävarmoja hahmotteluja tulevaisuuden näkymistä, kun taas toimivan yrityksen liiketoimintasuunnitelmassa historiallinen kehitys antaa mahdollisuuden konkretisoida toiminnan suuntaviivoja. (Kinkki & Isokangas 2003, 235.)

Liiketoimintasuunnitelmassa tulisi kertoa ainakin yrityksen menestystekijät, strategia, tulonlähteet, rahoitussuunnitelma ja yrityksen riskit. Tarkka ja hyvin tehty suunnitelma luo luotettavuutta ja osoittaa yrittäjän sitoutumistason. Suunnitelman tulee olla realistinen ja väittämät pitää pystyä osoittamaan todeksi. Hyvä liiketoimintasuunnitelma antaa hyvät lähtökohdat yrityksen onnistumiselle. Liiketoimintasuunnitelma voidaan tehdä myös jo toimivalle yritykselle. (Pitkämäki 2000, 9 - 10.)

3.1 Tiivistelmä

Tiivistelmässä kuvataan koko liiketoimintasuunnitelman keskeiset sisällöt. Tiivistelmä antaa laajankuvan suunnitellun liiketoiminnan keskeisistä piirteistä. Suunnitelmassa esitetään yrityksen perustiedot, kuten nimi, sijainti ja toimiala sekä esitellään yrityksen historian merkittävimmät kehitysvaiheet. Tiivistelmässä esitetään yrityksen liikeidea, strategiat ja kuvaus teknologiasta, tuotteista, palveluista ja tarvittavasta osaamisesta, joilla aiotaan saavuttaa kilpailuetu markkinoilla. (Kinkki & Isokangas 2003, 237.)

Muita keskeisiä sisällön aiheita ovat taloudelliset ennusteet, yhteenveto tulosenusteista ja merkittävimmistä investoinneista ja suunnitelmat rahoituksen hankkimiseksi investointeihin. Tiivistelmän avulla on helppo pitää lyhyt suullinen esitys, jossa käydään läpi suunnitelman keskeiset asiat. (Kinkki & Isokangas 2003, 237.)

3.2 Lähtökohtatilanne

Lähtökohtatilanteessa kuvataan ja eritellään tuotteet/palvelut sekä niiden tuottaminen ja markkinointi. Lähtötilanne antaa vastauksia erilaisiin kysymyksiin, kuten miten tuotteet hinnoitellaan, miten myynti, tuotekehitys, tuotanto ja logistiikka sekä niiden yhteensopivuus organisoidaan. (Kinkki & Isokangas 2003, 237.)

Lähtökohtatilanteen kuvaukset tulisi esittää kokonaisvaltaisesti yrityksen koko toimintaketjun osalta. Aina tilauksesta tuotteen/palvelun toimittamiseen asiakkaalle asti. (Kinkki & Isokangas 2003, 237.)

3.3 Toimintaympäristö ja sen kehitysnäkymät

Viimeistään liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä yrityksen kannattaa selvittää oma toimintaympäristö. Yritys saa parhaiten tietoa liiketoimintasuunnitelmaansa omilta sidosryhmiltä. Parhain sidosryhmä onkin asiakkaat, vaikka he eivät aina osaa täsmentää täysin, mitä he haluavat tai odottavat. Yrityksen onkin osattava aistia asiakkaan tarpeet ja toiveet ja luoda siten jotain, mitä asiakkaat eivät osaa odottaa. Asiakkaiden lisäksi hyviä tietolähteitä ovat lehdet ja ammattijulkaisut, rahoittajien ja julkisten yhteisöjen toimialakohtaiset analyysit ja barometrit sekä kilpailevien yritysten tuote-esitykset sekä tuotteet. Hyvänä apuna ovat tavaran tai palveluiden toimittajat, alan seminaarit, konsultit ja kouluttajat. (Pitkämäki 2000, 20.)

Hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa yritys on pystynyt ottamaan huomioon toimintaympäristöstä olennaisimmat yrityksen toimintaan liittyvät tekijät ja yhdistämään ne luovaan ajatteluun. Jotta olennaiset tekijät löytyisivät, yrityksen on tutustuttava riittävän suureen määrään lähdeaineistoa. Hyvä tietopohja auttaa yritystä välttämään virhearvioinnit ja virheelliset valinnat. Menestymisen esteenä ei ainakaan silloin ole tietämättömyys. (Pitkämäki 2000, 20.)

Liiketoimintasuunnitelmassa tulee arvioida jokaisen muutoksen mahdolliset vaikutukset oman yrityksen toimintaan. Mahdolliset muutokset havainnoidaan, joko hyvin helposti tai vaikeasti, joskus niitä edes tiedosteta. Kilpailuympäristössä

tapahtuvat muutokset ovat kuitenkin niin selviä, että ne eivät jää huomaamatta yritykseltä. Mahdolliset muutokset ja epäjatkuvuudet toimivat yleensä muutosmagneetteina, joiden pitäisi aiheuttaa aina pohdintaa ja uudelleensuunnittelusta. Yleisen ympäristön vaikutuksia ei aina osata tiedostaa, eivätkä ne tunnu yhtä välittömiltä kuin kilpailuympäristön muutokset. Yleensä muutokset tapahtuvat pitkällä aikavälillä, mutta tämäkään ei aina pidä paikkaansa. Tämä johtuu ympäristön muutosvauhdin kasvusta. (Pitkämäki 2000, 21.)

3.3.1 Markkinatilanne ja sen kehityksen arviointi

Yrityksen toimintaan vaikuttavat monet yrityksen ulkopuolella ympäröivistä tekijöistä. Tämän liiketoimintasuunnitelman osan tarkoitus on hahmottaa näitä ulkoisia tekijöitä ja niiden odotettavia muutoksia. 1990-luvulta eteenpäin toimintaympäristön kehityksen arvioiminen on vaikeutunut ja ympäristön muutosvauhti on kasvanut. Yrityksen suunnittelussa on otettava huomioon laajemman yhteiskunnallisen kehityksen osalta muun muassa poliittinen, lainsäädännöllinen, taloudellinen, teknologinen, sosiaalinen, ekologinen ja eettinen kehitys. Näitä tekijöitä analysoimalla pyritään tunnistamaan toimintaympäristön kehityksessä olevia mahdollisuuksia ja uhkia liiketoiminnan suunnittelun kannalta. (Kinkki & Isokangas 2003, 238.)

Toimialan analyysissä toimialaa ja sen kehitystä on hyvä tarkastella kolmella eri tasolla: paikallisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Toimiala-analyysissä eritellään toimialan rakenteellisia tekijöitä kuten toimialan kokoa, toimialalla toimivien yritysten määrää, toimialan alueellista rakennetta, sekä viime vuosien kehitystä toimialalla ja tulevaa kehitystä. (Kinkki & Isokangas 2003, 240.)

3.3.2 Yritysmuodon valinta

Perustettaessa yritystä kannattaa yritysmuotoa harkita huolellisesti, koska sillä on vaikutusta pitkäaikaisesti yrityksen tulevaisuuteen. Yritysmuoto vaikuttaa muun muassa yrityksessä mukana olevien henkilöiden taloudellisiin vastuisiin, päätöksentekoon osallistumiseen, verotukseen ja yrityksen tapaan lopettaa toiminta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 40.)

Yrityksen kannattaa ottaa huomioon myös yrityksessä mukana olevien henkilökohtainen elämäntilanne sekä taloudelliset resurssit. Yritysmuodon valinnasta voi keskustella ja on suositeltavaa keskustella asiantuntijan kanssa, TE-keskus ja uusyrityskeskus tarjoavat asiantuntija-apua. Ensimmäinen valinta tehdään henkilöyrityksen ja pääomayrityksen väliltä, jonka jälkeen tehdään lopullinen päätös yritysmuodosta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 40.)

Yritysmuodon valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat:

- perustajien lukumäärä
- suunniteltu yrityskoko ja toiminnan laajuus
- tarvittavan pääoman määrä ja saatavuus
- liiketoiminnan riski
- joustavuus ja päätöksenteko
- taloudellisen vastuun jakautuminen
- yrityksen jatkuvuus
- toiminnan laajentuminen
- kaavailtu voitonjako ja tappion kattaminen
- verotustekijät
- yrityksen imago, vakuuttavuus ja luotettavuus. (Meretniemi & Ylönen 2008, 40.)

Kommandiittiyhtiöön tarvitaan vähintään kaksi perustajaa, joista ainakin yhden tulee olla vastuunalainen yhtiömies. Vastuunalaisen henkilön työpanos riittää yritykseen, mutta äänettömän yhtiömiehen tulee sijoittaa omaisuuspanos. Äänettömällä yhtiömiehellä ei ole lupaa hoitaa yrityksen asioita ilman sopimusta. Kommandiittiyhtiössä ei tarvitse olla toimielimiä, ellei näin ole sovittu. (Kommandiittiyhtiö 2012.)

Kommandiittiyhtiö on hyvä vaihtoehto yrityksen tarvitessa lisärahoitusta jos saatavilla on rahoittaja, joka ei halua osallistua yrityksen päivittäiseen toimintaan. Taloudellisen vastuun voi rajata sijoitettuun omaisuuteen. (Meretniemi & Ylönen 2008, 46.)

3.3.3 SWOT-analyysi

Yhteenvetoanalyysin tehtävänä on yhdistää yrityksen sisäisen ja ulkoisen toimintaympäristön tekijät. Yksi suosituista analyysitavoista on yrityksen vahvuuksien, heikkouksien, mahdollisuuksien ja uhkien analyysi eli SWOT -analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). SWOT-analyysissä arvioidaan tällöin yrityksen sisäisen toiminnan vahvuuksia ja heikkouksia ja ulkoisen toimintaympäristön mahdollisuuksia ja uhkia. (Kinkki & Isokangas 2003, 242.)

Vahvuudet voivat kuvata yrityksen ja yrittäjän ominaisuuksia ja resursseja: ainutlaatuista ideaa, luovuutta, kokemusta, myyntivoimaa tai rahoitusta. Heikkouksia ovat esimerkiksi pääomanpuute, varhaisessa vaiheessa oleva tuotekehitys tai markkinointiosaamisen ja sopivan jakelukanavan puute. Mahdollisuudet liittyvät markkinoiden kasvupotentiaaliin, yrityksen kehittämiseen, toimintaympäristön myönteisiin muutoksiin, uuteen pääomaan tai yhteistyökumppanuuksiin. Uhkia voivat olla vaikka viranomaiset, kilpailijat, ilmastonmuutos tai öljykriisi. (Puustinen 2006, 69–70.)

SWOT-analyysi toimii oivana yhteenvetona liiketoimintasuunnitelman lopussa. Analyysin ollessa liiketoimintasuunnitelman lopussa ei välttämättä tarvita erillistä yhteenvetoa. Analyysi sisältää tietoa tästä hetkestä sekä tulevaisuudesta. Analyysissä vahvuudet kuvaavat monesti yrityksen ominaisuuksia, resursseja, hyvää liikeidea ja kokemusta alalta. Heikkouksia puolestaan voi olla vaikka pääoman puute tai epäkäytännölliset toimitilat. Mahdollisuuksiin kuuluu yrityksen kehittäminen, uusien rahoittajien saaminen ja toimintaympäristön positiiviset muutokset. Uhkia voivat olla esimerkiksi kilpailijat tai huono globaali taloudellinen tilanne. (Puustinen 2006, 69–70.)

3.3.4 Asiakkaat

Yritysten on eriarvoisen tärkeää tunnistaa ne syyt, joiden perusteella asiakkaat tekevät ostopäätökseensä kohdistuvat ratkaisunsa ja valintansa. Ostomotiiveiksi kutsutaan tuotteen ja sen eri ominaisuuksien merkitystä asiakkaalle. Yritysten tulee tunnistaa nämä motiivit ja koottava niiden pohjalta tuotevalikoimansa/palvelunsa. Yritysten on täten pyrittävä sellaiseen toimintaan, että asiakkaan tarpeet ja odotukset täyttyvät. (Pitkämäki 2000, 51.)

Yrittäjän täytyy pohtia, ketkä ovat yrityksen tärkeimmät asiakkaat ja asiakasryhmät. Tämän jälkeen tulisi miettiä, minkälaisia yrityksen asiakkaat ovat, missä he sijaitsevat, mitkä ovat heidän tarpeensa ja miten heidät tavoittaa. Aloittavan yrittäjän on kiinnitettävä huomiota myös siihen, miten asiakkaat suhtautuvat jo olemassa oleviin tuotteisiin tai palveluihin markkinoilla. (Meretniemi & Ylönen 2008, 27.)

Asiakaskartoituksen avulla yritys voi löytää ostovoimaltaan ja kulutustottumukseltaan sopivat ja kannattavimmat asiakkaat, joihin myyntitoimet voidaan kohdistaa. Asiakkaiden tyytyväisyydestä huolehtiminen on yritykselle tärkeää, koska se tuo pitkäaikaisia kanta-asiakkaita, jotka varmistavat yrityksen jatkuvan perustulon. (Meretniemi & Ylönen 2008, 27.)

3.3.5 Kilpailutilanne

Yrityksen arvioidessa kilpailutilannettaan, yritys tunnistaa oman asemansa muiden samankaltaisten yritysten joukossa. Arvioinnilla selviää myös toimialan keskeisimmät menestyksen edellytykset. Yleisesti erotetaan kaksi kilpailun peruslottuvuutta: Absoluuttinen kilpailuetu korostaa suuruutta ja johtavaa markkina-asemaa. Suhteellinen kilpailuetu hakee vertailua toisiin toimialalla toimiviin yrityksiin. (Pitkämäki 2000, 39.)

Kilpailuedun saavuttaminen on yrityksen suunnittelun ja strategisen ajattelun tärkeimpiä tehtäviä. Etujen löytämiseen on paljon erilaisia mahdollisuuksia, yrityksen jokaisessa toiminnossa on mahdollisia kilpailuedunlähteitä. Yrityksen kilpailijoiksi määritellään sellaiset yritykset jotka ovat liikepaikan lähetyvillä olevat kahvilat tai muut samaa kohderyhmää tavoittelevat yritykset (Pitkämäki 2000, 42.)

Yrityksellä on kilpailuetua, kun sen palvelu, tuote, sijainti tai muu ominaisuus on jollakin tapaa ylivoimainen muihin kilpailijoihin verrattuna. Yrityksen ollessa ylivoimainen, on yrityksellä mahdollisuus korkeampaan hinnoitteluun ja sitä myötä parempaan katteeseen. (Pitkämäki 2000, 42–43.)

Samalla toimialalla toimiviin yrityksiin voi suhtautua monella eri tavalla. Ne voivat olla kovia kilpailijoita tai vertailukuvia omalle toiminnalle. Pienten yritysten kannattaa yleisesti pitää muita yrityksiä esimerkkeinä, jolloin voidaan löytää omaan toimintaan hyviä menestystekijöitä. Jotkut yritykset myös tukevat kilpailijan yrityksen menestymistä, jos samalla vahvistetaan omaa asemaa. Toimialalla olevat muut yritykset eivät ole pelkästään kilpailijoita, vaan myös yhteistyökumppaneita ja yhteisen imagon rakentajia. (Pitkämäki 2000, 43–44.)

3.4 Yrityksen visio ja päätavoitteet

Kun yrittäjä on varmistanut monella eri tavalla liikeidean toimivuuden ja sen todelliset mahdollisuudet markkinoilla, on aika luoda lopullinen visio itselle ja yritykselle. Visio on näkemys siitä, millainen on yrityksen tulevaisuus kolmen, viiden tai kymmenen vuoden kuluttua. Visioon sisältyy näkemys myös yrittäjän omasta tulevaisuudesta. Yrittäjän kannattaa kuvitella tavoittelemansa tulevaisuus selkeästi, innostavasti ja niin yksityiskohtaisesti kuin mahdollista. Silloin hän pystyy kertomaan siitä myös muille uskottavasti ja vakuuttavasti. Erityisesti silloin, kun tarvitaan tavallista enemmän rahoitusta, selkeä visio ja tavoitteet ovat olennainen osa neuvotteluissa hyvin tehdyn liiketoimintasuunnitelman tukena. (Meretniemi & Ylönen 2008, 29.)

Yrityksen sisäisen ja ulkoisen toiminnan erittelyn perusteella asetetaan tulevaisuuteen suunnattuja päämääriä ja tavoitteita, näiden avulla haluttu tila saavutetaan. Visiosta juontuvat yrityksen päämäärät ilmaistaan yleisemmällä tasolla kuin tavoitteet. Tavoitteet ovat tarkempia ja aikaan sidoksissa, jolloin niitä voidaan mitata. Päämäärä sisältää useita sitä tarkentavia tavoitteita. Liiketoiminnan suunnittelussa yrityksen toimintaa tulisi tarkastella kokonaisuutena. (Kinkki & Isokangas 2003, 243.)

Ulkoisen tehokkuuden tavoitteet liittyvät asiakas-, toimittaja- ja sidosryhmäsuhteisiin. Ulkoisen tehokkuuden tavoitteet voivat kohdistua muun muassa asiakastyytyväisyyteen, asiakasuskollisuuteen, markkina- ja kilpailuasemaan sekä toimitusvarmuuteen. Sisäiseen tehokkuuteen liittyvien tavoitteiden kohdealueita voivat olla esimerkiksi läpimeno-, tilaus- ja toimitusaika, uuden tuotteen syntyäika, kiertonopeudet, tuottavuus, liikevaihto/henkilö ja resurssien käytön tehokkuus. Talouteen liittyvät tavoitteet voivat kohdistua muun muassa kannattavuuteen, vakavaraisuuteen, maksuvalmiuteen ja pääoman tuottoon. Tulevaisuuteen suuntautuneiden kehittämistavoitteiden kohdealueita voivat olla organisaatorakenne, resurssit ja osaaminen sekä ohjausjärjestelmät. (Kinkki & Isokangas 2003, 244.)

3.5 Liikeidea ja strategia

Liikeidean ei välttämättä tarvitse aina olla mullistava, omaperäinen tai uusi, koska se riittää, että se toimii. Tuttuja tuotteita tai palveluita voi kehittää sellaisiksi, että ne säilyttävät vetovoimansa. Idean voi kopioida muualta, kunhan ei mene liian pitkälle ja ärsytä idean isää. Moni menestyvä yrittäjä myöntää lainanneensa konseptinsa esimerkiksi ulkomailta. Valtaosa yrittäjistä soveltaa jotain vanhaa hieman ja saa toimivan liikeidean. Liikeidean lisäksi tarvitaan tuote tai useita tuotteita. Jos tuote on erilainen ja erottuu jo olemassa olevasta massasta on sen helpompi menestyä. Uusi tulokas voi olla kalliimpi ja parempi tai yhtä hyvä ja reilusti halvempi. Tuttujen tuotteiden kehittäminen on usein helpompaa kuin täysin uuden tuotteen lanseeraaminen. Yrittäjän on hyvä miettiä, mikä on hänen päätuotteensa ja mitkä voisivat olla sellaisia tuotteita, jotka tasapainottavat liiketoimintaa, jos päätuotteen kauppa käy välillä huonommin. (Puustinen 2006, 39.)

Strategialla tarkoitetaan sitä menetelmien, perusratkaisujen ja suuntaviivojen joukkoa, jolla tulevaisuuteen asetetut tavoitteet/päämäärät saavutetaan. Strategia sisältää toiminnan ytimen, joka luo perustaa liiketoimintasuunnitelmaan. Strategian luominen ja liikeidean kehittäminen ovat pohtimista, uusien mahdollisuuksien ja vaihtoehtojen löytämistä ilmapiirissä, jossa ei kangistuta kaavoihin eivätkä ristiriitaisuudet häiritse ajattelua. Strategian synnyttämisessä katsellaan asioita luovasta, monesta eri suunnasta, nähdään uusia asioita, tarkastellaan todellisuutta oman näkemyksen ulkopuolelta sekä irtaudutaan ajasta ja paikasta. (Pitkämäki 2000, 89.)

Hyvän strategian tunnistaa ensisijaisesti siitä, että yritys menestyy. Menestyminen edellyttää jonkin ainutlaatuisen, erinomaisen tai erilaisen konseptin suhteessa muihin yrityksiin. Tämä pätee erityisesti pienen yrityksen menestymisen kulmakivenä. Menestyminen perustuu muuhunkin kuin ainutlaatuisiin ominaisuuksiin. Menestyvien yritysten taustalta löytyy myös oikea paikka ja oikea aika, joten onnella ja sattumalla on sormensa mukana jossain määrin. Yrittäjän taitavuudesta kertoo kyky havaita sattuman tarjoamat mahdollisuudet. (Pitkämäki 2000, 89.)

Kilpailustrategialla yritys pyrkii saavuttamaan kilpailuetua markkinoilla. Kilpailustrategian valinnassa asiakkaan kokema arvo ja yrityksen osaaminen sekä voimavarat ovat tärkeitä lähtökohtia. Kilpailustrategia muodostetaan johtopäätöksistä, jotka tehdään yrityksen strategisista tavoitteista, toimintaympäristön analyysistä, yhteiskunnallisen kehityksen analyysistä, yrityksen sisäisen toiminnan analyysistä sekä synteesianalyyseistä. Myös nykyinen osaaminen ja avainhenkilöiden arvot vaikuttavat kilpailustrategian valintaan. (Kinkki & Isokangas 2003, 245.)

Kilpailustrategiat voidaan jakaa kolmeen kategoriaan seuraavasti:

1. Kustannusjohteisuus, jolla tarkoitetaan ylivertaista kustannustehokkuutta kilpailijoihin verrattuna.
2. Differointi, jolla tarkoitetaan tuotteiden/palveluiden erilaistamista suhteessa kilpailijoiden tuotteisiin.

3. Fokusointi, jolloin keskitytään toiminnassa tarkoin rajattuun markkinasegmenttiin.

Kilpailustrategian valinnassa on tärkeää huomata, että kilpailustrategiat eivät ole täysin erilaisia. Esimerkiksi fokusoinnin strategiakseen valinnut yritys ei voi olla kiinnittämättä huomiota kustannustehokkuuteen. (Kinkki & Isokangas 2003, 245.)

3.6 Markkinointisuunnitelma

Markkinointisuunnitelmassa esitetään yrityksen myyntitavoitteet, ja se miten ne suunnitellaan toteutettavan käytännön markkinointitoimina. Markkinointisuunnitelmassa esitetään kuvaus siitä, miten markkinointi organisoidaan tavoitteiden toteuttamiseksi. Tämän lisäksi esitetään, miten seurataan markkinoiden ja asiakastarpeiden muutoksia sekä miten saatua tietoa hyödynnetään käytännön toiminnassa. Markkinointibudjetti esitetään taloussuunnitelman yhteydessä. (Kinkki & Isokangas 2003, 246.)

Keskeinen osa markkinointisuunnitelmaa on suunnitelma siitä, miten markkinoinnin kilpailukeinoja aiotaan kehittää tulevaisuudessa valittujen liiketoimintastrategioiden pohjalta. Viitekehyksenä voidaan käyttää markkinoinnin kilpailukeinojen jakoa: tuote/palvelu, hinta, myyntikanavat ja viestintä. (Kinkki & Isokangas 2003, 246.)

Markkinointisuunnitelmassa esitellään myös sisäisen markkinoinnin suunnitelmat, jotka ovat tärkeitä kokonaismarkkinoinnissa. Tämä osa liiketoimintasuunnitelmasta tulisi tehdä huolellisesti, koska suunnitelmat kohdistuvat yrityksen menestymisen kannalta kriittiseen yrityksen ja asiakkaiden rajapintaan. (Kinkki & Isokangas 2003, 247.)

Markkinointisuunnitelma on liiketoimintasuunnitelmassa tärkeä osa-alue, koska sijoittajat tulee saada vakuuttuneiksi liikeidean markkinoista sekä sen kasvumahdollisuuksista. Tärkeää on selvittää millaiset odotetut markkinat ovat ja mikä on hinnoittelustrategia. Yrityksen tuotteiden, palveluiden ja hinnan ollessa päätetty, on ajateltava markkinointia. Kuinka päästään asiakkaiden tietouteen,

saadaan heidät kiinnostumaan ja yrityksen asiakkaiksi. Markkinointia suunniteltaessa otetaan huomioon potentiaaliset asiakkaat ja markkinointibudjetti. (Raatikainen 2011, 94.)

3.7 Henkilöstösuunnitelma

Henkilöstösuunnitelma johdetaan yrityksen päämääristä, tavoitteista ja liiketoimintastrategioista. Keskeinen sisältö henkilöstösuunnitelmassa on esittää osaaminen, ydinpätevyyksien, työnjaon ja yrityksen toiminnan organisoinnin muutostarpeet, joista laaditut liiketoimintastrategiat edellyttävät. Toimintaympäristön analysointi, yrityksessä ja henkilöstön keskuudessa tapahtuvat muutokset ja niiden toimintamallien laatiminen ovat henkilöstösuunnittelun tärkeimmät tehtävät. (Kinkki & Isokangas 2003, 247.)

Henkilöstösuunnitelmassa esitetään strategialähtöisen organisaation ja henkilöstön kehittämisen keskeiset periaatteet ja välineet, joilla kehittäminen voidaan toteuttaa. Muita henkilöstösuunnitelmassa kuvattavia kohteita ovat muun muassa:

1. henkilöstöressurssien tarve ja mahdollinen henkilöstön hankinnan organisointi
2. työmotivaation kehittämisen välineet ja organisointi
3. palkkausjärjestelmien kehittäminen
4. organisaation oppimisen kehittäminen

(Kinkki & Isokangas 2003, 247–248.)

Henkilöstön vaikutus yrityksen menestymiseen on ratkaiseva jokaisella toimialalla. Työntekijöiden osaaminen, koulutus, kokemus, tiedot, taidot ja tahto toimia vastuullisesti vaikuttavat merkittävästi liiketoiminnan sujumiseen. Yrittäjän on tärkeää miettiä haluaako hän perustaa yrityksen yksin vai ottaa kenties yhtiökumppanin tai palkata vaikka sukulaisen töihin, jokaisella asialla on kuitenkin aina hyvät ja huonot puolensa. Yhdessä yrittäminen on silloin järkevää, kun siitä saa lisäarvoa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 100.)

Ryhmätyöskentely on usein tehokasta ja antoisaa, kun yhdessä ollaan asioista samalla aaltopituudella. Mikäli yrittäjä palkkaa yritykseen perheenjäsenen ja joutuu huonoina aikoina irtisanomaan tämän, tällä henkilöllä voi olla vaikeuksia saada työttömyyskorvausta. Näin voi tapahtua erityisesti silloin, kun irtisanotulla on päätäntävaltaa yrityksessä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 100.)

Henkilöstöä suunniteltaessa tulisi miettiä sitä, minkälaista osaamista yrityksessä tarvitaan, missä vaiheessa, missä tehtävissä ja kuinka paljon. Harkintaa vaatii se, että palkkaako työntekijän kokopäiväisesti vai osa-aikaisesti ja onko työsuhte vakituinen vai määräaikainen. Yrittäjän kannattaa miettiä, minkälaisella henkilöstöllä ja henkilöstömäärällä pystytään toteuttamaan, se mitä on tehtävä. Monet yrittäjät aloittavat yrittämisen yksin, ennen kuin heillä on varaa palkata muuta työvoimaa. Muita mahdollisuuksia ovat esimerkiksi alihankkijat, vuokratyöntekijät, yhteistyö muiden yrittäjien kanssa ja työharjoittelijat oppilaitoksista. Jokainen henkilö pitäisi pystyä työllistämään niin, että se on kannattavaa, muuten kyseessä on niin sanottu hukkainvestointi. (Meretniemi & Ylönen 2008, 102.)

3.8 Taloussuunnitelma

Taloussuunnitelmassa selvitetään liiketoimintastrategioihin pohjautuvien toimenpidesuunnitelmien vaikutukset yrityksen kannattavuuteen, maksuvalmiuteen sekä vakavaraisuuteen. Taloussuunnitelmasta tulee tulla ilma yrityksen talouden seuranta, raportointi ja näiden organisointi, sekä taloushallinnon kehittäminen mahdollisimman hyvin päätöksentekoa palvelevaksi. Taloussuunnitelmassa on tärkeää kertoa erilaisten ennusteiden avulla toimenpidesuunnitelmien yhteydet yrityksen kannattavuuden, maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden kehittymiseen. Tavallisimpia taloussuunnitelmassa käytettäviä ennusteita ovat tulosbudjetti (3-5 v.), tase-ennuste, kassavirtaennuste sekä rahoitusbudjetti. Muita laskelmia, joita käytetään taloussuunnitelmassa, ovat maksuvalmius-, ja vakavaraisuuslaskelmat, käyttöpääomalaskelmat, investointisuunnitelmat, sekä myynnin kriittinen piste. (Kinkki & Isokangas 2003, 248.)

Taloussuunnitelmassa täytyy kiinnittää erityistä huomiota, koska tätä kautta löytyy esimerkiksi rahoitusneuvotteluihin hyviä apuvälineitä, kun täytyy arvioida toimenpidesuunnitelmien vaikutusta yrityksen talouteen. Kun taloussuunnitelma

laaditaan hyvin, lyhentyvät ne yrityksen rahoituksen hankintaprosessia ja mahdollistavat sen, että mahdollisiin kassakriiseihin osataan varautua ennakkoon. (Kinkki & Isokangas 2003, 248.)

3.9 Rahoitus

Yritystoiminnan perustamisen aloitus vaatii rahaa. Rahoitustarve on hyvä kartoittaa perusteellisesti ennen kuin yritystä alkaa perustaa. Aloitushankintojen lisäksi rahoituksen pitäisi kattaa yrittäjän oma eläminen ja yritystoiminnan pyörittäminen 6-12 kuukauden ajan toiminnan aloittamisen jälkeen. (Meretniemi & Ylönen 2008, 76.)

Yritystoiminnan käynnistämisen jälkeen alkaa tulla kuluja heti, kun yrittäjä tekee päätöksen yhtiön perustamisesta. Ensimmäisiä myyntituloja yrittäjä voi joutua odottamaan jopa 6 kuukautta. Aloittavan yrittäjän tulisi laskea, paljonko alkupääomaa hän tarvitsee esimerkiksi koneiden ja kaluston hankintaan. Kun yrittäjällä on kulut tiedossa, voi hän ryhtyä suunnittelemaan rahoituksen hankintaa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 76.)

Yrittäjällä ei välttämättä ole yritystä perustettaessa kovin paljon varoja sijoitettavaksi yritykseen. Koska yrittäjät pyrkivät usein selviämään mahdollisimman pienellä velalla, ovat yrityksen alkutaipaleet usein tiukkaa. Rahoitusvaje vaikuttaa siihen, että yrityksessä päästään liikkeelle hitaasti. Niukkuus pakottaa myös yrittäjän tehokkuuteen ja panostamaan tehokkaaseen toimintaan. Valtio avustaa yritystoimintaa avustusten, suorien tukien ja lainojen muodossa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 76.)

3.10 Riskien arviointi

Riskien ominaisuuksina voidaan pitää niiden todennäköisyyttä ja seurauksia. Todennäköisyyttä mitataan yleensä riskin toteutumisen mahdollisuutena tietyllä aikavälillä esimerkiksi vuoden tai 5 vuoden välein. Riskien toteutumisen seurauksia arvioidaan yleensä niistä aiheutuvien taloudellisten vahinkojen kautta tai käyttämällä seurausten vakavuutta kuvaavia adjektiiveja, kuten vähäinen, kohdalainen, suuri tai katastrofaalinen. (Flink, Reiman & Hiltunen 2007, 25.)

Liiketoimintasuunnitelmassa arvioidaan laaditun suunnitelman mukaisia toiminnan riskejä. Tällöin erotellaan muun muassa uhkatekijöitä, jotka vaikuttavat kielteisesti laadittuihin strategioihin toteutumismahdollisuuksiin. Tässä osiossa esitetään myös se, miten reagoidaan liiketoimintasuunnitelmasta poikkeaviin tulevaisuuden kehityskulkuihin ja asetelmiin. Riskejä pyritään tunnistamaan koko yrityksen toimintajärjestelmästä sekä esitetään riskienhallintakeinot, joilla riskejä voitaisiin pienentää, siirtää toisen kannettavaksi tai poistaa kokonaan. (Kinkki & Isokangas 2003, 249.)

3.10.1 Yrityksen riskit

Riski on olennainen osa yrityksen liiketoimintaa. Liiketoimintaa harjoitetaan voiton tavoittelemiseksi ja tämän käänköpuolena on myös epäonnistumisen mahdollisuus. Riski liittyy epävarmuuteen, tuotannon tekijöitä hankittaessa ja investointeja tehdessä yritys ei voi olla varma, että saa investoidut rahat takaisin. (Kinkki & Isokangas 2003, 122.)

Epävarmuutta yritykselle aiheuttavat muun muassa aika ja asiakkaat. Investoinnit kohdistuvat tulevaisuuteen, eikä tulevaisuuden olosuhteita voida ennakoida täysin varmasti. Asiakaskin voi tehdä päätöksen vapaasti, ostaa tai sitten olla ostamatta tai ostaa kilpailijalta saman tuotteen. Mitä kauemmaksi tulevaisuuteen yritys kohdistaa investointinsa, sitä suurempi mahdollisuus on myös epäonnistumiselle eli riskille. (Kinkki & Isokangas 2003, 122.)

Riskin ottaminen on olennainen osa liiketoimintaa, jotta yritys voisi menestyä, on sillä oltava selvä näkemys riskeistä, sekä siitä miten niihin tulisi suhtautua ja varautua. Yritystoiminnan riskit jaetaan yleisesti erilaisiin luokkiin, joka on yrityksen toiminnan kannalta olennaista, että osa riskeistä siirtää muun muassa vakuutus sopimuksella muiden vastuulle, mutta myös yritys joutuu kantamaan vastuun osasta riskeistä. (Kinkki & Isokangas 2003, 124.)

3.10.2 Liikeriskit

Liikeriskit ovat olennainen osa yritystoimintaa. Mikäli yritys haluaa menestyä, on sen uskallettava ottaa myös riskejä. Yritys voi riskin ottaessaan onnistua ja tehdä voittoa tai epäonnistua ja tuottaa tappiota. Liikeriski on liikevoiton saamiseksi otettu tietoinen riski. (Pk-rh.com 2012.)

Yritystoiminta on riskitöntä vain, silloin kun on tehty päätös johtaa toimintaa varmasti myönteiseen tulokseen, mutta liike-elämässä tämä ei ole käytännössä mahdollista. Liikeriskeillä tarkoitetaan muun muassa henkilöstöön, markkinointiin, kysyntään, tuotantoon ja kustannuksiin liittyviä riskejä. Liikeriskien luonteeseen kuuluu myös se, että jos yrityksen toimintaympäristö muuttuu voi liikeriskien painopiste muuttua hyvinkin nopeasti. (Pk-rh.com 2012.)

3.10.3 Vakuutukset

Yritystoimintaan kuuluu sekä vapaaehtoisia, että myös pakollisia vakuutuksia. Aloittavan yrittäjän on hyvä selvittää yrityksensä vakuutustarpeet huolella. Yrityksen vakuutukset ovat yksilöllinen kokonaisuus, eikä kahta samanlaista yritystä ja vakuutusratkaisua löydy. (Meretniemi & Ylönen 2008, 88.)

Yrittäjän kannattaa ottaa yhteyttä yritysvaluuttamisen asiantuntijoihin ja pyytää vakuutusyhtiöiltä erilaisia tarjouksia ja perehtyä vakuutusehtoihin huolellisesti. Yrittäjän tulee tarkastaa, että tarjoukset ovat tarjouspyynnön mukaiset ja keskenään vertailukelpoisia. Vakuutustarve riippuu aina myös yrityksen toimialasta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 88.)

Toimintaa aloitettaessa erilaisten ilmoitusten lisäksi yrittäjän tulee hoitaa kuntoon laissa säädetyt vakuutukset. Osa on kaikille pakollisia, mutta paikoin on myös toimialakohtaisia eroja. Riskit selvittämällä saattaa löytyä myös tarvetta erilaisille vapaaehtoisille vakuutuksille. Vakuutusyhtiöt kannattaa kilpailuttaa. Yrittäjän tulee huolehtia yleensä seuraavista vakuutuksista:

- YEL-eläkevakuutus
- MYEL-eläkevakuutus
- TEL-eläkevakuutus

- LEL-eläkevakuutus
- TaEL-eläkevakuutus
- tapaturmavakuutus
- ryhmähenkivakuutus
- työttömyysvakuutus.

Edellä mainittujen lisäksi on vapaaehtoisia ja osin pakollisia vakuutuksia:

- keskeytysvakuutus
- kiinteistövakuutus
- ajoneuvovakuutus
- oikeusturvavakuutus
- omaisuusvakuutus
- rahdinkuljetusvakuutus
- vastuuvakuutus.

(Viitala 2006, 90–91.)

3.11 Riskienhallinta

Riskienhallinnalla pyritään ohjaamaan yrityksen toimintaa siten, että riskin toteutuminen olisi mahdollisimman epätodennäköistä tai että toteutuvan riskin aiheuttamat taloudelliset vahingot jäisivät mahdollisimman pieniksi. Riskienhallinnan vaiheet ovat: riskien tunnistaminen, riskien arviointi ja toimet riskien hallitsemiseksi. (Kinkki & Isokangas 2003, 126.)

Riskienhallinnan voidaan sanoa olevan osa johtamistyötä. Sen tarkoituksena on varmistaa yritystoiminnan kannattavuus, jatkuvuus ja samalla myös henkilökunnan hyvinvointi ja turvallisuus yrityksessä. Riskienhallinnan on oltava sekä suunnitelmallista että järjestelmällistä, niin ikään kuin ennakoivaakin toimintaa riskien ja niistä koituvien seuraamuksien minimoimiseksi. Riskienhallintaan osallistuvat yrityksen kaikki työntekijät kukin omalla toiminnallaan. (Viitala & Jylhä 2008, 342.)

Yrityksen kannalta haitallisia tapahtumia ja vaikutuksia pyritään arvioimaan ja ennakoimaan eri menetelmin. Inhimillinen tekijä on mukana suurimmassa osassa riskeistä tavalla tai toisella. Tehokas riskienhallinta edellyttää tämän takia

sääntöjen ja turvallisuusmääräysten noudattamista ja ymmärtämistä. Nykyinen riskienhallinta malli perustuu ajatukselle, että ”ihminen kykenee tunnistamaan eri riskit, arvioimaan niiden toteutumisen todennäköisyydet, sekä toteutumisen aikaansaamat vaikutukset.” (Flink, Reiman & Hiltunen 2007, 10.)

Riskienhallinta on ennen kaikkea työtä yrityksen kannattavuuden, kilpailukyvyn ja toiminnan jatkuvuuden sekä henkilöstön turvallisuuden ja hyvinvoinnin takaamiseksi. Usein riskit mielletään negatiivisiksi seikoiksi, jotka aiheuttavat epämiellyttäviä yllätyksiä. Toisaalta yrittäjältä vaaditaan myös rohkeutta ja kykyä tunnistaa tietyt riskit mahdollisuuksiksi, joihin tietoisesti tarttumalla saavutetaan uusia tavoitteita. Samalla ne ovat edellytys kehitykselle ja osittain myös menestymiselle. (Pk-rh.com 2012.)

4 Liiketoimintasuunnitelma Joensuu Gaming Café

4.1 Tiivistelmä

Joensuu Gaming Cafén tarkoituksena on tarjota kahvilapalveluita kaikille niitä tarvitseville ja mahdollisuus pelaamiselle konsoleilla tai PC:llä kohtuulliseen hintaan. Kahvilassa voit nauttia joka arkipäivä lounasruokatarjoilusta ja tuoreista leivonnaisista ja juomista. Joensuu Gaming Café tarjoaa huippulaitteet pelaamiseen konsoleilla sekä PC:llä kahvilassa pääset testaamaan uutuuspelit ilman ostopakkoa ja voit sen perusteella tehdä ostopäätöksen uuden pelin hankkimisesta. Kahvilaan on mukava tulla viettämään aikaa ystävien, sukulaisten tai työ-kavereiden kanssa. Pelaamisen yhteydessä maistuvat pienet suolaiset ja kylmät virvoitusjuomat. Pelikahvilalle on tarkoitus hankkia myös anniskeluoikeudet, joka palvelisi myös täysi-ikäisiä asiakkaita, kahvilan sisällä toimii myös ilmainen langaton Internet-yhteys kahvilan asiakkaille.

4.2 Lähtökohtatilanne

Tällä hetkellä yrittäjäksi ryhtyminen vaikuttaa kaukaiselta haaveelta, mutta mahdollisesti tulevaisuudessa voisin kuvitella olevani yrittäjä. Ensimmäiseksi olisi hyvä hankkia työkokemusta omalta alalta ja pohtia sitten mahdollisesti oman yrityksen perustamista. Ennen toiminnan aloittamista olisi yhtiökumppanin

löytäminen tärkeää, koska en henkilökohtaisesti halua lähteä yksin yrittäjäksi. Kenties, jos joku tuttu joskus lähtisi mukaan, voisi yrittäjyys olla hyvä vaihtoehto. Erityisesti kahvilakokemusta omaava yhtiökumppani olisi hyvä, koska hänellä olisi tietoa ja taitoa perinteisen kahvilan toiminnasta ja minä voisin tuoda oman idean ja osaamisen mukaan yrityksen toimintaan.

Koulutus taustana yrittäjäksi haaveilevalla on tällä hetkellä ylioppilastutkinto sekä viimeistelyä vaille oleva yrityshallintoon suuntautunut tradenomitutkinto. Yrittäjänä vahvat puoleni olisivat pelikahvilan pyörittämisessä ehdottomasti enemmän pelipalvelujen puolella, koska olenhan itse suuri pelien harrastaja ja suurkuluttaja. Kahvilan pyörittämisestä olisi hyvä hankkia tietoa ja tavata/tutustua jo nyt pelikahviloita pyörittäviin henkilöihin, heiltä voisi saada arvokkaita vinkkejä ja tarvittaessa apua.

Ennen yrittäjäksi ryhtymistä on hyvä hankkia lisää tietoa yrittämisestä ja perehtyä asioihin kunnolla tietoja ja taitoja voi kerryttää vaikka osallistumalla yrityksen perustamiseen liittyville kursseille. Omina vahvuuksina yrittäjäksi ryhtymiseen näkisin myös riittävät ATK-taidot, sosiaalisen median tunteminen ja osaaminen sekä rauhallisuus. Kielitaito on tärkeä osa myös yrittäjäksi lähtevälle, sujuvalla englannin kielen osaamisella pärjää jo pitkälle, toinen kotimainen ruotsinkieli ei Itä-Suomessa ole niin tärkeä, mutta erityisesti venäjänkielen taito olisi eduksi, koska alueella käy myös paljon venäläisiä, jotka ovat potentiaalisia asiakkaita.

4.3 Toimintaympäristö ja sen kehitysnäkymät

Pelikahvila on suunniteltu perustettavaksi Joensuuhun, joka on keskeinen paikka Pohjois-Karjalassa. Sijainti palvelee koko Pohjoiskarjalaisia pelien ystäviä ja harrastajia, mutta erityisesti Joensuun seudulla asuvia potentiaalisia asiakkaita. Pelikahvila on erityisesti nuorten ja nuorten aikuisten paikka. Joensuu on vielä jonkin aikaa kasvava ja vilkas opiskelijakaupunki, jossa on potentiaalia yrityksen perustamiselle toimintaympäristönsä puolesta. Pelikahvilan sijainti on tärkeä ja keskeinen paikka sille olisi ydinkeskusta, jossa ihmisiä ja potentiaalisia asiakkaita liikkuu eniten päivittäin.

Keskustan alueella tavarantoimitukset sujuvat pääosin hyvin. Alueella sijaitsee paljon ravintoloita ja muita liiketiloja. Lisäksi Joensuussa on myös paljon asutusta keskustassa tai sen välittömässä läheisyydessä. Kävelykatu kaupungin keskustassa on vilkas erityisesti kesäisin ja se tarjoisi oivan paikan perustaa pelikahvila.

4.3.1 Markkinatilanne ja sen kehityksen arviointi

Tällä hetkellä Suomessa toimivia pelikahviloita tai pelibaareja on Helsingissä toimiva Blackstorm Gaming Café ja Jyväskylässä toimiva Bar Launch, joka tosin lopettaa toimintansa 27.1.2013. Pohjois-Karjalassa ei ole tällä hetkellä toimivaa pelikahvilaa, mutta perinteisiä kahviloita löytyy muutamia. Suurimmat kilpailijat Joensuun alueella ovat keskustassa sijaitsevat Arnolds, Houkutus ja Coffee House.

Pelikahvila on melko uusi 2000-luvulla tietokoneiden, pelikonsolien ja internetin yleistymisen seurauksena syntynyt ilmiö. Suomessa pelikahvila toiminta on vielä alkutekijöissään, mutta kuten suomalainen kahvilakulttuurikin on kehittymään päin, on myös pelikahvila toiminnalla potentiaalia kehittyä suuremmaksi. Esimerkiksi Ruotsissa Tukholmassa toimiva Inferno-online on päässyt Guinnessin ennätysten kirjaan maailman suurimpana peli- ja Internetkahvilana konepaikkamäärällä mitattuna. (Inferno-online 2012.)

4.3.2 Yritysmuodon valinta

Yritysmuodoksi valittaisiin kommandiittiyhtiö, koska yrittäjä kokee tarvitsevansa ainakin yhden yhtiökumppanin, joka omaisi jo kokemusta jonkun verran kahvilan pitämisestä. Kommandiittiyhtiö on myös hyvä vaihtoehto siinä suhteessa, koska yritys tarvitsee lisärahoitusta ulkopuolisilta rahoittajilta, jotka eivät halua osallistua yrityksen päivittäiseen toimintaan. Taloudellinen vastuu rajoittuu myös sijoitettuun omaisuuteen.

Kommandiittiyhtiötä perustettaessa on oltava vähintään yksi vastuunalainen yhtiömies ja yksi äänetönyhtiömies. Vastuunalaisella yhtiömiehellä on päätösvalta yrityksen toiminnasta ja hän myös vastaa henkilökohtaisella omaisuudellaan

laan yrityksen toiminnasta. Kommandiittiyhtiössä on tärkeää, että yhtiömiesten välillä on luottamusta molemmin puolin ja yhteistyökykyä voidaan pitää tärkeänä ominaisuutena. Kommandiittiyhtiö sopii erityisesti pk-yritykselle yritysmuodoksi.

4.3.3 SWOT-analyysi

Vahvuudet

- Sijainti
- Ammattitaitoinen henkilökunta
- Pelipalvelut
- Tuotteiden hinta-laatusuhde
- Vapaus toteuttaa itseään (ei toimi ketjun alaisuudessa)
- Yhteistyö paikallisten yritysten kanssa

Heikkoudet

- ”uusi 2000-luvun juttu, pelikahvila”
- Laitteiston hankkiminen ja ylläpito vaatii rahaa
- Pelilisenssit melko kalliita
- Ei aiempaa kokemusta yrittäjyydestä
- Toiminnan alussa tarjonnan niukkuus ja yksipuolisuus

Mahdollisuudet

- Aamupala- ja lounastarjoilu
- ”Yöpelit” – tapahtumat
- Peliturnaukset
- Take-Away – palvelu
- Tarjonnan laajentaminen ja monipuolistaminen
- Yksityistilaisuudet

Uhat

- Kilpailijat
- Ostokäyttäytymisen muutokset
- Taloudelliset muutokset
- Sähkökatkokset
- Internet-yhteyksien katkot

Kuvio 2. SWOT-analyysi.

4.3.4 Asiakkaat

Pääasialliset asiakkaat tulevat olemaan nuoret ja nuoret aikuiset, joita kiinnostaa erityisesti pelipalvelut. Kahvilapalveluita käyttävät asiakkaat tulevat olemaan kaikenikäisiä, jotka tarvitset kahvilanpalveluita. Asiakas tekee ostopäätöksen

palvelun hinnan ja laadun perusteella, pelaamisen mahdollisuus kahvilassa on uusi asia, joka vaatii markkinointia, opastusta ja mainintaa asiasta, että saadaan myös pelipalvelut asiakkaiden tietoon.

Pelikahvila erottuukin juuri pelipalveluidensa avulla muista kahviloista. Asiakkaita pyritään tavoittamaan hyvillä tarjouksilla, teemapäivillä ja erilaisilla sesongeilla. Markkinointiin on tärkeä laatia suunnitelmat ja panostaa siihen erityisesti alkuvaiheessa toimintaa. Sosiaalisen median avulla tavoitetaan suuri osa nuorista ja nuorista aikuisista, joten sitä kautta on hyvä tehdä markkinointia.

Erilaisia asiakasryhmiä tarkasteltaessa suurin asiakasryhmä tulee olemaan kahvilanasiakas, joka haluaa juoda kahvin ja syödä makean tai suolaisen leivonnaisen. Muita asiakasryhmiä tulevat olemaan pelaajat, jotka haluavat käyttää pelipalveluita ja kenties nauttia virvoitusjuoman pelaamisen yhteydessä. Lounasruokailijat, jotka käyvät lounasaikaan lounastamassa kahvilassa sekä yritykset ja yksityishenkilöt, joille voidaan varauksella laatia ohjelmaa yksityistilaisuuksien muodossa.

Asiakkaat -> tuotteet/palvelut	Tärkein asiakasryhmä/asiakas	Arvioitu liikevaihto yhteensä €
Tärkein tuote/palvelu	Kahvilan asiakkaat 65%, kahvilapalvelut	126243
Toiseksi tärkein tuote/palvelu	Pelaajat 20%, pelipalvelut	38844
Kolmanneksi tärkein...	Lounasruokailijat 10%, lounasruoka	19422
muut tuotteet/palvelut	Yritykset/yksityishenkilöt 5% yksityistilaisuudet	9711
Arvioitu liikevaihto yhteensä €		194220

Kuvio 3. Asiakasryhmät, tuotteet ja palvelut. (Pohjois-Karjalan Uusyrityskeskus, 2012.)

4.3.5 Kilpailutilanne

Tällä hetkellä toimivia pelikahviloita on Helsingissä toimiva Blackstorm Gaming Café ja Jyväskylässä toimiva pelibaari Bar Launch, joka lopettaa toimintansa tammikuun loppupuolella 2013. Pohjois-Karjalassa tai Joensuussa ei ole toi-

minnassa teko hetkellä pelikahvilaa, mutta perinteisiä kahviloita löytyy erityisesti Joensuun keskustan alueelta. Näistä suurimmat kilpailijat ovat Arnolds, Houkutus ja Coffee House. Kaikilla on omanlaisensa tuotteet, joilla he pyrkivät erottumaan toisistaan, yleisesti hinnoittelu on korkealla, mutta myös tuotteiden laatu on korkealla tasolla.

Pelipalveluiden avulla pelikahvila tulee erottumaan selvästi muista kahviloista, kahvilan tuotteiden on kuitenkin oltava myös laadukkaita ja hyviä, joten olisi hyvä panostaa esimerkiksi paikallisiin tuotteisiin. Kilpailijoiden markkinointi perustuu melko pitkälti paikallislehtiin ja oman ketjunkautta tuleviin mainoksiin, joissa ilmoitetaan tarjouksista ja muista uutuuksista.

Joensuu Gaming Café pyrkii tekemään yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa ja toteuttamaan erilaisia tapahtumia pelaajille pelaajaystävällisesti ja katsojille katsojaystävällisesti. Palvelemme asiakkaita korkealaatuisella ammattitaidolla ja laadukkailla tuotteilla.

Kilpailija	Heikkoudet	Vahvuudet	Huomioitavaa
Arnolds	Toimii ketjun alla	Donitsit, Bagelit	Arvostettu kahvilaketju
Houkutus	Kalliit hinnat	Oma leipomo, laadukkaat tuotteet	Paikanpäällä valmistetut tuotteet
Coffee House	Korkeat hinnat	PKO:n alainen, S-bonus	Monipuolinen valikoima
Joensuu Gaming Café	Uusi yrittäjä, yksipuoliset tuotteet	Pelipalvelut	Kilpailukykyinen

Kuvio 4. Kilpailija-analyysi.

4.4 Visio ja päätavoitteet

Joensuu Gaming Cafén visio kolmen vuoden kuluttua perustamisesta on olla ainutlaatuinen, taloudellisesti menestynyt ja tunnettu pelikahvila erityisesti Joensuussa ja Pohjois-Karjalassa. Pelikahvilan asema on vakiintunut Joensuun muiden kahviloiden joukossa. Yrityksellä on oma vakioasiakaskunta ja pelikahvilassa järjestetään säännöllisiä turnauksia ja tapahtumia. Asiakkaille tuotetaan hyvää ja laadukasta palvelua alusta loppuun.

Päätavoitteena on edistää Suomalaista elektronista urheilua eteenpäin ja tarjota mahdollisuus laadukkaaseen harjoitteluun kilpapelajille ja joukkueille. Mahdollisuuksien mukaan tarkoitus on järjestää erilaisia turnauksia Internetin välityksellä, jonka finaalit pelattaisiin pelikahvilassa paikanpäällä. Toisena päätavoitteena on tarkoitus tarjota laadukkaita kahvilatuotteita kaikille niitä haluaville, laadukkaalla asiakaspalvelu asenteella.

4.5 Strategia

Pelikahvilan strategiaan kuuluu hyökkäävä aloitus. Markkinointi käynnistetään mahdollisuuksien mukaan jo ennen kahvilan avaamista, jotta herätämme potentiaalisten asiakkaiden mielenkiinnon. Heti alusta lähtien haluamme luoda ihmisille positiivisia mielikuvia avattavasta pelikahvilasta ja saada heidät odottamaan mielenkiinnolla uuden pelikahvilan avaamista.

Käytännössä tämä toteutetaan mainoksilla sekä asiakaslähtöisellä ajattelulla ja toiminnalla ja sosiaalisen median avulla. Jotta mielenkiinto uutta pelikahvilaa kohtaan ei loppuisi heti alun jälkeen, on markkinointia jatkettava sekä kehitettävä tuotevalikoimaa sesonkien ja kysynnän mukaan. Paikkakunnan muiden yritysten kanssa olisi tärkeää tehdä yhteistyötä. Asiakkaiden mielipiteet ovat meille tärkeitä ja siksi aiommekin tarkastaa tulevaisuuden strategiat säännöllisin väliajoin pysyäksemme ajan tasalla heidän tarpeistaan.

Laadukkaalla palvelulla luodaan yritykselle vetovoimainen imago. Yritys pyrkii saamaan vahvan kanta-asiakaskunnan, jonka mielipiteitä sekä toiveita pyritään toteuttamaan. Palvelun taso on pidettävä korkealla, jotta asiakkaat tuntisivat itsensä tärkeiksi. Hinnalla ja palvelulla luodaan yhdistelmä, joka saa asiakkaan valitsemaan yrityksen.

4.6 Markkinointisuunnitelma

Joensuu Gaming Cafén toimitilat tulisivat sijaitsemaan Joensuun keskustassa tai muussa sopivissa toimitiloissa keskustan läheisyydessä, koska näillä alueilla liikkuu eniten potentiaalisia asiakkaita Joensuussa. Yrityksen nimi kertoo kaiken oleellisen yrityksen toiminnasta, pelikahvila sana englanninkielellä kuulostaa

hyvältä ja antaa selkeän kuvan myös ulkomaalaisille vierailijoille. Café sanasta tulee kaikille mieleen heti kahvila, vaikka ei englanninkielen taito olisikaan halussa. Gaming sana kertoo erityisesti nuorille ja nuorille aikuisille suoraan, että paikassa on mahdollista pelata. Joensuu sana kertoo toimipaikan sijainnin suoraan ulkopaikkakuntalaisille asiakkaille sosiaalisessa mediassa ja Internetissä.

Yhteistyökumppaneiden hankinta paikallisista yrityksistä olisi hyvä asia, erityisesti leipomoista, pelikaupasta, virvoitusjuomien tarjoajasta aina Internet-yhteyksien palveluntarjoajaan. Paikallisen leipomon tuotteita myytäisiin kahvilassa, yhteistyössä pelikaupan kanssa voitaisiin järjestää esimerkiksi uuden pelin julkaisu ja myyntikampanja, jossa uutta peliä pääsisi testaamaan pelikahvilassa. Virvoitusjuoma tarjoajan tuotteita olisi tarjolla kahvilassa sekä Internet-yhteyksien palveluntarjoajan palvelut olisivat käytössä ja esillä kahvilassa.

Sosiaalinen media on tärkeä markkinointikanava pelikahvilalle, oma Facebook-tili, Twitter-tili ja Youtube -kanava, jota kautta voidaan päivittää reaaliajassa tietoa tarjouksista, tapahtumista, uusista tuotteista ja sesongeista. Youtube -kanavalle olisi tarkoitus laatia esittelyvideo kahvilasta ja jatkossa tehdä muitakin videoita pelikahvilaan liittyen. Myytäviä tuotteita ja palveluja esitellään yrityksen Internet-sivuilla ja Facebookissa, joista löytyy myös tarkempia tietoja tuotteista ja niiden hinnoista. Markkinointibudjetin puitteissa voidaan myös laatia lehti-mainoksia paikallisiin lehtiin.

4.7 Henkilöstösuunnitelma

Yrittäjät toimivat yrityksessä myös itse työntekijöinä, mutta pitkien aukiolojen vuoksi tarvitaan myös ulkopuolista työvoimaa sekä kahvila-, että pelipalvelujen pyörittämiseen. Tarkoitus on myös tehdä yhteistyötä paikallisten oppilaitosten kanssa, jonne tarjotaan työharjoittelupaikkoja opiskelijoille, joista osasta voi kehittyä hyviäkin työntekijöitä pitemmäksi aikaa. Yrittäjät tekevät päätökset yrityksen toiminnasta ja toimivat samalla esimiehinä kahvilatoiminnassa.

Halutun henkilöstön saamiseksi on panostettava rekrytointiprosessiin eli pyritään määrittelemään mahdollisimman tarkasti, millaisia henkilöitä yritykseen halutaan palkata. Rekrytointiprosessissa otetaan huomioon se, että ammattitai-

to ei muodostu pelkästään vankasta työkokemuksesta, vaan myös esimerkiksi vastavalmistuneella henkilöllä voi olla yrityksen tavoittelema osaaminen. Näiden tietojen pohjalta valitaan parhaat rekrytointikanavat, joilla haluttu hakijajoukko tavoitetaan.

Kaikilla henkilöstön jäsenillä on omat henkilökohtaiset tavoitteensa, joiden avulla työsuorituksia arvioidaan. Tämä on varmasti toiminnan alkuvaiheessa toimivin ja oikeudenmukaisin arviointimenetelmä. Näiden tavoitteiden saavuttamiseen perustuu myös palkitseminen. Henkilöstön kehittämisen menetelmiä ovat esimerkiksi henkilökohtaiset kehityssuunnitelmat, jotka jokainen henkilöstön jäsen tekee. Niiden avulla toimintaa voidaan kehittää niin, että se vastaa sekä henkilöstön että yrityksen tarpeita.

4.8 Taloussuunnitelma

Yrityksen kirjanpito ja muut taloushallinnon tehtävät on tarkoitus ulkoistaa paikalliselle tilitoimistolle, jonka myötä yrittäjät voivat keskittyä yrityksen muuhun toimintaan täydellä teholla. Yrityksen rahoitus tulisi koostumaan yrittäjien omista panostuksista, starttirahasta, Finnveralta haettavasta lainasta, joka on yleisesti noin 10 % koko lainantarpeesta, myös pankkilaina lisätään vielä kokonaispottiin, jolla tarkkojen laskelmien jälkeen pitäisi päästä liikkeelle.

Eryteisesti yrityksen alku- ja käynnistämisvaiheessa on tärkeää käyttää apuna kaikkea mahdollista neuvontaa, jota on tarjolla ilmaiseksi esimerkiksi Pohjois-Karjalan yrittäjät, vakuutusyhtiöt ja pankit, jotka mielellään neuvovat uutta yrittäjää pääsemään alkuun. Myös tutustumalla tai ottamalla yhteyttä jo toimiviin kahvilayrittäjiin voi saada myös vastauksia mieltä askarruttaviin kysymyksiin. Uuden yrityksen on hyvä varautua myös siihen, että toiminnan alussa riittävän myynnin saavuttaminen voi olla vaikeaa vielä 3-6 kuukauden ajan toiminnan käynnistämisestä, myös tämä on tärkeää ottaa huomioon rahoituslaskelmia tehdessä.

4.9 Riskien arviointi

Pelikahtilan toimintaan liittyy pääasiassa liike- ja vahinkoriskejä. Vahinkoriskejä ovat esimerkiksi tulipalo, vesivahinko, kalustevahinko, ryöstö, toiminnan keskeytyminen tai työtapaturma. Riskejä liiketoiminnalle ovat muun muassa laskusuhdanne, kilpailun koveneminen, tuotannon kustannusten nousu, virhe tuotteessa tai toiminnassa, lisäinvestoinnin tarve ja epäonnistunut markkinointi. Kysyntä voidaan arvioida väärin tai hintakilpailu karkaa aloittavalta yritykseltä väärälle tielle. Vahinko-riskkejä pyritään välttämään ohjeistamalla niin työntekijöitä, kuin sidosryhmiä turvalliseen toimintaan. Liiketoiminnan riskien välttäminen edellyttää yrittäjältä markkina- ja taloustilanteen aktiivista seuraamista ja aktiivista toimimista. Vahinkoriskeihin varaudutaan oikeanlaisilla vakuutuksilla ja henkilöstön koulutuksella.

Toiminta- ja kilpailuympäristön riskejä ovat muun muassa toimintaympäristön epävarmuus, joka näkyy liiketoiminnan vaikeana ennakoitavuutena ja kilpailukentän jatkuvana muutoksena sekä liikeideoiden lyhytikäisyytenä. Asiakkaiden kuluttajakäyttäytyminen voi myös muuttua nopeasti. On myös mahdollista, että liikeidean toteutus tai asiakassegmentointi epäonnistuu. Tällöin on epäonnistuttu mahdollisten asiakkaiden tarpeiden ymmärtämisessä. Siksi liikeidea ja segmentointi on analysoitava ja varmistettava ennen yrityksen toiminnan käynnistämistä.

Kaikkiin riskeihin ei pysty vaikuttamaan tai niitä ei voi estää. Useimmiten riskeihin pystyy kuitenkin varautumaan ja ennakolta laatimaan toimintasuunnitelman niiden koittaessa. Kirjalliset ja tarkat sopimukset, vakuutukset, yhteistyökumppaneiden hankinta ja verkostoituminen, asiakastyytyväisyys-kyselyt ja kehittämissuhteiden kartoittaminen asiakkailta ovat esimerkkejä mahdollisista toimenpiteistä. Riskejä voi ja kannattaakin pohtia jo liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä. SWOT-analyysi, talous- ja rahoitussuunnitelmat, liikeidean osa-alueiden huolellinen kehittäminen ovat apuna myös tulevaisuudessa. (Pk-rh.com 2012.)

Riskien välttämiseksi ehdottoman tärkeää on olla perillä oman alan kehityksestä ja ajankohtaisista asioista. On seurattava toimintaympäristöjen muutoksia ja mukautettava toimintaansa niiden mukaan. Käytännössä tämä hoidetaan esi-

merkiksi erilaisilla kuluttajatutkimuksilla ja ympäristöanalyseillä. Lisäksi yritys voi suunnitella vaihtoehtoisia skenaarioita ja tehdä toimintastrategiastaan joustavan. Säännöllisin väliajoin on hyvä myös pohtia omaa liiketoimintaansa, käydä läpi sen osa-alueet ja miettiä mahdollisia kehitys- ja muutostarpeita. Se mikä on hyväksi havaittu, on tarpeetonta muuttaa, mutta toisinaan esimerkiksi jonkin uuden tuotteen tai palvelun lanseeraus tai henkilöstömuutokset antavat kaivatua piristystä liiketoimelle. Ne myös saattavat omalta osaltaan ehkäistä tiettyjä riskejä kuten kysynnän laskua. (Pk-rh.com 2012.)

Ulkoinen ympäristö	Mahdollisia riskejä
Taloudellinen	lama, elintason lasku, verotus
Poliittinen	byrokratian lisääntyminen, epävakaa otot, turvallisuusuhat
Sosiaalinen	väestörakenteen, asenteiden ja kulutustottumusten negatiivinen kehittyminen
Teknologinen	liian nopea kehitys, kaiken uudistuminen vanhan ”kustannuksella”
Toimialan kehitys	negatiivinen kehityssuunta
Markkinat ja asiakkaat	segmentoinnin ja markkinoinnin epäonnistuminen → ei tavoiteta haluttua asiakaskuntaa
Kilpailu	ovatko omat tuotteet ja palvelut tarpeeksi kilpailukykyisiä, kilpailu kovenee
Yrityksen sisäiset tekijät	
Organisaatio ja henkilöstö	onko tarpeeksi osaavaa, kiire → loppuun palaminen, luottamusputa
Tuotanto	tuotteet ja palvelut eivät kohtaa kysyntää, kustannusten hallinnan vaikeus
Talous	kalliit investoinnit, velkaantuminen, kannattavuuden heikkeneminen, konkurssi

Kuvio 5. Riskien luokittelua. (Pk-rh.com 2012.)

5 Laskelmat

5.1 Investointi- ja Rahoituslaskelma

<u>Investointi- ja rahoituslaskelma</u>		Päiväys	21.01.2013
Laskelmaversio : Juhiz			
Laskelmaversio: Juhiz			
RAHAN TARVE			
INVESTOINNIT			
Aineettomat hyödykkeet	perustamismenot		75
	muut		
Koneet ja kalusto	atk		30000
	hankittavat tuotantovälineet		10000
	apporttisuus		0
	auto		
	kalusteet		10000
	puhelin/fax/internet asennuksineen		500
	kone- ja laiteasennukset		1000
	toimitilan kunnostus		2000
Liikeirtaimisto	toimistotarvikkeet		500
	muut laitteet		
Käyttöpääoma 3 kk	alkumainonta/esitteet		5000
Toimitilakulut	vuokra ja takuuvuokra		4500
Laittekulut	laitevuokrat/leasing		
Palkat	henkilöstökulut		10000
	yrittäjän oma toimeentulo		7000
Vaihto- ja	alkuvarasto		
Rahoitusomaisuus	Käyttöpääomavaraus/kassa		10000
RAHAN TARVE YHTEENSÄ			90575
RAHAN LÄHTEET			
Oma pääoma	osakepääoma		
	omat rahasisiöt		13000
	omat tuotantovälineet ja tarvikkeet		0
	muut		
Lainapääoma	osakslaina		
	pankkilaina		69575
	Finnveran laina		8000
	muut		
	lainat tavarantoimittajilta		
Muu rahoitus			
Erotus			0.00
RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ			90575

Kuvio 6. Investointi- ja rahoituslaskelma (Helsingin Uusyrityskeskus 2012.)

5.2 Kannattavuuslaskelma

<u>Kannattavuuslaskelma</u>		Laskelma-versio: Juhiz	Henkilön nimi: Juhiz	Päiväys	21.01.2013
Yritysmuoto:	<input type="text" value="Ky"/>	Yrittäjiä	2		
				Kuukaudessa	Vuodessa
=TAVOITETULOS (netto)				7000	84000.00
+ lainojen lyhennys	Laina-aika	10	v / määrä	451775	3765
= TULOT VEROJEN JÄLKEEN				10765	129178.00
+ verotus				-Infinity	%
=RAHOITUSTARVE				0	0
+ yrityslainojen korot			6.5	%	2447
A = KÄYTTÖKATE				2447	29365
+ Kiinteät kulut (ilman alv:ia)					
-YEL %	22.5	Vuositulo	84000	Ala%	25
-muut vakuutukset				1181	14175
-palkat				0	0.00
-palkkojen sivukustannukset				7000	84000.00
-toimitilakulut				0	0
-leasingmaksut				1700	20400
-viestintäkulut (puhelin, internet)				200	2400.00
-kirjanpito, tilintarkastus, veroilmoitus, jne.				150	1800
-toimistokulut				150	1800.00
-matka- ja autokulut, päivärahat					0.00
-markkinointi				2000	24000
-koulutus, kirjat, lehdet					0.00
-korjaukset ja ylläpito				1000	12000.00
työttömyyskassamaksu					0.00
-muut kulut					0.00
B = KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ				13381.00	160575.00
A+B = MYYNTIKATETARVE				15828.00	189936.00
+ ostot (ilman alv:tä)	Kate			% tai EUR	0.00
					0
LIKEVAIHTOTARVE				15828.00	189936
-muut nettotulot					0.00
+alv %				0	0
KOKONAISMYYNTI-/LASKUTUSTARVE				15828.00	189936.00
Valitsemalla sopivan vaihtoehdon, voit kartoittaa minimilaskutustavoitteesi, tai tuotteen hinta/määrä suhteen.					
				Veroton	Sis. alv
Kuukausilaskutustavoite	kk/v	<input type="text" value="12"/>		15828	15828
Päivälaskutustavoite	pv/kk	<input type="text" value="30"/>		528	528
Päivälaskenta (vain jos pv/kk valittuna yllä)					
Tuotteen/palvelun hintatavoite	kpl/pv	<input type="text"/>		0	0

Kuvio 7. Kannattavuuslaskelma (Helsingin Uusyrityskeskus 2012.)

5.3 Myyntilaskelma

Myyntilaskelma

Päiväys

21.01.2013

Laskelmaversio: Juhiz

Henkilön nimi: Juhiz

Tuotteen/ tuoteryhmän nimi	Tuote 1/ ryhmä		Tuote 2/ ryhmä		Tuote 3/ ryhmä		Tuote 4/ ryhmä		Tuote 5/ ryhmä		Tuote 6/ ryhmä		EUR/kk
	Kahvi, Tee, Kaakao	Virvoitusjuomat	Leivonnaiset	Peliäika	Lounas	Yksityistilaisuus	Ilman alv:ia						
	a hinta	3.00	a hinta	3.00	a hinta	3.00	a hinta	3.00	a hinta	8.00	a hinta	300.00	
	kulut	1.50	kulut	1.50	kulut	1.00	kulut	1.00	kulut	4.00	kulut	100.00	
	kate	1.50	kate	1.50	kate	2.00	kate	2.00	kate	4.00	kate	200.00	
Asiakas/as.ryhmä	kpl	Yhteensä	kpl	Yhteensä	kpl	Yhteensä	kpl	Yhteensä	kpl	Yhteensä	kpl	Yhteensä	Yhteensä
Kahvilan asiakkaat	800.00	2700.00	500.00	2250.00	000.00	2000.00	10.00	20.00	150.00	600.00	2.00	400.00	7970
Pelaajat	600.00	900.00	700.00	1050.00	400.00	800.00	700.00	1400.00	50.00	200.00	1.00	200.00	4550
Lounasruokailijat	300.00	450.00	200.00	300.00	100.00	200.00	0.00	0.00	400.00	1600.00	1.00	200.00	2750
Yritykset / yksityishenk...	4.00	6.00	3.00	4.50	2.00	4.00	10.00	20.00		0.00	3.00	600.00	635
		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	0
		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	0
		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	0
Myyntikate yhteensä		4056.00		3605.00		3004.00		1440.00		2400.00		1400.00	15905
										kk	Vuodessa		
Liikevaihto (ilman alv:ia):										28887	346644		
Kulut yhteensä:										-12982	-155790		
Myyntikate yhteensä:										15905	190854		
Kannattavuuslaskelman myyntikatetarve (kannattavuuslaskelmasta)										kk/v	12	15828	189936
Erotus (mahdollinen lisämyyntitarve):											77	918	

Kuvio 8. Myyntilaskelma (Helsingin Uusyrityskeskus 2012.)

6 Pohdinta

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli tehdä toimivia liiketoimintasuunnitelma aloittavalla pelikahvila yritykselle. Idea pelikahvilan perustamiseen lähti omien mielenkiinnonkohteiden kautta ja haluaisin tarjota Joensuulle uudenlaisen kahvilakonseptin, joka voisi tuoda muutosta perinteisen kahvilakulttuurin sekaan.

Liiketoimintasuunnitelman laskelmat perustuvat arvioihin, mitä ne mahdollisesti voisivat olla pelikahvilaa perustettaessa eli laskelmat ovat vain suuntaa antavia. Mikäli pelikahvilan perustaminen tulee ajankohtaiseksi, on liiketoimintasuunnitelman osa-alueita hyvä päivittää ajan tasalle. Esimerkiksi kilpailutilanne ja markkinat ovat voineet muuttua liiketoimintasuunnitelman tekoajankohdan jälkeen.

Opinnäytetyö prosessi sujui hyvin ja työtä oli mielekästä tehdä, koska aihe oli mieleinen ja itseä kiinnostava. Lopputulos oli mielestäni tyydyttävällä tasolla ja työ antoi itselleni uusia näkökulmia yrittäjyyteen ryhtymiseen ja läheisempää lähestymistä liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Itselläni ei ole aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä, joten teorian tietoon perehtyminen antoi myös hyviä näkökulmia yrittäjyydestä. Pelikahvilan perustaminen ei ole ykkösvaihtoehtoni heti valmistumisen jälkeen, mutta tämä opinnäytetyö antaa hyvän pohjan lähteä perustamaan pelikahvilaa mahdollisesti tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön aikana tutustuin myös jo Suomessa toimiviin pelikahviloihin/baareihin, joista esille nousivat Blackstorm Gaming Cafe Helsingistä ja Bar Launch Jyväskylästä. Koko opinnäytetyöprosessi oli itselleni myös oppimisprosessi, jossa pääsi käyttämään tutkinnon aikana opittuja taitoja. Opinnäytetyö oli ensimmäinen suurempi työ, jonka tuotin itsenäisesti, opintojen aikana suuremmat projektit suoritettiin lähinnä ryhmätöinä.

Lähteet

- Bar Launch 2012.
<http://www.barlaunch.fi/>, Haettu 24.11.2012.
- Blackstorm gaming café 2012.
<http://www.lan-cafe.fi/>, Haettu 25.11.2012.
- Deski.fi 2009.
http://www.deski.fi/page.php?page_id=10&tiedote_id=8541, Haettu 2.12.2012.
- Finnvera.fi, 2001.
www.finnvera.fi/content/download/1541/38111/file/ltasuunnitelmaru_nkoalkava.pdf, Haettu 26.9.2012.
- Flink, A.L., Reiman, T. & Hiltunen, M. 2007. Heikoin lenkki? Riskienhallinnan inhimilliset tekijät. Helsinki: Edita.
- Gutiérrez-Sorainen 2012.
<http://amgs.vapaavuoro.uusisuomi.fi/vapaa-aika/101532-kahvilakulttuuri-on-eurooppalaistunut>, Haettu 1.12.2012.
- Helsingin Uusyrityskeskus 2012.
<http://www.liiketoimintasuunnitelma.com>, Haettu 12.10.2012.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Inferno-online 2012.
<http://www.infernoonline.com/?cat=forstasidan&page=nyheter>, Haettu 13.12.2012.
- Jaatinen, S. 2006.
 Kahvilan pöydässä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Jokipii, M. 2012.
<http://barlaunch.blogspot.fi/2012/05/suomen-viimeinen-pelikahvila.html>, Haettu 11.9.2012
- Kallio, J. 2002. Pienyrityksen kehittymisen tiet. Jyväskylä: Gummerus Oy.
- Kommandiittiyhtiö 2012.
<http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/perustamistoimet/kommandiittiyhtiö/>, Haettu 1.12.2012
- Kinkki, S., & Isokangas, J. 2003. Yrityksen perustoiminnot. Helsinki: WSOY.
- Meretniemi, I, & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otava.
- Ojasalo, K., Moilanen, A. & Ritalahti, J. 2010. Kehittämistyön menetelmät, Helsinki: WSOYpro
- Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus Oy
- Pohjois-Karjalan Uusyrityskeskus 2012. Yritystoimintaa suunnittelevan työkirja 2012.
- Puustinen, T. 2006. Avain omaan yritykseen. Helsinki: Avain.
- Pk-rh.com, 2012.
<http://pk-rh.com/riskilajit/liikeriskit/liikeriskit-osa-liiketoimintaa.html>, Haettu 27.11.2012
- Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita.
- SEUL ry, 2012.
<http://seul.fi/esports/>, Haettu 29.10.2012

- Viitala, J. 2006. Yrittäjän taloushallinnon perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Viitala, R., & Jylhä, E. 2008. Liiketoimintaosaaminen – menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Vilkkä, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- YritysSuomi.fi, 2012.
http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku_Yrityksen_perustaminen&ppa=palp_Harkitseminen_ja_suunnittelu&aihe=1000003,
Haettu 2.10.2012.