



KONTISTA KAHVILAKSI

Artteli Shop Oy:n toiminnan kehittäminen
ja uuden kahvilan konseptisuunnittelu

TEKIJÄ: Niina Puranen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Työn tekijä Niina Puranen	
Työn nimi Kontista kahvilaksi - Artteli Shop Oy:n toiminnan kehittäminen ja uuden kahvilan konseptisuunnittelu	
Päiväys	28.4.2014
Sivumäärä/Liitteet	72 / 7
Ohjaaja Kristina Laitinen	
Toimeksiantaja Artteli Shop Oy	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Yrityksen strategia on nykyhetkessä tehtäviä päätöksiä sekä asetettuja tavoitteita. Strategia on yrityksen koko toiminnan perusta. Strategiatyöskentelyn päätehtävänä on varmistaa tavoitteiden saavuttaminen. Hyvin suunniteltu ja toteutettu strategia varmistaa yrityksen menestymisen tulevaisuudessa ja yrityksen strategian tulee olla kehityskelpoinen. Liiketoiminnan kehittäminen on yksi strategian kehittämisen erikoistapaus, jossa otetaan riskejä sekä tavoitellaan kasvua ja laajentamista. Uusi liiketoiminta on panostusta uusiin tuotteisiin samanaikaisesti panostaen myös uusiin asiakasryhmiin.</p> <p>Rautalammilla Pohjois-Savossa toimiva Artteli Shop Oy on monipuolinen lahjatavara-, sisustus-, vaate- sekä asuste-liike, jonka palveluvalikoimaan kuuluvat myös kukka- ja hautauspalvelut. Lisäksi Arttelissa toimii Postin palvelupiste. Arttelin yrittäjä on tehnyt strategisen päätöksen yrityksen toiminnan laajentamisesta kahvila-alalle. Kahvilatoiminta tukee Arttelin visiota ostosmatkailukohteena toimimisesta. Toiminnan kehittämisen myötä tarkoituksena on tarjota asiakkaille laadukkaita kahvilatuotteita mutkattomassa ja ystävällisessä ympäristössä. Kahvilan erityispiirteenä on sen toimiminen merikontissa.</p> <p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä Artteli Shop Oy:n uudelle kahvilalle konseptisuunnitelma, jonka avulla Artteli Shop Oy:n toiminnan kehittäminen on mahdollista. Tässä työssä konseptisuunnittelulla tarkoitetaan kahvilan kokonaisvaltaista suunnittelua, joka huomioi muun muassa kahvilan toimintaympäristön, liikeidean sekä palvelunlaadun. Toimintasuunnitelman laatimisessa tuli ottaa huomioon alaa tarkoin säätelevät lait sekä määräykset. Työn tekijän vastuulla oli ajantasaisen tiedon etsiminen kahvila-alalla toimimisesta ja sen siirtäminen käytännöksi konseptisuunnitelmaan. Toimeksiannon rajauksen mukaisesti työ ei käsittele tarkkoja kuvauksia tuotteista, tuotteiden hinnoittelua, yritystoiminnan kannattavuutta eikä omavalvontaa tai työvuorosuunnittelua.</p> <p>Työn keskeisinä käsitteinä ovat strategia ja strategiatyöskentely sekä yrityksen toiminnan laajentaminen ja konseptisuunnittelu. Työ etenee siten, että ensin käsitellään kunkin asiakokonaisuuden teoriatieto, jonka jälkeen kerrotaan, kuinka kyseinen asia toteutetaan Artteli Shop Oy:n Konttikahvilassa. Työn pääpaino on toiminnallisuudessa, joka ilmenee valmiina konseptisuunnitelmana sekä tekijän osallistumisena useisiin tapaamisiin yrittäjän ja yhteistyökumppaneiden kanssa.</p> <p>Työn tuloksena on Artteli Shop Oy:n uudelle kahvilalla valmis konseptisuunnitelma, joka aiotaan ottaa yrityksessä käyttöön lähes sellaisenaan.</p>	
Avainsanat Artteli Shop Oy, kahvilat, strategia, konseptisuunnittelu, Rautalampi	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author Niina Puranen			
Title of Thesis From container to café – Operational development and planning of a new café concept for Artteli Shop Ltd.			
Date	28.4.2014	Pages/Appendices	72 / 7
Supervisor Kristina Laitinen			
Client Organisation Artteli Shop Ltd.			
<p>Abstract</p> <p>The strategy of a company is decisions and goals that are made and set in the present. The strategy is the base of the whole company's operations. The main task in working with strategies is to ensure that the goals are achieved. Well planned and carried out strategy ensures a company's success in the future. A company's strategy needs to be developable. Business development is one special case in strategy development where chances are taken and growth and expansion are pursued. A new business needs to invest in both new products and new customer groups at the same time.</p> <p>In Rautalampi in North Savo region operates Artteli Shop Ltd. which is a versatile gift, decoration, garment and accessory shop whereby service selection also includes flower and funeral services. Artteli serves also as a postal sale outlet. The owner of Artteli has made a strategic decision to expand its business into the café industry. Café operation supports Artteli's vision to become a shopping destination. While developing the business at the same time, the idea is to offer high-quality café products to customers in an uncomplicated and friendly environment. The café's special characteristic is that it operates in a shipping container.</p> <p>The aim of this thesis, which has focused on functional aspects, was to create a concept for Artteli Shop Ltd.'s new café. The concept helps and makes it possible for Artteli Shop Ltd. to develop their operations. In this study, concept planning means the café's overall planning which takes into account, among other things café's operating environment, business idea and quality of service. When drawing up this plan of action it was necessary to take into account specific regulative laws and orders which control the branch. The author was responsible for finding up-to-date information about functioning in the café branch and transferring that information into practice as a concept plan. In order to remain into the frame of the commission this study doesn't concern precise product descriptions, pricing of products, cost-effectiveness of entrepreneurship or in-house control plan nor plan of working shifts.</p> <p>Key terms of this study are strategy and strategic management, expansion of company's operations and concept planning. This study first proceeds the concerned topic's theory and then to telling how that issue has been put into practice in Artteli Shop Ltd.'s Café Container. The weight of this thesis is on functionality which comes up in a new concept plan and the author's involvement in several meetings with the entrepreneur and with cooperation partners.</p> <p>As a result, this work is a ready concept plan for Artteli Shop Ltd.'s new café which is intended to be put into practice almost as it is.</p>			
Keywords Artteli Shop Ltd., cafés, strategy, concept planning, Rautalampi			

ESIPUHE

Arja-mummolle.

Sinä olet opettanut minua rakastamaan hyvää ruokaa sekä kokoamaan läheiset aterian äärelle.

Tämä opetus on johtanut minua eteenpäin ja ollut kantavana voimana läpi koko opinnäytetyöprosessini ajan. Toivottavasti hyvä ruoka sekä ystävien ja kylänmiesten läheisyys toteutuvat myös uudessa Konttikahvilassa.

Kuopiossa 28.4.2014

Niina Puranen, Matkailun koulutusohjelman restonomiopiskelija

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	7
1.1	Työn tavoite, lähtökohdat ja rajaukset	8
1.2	Artteli Shop Oy	10
1.2.1	Artteli Shop Oy:n perustaminen	10
1.2.2	Artteli tänään	11
1.3	Toiminnallinen opinnäytetyö	14
1.4	Konttikahvila-opinnäytetyön toteutus	15
2	STRATEGIA.....	17
2.1	Strategia on päätöksiä ja toimenpiteitä.....	17
2.2	Strategia on hengissä pysymisen ehto	18
2.3	Strategian tulee olla kehityskelpoinen.....	19
2.4	Strategiatyön vaiheet	20
3	KAHVILOIDEN HISTORIA JA KAHVILAT RAUTALAMMILLA.....	22
3.1	Kahvilassa käynnin motiivit ovat olleet samat kautta aikojen.....	22
3.2	Kahvilat Rautalammilla	23
4	KONTTIKAHVILAN TOIMINNAN ALOITTAMINEN	25
4.1	Kahvilakonseptin luominen	26
4.2	Toiminta-ajatus ja liikeidea	27
4.3	Strategia, toimintatapa ja arvot	32
4.4	Visiona on olla houkutteleva ostosmatkailukohde	35
4.5	Kahvilan asiakkaat	35
4.6	Konttikahvilan tuotteet	36
4.7	Kahvilan toimintaympäristönä toimivat Rautalampi ja merikontti	40
4.8	Arttelilla on vahva brändi.....	46
5	KAHVILATOIMINNAN ERITYISVAATIMUKSET	49
5.1	Kontti elintarvikehuoneistona.....	49
5.2	Konttikahvilan omavalvonta ja omavalvontasuunnitelma.....	58
5.3	Hygieniaoosaaminen ja hygieniapassi.....	59
5.4	Kahvilan aukioloajat	60
5.5	Konttikahvilassa noudatettava työehtosopimus	60
5.6	Anniskelu	61

5.7	Musiikin käyttö kahvilassa.....	61
5.8	Lemmikkieläimet Konttikahvilan asiakkaina	61
5.9	Työntekijöiden vaatetus Konttikahvilassa	62
6	POHDINTA.....	63
	LÄHTEET	66
	LIITE 1: TAUSTA-AINEISTOT.....	73
	LIITE 2: OPINNÄYTETYÖPALAVERIT JA -TAPAAMISET.....	74
	LIITE 3: OHJE ANNISKELUUN LAAJENTAMISELLE.....	76
	LIITE 4: OHJE TYÖVUORON TULIJALLE	78
	LIITE 5: TOIMEKSIANTAJAN ARVIO TOIMINNALLISESTA OPINNÄYTETYÖPROSESSISTA.....	79

1 JOHDANTO

Rautalampi on kunta keskellä kaunista Järvi-Suomea. Rautalammilla on vahva tekemisen henki niin kuntalaisten kuin yrittäjienkin keskuudessa. Pohjois-Savossa sijaitseva Rautalampi on kotipaikkakunta noin 3500 kuntalaiselle ja kesäaikaan kunnan asukasluku kaksinkertaistuu (Rautalammin kunnanhallitus 2014-01-20, §4). Vuonna 2012 Rautalammilla oli yritystoimipaikkoja 300 kappaletta (Tilastokeskus 2013).

Tekemisen hengestä kertovat useat tapahtumat, joiden joukosta moni muistaakin päällimmäisenä Pienois-Rautalammin. Kesällä 2013 Rautalampia markkinoitiin onnistuneesti *Rautalampi takaisin maailmankartalle!* –tapahtumalla. Tapahtuman myötä Pienois-Rautalampi eli Helsingin sykkeessä Kansalaistorilla yhteensä kuusi päivää. Tapahtumalla haluttiin moninkertaistaa Rautalammin nykyinen asukasluku ja samalla saada maaseutu jälleen vetovoimaiseksi. (Rautalampi takaisin maailman kartalle! 2013a; Rautalampi takaisin maailmankartalle -hanke ja Rautalammin kunta ja Video-Ville 2013.)

Tuota intoa ja me-henkeä on vaikea kuvailla, se vain huokuu ihmisistä ja heidän tekemisistään. Artteli Shop Oy on yksi kylän yrityksistä, johon mainittu tekemisen into on tarttunut ja tämän myötä yrittäjä on rohkaistunut tekemään päätöksen uudistumisesta. Artteli Shop Oy sijaitsee Rautalammilla ja Arttelin yrittäjä Reeta Lyytinen haluaa perustaa tasokkaan ja viihtyisän kahvilan. Kahvilan on suunniteltu toimivan ympärivuotisesti. Uudessa kahvilassa etusijalla ovat laadukas asiakaspalvelu, houkutteleva yleisilme sekä herkulliset kahvilatuotteet. Uuden kahvilan laatutavoitteena on olla palvelun, tuotteiden ja toimintaympäristönsä puolesta seutukuntansa paras.

Nykyisessä muodossaan Artteli on toiminut vuodesta 2006 lähtien. Pienenneessä emäpitäjässä toimiva Artteli Shop Oy on yksi kylän tärkeimmistä kauppapaikoista ja Artteli itse haluaakin ansaita paikkansa ostosmatkailukohteena. Yrittäjän mielestä uusi kahvila tukee kyseistä tavoitetta ja tekee Artteli Shop Oy:stä houkuttelevamman ja monipuolisemman käyntikohteen (Lyytinen 2013-10-31a). Työn aloittamishetkellä syksyllä 2013 Artteli Shop Oy:n tuotevalikoimaan kuuluivat lahjatavarat, vaatteet, asusteet sekä erilaiset kodin tuotteet. Arttelissa sijaitsee myös Postin palvelupiste. Lisäksi yrityksessä toimii kukkakauppa ja hautaustoimisto.

Uuden kahvilan erityispiirteenä on sen toimiminen merikontissa, joka on suunniteltu kahvilakäyttöön. Kontti tulee sijaitsemaan nykyisen Arttelin välittömässä läheisyydessä. Tämä opinnäytetyö käsittelee uuden kahvilan perustamista jo olemassa olevan yrityksen yhteyteen. Tässä opinnäytetyössä käsitellään kahvilan perustamistoimintoja laajennettaessa toimintaa kaupanalalta kahvila-alalle sekä listataan viranomaisten määräyksiä, jotka tulee ottaa laajentamisen yhteydessä huomioon. Konseptisuunnittelussa on yrittäjän toiveesta pidetty mielessä se, kuinka uusi toiminta-alue yrityksessä saadaan liitettyä jo olemassa olevaan toimintaan.

Uusi Konttikahvila tukee myös osaltaan Rautalammin tahtoa kehittyä monipuolistaen kylän palvelutarjontaa niin paikallisille, kesäasukkaille kuin matkailijoillekin. *Rautalampi takaisin maailmankartalle* -hankkeen myötä Rautalammissa on selvä tahtotila ja valmius ottaa vastaan uutta yritystoimintaa ja tukea jo olemassa olevaa. Mikäli asukaslukua halutaan kasvattaa, tulee kunnalla olla tarjottavaa mahdollisille uusille asukkaille.

1.1 Työn tavoite, lähtökohdat ja rajaukset

Opinnäytetyöni tavoitteena ja tehtävänä oli toimeksiannon mukaisesti luoda uudelle Konttikahvilalle kokonaisvaltainen suunnitelma, josta tässä työssä käytetään nimeä konseptisuunnitelma. Konseptisuunnitelma huomioi jo olemassa olevan yrityksen sekä kahvilan tulevan toimintaympäristön. Tässä työssä konseptisuunnitelmalla ja konseptoinnilla tarkoitetaan kahvilatoiminnan pääpiirteiden huomiointia aloittavan kahvilan näkökulmasta. Walkerin (2008, 60) sekä Katsigrisin ja Thomasin (2009, 4) mukaan ravitsemisalalla yrityksen konseptointi voidaan kuvata alla olevan kuvion (kuvio 1) osoittamalla tavalla. Katsigrisin ja Thomasin (2009, 4) mukaan konsepti koostuu useista osatekijöistä, joiden tulee tukea toinen toisiaan. Osien tulee olla yhteensopivia yrityksen kokonaisajatuksen ja ideologian kanssa sekä konseptin osien tulee tyydyttää valittua asiakassegmenttiä.

Tässä työssä käsitellään kuvion 1 osista laatu, palvelu, ruoka (eli tuote), sijainti sekä tunnelma. Lisäksi työssä käsitellään asiakassegmentointia sekä asiakaspalvelua Konttikahvilassa.



KUVIO 1. Kahvilatoiminta muodostuu konseptin ja markkinoiden ympärille (Walker 2008, 60.)

Työn tavoitteena oli yrittäjän toiveesta saada uusi Konttikahvila jatkamaan Artteli Shop Oy:n mukais- ta toimintamallia tarjoamalla laadukkaita tuotteita sekä palveluita (Lyytinen 2013-10-02b). Konsepti- suunnitelmaa voidaan käyttää oppaana toiminnan laajentamisessa. Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda laadukasta, havainnollistavaa ja selkeää materiaalia Artteli Shop Oy:n käyttöön tavalla, joka palvelee toimeksiantoa mahdollisimman hyvin.

Opinnäytetyöprosessissani toimin tiiviissä yhteistyössä Artteli Shop Oy:n yrittäjän Reeta Lyytisen kanssa. Toimeksiannossaan hän asetti tavoitteet opinnäytetyölleni sekä kertoi, mitä haluaa minun tekävän opinnäytetyössäni Konttikahvilan hyväksi. Opinnäytetyöni kehittää Artteli Shop Oy:n toiminta- uudelle osa-alueelle ja toimin työssäni kehittäjänä ja suunnittelijana. Restonomiopintoni antoivat työn aloittamiselle ja siitä suoriutumislle hyvät valmiudet.

Arttelin yrittäjä toivoo, että Artteli nähtäisiin ostosmatkailukohteena tulevaisuudessa. Yrittäjän mie- lestä ostosmatkailu on ajassa elämistä, tätä päivää. Hänen mukaansa yrityksen tulee kehittää toi- mintansa ja mennä eteenpäin. (Lyytinen 2014-01-08a.) Kahvilatoiminta lisää ostosmatkailukoh- teeksi kasvamisen mahdollisuutta, sillä syöminen ja juominen ovat ihmisten perustarpeita, joita mat- kailussa ei voida sivuuttaa.

Yrittäjällä on pitkä työkokemus oman yrityksen johtamisesta, joten yrittäjäksi ryhtymistä tässä opin- näytetyössä ei ollut tarpeen käsitellä. Yrittäjän kokemus antoi minulle opinnäytetyöprosessini mat- kan aikana opettavaisia näkökulmia ja enemmän syvyyttä työn aikana tapahtuneelle pohdinnalle. Eri- tyisen mielenkiintoiseksi opinnäytetyöprosessini teki tieto siitä, että valmis tuotokseni otettaisiin mahdollisesti käyttöön yrityksessä tulevaisuudessa ja tämä tieto varmistuikin helmikuussa 2014. Koska yrittäjänä toimiminen kiinnostaa minua, olin hyvin motivoitunut toimeksiannosta.

Haasteena toiminnan laajentumisessa on siirtyminen uudelle toimialalle, joka on erityisen säädelty. Arttelissa vuosina 2000-2001 toiminut pieni kahvila jätti jälkensä yrittäjään ja tämän myötä hänelle on jäänyt halu jatkaa tätä toimintaa. Opinnäytetyöprosessin aikana Rautalammin keskustassa ei ollut yksinomaan kahvilana toimivia yrityksiä. Tämä antoi mahdollisuuden uuden toiminnan suunnittelun aloittamiselle ja asiakkaiden löytymiselle. Huomioon tuli ottaa myös potentiaalisten asiakkaiden arki- käyttäytyminen. Jotta kahvila saavuttaisi mahdollisimman suuret asiakasvirrat, tulisi potentiaalisten asiakkaiden arkikäyttämisen muuttua niin, että kahvilassa käynti sopisi heidän aikatauluihinsa. Myös heidän asenteensa tulisi olla myönteinen kahvilassa ajan viettämisestä kohtaan. Asiakkaiden käy- tettävissä olevat voimavarat, kuten aika ja raha, käytetään usein välttämättömien tarpeiden tyydyt- tämiseen. Tällöin kahvila ei näyttäytyä asiakkaalle ensisijaisena kulutuskohteena. Kahvilayrittäjä ei henkilökohtaisesti voi vaikuttaa suoraan kenenkään ihmisen arkikäyttämiseen, mutta luomalla houkuttelevat ja viihtyisät puitteet ajanvietolle tässä voidaan onnistua.

Arttelissa tehdyn asiakaskyselyn mukaan (Manninen ja Puranen 2013) kahvilalle on kysyntää. Lop- puvuodesta 2013 toteutetussa kyselyssä kysyttiin asiakkailta ”Millaisia tuotteita tai palveluita toivoisit tulevaisuudessa Arttelista löytäväsi?”. Kysymykseen vastasi 49 vastaajaa, joista 24 oli sitä mieltä, et-

tä tulevaisuudessa Arttelista he toivoisivat löytävänsä kahvilapalveluita. Erityisesti asiakkaat toivoivat kotileivonnaisia ja tuoreita leivonnaisia.

Opinnäytetyön aihe on rajattu käsittelemään tiettyjä kokonaisuuksia, jotta opinnäytetyö on muodoltaan selkeä ja hallittu. Kannattavuuslaskelmat ja laajempi liiketoimintasuunnitelman laatiminen on jätetty yrittäjälle. Myös tarkempi hinnoittelu on yrittäjän päätäntävällässä. Toimeksiannon mukaisesti konseptoinnissa ei ollut tarkoituksena suunnitella ruokatuotteita tai sisustusta viimeistä piirtoa myöten, joten työ ei sisällä tarkkoja kuvauksia tuotteista, omavalvontasuunnitelmaa eikä työvuorosuunnittelua. Opinnäytetyö antaa yritykselle kahvilan konseptisuunnitelman sekä toimintamallit, joiden mukaan Konttikahvilassa voidaan toimia.

1.2 Artteli Shop Oy

1.2.1 Artteli Shop Oy:n perustaminen

Vuonna 1989 Rautalammille perustettiin käsityökeskus, joka oli yksi Kuopion Seudun Käsi- ja Taide-teollisuus Ry:n käsityökeskuksista. Käsityökeskus toimi Rautalammilla aina vuoteen 2000 asti. Käsityökeskuksen vastaavana neuvojana toiminut Reeta Lyytinen ja paikalliset käsityöläiset tunsivat yhteistyön keskenään sujuvan, mutta heidän ideansa eivät aina saaneet vastakaikua yhdistyksen puolelta. Paikallisella tuottajatorilla oli samoihin aikoihin pohdittu osuuskunnan perustamista, mutta heiltä puuttui vetäjä. Eri toimijoiden voimat koottiin yhteen tarpeiden pohjalta ja tammikuussa 2000 Osuuskunta Rautalammin Artteli perustettiin noin kymmenen hengen voimin. Reeta Lyytinen toimi osuuskunnan toimitusjohtajana ja vuoden 2000 toukokuussa avattiin Arttelin lahjatavarakauppa. Kesällä 2001 toiminta laajentui kattamaan myös paikkakunnan yrittäjäpostin. (Lyytinen 2006, 4; Lyytinen 2007, 5.)

Vuosina 2000-2001 Arttelissa oli pienimuotoista kahvilatoimintaa. Arttelin tiloissa oli tuolloin kolme kahvilan pöytää ja tarjolla oli paikallisen yrityksen valmistamia kahvileivonnaisia. Kun Artteli otti yrittäjäpostin toimintansa piiriin, tilat eivät riittäneet kahvilatoiminnan jatkamiseen. Kuitenkin edelleen yrityksen yhtiöjärjestyksessä on toimialana myös kahvilatoiminta. (Lyytinen 2014-01-08a; katso myös Kauppalehti 2014.)

Vuonna 2006 perustettiin Artteli Shop Oy, sillä toimijat kokivat, että osuuskuntatoiminnan aika oli ohi. Osuuskunta toimintamuotona koettiin raskaaksi siitä saatuihin hyötyihin nähden ja osuuskuntalaiset eivät olleet valmiita satsaamaan lisää toimintaan. Niinpä Lyytinen tarjoutui ostamaan liiketoiminnan. Vuodesta 2006 Reeta Lyytinen on toiminut Artteli Shop Oy:n pääomistajana sekä toimitusjohtajana. (Lyytinen 2006, 4-6.) Vuonna 2008 Artteli muutti nykyisiin liiketiloihinsa, jotka mahdollistivat toiminnan laajentamisen (Lyytinen 2014-04-01c).

1.2.2 Artteli tänään

Artteli Shop Oy (kuvat 1, 2 ja 3) on kehittynyt yrityksenä vuosien aikana. Yritys on kasvattanut tuotevalikoimaansa sekä henkilöstönsä lukumäärää ja tällä hetkellä Arttelissa työskentelee viisi työntekijää. Tuotevalikoimaan kuuluvat lahjatavarat, langat, vaatteet, asusteet, kukat sekä kodin tuotteet. Arttelissa toimii myös postin palvelupiste. Arttelin palveluvalikoimaan kuuluvat myös hautauspalvelut.



KUVA 1. Artteli Shop Oy sijaitsee Rautalammin pääraitin varrella (Arttelin kuvakokoelmat 2014.)

Artteli Shop Oy:n liikeidea on jaettu erilaisiin osakokonaisuuksiin, joita ovat tarve ja hyöty asiakkaalle, imago, asiakkaat ja asiakasryhmät sekä tuotteet ja palvelut. Artteli Shop Oy:n liikeideassa määritellään myös tapa toimia sekä eritellään voimavarat. (Lyytinen 2007, 10; Lyytinen 2014-01-21b.) Alla on tarkemmin kuvattu (kuvio 2) Artteli Shop Oy:n liikeideaa:

Tarve ja hyöty asiakkaalle

- Palveluiden säilyttäminen omalla paikkakunnalla
- Laadukkaat postipalvelut

Imago

- Hyvä ja ystävällinen palvelu
- Monipuoliset valikoimat
- Laadukkaat tuotteet

Asiakkaat ja asiakasryhmät

- Rautalampilaiset
- Mökkiläiset
- Matkailijat
- Käsityöharrastajat
- Liikelahja-asiakkaat

Tuotteet ja palvelut

- Sisustustuotteet
- Lahjatavarat
- Webshop
- Vaatetus
- Asusteet
- Kukat
- Hautauspalvelu
- Posti
- Langat
- Kodintuotteet
- Kahvila

Tapa toimia

- Asiakslähtöisyys
- Palveluhenkisyys
- Luotettavuus

Voimavarat

- Fyysiset: hyvä sijainti, vuokratila sekä kahvilakontti
- Henkiset: Osaava henkilökunta ja ammattitaito, kokemus, hyvä asenne, selkeä työnjako
- Taloudelliset: laina ja vaihto-omaisuus

KUVIO 2. Artteli Shop Oy:n liikeidea (Lyytinen 2007, 10; Lyytinen 2014-01-21b.)

Arttelin tuotevalikoima koostuu useista eri tuotemerkeistä. Arttelissa myytäviä vaatemerkkejä ovat Niccolei, Laurie ja Marimekko. Lahjatavara ja sisustuspuolen tuotemerkkejä ovat muun muassa Lapuan Kankurit sekä Sagaform. Arttelissa myydään myös Green Whalen koruja ja asusteita.



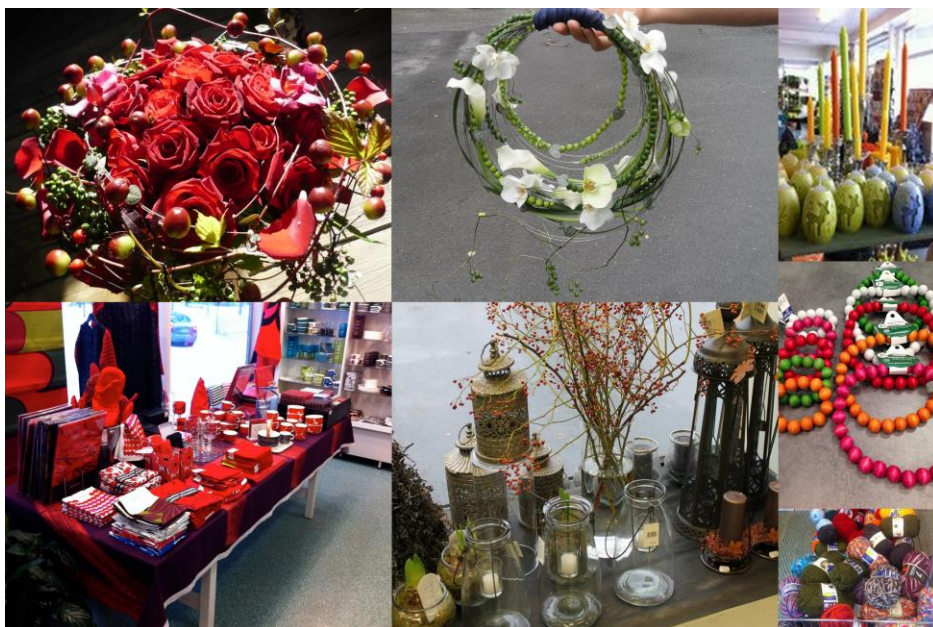
KUVA 2. Arttelissa toimitaan asiakaslähtöisesti (Arttelin kuvakokoelmat 2014.)



KUVA 3. Arttelin asiakasilta (Arttelin kuvakokoelmat 2014.)

Artteli on auki seitsemänä päivänä viikossa. Maanantaista perjantaihin liike on avoinna kello 9.00-17.00, lauantaisin kello 9.00-14.00 ja sunnuntaisin kello 11.00-15.00. (Artteli 2014a.) Lisäksi kesäisin Arttelin yhteydessä on toiminut jäätelökioski, joka kesäaikaan työllistää kolme osa-aikaista työntekijää. Artteli Shop Oy:n visio on olla houkutteleva ja seutukuntansa paras ostoskohde. (Lyytinen 2014-01-21b.)

Kuvasta 4 Kollaasi käy ilmi Arttelin tuote- ja palveluvalikoiman laajuus. Kuvakollaasi kertoo liikkeen omasta tyylistä. Kuvan katsominen ja liikkeen tunnelman havainnoiminen tukivat uuden toiminnan suunnittelua. Kollaasi muistutti muun muassa kahvilan lukemattomista sisustusmahdollisuuksista.



KUVA 4. Kollaasi Arttelin valikoimasta (Arttelin kuvakokoelmat 2014.)

1.3 Toiminnallinen opinnäytetyö

Opinnäytetyöni käyttää toiminnallisen opinnäytetyön mallia. Vuosien mittaan ammattikorkeakouluis- sa opinnäytetyöohjaajat ovat huomanneet, että toimeksiantajilla on tarve erilaisille työelämää kehittäville hankkeille ja tutkimuksille, joita ammattikorkeakouluopiskelijat voivat opinnäytetöinä laatia. Toiminnallisuus kiinnostaa opiskelijoita opinnäytetyössä. (Vilka ja Airaksinen 2003, 5.) Vilkan ja Airaksisen huomiot toteutuvat myös tässä opinnäytetyössä. Toiminnallisuus kiinnosti minua, sillä halusin, että tekemälläni työllä on konkreettisia tuloksia. Työn toiminnallisuus kävi ilmi jo toimeksiannossa.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä kehitetään uutta vanhan rinnalle. Teoria ja käytäntö tulisi saada yhdistettyä tukemaan toinen toisiaan. (Vilka ja Airaksinen 2003, 5.) Toiminnallisen opinnäytetyön malli sopii työlleni, sillä opinnäytetyön pääpaino on uuden kehittämisessä ja vanhan yhdistämisessä. Työssäni pyrin yhdistämään teorian ja käytännön saumattomaksi, oppimistani sekä Artteli Shop Oy:tä palvelevaksi kokonaisuudeksi. Toiminnallisuutta työssäni oli konseptin suunnittelun lisäksi yhteistyö toimijoiden välillä. Työni tekeminen vaati osallistumista useisiin palavereihin sekä suunnittelu- tapaamisiin. Olen ollut itsenäisesti vastuussa työni etenemisestä sekä useista yhteydenotoista eri toimijoihin, kuten kontin valmistajaan sekä viranomaisiin.

Toiminnalliselta opinnäytetyöltä odotetaan ammatillisen teoreettisen tiedon ja ammatillisen käytännön yhdistämistä. Opinnäytetyössä alan teoria ja käsitteet tulisi osata pukea käytännön ratkaisuksi, kehittämään oman alan ammattikulttuuria eteenpäin. (Vilka ja Airaksinen 2003, 42.) Edellä mainittu

kuvaus toiminnallisesta opinnäytetyöstä kiteyttää työni tavoitteen. Pyrin opinnäytetyössäni siihen, että vahva perusta ja tieto tulee teoriasta, jonka siirsin työssäni käytäntöön kahvila-alaa palvelevalla tavalla.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä teoria kannattaa rajata keskeisten käsitteiden käyttöön. Teoria ja määritellyt käsitteet muodostavat hyvän tietoperustan opinnäytetyölle sekä toimivat apuvälineinä. (Vilkkä ja Airaksinen 2003, 43.) Opinnäytetyöhöni valitsin teoreettiseksi näkökulmaksi tietyt käsitteet, jotka ovat tärkeitä ja palvelevat kokonaisuutta. Näitä ovat strategia, konseptointi, toiminnan laajentaminen sekä kahvilatoiminnan aloittaminen. Työssä oleellisena osana oli kuvata ravintola- ja kahvila-alaa yleisesti, sillä elintarvikkeiden kanssa toimiminen on hyvin säänneltyä ja alalla on useita ohjeita ja määräyksiä, joita tulee noudattaa.

1.4 Konttikahvila-opinnäytetyön toteutus

Työn edetessä pidimme palavereita ja erilaisia tapaamisia tarpeen vaatiessa. Ensimmäisissä palavereissa toimeksiantaja antoi minulle tietoja yrityksestä sekä erilaisia materiaaleja, jotta pystyin perehtymään yrityksen toimintaan. Materiaaleista ja tapaamisista sain tietoa siitä, mistä yritystoiminta on alkanut, miten toiminta on kehittynyt ja mihin toimintaa ollaan suuntaamassa. Tapaamisissa sain toimeksiantajalta suuntaviivoja kahvilan suunnitteluun. Hän kertoi mielipiteensä siitä, minkä tyyliä hän Arttelin kahvilan näkisi sekä mitä hän haluaa siirtää Arttelista kahvilaan ja mitä aivan uutta voisin suunnitella sinne. Opinnäytetyöprosessin aikana toimimme yhteistyössä toisiamme kuunnellen ja yhdessä ideoiden.

Tehtävänäni muun muassa oli ottaa itsenäisesti selvää Rautalammin rakennusmääräyksistä rakennustarkastajalta sekä elintarvikehuoneiston määräyksistä ympäristöterveystarkastajalta. Olen etsinyt tietoa kahvilan perustamisesta ja siirtänyt löytämäni käytännön tasolle konseptisuunnitelmassani. Lisäksi olen konseptoinnissa pitänyt mielessä sen, kuinka Arttelin brändi ja imago saataisiin siirrettyä kahvilaan. Olen työni aikana saanut laajan käsityksen Artteli Shop Oy:n toiminnasta sekä tuotevalikoimista. Liitteeseen 1 Tausta-aineistot olen koonnut kahvilan konseptisuunnittelussa apuna käyttämiäni tausta-aineistoja.

Alla olevassa kuviossa (kuvio 3) on kuvattu kyseisen toiminnallisen opinnäytetyöprosessin kulku. Tarkempi luettelo opinnäytetyöprosessini aikana pidetyistä palavereista löytyy liitteestä 2 Opinnäytetyöpalaverit ja -tapaamiset.

Syksyllä 2013 etsin aktiivisesti restonomiopinnoilleni opinnäytetyön aihetta. Puhuin aiheesta rautalampilaisen yrittäjän Reeta Lyytisen kanssa. Hän kertoi haaveestaan perustaa kahvila Artteli Shop Oy yrityksen yhteyteen.



Pohdimme yhdessä siitä, voisiko tarpeemme yhdistää. Päädyimme ratkaisuun, jossa opinnäytetyöni käsittelee kahvilan perustamista jo olemassa olevan yrityksen yhteyteen. Näin sain kiinnostavan opinnäytetyöaiheen ja Reeta Lyytinen sai vietyä toivettaan eteenpäin. Sovimme, että mahdollisesti kahvilan suunnitelma otettaisiin yrityksessä käyttöön kevään 2014 aikana.



Syyskuussa 2013 aloitin opinnäytetyöprosessini ja aloin hahmottelemaan aihettani yrittäjän tarpeiden sekä omien tarpeiden pohjalta. Syyskuun aikana perehdyin opinnäytetyöprosessin vaatimuksiin, etsin taustatietoja ja lähteitä työhöni sekä keskustelin toimeksiantajani kanssa tarkemmin toimeksiannosta. Esittelin opinnäytetyöni aihekuvauksen Savonia-ammattikorkeakoulun opinnäytetyöseminaarissa 3.10.2013, jota seurasi työsuunnitelma esitykseni 6.11.2013.



Syksyn ja talven 2013 sekä kevään 2014 aikana etsin lähteitä ja kirjoitin opinnäytetyötäni ahkerasti muiden opiskelujen ohella. Osallistuin useisiin palavereihin ja puhelinkeskusteluihin opinnäytetyötäni koskevista asioista. Tein työtäni itsenäisesti ja toimeksiantajan kanssa sovimme, että tasaisin väliajoin ilmoittaisin, kuinka työni on edistynyt. Aika ajoin palavereissa tarkistimme, tukiko suunnitelmani yrittäjän tavoitetta.



Koska Artteli Shop Oy:n liiketilat eivät mahdollistaneet kokonsa puolesta kahvilatoiminnan suunnittelua samaan liikerakennukseen, päädyttiin kahvila suunnittelemaan konttiin. Talvella 2013-2014 varmistui yhteistyö rautalampilaisen erikoiskontteja valmistavan yrityksen Oy Morehouse Ltd:n kanssa.



Helmikuussa 2014 yrittäjä varmisti päätöksensä aloittaa kahvilatoiminta kesälle 2014. Helmikuussa näimme ensimmäiset kahvilakontin pohjukuvat.



Maaliskuussa 2014 aloitettiin tuotevalikoiman, tilojen ja laitehankintojen suunnittelu ja toteutus, jolloin yhteistyö tiivistyi. Tätä työtä jatkettiin huhtikuussa. Toiminnallisen työn ohella viimeistelin opinnäytetyöraporttiani.



Opinnäytetyöni valmistui huhtikuun 2014 lopulla ja esitin valmiin työni Savonia-ammattikorkeakoulun opinnäytetyöseminaarissa 5.5.2014.

KUVIO 3. Opinnäytetyöprosessin kulku.

2 STRATEGIA

2.1 Strategia on päätöksiä ja toimenpiteitä

Strategia sana tulee kreikankielisestä sanasta stratigos, joka tarkoittaa kenraalia. Antiikin ajalla Ateenassa valittiin vuosittain kymmenen strategia, jotka yhdessä muodostivat Ateenan strategisen kollegion. Strategien tavoitteet olivat poliittisia vastustajaa vastaan ja strategit käyttivät apunaan oppia sotilaallisten ja muiden valtakeinojen käytöstä. Muina tavoitteina olivat pyrkimys säilyttää rauha, puolueettomuus ja valtasuhteet. (Karlöf 2004, 19.) Myös suuret sotapäälliköt ovat tuhansia vuosia sitten käyttäneet strategiaa oppina sodan voittamisesta. Silti 2000-luvulla käytettävät strategia-teoriat ja opit strategisesta johtamisesta ja kehittämisestä ovat varsin uusia ja syntyneet 50 viimeisen vuoden aikana. (Kamensky 2010, 13.)

Strategia on hyvin laaja-alainen käsite, joten termin yhdenlainen määrittely on mahdotonta (Kamensky 2010, 18). Usein nähdään, että strategiassa on kyse pyrkimyksistä ja tavoitteista sekä niitä kohti etenemisestä. Strategia on nykyhetkessä tehtäviä päätöksiä ja toimenpiteitä, jotka varmistavat tulevan menestyksen ja mahdollisuuksien hyödyntämisen. Strategiassa on kyse pitkäjänteisestä ja kokonaisvaltaisesta liikemiestäidosta. (Karlöf 2004, 19.) Strategia käsittää organisaation tahtotilan, sen päämäärät ja keskeiset toiminnan vaatimat valinnat. Toimintaan liittyvät valinnat voivat koskea asiakkaita, tuotteita tai kanavia, arvostrategiaa sekä ansaintalogiikkaa. Strategia sisältää päätöksiä ja toimenpiteitä, jotka liittyvät strategisten voimavarojen hankintaan, kehittämiseen tai muuttamiseen. Strategia on erilaisia keinoja, joilla halutut päämäärät ja tahtotila saavutetaan. Organisaation strategiassa kerrotaan, minne halutaan mennä ja miten tämä tila saavutetaan. (Hannus 2004, 9-10.)

Strategiatyö on tärkeää osata pitää erillään jokapäiväisestä toiminnasta, johon sisältyvät nopeat päätökset ja akuutit ongelmat. Kun organisaatiossa kiinnitetään huomiota kysymyksiin mitä ja miten, työskennellään sekä strategian sisällön että prosessin parissa. (Karlöf 2004, 19; Hannus 2004, 10.) Strategia on yksi johtamisen osa-alue (Karlöf 2004, 20).

Arttelin yrittäjä on tehnyt strategisen valinnan päättäessään laajentaa yritystään kahvilatoimintaan. Hän on nähnyt yrityksen sijaintipaikkakunnalla tarpeen kahvilalle. Uusi toiminta kehittää yritystä ja vie sitä eteenpäin uudelle toimialalle. Kahvila laajentaa asiakaskuntaa sekä palveluvalikoimaa. Tavoitteena on myös parantaa yrityksen kannattavuutta. Edellä mainitut päätökset ovat vastauksia kysymykseen mitä.

Seuraavaksi nousee esille kysymys miten. Artteli liike on tuotevalikoimaltaan runsas ja houkutteleva. Koska Konttikahvila toimii Arttelin yhteydessä, halutaan toimintojen saavan tukea toisiltaan. Siksi Konttikahvilan tuotevalikoiman tulee olla yhtä laadukasta ja yllättävää, kuin Arttelin muidenkin tuotteiden. Siis jotakin hyvin maistuvaa ja kaunista. Myöskään palvelun laatua, jonka tulee olla hyvin ystävällistä ja kohteliasta, ei tule unohtaa. Vastauksena kysymykseen miten, voidaan siis vastata: kahvilaksi muutetussa kontissa, maistuvin kahvilaherkuin ja jäätelöannoksin asiakasta iloisesti palvellen.

Strategiatyössä hankaluutena on usein suunnittelun ja käytännön yhdistäminen. Strategia tulisi saada toimivaksi kokonaisuudeksi, joka ei jäisi vain yrityksen johdon suunnitelmaksi, vaan myös työntekijät ymmärtäisivät strategian, toteuttaisivat sitä ja käsittäisivät sen merkityksen. Strategiatyöskentelyn tulisi olla ammattitaitoa siinä missä kokonaislaatu, nopeat toimitusajat tai asiakaspalvelu. (Kamensky 2010, 14-16.) Strategian sisällössä on kyse toimialakohtaisista tiedoista sekä alaan liittyvästä osaamisesta. Strategian toteuttamisen kannalta on tärkeää, että sisältö on laadukasta ja organisaatioon juurrutettua. Strategian heikko laatu ja sen juurruttamattomuus johtuvat siitä, että sisältö on muotoutunut ilman oppimista ja prosessia. (Karlöf 2004, 24.)

Konttikahvilan toimintastrategia tulee saada työntekijöiden tietoon. Toimintamallit on juurrutettava yritykseen, jotta Konttikahvilan strategiaa todella toteutetaan, eikä se jää vain yrittäjän haaveeksi. Asiakkaan on tunnettava kahvilassa käydessään, että hänet huomioidaan ja hänen tarpeistaan välitetään. Strategia tulisi osata juurruttaa henkilökuntaan jo perehdyttämisvaiheessa. Konttikahvilan suunnitteluvaiheessa Arttelin nykyiset työntekijät ovat saaneet tuoda esille omia näkemyksiään siitä, millaisia tuotteita ja palveluita uudessa kahvilassa voisi olla tarjolla. Konttikahvilan toimintastrategiaa kuvaavat hyvin sanat paikallinen, houkuttava, maistuva, yllättävä ja iloinen.

2.2 Strategia on hengissä pysymisen ehto

Pohjimmainen syy strategian tarpeelle on kilpailu. Strategia on välttämätön ehto hengissä pysymiselle. Yrityksen on pystyttävä toimimaan sekä selviytymään kilpailutilanteessa ja erotuttava kilpailijoista. Vaikka yritys ei kokisi olevansa kilpailutilanteessa, ei strategiaa pidä vähätellä. Kilpailua ei aina tunnusteta oikealla tavalla tai kilpailijoiksi mielletään vain vastaavanlaisten tuotteiden tai palveluiden tarjoajat. Liiallisen nykyhetken tarrautumisen sijasta yrityksen tulisi osata ajatella tarpeiden näkökulmasta tulevaisuuteen, korvaaviin ja vaihtoehtoihin tapoihin tyydyttää asiakkaiden tarpeita. Strategia auttaa siirtämään huomion oikeisiin tarpeisiin ja asiakkaisiin sekä huomaamaan tarvittavat muutokset ja tehostamaan resurssien käyttöä ja kohdentamista. (Kamensky 2010, 16-17.)

Rautalampi on toimintaympäristönä verrattain pieni, mikäli sen kokoa ajatellaan asukasluokana ja siitä laskettuina potentiaalisina asiakkaina. Siksi strategia toiminnan ohjaamisessa on ensiarvoisen tärkeää. Kilpailua käydään lounasravintoloiden sekä viihderavintolan kanssa, jotka tarjoavat myös kahvia päiväaikaan. Myös Rautalammilla toimiva huoltoasema on huomioitava kahvilan kilpailijana, sillä se on paikkakunnalla merkittävä aamu- ja päiväkahvien tarjoaja. Lisäksi Rautalammilla kahvia myyvät paikalliset kioskit ja grilli sekä kauempana ysitien varressa sijaitsevat taukopaikat. Kioskit ja grilli eivät kilpaile tyydyttäkseen samojen asiakkaiden tarpeita. Ysitien varressa, kuitenkin Rautalammin rajojen sisäpuolella, on kaksi kahvia tarjoavaa yritystä, jotka toimivat pysähtymispaikkoina autoilijoille. Näihin paikkoihin on Rautalammin keskustasta noin puolen tunnin ajomatka. Myöskään nämä yritykset eivät toimi varsinaisina kilpailijoina, sillä ne sijaitsevat kaukana Rautalammin keskustasta, Konttikahvilan toimintaympäristöstä.

Edellä mainittuja yrityksiä ei tule väheksyä kilpailijoina, mutta tulee muistaa, että Konttikahvila ei suoranaisesti kilpaile aivan samoista asiakkaiden tarpeista samaan kellonaikaan. Silti kilpailua tulee

olemaan Rautalammin pienehkön toimintaympäristön vuoksi, sillä potentiaalisia asiakkaita sekä uusia asiakasvirtoja ei ole loputtomiin.

Kilpailua käydään myös asiakkaiden vapaa-ajasta. Konttikahvilalla on kilpailussa hyvä asema, sillä Rautalammillä ei ole esimerkiksi elokuvateatteria tai suuria kauppakeskuksia, jotka voisivat tarjota potentiaalisille asiakkaille viihdettä vapaa-aikaan. Toisaalta kyseiset palvelut löytyvät lähikunnista ja ihmiset ovat valmiita liikkumaan palveluiden perässä. Konttikahvilan strategian ja toiminnan tulee olla niin houkuttelevaa, että asiakkaat haluavat tulla viettämään aikaa ja tapaamaan ystäviään kahvilaan.

2.3 Strategian tulee olla kehityskelpoinen

Aika ajoin yrityksen tulisi miettiä, onko sillä jo riittävän laadukas strategia, joka on kehityskelpoinen ja jota voi hallinnoida, vai tulisiko tilalle laatia aivan uusi strategia. Strategiatyön tavoitteena on työn jatkuvuus, yhtämittainen prosessi eikä vain satunnaisuus. Organisaatioista löytyy usein julkilausuttuja ja julkilausumattomia strategioita. Näitä strategioita tulisi tulkita, kuvailla ja välittää tiedoksi, jotta toiminta organisaatiossa lisääntyisi. Joskus visiota kohti pääseminen vaatii strategian muokkaamista sekä uusien reittien etsimistä. (Karlöf 2004, 26.)

Konttikahvilaa perustettaessa tulee Arttelin strategiaa tarkastella uusiutuvassa ympäristössä ja miettiä, miten strategiaa tulee muuttaa, jotta se mahdollistaa uuden kahvilatoiminnan muun yritystoiminnan yhteyteen. Strategian sisältö tulee tarkistaa ja miettiä vastukset kysymyksiin mitä ja miten. Kahvilan perustamisvaiheessa visio toiminnasta tulisi yhdistää strategiaan uudeksi kokonaisuudeksi. Strategian laatu ja ajanmukaisuus tulee tarkistaa samalla.

Organisaation kasvu on arvokasta, sillä se houkuttelee puoleensa uusia työntekijöitä, asiakkaita sekä pääomaa. Uudet työntekijät tuovat yritykseen uutta osaamista ja yritys, joka ei kasva voi menettää päteviä työntekijöitä dynaamisemmille työympäristöille. Kasvu näkyy jossakin seuraavista muodoista kasvattaen myyntiä sekä kannattavuutta (Karlöf 2004,27.):

1. Markkinaosuuden kasvu
2. Uudet asiakasryhmät
3. Uudet maantieteelliset alueet
4. Uudet tuotteet

(Karlöf 2004, 27.)

Liiketoiminnan kehittäminen on yksi strategian kehittämisen erikoistapaus. Liiketoiminnan kehittämisessä otetaan liiketoiminnallisia riskejä sekä pyritään kasvuun ja laajentamiseen. Uusi liiketoiminta on panostusta uusiin tuotteisiin samanaikaisesti panostaen myös uusiin asiakasryhmiin. (Karlöf 2004, 27-28.)

Artteli Shop Oy:n tapauksessa on nimenomaan kyse strategian kehittämisen erikoistapauksesta. Kahvilatoiminnan aloittaminen on riski, jolla pyritään kasvuun ja laajentumiseen. Kahvilatoiminnassa panostetaan uusiin tuotteisiin ja palveluihin entisille ja mahdollisesti uusillekin asiakasryhmille. Konttikahvila jo sinänsä lisää henkilöstön lukumäärää, houkuttelee uutta työvoimaa ja kasvattaa henkilöstön osaamista. Artteli Shop Oy käyttää laajentumisstrategiaa.

Strategiset pyrkimykset viittaavat niihin tärkeisiin kysymyksiin, joihin yrityksessä tulisi etsiä vastauksia reaaliajassa, jotta tuleva menestys olisi turvattu. Strategisten pyrkimysten käsittelyssä osa aiheista käsitellään loppuun ja näin niiden tilalle strategisten pyrkimysten luetteloon tulee uusia pyrkimyksiä. Strategiatyön ensimmäinen vaihe on strategisten pyrkimysten määrittäminen. Näitä laadittuja pyrkimyksiä seurataan, muokataan ja uudistetaan organisaatiossa. Ratkaisevaa on sanoista siirtymien tekoihin, joka on strategiatyön toinen vaihe. (Karlöf 2004, 26.) Yrityksen visio tai tavoitetaso sekä liikeidea ja strategia antavat lähtökohdat liiketoiminnan nykytilanteen ymmärtämiselle (Karlöf 2004, 28).

Arttelin strategisena pyrkimyksenä on ollut kahvilatoimintaan laajentaminen. Toiminnan aloittamis päätöksen ja tämän opinnäytetyön myötä ollaan siirrytty sanoista tekoihin. Kun päätös toiminnan laajentamisesta on tehty, voidaan keskittyä Konttikahvilan strategisiin pyrkimyksiin. Strategisina pyrkimyksinä Konttikahvilassa voidaan ajatella olevan kysymykset, kuinka tavoittaa toiminnan alkaessa kaikki potentiaaliset asiakkaat? Kuinka olla seutukuntansa paras? Kuinka taata asiakkaille, että tuotteet ovat suurimmaksi osaksi paikallisia sekä aina tuoreita? Kuinka toimintatapa saadaan juurrutettua työntekijöihin, jotta he toiminnallaan edistävät kahvilaa pyrkimyksissään?

2.4 Strategiatyön vaiheet

Strategiatyöllä on seuraavat kuusi vaihetta:

1. Edellytykset, menneisyys ja nykytilanne
2. Tulevaisuus ja mahdollisuudet
3. Tietoperusta ja oletukset
4. Strategiset pyrkimykset ja päätökset
5. Aktivointi ja muutokset
6. Seuranta ja jatkuvuus

(Karlöf 2004, 34.)

Strategiatyön ensimmäisessä vaiheessa tehdään katsaus organisaation menneisyyteen ja nykytilanteeseen. Toisessa vaiheessa määritellään organisaation tavoitetaso ja toimintavaihtoehdot. Kolmannessa vaiheessa ovat tietoperusta sekä oletukset, josta siirrytään neljänteen vaiheeseen eli strategiaan pyrkimyksiin ja päätöksiin. Viidennessä vaiheessa pureudutaan viestintään, ymmärtämiseen ja toimenpiteisiin. Kuudennessa vaiheessa pidetään aktiivista strategiatyötä jatkuvana. (Karlöf 2004, 34.)

Yrittäjä on itse huomionnut kahvilatoiminnan aloittamispäätöksessään yrityksensä edellytykset kahvilatoiminnalle. Hän on toiminut yrittäjänä pitkään, joten hän tuntee yrityksensä menneisyyden ja nykytilan sekä osaa kartoittaa tulevaisuutta ja sen mukanaan tuomia mahdollisuuksia. Organisaation strategisena tavoitteena on laajentua sekä saada uusia asiakkaita tarjoamalla uusia tuotteita ja palveluita. Päätös kahvilatoiminnan aloittamisesta on tehty, joten nyt tulee vain siirtyä konkreettisiin toimenpiteisiin, jotka mahdollistavat toiminnan aloittamisen. Edellä olevan listauksen mukaisesti Arteli Shop Oy on strategiatyön vaiheessa 5 eli Aktivointi ja muutokset. Seuraava vaihe eli 6 Seuranta ja jatkuvuus voidaan aloittaa toiminnan aloittamisen myötä.

3 KAHVILOIDEN HISTORIA JA KAHVILAT RAUTALAMMILLA

3.1 Kahvilassa käynnin motiivit ovat olleet samat kautta aikojen

Kahvilat ovat kautta aikojen olleet erityisen tärkeässä kulttuurisessa merkityksessä. Kahvila luo Rautalammille uudenlaisen sosiaalisen ympäristön ja kahvilan tavoitteena onkin näyttäytyä asiakkaille paikkana, johon voi tulla tapaamaan ystäviä ja viettämään aikaa mukavissa puitteissa. Sosiaalisten tarpeiden lisäksi kahvila tyydyttää myös ihmisen fyysisiä tarpeita eli ravitsemuksellisia tarpeita. Lisäksi jotkut ihmiset haluavat tulla nähdyiksi ja pidetyiksi, joten kahvila tyydyttää myös tätä tarvetta. (Vertaa esimerkiksi Maslow'n tarvehierarkia).

Kahvin matka ylimystön herkusta maailmanlaajuiseksi nautintoaineeksi on ollut pitkä. Kahvilatoiminnan juuret ovat syvällä historiassa ja johtavat aina Mekkaan ja vuoteen 1511 asti, josta löytyvät ensimmäiset todisteet kahvilasta. Kaupungissa oli tuohon aikaan islaminuskaisia, joiden keskuudessa alkoholin nauttiminen oli paheksuttavaa. Tämän vuoksi kahvinjuonti ja kahvihuoneissa käynti sai sijaa, mikä edesauttoi kahvinjuonnin yleistymistä. Jo näistä ajoista lähtien kahvilassa kävijöillä on ollut sosiaalinen motiivi, sillä kahviloissa käydessään miehet tapasivat toisiaan ja pitivät yllä seuraelämänsä. Kahvilassa käynti oli luvallista ja hyväksyttävää verrattuna kapakoissa käyntiin, joka oli syntistä toimintaa. Kunnollisia ravintoloita ei tuohon aikaan vielä ollut olemassa. Kahvi levittäytyi koko maailman tietoisuuteen kahviloiden avulla. (Jaatinen 2006, 13.)

Eurooppalaisen mittapuun mukaan kahvi rantautui Suomeen melko myöhään (Jaatinen 2006, 9). Suomeen ensimmäisten kahviloiden oletetaan avautuneen 1700-luvun puolivälissä. Suomen ensimmäiset kahvilat sijaitsivat Turussa, joka tuohon aikaan oli Suomen pääkaupunki. Kahviloissa vaikutusvaltaiset miehet tapasivat toisiaan aamupäivisin. Turusta kahvilat löysivät tiensä myös Helsinkiin. (Jaatinen 2006, 24.)

Vaikka kahvilat tarjoavat mahdollisuuden toisten ihmisen tapaamiselle ja yhdessäololle, ei tule unohtaa, että kahviloissa käynnin syy on myös makunautintojen etsiminen. Venetsialaiset toivat 1600-luvun lopulla yhteen saman katon alle sekä kahvin että leivonnaiset (Jaatinen 2006, 26). Kahviloiden toimintaan on vaikuttanut Suomessa ajan kuluessa muun muassa sota, säännöstely ja muut määräykset (Jaatinen 2006, 40).

Laadukkaat ja herkulliset kahvilatuotteet pyrkivät houkuttelemaan herkkusuita myös Konttikahvilaan. Kahvilassa tarjottavissa tuotteissa panostetaan maun lisäksi tuotteen tuoreuteen sekä houkuttelevaan ulkonäköön. Esillepanoon kiinnitetty huomio pitää osaltaan myös tuotteen koostumuksen sekä maun kunnossa.

2000-luvun suomalaiset ovat kovia kuluttamaan kahvia maailmanlaajuisessakin mittaluokassa. Tämä ei kuitenkaan näy kahvilakävijöiden määrässä. Suomalaiset kahvilat ja juomatottumukset muuttuvat hyvin varovaisesti ja olemassa olevat kahvilat eivät useinkaan loista tyylikkyydellään. Kahvilan tär-

keimpänä tehtävänä on tarjota kuppi kuumaa, olimmepa missä vain. Suomalaiset menevät kahvilaan hengähtämään. (Jaatinen 2006, 9.)

Ravintoloissa vietetty aika on hitaasti, mutta tasaisesti vähentynyt kolmenkymmenen vuoden ajan. Tämä kehitys on nähtävillä koko maassa. Syitä ajanvieton vähenemiseen ravintoloissa voidaan etsiä muun muassa väestön ikärakenteen muuttumisesta. Tällä hetkellä eniten aikaa ravintoloissa, kahviloissa ja pubeissa viettävät nuoret alle 45-vuotiaat henkilöt, jotka asuvat yksin. Alle 45-vuotiaat viettävät aikaa edellä mainituissa paikoissa niin viikolla kuin viikonloppunakin. Viikonloppuisin ravintoloissa, kahviloissa sekä pubeissa aikaa viettävät myös nuoret lapsettomat parit sekä yksinhuoltajat. Yli 45-vuotiaat pariskunnat viettävät vähiten aikaa ravintoloissa, kahviloissa ja pubeissa. (Varjonen ja Peltoniemi 2012, 37-38.)

Syitä kahvilassa vietetyn ajan vähenemiseen on edellä mainitun lisäksi monia muita. Näitä syitä voivat olla muut virikkeet ja vapaa-ajan harrastukset sekä ajan ja rahan käyttö muuhun kuin ravitsemukseen. Konttikahvila haluaa olla suunnannäyttäjä toiminta-alueellaan siinä, että kahvilassa käynti voi tarjota päivään pienen elämyksen. Kahvila voi olla muutakin kuin kuppi kuumaa. Konttikahvila haluaa konseptointinsa avulla profiloitua mielenkiintoiseksi ja uniikiksi herkutteluympäristöksi, jossa voi tarpeen vaatiessa rentoutua, mutta joka tarjoaa myös virikkeitä kävijöilleen. Tunnelma halutaan pitää mutkattomana ja ystävällisenä. Konttikahvila haluaa luoda kaiken ikäisille asiakkaille puitteet ja mahdollisuuden ajan viettämiseen energisoivassa ympäristössä. Konttikahvilan tavoitteena on kahvilakulttuurin uudistaminen toimintapaikkakunnallaan.

3.2 Kahvilat Rautalammilla

Rautalammin kunta perustettiin vuonna 1561 (Niemelä 2010, 307). Tuolloin Rautalammin suurpitäjä muuttui itsenäiseksi kunnaksi. Vuoden 2012 lopussa Rautalammin väkiluku oli 3444 asukasta (Tilastokeskus 2013). Kunnan historian aikana Rautalampi on tarjonnut toimintaympäristön useille erilaisille kahvila- ja ravintola-alan yrityksille. Rautalammilla pisimpään toiminut ja mainetta niittänyt Lehtosen kahvila aloitti toimintansa vuonna 1898. Samaan aikaan kahvilapalveluita tarjosi myös Lotta-Kahvila sekä osuusliikkeiden kahvilat vuodesta 1935 alkaen. (Annala 2010, 79-80.) Pulliaisen kahvilan tiedetään toimineen keskusraitin varrella ennen talvisotaa (Pakkanen ja Koukkari 2012). Kahvilaajasta Rautalammilla siirryttiin baariaikakauteen vuoden 1965 jälkeen. Tuolloin Lehtosen kahvila sekä osuusliikkeiden kahvilat muuttuivat baareiksi. Lisäksi Rautalammille perustettiin useita muita ravitsemisliikkeitä vuodesta 1965 aina 1990-luvun alkuun saakka. (Annala 2010, 79-80.)

Työn aloittamishetkellä Rautalammin keskustassa ei ole yhtään ympärivuotisesti toimivaa kahvilaa tai yritystä, jonka päätuotteena olisivat kahvilatuotteet ja pääasiallisina asiakkaina kahvila-asiakkaat. Tästä voidaan päätellä, että Rautalammilla on selvä tarve tasokkaalle kahvilalle. Rautalammin keskustassa on kolme lounasta tarjoavaa ravintolaa, sekä ravintola, jossa asiakas voi tilata päivä- ja iltapäivä-aikaan ruokaa listalta. Näistä ravintoloista asiakas voi ostaa myös kahvia. Tärkeänä kahvipaikkana toimii myös paikallisen huoltoaseman kahvio. Lisäksi kahvia voi ostaa paikallisilta kioskeilta, grilliltä sekä taukopaikoilta.

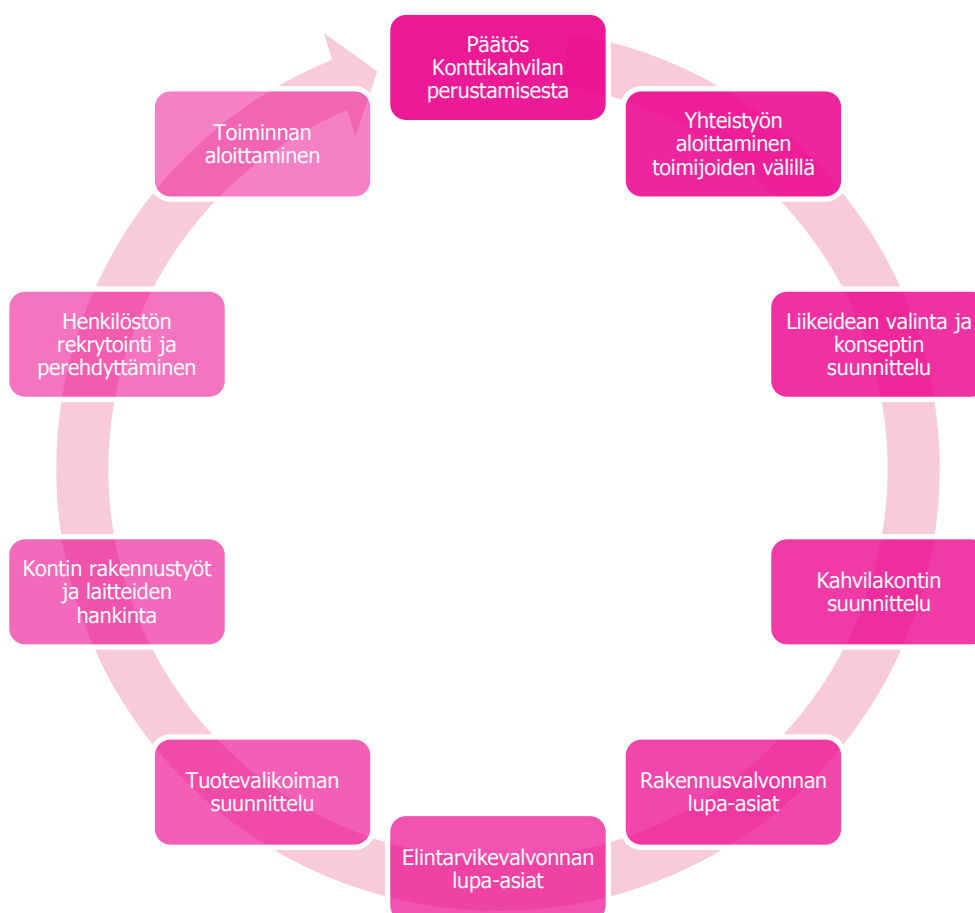
Edellä mainituissa yrityksissä tarjoillaan kahvia, mutta kahvi, kahvilapalvelut ja -tuotteet eivät kuitenkaan ole yritysten päätuoteryhmiä. Lounasravintoloissa päätuotteena on ruoka. Ravintolassa, joka tarjoaa ruokaa listalta, on myös anniskelua, joten sen päätuotteina on ruoka, juoma sekä erilaiset tapahtumat. Myöskään huoltoaseman päätuotteena ei ole kahvilatuotteet. Kioskit, grilli sekä tauko-paikat ovat toiminnan periaatteiltaan hyvin erilaisia kuin Konttikahvila. Konttikahvila on vastaus asiakkaiden kahvilakysyntään.

Yrittäjän mukaan kylän vanhemmat asukkaat muistelevat entisen emäpitäjän vanhaa kahvilakulttuuria, jonka Konttikahvila voi nyt tuoda mukanaan uudistetusti. Yrittäjälle onkin tärkeää, että konttikahvila pyrkii toiminnallaan elvyttämään vanhaa kahvilakulttuuria Rautalammilla. Yrittäjän mukaan kahvila tuo paikkakunnalle myös puuttuvan kahvipaikan yrityksille, jonne he voivat viedä yritysasiakkaitaan kahville. (Lyytinen 2014-01-08a.)

4 KONTTIKAHVILAN TOIMINNAN ALOITTAMINEN

Aloitettavan, tässä tapauksessa laajennettavan, yritystoiminnan sekä yrittäjän kannalta on tärkeää kartoittaa yritystoimintaan vaikuttava taustatilanne ennen lopullista päätöstä. Liikeidea sekä markkinoiden selvittäminen ovat ensiarvoisen tärkeitä, unohtamatta taloudellista selvittämistä. Onnistumisen tärkeimpiä edellytyksiä ravitsemisalalla yritykselle ovat sopiva toiminta-ajatus, liikeidea ja yrityksen sijainti. Toimeen tulevalla yrittäjällä tulee olla kykyä reagoida markkinoihin ja muotoilla toiminta-ajatus niin, että se takaa riittävän asiakasvirran yritykseen. (MaRa Matkailu ja Ravintolapalvelut ry 2013, 3.)

Yritystoiminnan laajentamisessa tulee ottaa huomioon monia asioita, kuten välttämättömiä määräyksiä, säädöksiä, lupa-asioita sekä viranomaisia. Kahvilatoiminnan vaatimukset liittyvät terveellisyteen, turvallisuuteen sekä toiminnan ympäristövaikutuksiin. Tärkeää perustamisvaiheessa on huolellinen valmistautuminen, suunnitelmat sekä oikeassa järjestyksessä toimiminen. (YritysHelsinki 2012, 3, 18.) Alla on kuvattu havainnollistamaan (kuvio 4) Konttikahvilan perustamisen vaiheet pääkohdit.



KUVIO 4. Konttikahvilan perustamisen pääkohdat (mukaillen YritysHelsinki 2012, 4.)

Konttikahvilan perustamisprosessi (kuvio 4) alkoi yrittäjän halusta ja päätöksestä laajentaa ja kehittää Artteli Shop Oy:n toimintaa kahvila-alalle. Päätöksen jälkeen alkoi yhteistyö eri toimijoiden välillä. Vuoden 2013 syyskuussa alkoi yrittäjän ja restonomiopiskelijan, eli työn kirjoittajan, välinen yhteistyö. Yhteistyön aikana pohdittiin kahvilan konseptointia, sen tuotteita ja palveluita sekä kontin yleistä suunnittelua. Yhteistyössä mukana ovat olleet myös kontin valmistaja sekä suunnittelija. Kontin suunnittelun alkaessa tuli ajankohtaiseksi hoitaa rakennusvalvonnan sekä elintarvikeviranomaisen lupa-asioita. Kun kontin suunnittelussa edettiin niin pitkälle, että kontin mitat olivat selvillä ja kahvilaa konseptoitu sen verran, että tiedettiin mitä laitteita toiminnassa tarvitaan, alkoi laitteiden hankinta. Samaan aikaan paneuduttiin myös tuotevalikoiman tarkempaan suunnitteluun. Tämän jälkeen kontin rakentaminen ja asennustyöt jatkuivat. Ennen toiminnan aloittamista on tärkeää panostaa rekrytointiin ja etsiä oikeanlaisia työntekijöitä. Yrittäjä aloitti työntekijöiden etsimisen jo ennen kuin kontti oli valmis ja suunnittelutyöt kesken, jotta hänellä oli aikaa etsiä oikeanlaisia työntekijöitä kahvilaan. Kun henkilöstö on löydetty ja heidät on perehdytetty tehtäviinsä sekä uuteen toimintamalliin, on aika aloittaa toiminta.

4.1 Kahvilakonseptin luominen

Suunniteltaessa konseptia ravitsemisalalle tulee ottaa huomioon useita muuttuvia tekijöitä. Ruoka, palvelu, sisustus ja sen suunnittelu sekä ainutkertaisuus ovat asioita, joihin kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Kahvilakonseptissa ruoka on kaiken perusta. Konseptoinnissa tulee miettiä, millaista ruokaa halutaan asiakkaille tarjota. Miten se valmistetaan? Kuinka laaja tuotevalikoima on? Toisena tärkeänä asiana on miettiä kahvilan palvelua. Kuinka ruoka on asiakkaan saatavilla? Onko kahvilassa itsepalvelu vai saako asiakas ruoan tiskiltä? Vai onko kyseessä täyden palvelun kahvila, jossa tilaukset tullaan ottamaan pöydistä? Kaikissa edellä mainituissa tapauksissa tärkeintä on se, että asiakas tuntee henkilökunnan palvelevan häntä ja pitävän hänestä hyvän huolen. Kolmas asia, johon tulee kiinnittää huomiota, on kahvilan sisustus. Yrityksen tulee olla ulkoapäin houkutteleva. Toimitilan sisäpuolen tulee olla viihtyisä ja puhdas. Äänimaailman ja äänen voimakkuuden tulee kuvastaa ruoka- paikan tyyliä. On tärkeää ottaa huomioon suuressakin tilassa, että asiakkailla tulee olla hieman intimitiä. Heidän tulee voida katsella ympärillä tapahtuvaa toimintaa ilman sellaista oloa, jossa heistä tuntuu, että heitä katsotaan ja pidetään silmällä. Tämä on osa ihmisten mukavuuden ja turvallisuuden tarvetta. Konseptoinnissa on tärkeää huomioida ainutlaatuisuus eli se, missä yritys eroaa muista yrityksistä. Se on kuin yrityksen nimikirjoitus. Se on asia, jota voidaan tarjota asiakkaille juuri tässä yrityksessä ja sillä voidaan houkutella asiakkaita sekä säilyttää kanta-asiakkuuksia. Esimerkiksi ainutlaatuisuus voi olla jollakin kahvilalla valikoima tuoreita piirakoita tai kotitekoisia keksejä. (Katsigris ja Thomas 2009, 3.)

Konseptoinnissa Konttikahvilan tuotteet ovat suunniteltu tukemaan kahvilan toimintastrategiaa ja sen päämääriä. Tuotteissa korostuvat siksi paikallisuus, tuoreus ja houkuttelevuus. Jotta kahvila voi lunastaa asiakaslupauksensa, tulee tuotevalikoiman uudistua ja kehittyä asiakkaiden toiveiden mukaan. Myös asiakaspalvelu on Konttikahvilan toimintastrategian ja asiakaspalvelulähtöisen toimintamallin kannalta erityisen tärkeä asia, johon toiminnassa on panostettu. Konttikahvilan sisustus on suunniteltu Arttelin imagoa tukeväksi ja konseptia yhteen sitovaksi. Tunnelmaa luovat Marimekon

kahviastiat sekä tekstiilit. Seinien harmailla sävyillä saadaan kontrastia kahvilan värikkäisiin astioihin ja sisustuskankaisiin. Värikkyyttä ja harmaan kontrastia pehmenetään puun eri sävyillä esimerkiksi lattiassa sekä seinähyllyissä. Sisutuksessa on otettu huomioon asiakkaiden vaihtuvat tarpeet. Kontin sisällä olevat asiakaspaikat tuovat suojaa auringolta ja sateelta. Avara terassi tuo mahdollisuuden nauttia kahvista ulkona. Terassin erikokoiset pöytäryhmät, lepotuolit ja aurinkovarjot tarjoavat ajanviettomahdollisuuden erilaisille asiakasryhmille. Ainutlaatuisuutta kahvilaan tuo ruoan, juoman, asiakaspalvelun ja sisustuksen lisäksi itse kontti. Kontti on uniikki ja erilainen ratkaisu kahvilan toimitilana. Kontissa toimivassa kahvilassa asioita ajatellaan hieman eri tavalla verrattuna muihin kahviloihin, minkä toivotaan tarttuvan myös kahvilan asiakkaisiin.

Konseptin osia käsitellään tarkemmin myöhemmin esitetyissä kappaleissa. Konttikahvilassa tarjottavaa ruokaa käsitellään pääpiirteissään kohdassa 4.6 Konttikahvilan tuotteet, Asiakaspalvelulähtöistä toimintatapaa kappaleessa 4.2 Toiminta-ajatus ja liikeidea sekä kahvilan yleistä toimintatapaa kappaleessa 4.3 Strategia, toimintatapa ja arvot.

Konttikahvilan konseptoinnissa esikuvana voidaan ajatella olevan Starbucks. Starbucks on selkeästi pohjannut toimintansa tietyille arvoille ja periaatteille. Ensimmäinen Starbucks avattiin vuonna 1971 Seattlen Yhdysvaltoihin. Alusta asti Starbucks on halunnut erottua. Yritys ylistää kahvia ja sen runsasta perinnettä, mutta haluaa lisäksi luoda yhteyden tunteen. Heidän tehtävänä ja toiminta-ajatuksenaan on innostaa ja huolehtia ihmisistä - yksi ihminen, yksi kupillinen ja yksi seutu kerrallaan. Tällä hetkellä Starbucks-kahviloita on yli 18 000 kappaletta 62:ssa eri maassa. Starbucks on maailmanlaajuisesti kahviin erikoistunut johtava paahdaja ja vähittäismyyjä. (Starbucks 2014.)

Konttikahvilassakin valitut toimenpiteet luovat tasapainoisen kokonaisuuden. Henkilöstö, kontin suunnittelu, tuotteet ja niiden hinta sekä yrityksen johto toimivat samojen periaatteiden mukaisesti, jotta haluttu toimintaidea välittyy käytännössä myös asiakkaille. Edellä mainitut tekijät muodostavat myös kahvilan halutun laatutason ja koko ideologian.

4.2 Toiminta-ajatus ja liikeidea

Yritystoiminnan tulisi perustua aina asiakkaan tarpeisiin. Jossain tulisi siis olla joku, joka todella tarvitsee ongelmaansa ratkaisua ja hän olisi valmis maksamaan tuotteesta, joka poistaisi kyseisen ongelman. Apuna ongelmaan voi olla jokin konkreettinen tavara tai palvelu. Yrittäjän osaaminen ja asiakkaiden tarpeet yhdessä muodostavat yritysideoita. (Kinkki ja Isokangas 2009, 54-55.) Konttikahvilan yritysideoita kuvaukseksi yrittäjä on määrittänyt seuraavat lauseet. "Laadukkaita kahvilapalveluja viihtyisässä ympäristössä. Maukkaat kahvilaherkut ja jäätelötuotteet". (Lyytinen 2014-01-21b.)

Yrityksen missio eli toiminta-ajatus määrittelee yrityksen perustarkoituksen, sen miksi yritys on olemassa. Missiolla voidaan ilmentää yrityksen identiteettiä ja toimiakseen parhaalla mahdollisella tavalla sen tulisi olla innostava ja vahva. Missio on tarkoitettu yrityksen henkilökunnalle sekä ulkoisille sidosryhmille. Missiota voidaan käyttää viestinnässä apuvälineenä, jolloin lyhyt muoto toimii hyvin yrityksen tunnuslauseena ja pidempi muoto organisaation perustehtävää kuvaavana liiketoiminnan tai

toiminta-alueen määrittämisenä. Liiketoiminnan määrittäminen sisältää markkinat ja asiakkaat, tuotteet ja palvelut sekä tavan toimia. (Hannus 2004, 32.)

Yrityksillä on toiminnassaan vain yksi toiminta-ajatus, vaikka yritys tarjoaisi useita erilaisia palveluita. Artteli käyttää mainonnassaan lausetta ”Yllättävän ihana kauppa ” (kuva 14; katso myös Artteli 2014b). Tämä kuvaa Arttelin toimintaa hyvin ja kokoaa sen eri osa-alueet yhteen. Koska Arttelin tuotevalikoima on hyvin laaja, voi jollekin asiakkaalle liike olla ensisijaisesti lahjatavara-kauppa, kun taas toiselle se saattaa olla vaatekauppa tai joku asioi siellä ostaakseen kukkia. Kuin yllätyksenä useat eri tuotteet ja palvelut ovat asiakkaan saatavilla vain yhdessä liikkeessä asioimalla. Mainoslause ”Yllättävän ihana kauppa” tulisi nähdä koko Artteli Shop Oy:n toiminta-ajatuksena, jolloin jokainen tuote- ja palveluryhmä olisi yllättävän ihana. Näin ollen Konttikahvila on osa yllättävän ihanaa kauppaa, mutta jo itsessäänkin kahvila tuotteineen ja palveluineen se on yllättävän ihana. Yllätyksyys ilmenee kontin toimivuudessa kahvilakäytössä, sen sisutuksessa sekä tuotevalikoimassa.

Yritystoiminnassa toiminta-ajatuksen määrittämisen lisäksi yrityksen tulee miettiä myös liikeidea (Selandier ja Valli 2007, 14). Liikeidea on väline, jolla pyritään kannattavuuteen ja kannattavaan liiketoimintaan (Kinkki ja Isokangas 2009, 54). Liikeidea on yrityksen suunnitelma menestykseen. Yrittäjällä tulee olla suunnitelma sekä käsitys siitä, mihin hän on pyrkimässä ja millä tavoin. Jotta asiakkaan tarpeet saadaan tyydytetyksi yrittäjän tarjoamalla tuotteilla tai palveluilla, yrittäjän ei tule toimia satunnaisesti. Tiivistetysti liikeideassa vastataan kysymyksiin mitä, kenelle ja miten. Imago on myös olennainen osa liikeideaa. Kysymys *mitä* viittaa yrityksen tuotteisiin, mitä asiakkaille tarjotaan. Kysymys *kenelle* viittaa asiakassegmentteihin eli keskeiseen kohderyhmään. Kysymys *miten* vastaa siihen, kuinka toimitaan eli mitkä ovat yrityksen keskeisimmät tavat toimia. *Imago* tarkoittaa yrityskuvaa eli sitä, miten tuotteita markkinoidaan asiakkaille. (Kinkki ja Isokangas 2009, 55.) Imago on asiakkaiden ja muun yleisön mielikuva yrityksen toiminnasta. Mikäli liikeidea on virheellinen, yritys kohdistaa resurssinsa väärin. Esimerkiksi yritys saattaa markkinoida tuotettaan väärälle kohderyhmälle, valitut toimintatavat ovat tuotteelle väärät tai tavoiteltu imago on kokonaisuuden kannalta toimimaton. Liikeidea on kokonaisuus, jonka eri osatekijöiden tulisi toimia yhdessä ja tukea toinen toisiaan. (Kinkki ja Isokangas 2009, 56.)

Alapuolelle on koottu Konttikahvilan liikeidea vastauksina kysymyksiin mitä, kenelle, miten ja millaisella imagolla. Koska Konttikahvilan toiminta perustuu laadukkaaseen asiakaspalveluun, joka on myös yrityksen kilpailuetu, sisältää kohta *miten* laajemman kuvauksen asiakaspalvelulähtöisestä toimintatavasta.

Mitä

Konttikahvila tarjoaa asiakkailleen tuoreita kahvilaleivonnaisia ja -palveluita. Tuotteissa panostetaan mahdollisuuksien mukaan paikalliseen laatuun. Paikallisuus toteutetaan käytännössä yhteistyössä paikallisen leipurin kanssa. Tuotteet suunnitellaan yhteistyönä, mutta kahvilan toimintaympäristön rajallisen koon vuoksi leipuri leipoo tuotteet omissa työskentelytiloissaan. Kahvilaleivonnaisten valikoima on sopiva sekoitus makeita leivonnaisia sekä suolaista syötävää. Kahvilassa panostetaan kahvin makuun ja tuoreuteen. Kahvi tarjoillaan Marimekon kauniista kahvimukeista sekä -kupeista. Kahvilassa on myös useita teelaatujia, joita asiakas voi ostaa mukaan Arttelista.

Myös jäätelöannokset ovat kahvilassa erityisen tärkeitä. Jäätelöannoksien valikoima koostuu tutuista klassikoista, joiden lisäksi valikoimaa täydentävät Konttikahvilan omat jäätelöannosreseptit. Jäätelöannoksia voidaan valmistaa myös asiakkaiden toiveiden mukaan. Tuotevalikoimassa on myös erilaisia keksejä ja makeisia. Tuotevalikoimasta kerrotaan laajemmin kappaleessa 4.6 Konttikahvilan tuotteet.

Kahvila haluaa olla kylän kohtaamispaikka, jossa kylänmiehet, vanhat tutut, ystävät sekä perheet voivat nauttia yhdessäolosta. Konttikahvilassa asiakkaalla on lupa rentoutua ja viihtyä.

Kenelle

Konttikahvilan asiakkaat koostuvat pääosin samoista asiakkaista kuin Arttelin asiakaskunta ylipääntään. Tärkeimpänä asiakasryhmänä ovat rautalampilaiset. Lisäksi kesäaikaan suurena potentiaalina voidaan nähdä kunnan kaksinkertaistuva asukasluku kesäasukkaiden, lomalaisten ja mökkiläisten saavuttua paikkakunnalle. Lisäksi asiakaskunta koostuu ohikulkevista matkailijoista, jotka saattavat ohi ajaessaan tehdä päätöksen kahvihetkestä. Konttikahvilaan toivotaan erityisesti asiakkaiksi myös lapsia ja lapsiperheitä sekä ystävyksiä. Konttikahvilan tavoitteena on saada nykyisen Arttelin kanta-asiakkaat myös uskollisiksi asiakkaiksi kahvilalle.

Miten

Konttikahvilan toimintaa kuvaavat parhaiten sanat paikallisin ja tuorein tuottein, iloisesti asiakasta palvellen, asiakkaan tarpeet huomioon ottaen ainutlaatuisessa ympäristössä. Tuotteet syntyvät yhteistyössä paikallisen leipurin kanssa. Konttikahvilassa asiakasta halutaan palvella hyvin. Työntekijä kokoaa asiakkaan valitsevat tuotteet tarjottimelle ja tuo tarjottimen pöytään. Asiakkaan ei tarvitse kahvilasta lähtiessään palauttaa itse astioitaan.

Yrityksen tulee valita, millaista asiakashyötyä se haluaa tarjota asiakkailleen. Yksiselitteinen valinta asiakashyödyistä auttaa selviytymään yritysten välisessä kilpailussa. Kun valinta on tehty, tulee yri-

tyksen keskittyä tuottamaan valittua asiakashyötyä. (Lindroos ja Lohivesi 2010, 65-66.) Esimerkkejä erilaisista asiakashyödyistä ovat:

1. Alemmat hinnat, jolloin asiakas saa hintahyötyä
2. Uudet edut ja asiakasratkaisut, jolloin asiakas saa ratkaisuhyötyä
3. Uudet ja paremmat tuotteet tai palvelut, jolloin asiakas saa tuotehyötyä.

(Lindroos ja Lohivesi 2010, 65-66.)

Konttikahvila käyttää toiminnassaan asiakaspalvelulähtöistä toimintatapaa, jolloin asiakashyötynä on ratkaisuhyöty (Lindroos ja Lohivesi 2010, 66). Tällöin yrityksellä tulee olla jokin omintakeinen tapa asiakkaan tarpeiden ratkaisuun. Tämä ratkaisumalli toimii myös asiakaslupauksena. Asiakaspalvelulähtöisellä toimintatavalla toimivien yritysten on saatava pidettyä asiakkaansa säännöllisesti toiminnassaan mukana, jotta aiemmin mainittu omintakeinen tapa asiakkaiden tarpeiden ratkaisuun voidaan saavuttaa. Asiakas vaikuttaa tuotteen tai palvelun kulloiseenkin toteutukseen. Tämän takia toimintamallilla tulee olla edellytykset toimia hyvin joustavasti. Kun asiakas kokee tulleen palveluksi yksilönä, on kyse todellisesta asiakaspalvelulähtöisyydestä. Palvelutapahtumassa tulee ottaa huomioon asiakkaan henkilökohtaiset tarpeet ja mieltymykset. Jokainen yritys kuitenkin toteuttaa asiakaslähtöisen toimintamallin peruspiirrettä, eli asiakkaan huomioimista, oman toimintansa puitteissa. Asiakaspalvelulähtöisellä toimintamallilla voidaan tuottaa todellista kilpailuetua verrattuna kilpailijoihin, mikäli löydetään asiakkaalle lisäarvoa tuottavat tarpeet ja osataan tyydyttää ne. Tämän avulla voidaan erottua kilpailijoista. (Lindroos ja Lohivesi 2010, 115-116.)

Konttikahvila käyttää asiakaspalvelulähtöistä toimintatapaa, koska kahvilayrittäjä on aidosti kiinnostunut asiakkaiden toiveista ja tarpeista. Kahvila pyrkii erottumaan kilpailijoistaan juuri asiakaspalvelulla. Asiakas huomioidaan yksilönä ja hänelle tarjotaan hänen tarpeisiinsa sopivia tuotteita ja palveluita eli ratkaisuja. Koko kahvilan perustaminen pohjautuu asiakkaiden ilmaisemiin tarpeisiin. Yrittäjä on useaan otteeseen saanut asiakkailtaan palautetta, joissa asiakkaat toivovat Arttelista saavansa kahvia sekä kahvilaleivonnaisia. Myös Arttelin asiakaskysely (Manninen ja Puranen 2013) osoittaa, että kahvilalle on tarvetta. Kyselyssä toivottiin Arttelin kahvilaan kotileivonnaisia sekä tuoreita leivonnaisia.

Konttikahvilan tarjoamat ratkaisut tuovat kahvilakokemukseen jotakin enemmän verrattuna kilpailijoiden tarjontaan. Konkreettisia esimerkkejä näistä ratkaisuista ovat kahvilan pihalla sijaitseva hiekkalaatikko leluineen, joka saa lapsiasiakkaat viihtymään kahvilassa paremmin. Leluvalikoima koostuu Arttelin tuotevalikoimasta, joten tässä ratkaisussa toteutuu myös tavoitteena ollut toimintojen toisiinsa tukeminen ja synergiaedut. Kahvilassa on lapsille syöttötuoleja takaamassa viihtyvyyttä sekä mikroaaltouuni, jolla voidaan lämmittää tarvittaessa lastenruokia. Lisäksi lapsiasiakkaille voidaan antaa jokin vaihtuva pieni yllätyslahja, joka on pieni lisä asiakaspalvelussa ja tämä saattaa houkuttaa asiakkaat uudelleen asioimaan Konttikahvilassa. Konttikahvilassa voidaan myydä jossain määrin paikallisia sesonkituotteita, joten asiakas käydessään kahvilassa voi samalla ostaa myös kotiinviemisiä. Tämä mahdollisuus on asiakkaalle lisäarvo ja ratkaisu. Koska Konttikahvila sijaitsee Arttelin välittömässä läheisyydessä, on tämäkin esimerkki asiakaspalvelulähtöisestä ratkaisumallista. Kahvilakäyn-

nin ohessa onnistuu ostoksilla käyminen tai asiakas voi nauttia kahviherkuista ostoksien tekemisen lomassa.

Asiakaspalvelulähtöisestä toiminnasta kertoo myös Konttikahvilan työntekijöiden toimintamalli. Alla oleva malli voidaan ajatella palvelunkulun perustana, uusien työntekijöiden perehdyttämisoheena ja apuvälineenä, jotta asiakaspalvelun laatu on riippumaton asiakaspalvelijasta. Konttikahvilan sisäisessä markkinoinnissa henkilökunnalle painotetaan asiakaspalvelun laadun tärkeyttä, jottei tämä strateginen valinta jää vain suunnitelman tasolle, vaan toteutuu todellisuudessa. Asiakaspalvelun laadun tulee vastata aina Arttelin ja Konttikahvilan saavuttamaa brändiä. Kuitenkaan työntekijöiden ei tule noudattaa mallia orjallisesti, sillä asiakaspalvelulähtöisessä toimintatavassa jokaista asiakasta tulee palvella joustavasti ja yksilönä. Palveluprosessi on osa kahvilan palvelustrategiaa. Koska Konttikahvila haluaa erottautua kilpailijoistaan laadukkaalla asiakaspalvelulla, on työntekijöiden tiedettävä millainen yrityksessä haluttu laatutaso on. Palvelustrategiaa pidetään Konttikahvilassa yhtenä tärkeimmistä markkinoinnin välineistä. Tyytyväinen asiakas palaa varmemmin uudelleen asiakkaaksi kuin tyytymätön.

1. Asiakkaan saapuessa Konttikahvilaan hänet huomioidaan välittömästi. Jokaista asiakasta tervehditään vilpittömästi, silmiin katsoen.
2. Kun asiakas tulee tilaamaan kahvilatuotteita, työntekijän tulee osata suositella, asiakkaan niin halutessa, hänelle kunkin päivän leipomotuotteita sekä tuotteeseen sopivaa juomaa.
3. Asiakkaan valitsemat tuotteet asetetaan kauniisti ja houkuttelevasti tarjottimelle, joka annetaan asiakkaalle.
4. Mikäli asiakas näyttää elekielellään tarvitsevansa jotakin lisää, etsivänsä jotakin tai ei tiedä kuinka toimia, häntä neuvotaan ja autetaan ystävällisesti. Asiakkaan tulee tuntea, että asiakaspalvelijat ovat aidosti paikalla häntä varten ja he ovat valmiita auttamaan.
5. Kun asiakas on päättänyt kahvihetkensä, hänet hyvästellään hymyillen ja toivotetaan tervetulleeksi uudelleen.
6. Kun asiakas on poistunut, pöydät tyhjennetään ja siistitään. Kun pöytä siistitään vasta hänen lähdettyään, asiakkaalle ei tule kiireen tuntua. Tämän jälkeen myös seuraavan asiakkaan on mukava tulla siistiin kahvilaan. Vaihtoehtoisesti mikäli asiakas näyttää siltä, että hän jää viettämään aikaa kahvilaan, pöytä siistitään hänen läsnä ollessaan, jotta hänen on mukava jäädä viettämään aikaa siistissä ympäristössä. Tässä vaiheessa asiakkaalta kysytään, olisiko hän halunnut nauttia vielä jotakin muuta. Näin asiakas on huomioitu ja lisämyynti on mahdollista.

Konttikahvilassa pidetään huoli, että pöydät sekä muut tarjoilutilat ovat aina puhtaat. Kulkuväylät pidetään esteettöminä ja siisteinä. Yleisilme kahvilassa tulee olla siisti ja huoliteltu, mutta kuitenkin houkuttelevan mutkaton.

Eri palvelun vaiheisiin ei Konttikahvilassa nähdä tarpeelliseksi keksittävien tiettyjä lauseita, joita asiakaspalvelijan tulee käyttää, vaan jokainen työntekijä toivottaa itselleen sopivalla tavalla asiakkaan tervetulleeksi sekä hyvästelee asiakkaan tämän lähtiessä. Tämän toimintamallin myötä palveluprosessiin osallistuvat sekä työntekijä että asiakas.

Imago

Konttikahvilalle imago on tärkeä, sillä Konttikahvila haluaa toiminnassaan jatkaa Arttelin jo saavuttamaa vahvaa ja positiivista imagoa. Koska toimeksiantajalle on erityisen tärkeää, että asiakkaat eivät näe kahvilaa erillisenä osana Arttelin muusta toiminnasta, voidaan Arttelin imagoa pyrkiä siirtämään osaksi kahvilan imagoa. Tämä tukee toivetta siitä, että toiminnot tukevat toisiaan ja tuottavat toisilleen synergiaetua, joka näkyy yrityksen imagossa ja myynnissä. Näin kahvila on luonnollinen liisa palveluvalikoimaan. Kahvilan ja Arttelin yhtenäisyys näkyy tuotteissa, sisustuksessa ja palvelun laadussa.

Imagoa kahvilaan luovat myös kahvilassa käytettävät Marimekon astiat, joiden tyyliä jatkaa henkilökunnan vaatetus. Vaatetuksessa esiin astuvat Marimekon tunnetut kuosit. Kahvilan pienesineistö sekä sisustuselementit koostuvat Arttelin omasta tuotevalikoimasta, joka yhdistää kauppaa kahvilaan. Esimerkkeinä ovat kukka-asetelmat, jotka Arttelin henkilökunta valmistaa omasta valikoimasta. Arttelissa on myynnissä myös makeisia ja hunajaa, joita voidaan tuoda konttiin tarjolle ja myyntiin. Konttikahvilassa Arttelin tuotteet on tuotu asiakkaan lähelle ja asiakas pääsee kokeilemaan myytäviä tuotteita, kuten astioita sekä näkemään sisustustuotteita käytössä. Tuotteiden tuominen lähelle asiakasta saattaa herättää ostohalun, mikäli kokemus on ollut positiivinen ja näin yritys voi hankkia lisämyyntiä. Yhdessä edellä mainitut elementit luovat yritykselle aivan omaa ilmettä ja imagoa.

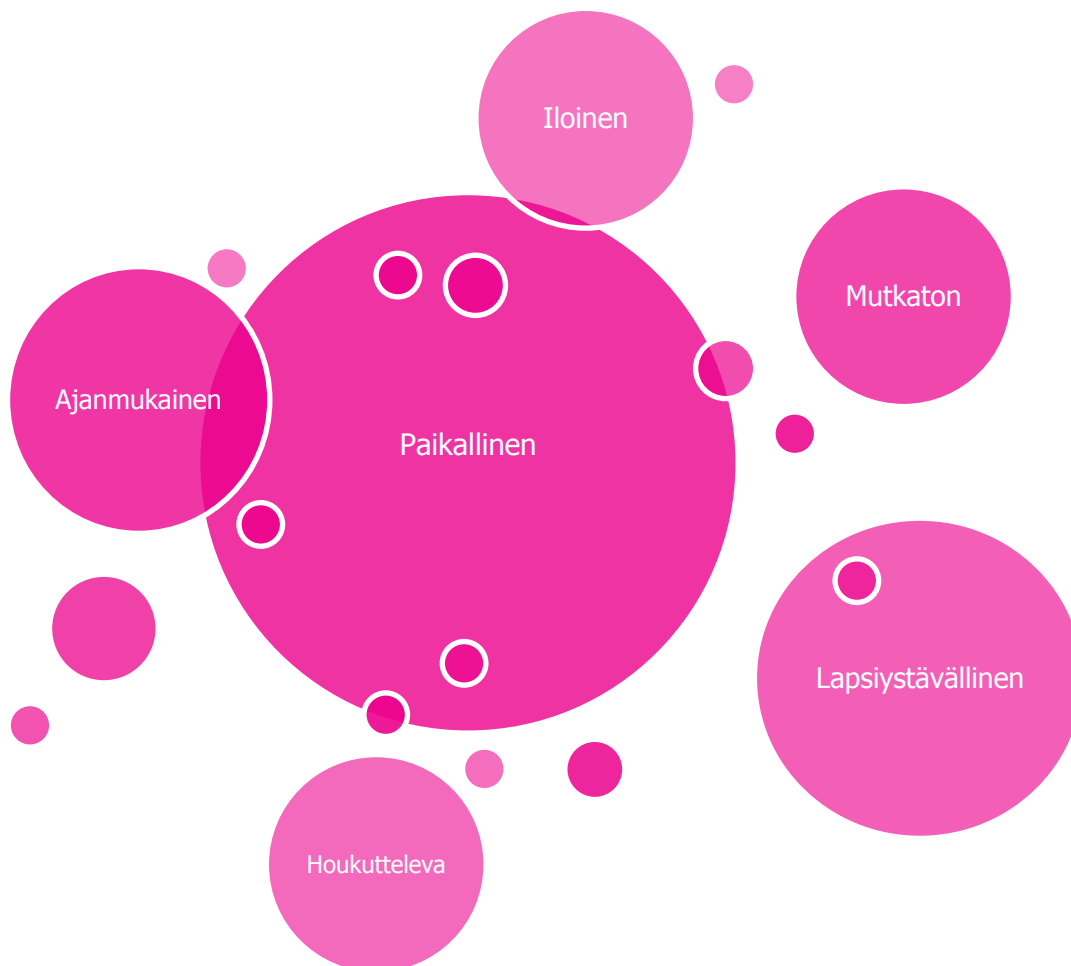
4.3 Strategia, toimintatapa ja arvot

Strategia ja strategian suunnittelu on tärkeää toiminnan laajentamisessa. Konttikahvilan menestymiseksi strategian suunnitteluun sekä toteuttamiseen on panostettu. Strategiaa on laajemmin käsitelty aiemmin omana lukunaan luvussa 2 Strategia.

Yrityksen toimintatapa kuvastaa myös sitä, millaisilla periaatteilla yrityksen tuotteet valmistetaan ja kuinka valitut kohderyhmät aiotaan saavuttaa (Kinkki ja Isokangas 2009, 56). Yrityksen toimintatapa luo myös yritykseen tunnelmaa, joka on yksi konseptoinnin osista (katso kuvio 1).

Konttikahvilan toimintatavan suunnittelussa on kiinnitetty huomiota kahvilalle tärkeisiin asioihin ja arvoihin. Konttikahvila haluaa toiminnassaan olla paikallinen, houkutteleva, lapsiystävällinen ja

ajanmukainen. Konttikahvilassa halutaan, että asiakkaille kahvilakokemus on iloinen ja mutkaton (katso kuvio 5).



KUVIO 5. Konttikahvilan toimintatavan erityispiirteet

Konttikahvila haluaa olla asiakkailleen helposti lähestyttävä ja mukava paikka viettää aikaa. Ennen kun asiakasvirtoja voidaan odottaa uuteen kahvilaan, on tapahduttava markkinointia sekä tiedottamista, jotka ovat ensiarvoisessa asemassa. Ilman tiedottamista asiakkaat eivät tiedä kahvilan toiminnasta.

Usein viestintää ajateltaessa helposti mieleen nousevat suunnitellut viestintätoimenpiteet eri viestintämedioissa kuten televisiossa, lehdissä ja suoramarkkinoinnissa. Tämän tyyliä suunniteltuja viestintätoimenpiteitä on helppo suunnitella ja toteuttaa yhdessä ammattilaisen kanssa. Tulee kuitenkin muistaa, että asiakkaiden näkökulmasta tehokkaampi viestintä tulee jostakin aivan muualta kuin suunnitelluista viestintätoimenpiteistä. Palveluprosessien toimiminen yrityksessä sekä se, mitä laitteita ja resursseja prosesseissa käytetään, ovat tehokkaampia viestijöitä kuin esimerkiksi mainokset ja esitteet. (Grönroos 2009, 358-359.) Markkinointitoimintoihin kuuluvat oleellisina osina myynti, mainonta ja myynninedistäminen. Viestintä on osa vuorovaikutteista markkinointiprosessia. Viestijöinä

toimivat muun muassa henkilöstö. Henkilöstö viestii vaatteillaan, sanoillaan ja tavallaan puhua. Asiakas kiinnittää huomiota siihen, kuinka työkoneet, palvelupisteet ja muut fyysiset resurssit toimivat ja miltä ne näyttävät. Nämä viestit ovat asiakkaalle joko myönteisiä tai kielteisiä asioita. (Grönroos 2009, 357.)

Konttikahvila perustaa toimintatapansa kokonaisvaltaisen markkinointiviestinnän ajatukselle. Konttikahvilassa tilat ja laitteet pidetään puhtaina, jotta toiminta on sujuvaa ja koska asiakkaiden hyvinvointi on yritykselle tärkeää. Kulkeminen kahvilassa järjestetään mahdollisimman esteettömäksi pitämällä pöydät ja tuolit järjestyksessä. Työntekijöiden vaatteet ovat aina puhtaat ja kunkin sesongin mukaiset. Hiukset ovat kiinni, kädet ja kynnet ovat puhtaat eikä työntekijöillä ole ylimääräisiä koruja tai meikkejä, joista voisi olla haittaa tuotteille ja asiakkaalle. Sisutuksella kahvilasta luodaan viihtyisiä sekä uniikki ja sisustukseen panostamisella kerrotaan asiakkaalle, että yritys välittää toiminnastaan sekä asiakkaistaan. Toimenpiteiden tavoitteena on toivottaa asiakas tervetulleeksi kahvilaan viihtymään.

Toiminnassa halutaan olla helposti lähestyttäviä ja mutkattomia. Markkinoinnin ja mainonnan välinein voidaan vaikuttaa niin ulkoiseen kuin sisäiseenkin saatavuuteen. Konttikahvilan ulkoisen saavutettavuuden parantamiseksi päärain varrella on useita kahvilasta viestiviä kylttejä. Koska kahvila sijaitsee kylän läpi menevän tien varrella, voidaan huomiota herättävällä ulkomainonnalla vaikuttaa asiakkaisiin. Markkinoinnin määrällisenä tavoitteena voidaankin ajatella, että kaikkien Rautalammin päärainia pitkin ajavien tulisi tietää Konttikahvilan toiminnasta. On hyvin mahdollista, että asiakas ajaa ohi tulematta kahvilaan, mutta näkyvällä mainonnalla sekä kontin ulkoasulla kiinnitetään edes jonkinlainen huomio potentiaaliseen asiakkaaseen. Näin hän tulee tietoiseksi kahvilan olemassaolosta ja tulee mahdollisesti asiakkaaksi jonakin muuna kertana. Saatavuus kahvilan sisällä tulee olla mutkaton. Yleisellä siisteydellä voidaan vaikuttaa suuresti sisäiseen saatavuuteen. Lisäksi tuotteiden nimet ja hinnat asetetaan selkeästi tuotteiden eteen sekä seinällä olevaan tauluun. Kahvilassa asiointi halutaan tehdä asiakkaalle mahdollisimman helpoksi.

Konttikahvila työllistää suunnitelmien mukaan kolme kokoaikaista työntekijää kesäaikaan. Talvikauden aikana työntekijöiden tarve mitä luultavammin vähenee, sillä asiakaspaikat vähentyvät terassikauden loputtua ja aukioloajat muuttuvat myötäilemään kaupan aukioloaikoja. Myös tuotevalikoima vaatii muutoksia talvikaudelle esimerkiksi jäätelöiden osalta.

Organisaation ydinideologia muodostuu mission lisäksi arvoista. Organisaation ydinideologian tulisi kestää aikaa ja näin luoda toimintaympäristössä pysyvyyttä, silloin kun toimintaympäristön strategiat ja rakenteet muuttuvat. (Hannus 2004, 31.) Yrityksen arvot ilmentävä sitä, mihin yrityksessä uskotaan ja mitä yrityksessä pidetään tärkeänä. Arvot antavat työntekijöille tavan toimia eli käyttäytymisnormit, joita hyödyntää tilanteissa, joissa esimiehen tuki ei ole saatavilla. Arvot tulisi saada yrityksessä vietyä osaksi jokapäiväistä työtä sekä niiden tulisi näkyä henkilöstöjohtamisen prosesseissa. Jokaisen henkilön tulisi tuntea ja nähdä yhteys oman työskentelyn ja yrityksen arvojen välillä. Siksi arvojen luominen ja niiden sijoittaminen yritykseen tulisi toteuttaa osallistuvana prosessina. (Hannus 2004, 33-34.)

Konttikahvilan ja koko Artteli Shop Oy:n arvot on määritelty selkeästi ja yksinkertaisesti, jotta työntekijöiden on helppo noudattaa niitä jokapäiväisessä työssään. Konttikahvilan arvot ovat: ”Palveluluotettavuus ja asiakaslähtöisyys” (Lyytinen 2014-01-21b). Palveluluotettavuuteen Konttikahvila pyrkii sillä, että palvelun taso on aina korkea ja asiakas voi luottaa siihen, että häntä palvellaan asiakkaana hyvin ja hänen omien tarpeidensa mukaan. Palveluluotettavuus muodostuu asiakkaan luottamuksesta yrityksen valmiuteen palvella häntä ja hänen tarpeitaan. Asiakaslähtöisyys arvona Konttikahvilassa tarkoittaa sitä, että asiakasta palvellaan yksilöllisesti juuri hänen tarpeidensa mukaan. Asiakkaita ja heidän mielipiteitään kuullaan ja mahdollisuuksien mukaan yritys pyrkii kehittämään tuotevalikoimaansa asiakkaiden toivomusten perusteella. Kahvilalle on tärkeää tarjota sellaisia tuotteita, joita asiakkaat todella haluavat ostaa.

Konttikahvilan toiminnan arvoja kuvastaa myös paikallisuus, joka ilmenee paikallisena osaamisena ja yhteistyönä (kuvio 5). Konttikahvila on toteutettu yhteistyössä rautalampilaisen yrittäjän, rautalampilaisen kontinvalmistajan sekä Rautalammilta kotoisin olevan opiskelijan voimin. Kyseessä on siis paikallisesti valmistettu kokonaisuus.

4.4 Visiona on olla houkutteleva ostosmatkailukohde

Yrityksen visio tähtää tulevaisuuteen, eikä sitä voida toteuttaa vielä tässä hetkessä. Jos yritys on jo saavuttanut visionsa, ei kyseessä ole ylipäätään ollutkaan visio vaan nykytila. Visio on kuilu nykytilan ja tulevan tilan välillä. Visio voi koskea vain omaa organisaatiota, mutta yhtä hyvin visiolla voi olla vaikutuksia myös ulkoiseen maailmaan. Kuten missio, myös visio voi antaa työntekijöille, sijoittajille ja asiakkaille mahdollisuuden samaistua yritykseen. Tämän vuoksi visio ja missio keräävät energiaa yrityksen ulko- ja sisäpuolelta. (Normann 2001, 309-310.)

Konttikahvilan visio on seuraavanlainen: ”Konttikahvila on houkutteleva ja koukuttava kahvilakokemus, joka tarjoaa elämyksiä niin kesärautalampilaisille ja matkailijoille kuin perusrautalampilaisillekin” (Lyytinen 2014-01-21b).

Kahvilan visio tähtää tulevaisuuteen, sillä kahvila on vasta perustamisvaiheessa. Melko pian kuitenkin tämä visio siirtyy lauseeksi, joka täydentää liikeideaa. Kuten jo aiemmin mainittu, Artteli Shop Oy:n visio on olla houkutteleva ja seutukuntansa paras ostoskohde (Lyytinen 2014-01-21b). Konttikahvila täydentää yrityksen jo olemassa olevaa palveluvalikoimaa, joten Arttelin kaupalla sekä kahvilalla on sama tulevaisuuden visio, johon toiminnot yhdessä pyrkivät toisiaan täydentäen. Jotta Arttelista voisi tulevaisuudessa tulla ostosmatkailukohde ja seutukuntansa paras, tulee palveluvalikoimassa olla myös ruoka- ja juomatuotteita.

4.5 Kahvilan asiakkaat

Hienokaan tuote ei myy, ellei sille ole kysyntää. Yrityksen kannattaa valita tietyt kohderyhmät, joille tuotetta tai palvelua halutaan markkinoida, sillä potentiaalisilla asiakkailla on erilaisia tarpeita ja toiveita. Tällöin puhutaan segmentoinnista eli asiakkaiden jakamisesta toisistaan riittävän poikkeaviin

ja homogeenisiin ryhmiin. Näin markkinointipanos saadaan kohdistettua mahdollisimman tehokkaasti ja hyödyllisesti. (Kinkki ja Isokangas 2009, 55; Grönroos 2007, 362.) Asiakaskohderyhmän eli segmentin valinta on strateginen valinta. Kohderyhmän valinta on tärkeää, sillä ei ole järkevää yrittää markkinoida tuotetta tai palvelua kaikille. Jotta markkinoinnin suunnittelussa ja toteutuksessa asiakaslähtöisesti voidaan onnistua, tulee valittu segmentti tuntea hyvin ja lisäksi on tiedettävä heidän tarpeensa. (Raatikainen 2008, 80.) Jos segmenteillä on keskenään hyvin erilaiset tarpeet ja toiveet, voi palveluyhteyksissä niiden tyydyttäminen olla vaikeaa (Grönroos 2007, 362).

Palvelutuotantoprosesseissa asiakkaat tapaavat usein toisiaan, joten he vaikuttavat toistensa palvelukokemuksiin. Koska palvelut ja niiden tuottaminen ovat monimutkaisia tehtäviä, ei palvelun tuotantojärjestelmä välttämättä pysty palvelemaan ja tyydyttämään hyvin erilaisia tarpeita. Asiakkaat kuuluvat johonkin laajempaan segmenttiin, mutta heitä tulee silti palvella yksilöllisesti. Palvelujen myynnissä syntyy välittömiä asiakaskontakteja, jotka mahdollistavat yksilöllisen palvelun. (Grönroos 2007, 362.) Jotta myyjät voisivat ymmärtää ja ennakoida asiakkaiden käyttäytymistä, tulee myyjien tarkastella asiakkaitaan ja heidän ostokäyttäytymistään. Mitä asiakkaat haluavat ostaa, kuinka he ostavat ja miksi he ostavat? Myyjien tulisi ymmärtää tapahtumasarja eli prosessi, jonka asiakas käy läpi ostaessaan ja kuluttaessaan tuotteita. Ymmärtämällä asiakkaan odotuksia sekä kohtaamalla ne yritys voi paremmin toteuttaa ja lunastaa asiakastyytyväisyyden. (Bowie ja Buttle 2011, 64.)

Konttikahvilan asiakkaat on käsitelty tarkemmin kohdassa 4.2 Toiminta-ajatus ja liikeidea.

4.6 Konttikahvilan tuotteet

Yrityksen tulee tietää, millaisia tuotteita tai palveluita se tuottaa ja myy sekä kenelle niitä markkinoidaan. Tätä yrityksen linjausta kutsutaan tuotestrategiaksi. Yrityksen tuotestrategiaa laatiessa tulee miettiä tuote-markkinayhdistelmiä, segmentointia, markkina-aukkojen etsimistä, tuotedifferointia, tuoteperheitä sekä tuoteasemointia. (Raatikainen 2008, 79.)

Yrittäjän tavoitteena on, että ”kahvilassa tarjottavien tuotteiden tulee olla jotakin niin hyvää, että tuotteet jo itsessään houkuttavat ja kutsuvat asiakkaan uudelleenkin asioimaan kahvilaan” (Lyytinen 2014-01-08a).

Tuote-markkinayhdistelmässä on kyse pääpiirteissään siitä, missä kanavissa uutta tuotetta myydään. Uutuustuotetta tuodessa markkinoille tärkein tavoite on saada tuotteelle kokeilijoita, jotka ostavat tuotetta. Mikäli tuotteen kysyntä kasvaa, on mahdollista laajentaa markkinointia. Silloin markkinoinnin ja valmistuksen yhteistoiminta on varmistettava. Kun tuote on yleistymisvaiheessa, keskeisenä toimenpiteenä on markkina-aseman säilyttäminen. Tässä apuvälineenä voidaan käyttää tuoteparannuksia ja erikoistumista. Kylläisyysvaiheessa markkinat ovat täynnä ja myynti laskee asteittain. Tällöin voi olla aika luopua tuotteesta. Toisaalta, jos yritys ei ole valmis luopumaan tuotteesta kokonaan ja tuotteen myyntikäyrä halutaan uudelleen nousuun, on tehtävä tuoteparannuksia. Uusien tuotteiden lanseeraaminen onnistuu markkina-aukon löytämisellä. (Raatikainen 2008, 79-80.)

Konttikahvilan tärkeimpänä tavoitteena toiminnan aloittamisvaiheessa on saada kahvilaan kokeilija-asiakkaita ostamaan tuotteita. Tuotteen tulee olla asiakkaan mielestä niin hyvä, että hän tulee uudelleen Konttikahvilaan. Vanhojen asiakkaiden pitäminen on yritykselle kannattavampaa kuin uusien etsiminen markkinoinnin keinoin. Tulee myös ottaa huomioon, että Rautalamilla potentiaalisia asiakkaita on vähemmän verrattuna esimerkiksi suurempiin kaupunkeihin. Siksi tuotteiden tulee olla laadukkaita, jotta asiakkaat eivät jää kerta-asiakkaiksi. Jotta Konttikahvilan toiminta on elinkelpoista ja tuotteilla on mahdollisuus kehittyä, tulee tuotteiden ja tuotevalikoimien uudistua ja muuntautua aika ajoin. Konttikahvilan tuotteet mukailevat sesonkeja ja tuotevalikoimaa päivitetään vähintään niiden vaihtelun mukaan.

Yritys voi erottautua kilpailijoistaan differoimalla tuotteensa. Tuotedifferoinnissa voidaan ajatella olevan kyse tuotteiden jalostamisesta tai tuotteistamisesta. Tuotedifferointia voi olla esimerkiksi pakkausten, muotoilun sekä laatuksen kehittäminen. Myös brändin rakentaminen on osa differoitumista. Erilaiset tuoteperheet ovat osa brändiajattelua. Tuoteperheissä haluttu brändi-imago siirretään tuotemuunnoksille. (Raatikainen 2008, 80.)

Konttikahvila differoi tuotteitaan kilpailijoihinsa nähden. Koska Rautalammin keskustassa ei ole yhtään pelkästään kahvilatuotteiden myyntiin erikoistunutta yritystä, voidaan jo melko pienilläkin muutoksilla saada aikaan positiivista mielikuvaa tuotteista. Jotta erottautuminen kilpailijoista onnistuu, pyritään Konttikahvilan tuotteilla viestimään asiakkaille, että kyseessä on aito kahvila, jossa panostetaan kahviin ja kahvilatuotteisiin. Tuotteissa tärkeää on runsaus, joka näkyy yksittäisissä tuotteissa sekä tuotevalikoiman määrässä.

Tuoteasemointi on myös osa tuotestrategiaa. Tuote voidaan asemoida eli positoida markkinoille kilpailijoihin verrattuna. Kun asemointi on tehty, päätös ohjaa tulevia markkinointipäätöksiä. Jotta asemointi voi onnistua, tulee yrityksen tuntea tuotteensa, asiakkaidensa ostokäyttäytyminen ja tarpeet sekä kilpailijoidensa tuotteiden ja palveluiden heikkoudet ja vahvuudet verrattuna omiin tuotteisiin. Tuote voidaan myös asemoida arvoasemoinnin käsitettä hyödyntäen. Tässä asemoinnissa määritellään kilpailijoihin nähden oman tuotteen arvo ja hyöty asiakkaalle. (Raatikainen 2008, 80.)

Konttikahvila haluaa asemoida itsensä vallitsevilla markkinoilla kahvilatuotteiden kärkeen. Asemoinnissa korostuu laatu niin tuotteissa kuin palveluissakin. Tämän vuoksi Konttikahvila ei lähde kilpailemaan hinnalla. Asemointi on myös kilpailuetu. Artteli Shop Oy:n muukaan tuotevalikoima ei kilpaile paikallisten yritysten kanssa hinnalla, joten kahvilan asemointi sopii myös yrityksen muuhun imagoon ja näin kokonaisuus pysyy yhtenäisenä.

Kilpailutilanteessa tuotteen tai palvelun hinta eli markkina-arvo määräytyy sen myymishetkellä. Asiakkaan tekemä valintapäätös ostosta sekä tuotteen tai palvelun käyttämishetki ovat ratkaisevia hinnan määräytymisen kannalta. Kyse on siis pohjimmiltaan siitä, minkä arvoiseksi asiakas kokee ostamansa tavaran tai palvelun ja millaista hyötyä hän uskoo siitä saavansa. Hinta ei muodostu suoraan siitä, kuinka paljon tuotteen tai palvelun valmistaminen ja tuottaminen on maksanut. Asiakas on valmis maksamaan tuotteesta sen hyödyn eli lisäarvon mukaan. Tämä tarkoittaa sitä, että jos asiak-

kaalle on useita kappaleita jotakin tiettyä tuotetta, ei hän ole valmis maksamaan uudesta samanlaisesta, sillä se ei tuota hänelle hyötyä. Toisaalta jos asiakas on juuri yrityksen myymää tuotetta vaila, on hän valmis maksamaan enemmän, sillä asiakkaan saama hyöty on suurempi. Asiakas siis maksaa hyödystä ja siitä, mitä tuote tekee hänelle, eikä vain pelkästään osta tuotetta. (Lohivesi ja Lindroos 2010, 18-19.)

Laadusta voidaan ajatella samaan tapaan. Laatu ei ole mitään, mitä valmistaja lisäisi tuotteeseen. Se on asiakkaan uskoma hyöty, jonka hän saa, mikäli on valmis siitä maksamaan. Jos tuote tai palvelu on täyttänyt tai ylittänyt asiakkaan odotukset, asiakas kokee tämän laatusa. Asiakkaan ennakkoodotuksiin ja hintaan voidaan vaikuttaa myös brändien avulla. (Lohivesi ja Lindroos 2010, 19-20.)

Konttikahvilassa tarjotaan makeita ja suolaisia leivonnaisia, alkoholittomia kylmiä ja kuumia juomia sekä jäätelöannoksia. Tuotteissa korostuvat paikallisuus ja tuoreus. Tässä opinnäytetyössä ei ole tarkoituksena laatia tarkkaa listaa kahvilassa tarjottavista tuotteista, mutta konseptointi ottaa huomioon tuotteiden pääpiirteet. Kontin kompakti tiskitila sekä Arttelin yhteydessä oleva keittiö mahdollistavat tuotteiden pieniä valmistustöitä paikan päällä, kuten esimerkiksi täyttämisen ja koristelun. Tuotevalikoimassa ovat muun muassa täytetyt crepesit, täyteläiset keksit sekä erilaiset piiraat. Alla Konttikahvilan tuotevalikoima on jaettu karkeasti makeisiin sekä suolaisiin leivonnaisiin, kuumiin ja kylmiin juomiin, jäätelöihin ja jäätelöannoksiin sekä muuhun valikoimaan.

Makeat leivonnaiset

Erilaiset leivonnaiset ovat Konttikahvilan tuotevalikoiman perusta. Kuten kaikki leivonnaiset Konttikahvilassa, pyritään makeat leivonnaiset toteuttamaan pääpiirteittäin paikallisen leipurin toimesta. Näin voidaan taata tuoreus sekä paikallisuus ja leivonnaiset ovat juuri Konttikahvilan tuotevalikoimaan sopivia. Makeita vaihtoehtoja ovat erilaiset kakut, joita myydään paloittain. Valikoimasta löytyy myös makeita piirakoita, jotka vaihtuvat sesongin mukaan. Kakkujen ja piiraiden lisukkeiksi tarjotaan kermavaahtoa, vanilja- ja suklaakastiketta sekä jäätelöä. Konttikahvilassa valmistettavat crepesit voidaan täyttää asiakkaan toiveiden mukaan makealla täytteellä.

Suolaiset leivonnaiset

Myös suolaiset leivonnaiset ovat pääpiirteissään paikallisen leipurin valmistamia. Erilaiset suolaiset piirakat ovat ruokaisia vaihtoehtoja ja niiden täytteet sisältävät lihaa ja kalaa. Piiraiden täytteissä on huomioitu myös kasvisruokavalioiden noudattavat asiakkaat. Jo makeiden leivonnaisten yhteydessä mainitut crepesit voidaan täyttää suolaisilla täytteillä asiakkaiden toiveiden mukaan. Suolaiseen tuotevalikoimaan kuuluvat lisäksi täytetyt sämpylät ja patongit, joiden täytteet vaihtelevat sesongin mukaan.

Kuumat juomat

Kuumat juomat ovat Konttikahvilassa erityisen tärkeässä asemassa. Kahvi on aina tuoretta ja sitä on tarjolla eri laatuja. Konttikahvilassa tarjotaan muun muassa wienerkahvia, espressoa, lattea sekä tavallista kahvia. Tee tarjoillaan Konttikahvilassa pressopannuista, joten asiakas saa hauduttaa teetään juuri haluamansa ajan ja tee on tuoretta. Konttikahvilan laaja teevalikoima koostuu Forsmanin teistä ja asiakas voi halutessaan ostaa kotiin teet tuotteita Arttelista.

Kylmät juomat

Konttikahvilassa tarjoillaan erilaisia alkoholittomia virvoitusjuomia, kuten limonadeja ja mehuja. Kahvilan valikoimista löytyvät useillekin tutut limonadimerkit, mutta niiden lisäksi Konttikahvila haluaa täydentää valikoimaansa kotimaisilla tuotteilla. Kylmien juomien valikoima koostuu esimerkiksi Raikastamon kotimaisista luomulimonadeista sekä -mehuista. Limonadivalikoimaa täydennetään myös pielavetisen Iso-Kallan panimon Muikea mansikkalimonadilla.

Jäätelöt ja jäätelöannokset

Konttikahvila haluaa olla tunnettu jäätelöannoksistaan, jotka ovat osittain kahvilan omia reseptejä ja osittain tuttuja reseptejä. Niissä käytetään Ingmanin sekä paikallisen Peltolan tilan jäätelöä. Jäätelöannokset on nimetty paikallisin nimin, jotta ne ovat houkuttelevia, sopivat ympäristöönsä ja toimivat vaihtoehtoina perinteisille jäätelöannoksille. Annoksiin lisätään asiakkaiden toiveista lisukkeiksi erilaisia kastikkeita, nonparelleja ja strösseleitä sekä kermavaahtoa. Jäätelöä voi ostaa myös tötteröittäin.

Muu valikoima

Konttikahvilan muussa valikoimassa on sesongin mukaan vaihtuvia tuotteita. Näitä ovat esimerkiksi erilaiset makeiset sekä keksit.

4.7 Kahvilan toimintaympäristönä toimivat Rautalampi ja merikontti

Ympäristöä voi hallita toimintaympäristönsä valinnalla. Alansa parhaat tekevät jatkuvasti markkina-, tuote- ja kilpailulajivalintoja. Täältä pohjalta yritys voi luoda omaa tulevaisuuttaan aktiivisuudellaan ja aloitteellisuudellaan. (Kamensky 2010, 19.)

Usein sorrutaan ajattelemaan, että pienellä paikkakunnalla yritystoiminta on jokapäiväistä selviytymistä ympäristönsä vuoksi. Miksi sitten kukaan perustaisi uusia yrityksiä tai laajentaisi toimintaansa alueilla, joiden asukasmäärä on pieni? Yritys voi valita ja vaikuttaa toimintaympäristöönsä.

Yrityksen tulisi ennakoida ympäristössä tapahtuvia muutoksia ja reagoida niihin. Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen tulisi seurata ympäristön muutoksia sekä analysoida muutosten seurauksia itselle. Yrityksen tulisi vastata ympäristön muutokseen oman toiminnan muutoksilla tai toimia jo ennen muutoksia. Parhaimmat yritykset muokkaavat toimintaympäristöään itse eivätkä vain koeta sopeutua muutoksiin. Toimintaympäristöä voi muuttaa vaikuttamalla asiakkaan haluihin ja tarpeisiin, muuttamalla toimittajien toimintatapoja, saamalla muutoksia kilpailijoiden toimintaan sekä vaikuttamalla viranomaisten toimintatapoihin. (Kamensky 2010, 19.)

Rautalampi on valmis kehittymään ja ottamaan uutta yritystoimintaa vastaan. Tämän osoitti jo *Rautalampi takaisin maailmankartalle* -hanke, joka tavoitteena oli kasvattaa vanhan emäpitäjän asukaslukua. Lisäksi Rautalammilla annettiin jouluna 2013 joululahjaksi tontti kolmelle perheelle. (Rautalampi takaisin maailmankartalle 2013b; Lyytinen I. 2013.)

Näillä toimenpiteillä on tavoiteltu kunnalle näkyvyyttä ja uusia perheitä asukkaiksi. *Rautalampi takaisin maailmankartalle* -hanke on omalta osaltaan nostattanut rautalampilaisten heimohenkeä, joka on hyvin tärkeää kuntaliitosten aikakautena. Lisäksi Rautalammilla on useina vuosina ollut joulun alla *Ostetaan omalta kylältä* -kampanja, jossa tarkoituksena on ollut saada paikalliset ostamaan oman kylän tuotteita sen sijaan, että kuluttajien rahat kulkeutuisivat muille paikkakunnille. Rautalammilla on myös pitkät perinteet emäpitäjänä, joten taistelu kylän hiljentymisen ja palvelujen vähentämisen estämiseksi on paikallisille tärkeää. Edellä mainituista syistä johtuen Rautalammilla on tietty tahtotila ja valmius ostaa sekä kuluttaa oman kylän tuotteita ja palveluita.

Lisäksi Rautalammin ja Konneveden rajalle on suunnitteilla kansallispuisto. Ympäristöministeriö käynnistää kansallispuiston perustamiseksi lainsäädäntötyön ja lain on tarkoitus tulla voimaan jo vuoden 2015 alussa. Uuden kansallispuiston koko olisi 1500 hehtaaria ja puiston odotetaan vaikuttavan alueen työllisyyteen ja matkailuun. (Salokangas 2014; Vuorela 2014.)

Kahvilatoimintaan laajentamalla yritys ennakoi ympäristösään tapahtuvia muutoksia. Mikäli Rautalammilla halutaan kasvattaa väkilukua, tulee paikkakunnan yrityksillä olla tarjottavaa. Myös Rautalammin alueelle tuleva kansallispuisto tuo mukanaan matkailijoita, joten kahvila vastaa toiminnallaan heidän tarpeisiinsa. Matkailijoiden määrän lisääntyessä lisääntyy myös potentiaalisten kahvila-

asiakkaiden määrä. Kunnan yritysten tulee olla valmiina tarjoamaan mahdollisille kansallispuisto-asiakkaille palveluita. (Lyytinen 2014-01-08a.)

Kesäasukkaiden ja lomalaisten saavuttua Rautalammille kunnan väkiluku kaksinkertaistuu, joka tarkoittaa, että kesäaikaan Rautalammilla on noin 6000-7000 asukasta (Rautalammin kunnanhallitus 2014-01-20, §4). Useilla kesäasukaspaikkakunnilla on aktiivista torikahvilatoimintaa, mutta Rautalammilla kyseinen kahvilatoiminta puuttuu. Tämän vuoksi konttikahvilalla on mahdollisuudet menestyä ja markkinarako. Konttikahvilan yrittäjälle on tärkeää, että Konttikahvila luo Arttelin yhteyteen sellaisen ympäristön, jossa perheenjäsenet voivat viettää aikaa toisten perheenjäsenten ollessa os-toksilla. Tällä tavoin kahvila edesauttaa muuta Arttelissa tapahtuvaa toimintaa. (Lyytinen 2014-01-08a.)

Kahvilan välittömässä läheisyydessä kylän pääraitilla toimivat Rautalammin museo sekä Ravintola Vanha Peura. Konttikahvilan yrittäjä näkee yritysten välisen yhteistyön vahvana mahdollisuutena, sillä hän muistuttaa, että tämä toimii myös kauppakeskuksissa, joissa useat kaupat ovat saman katon alla. (Lyytinen 2014-01-08a.)

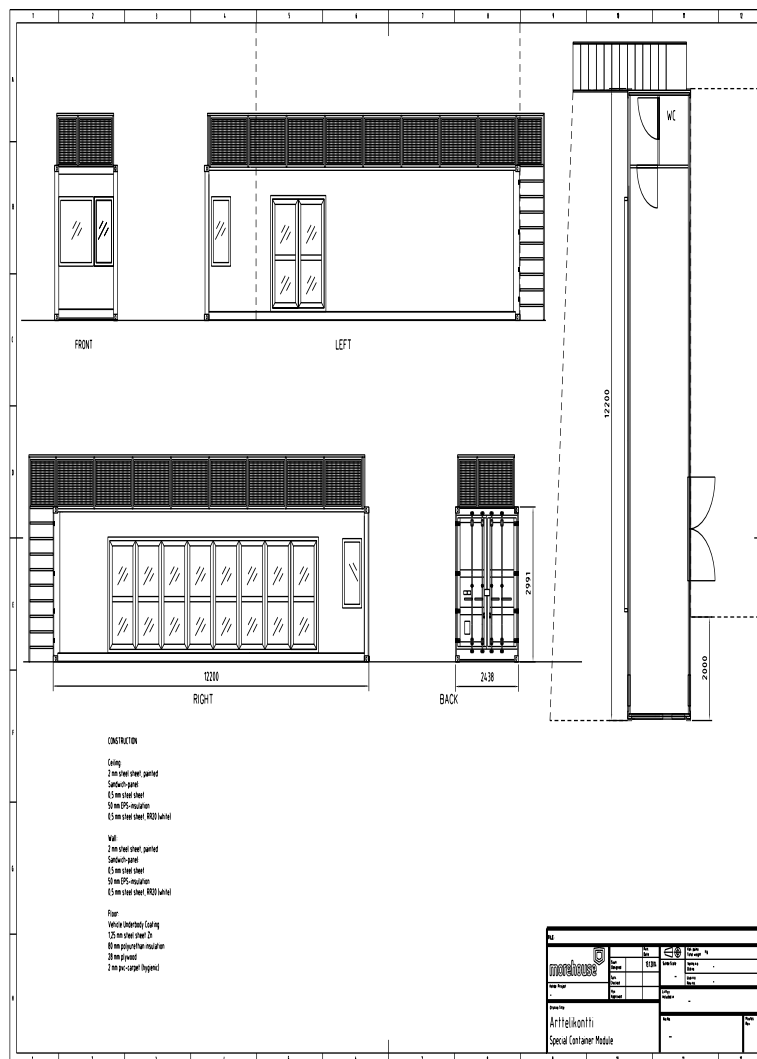
Monet kahvilat perustetaan kiinteään liikehuoneistoon, joten kontti on asiakkaalle jotakin muuta kuin mihin on yleensä totuttu. Kontti kahvilan toimintaympäristönä antaa lisäarvoa toiminnalle. Vaikka kontissa toimivia ravitsemisliikkeitä löytyy muutamia niin Suomesta kuin ulkomailtakin, on kontissa toimivia yrityksiä niin vähän, että kyseisellä Konttikahvilalla on uutuusarvoa. Kyseinen kahvilakontti on uniikki kappale, joten toista samanlaista asiakas ei voi löytää mistään. Jotta merikontti muuntau-tuu kahvilaksi, tulee suunnittelussa ottaa huomioon useita eri tekijöitä. Kontin tulee täyttää elintarvi-kehuoneistolta vaadittavat määräykset sekä pelastuslaitoksen ja rakennustarkastajan asettamat vaa-timukset (katso luku 5.1 Elintarvikehuoneisto). Konttikahvila käyttöön valittu kontti on 12,2 metriä pitkä, 2,4 metriä leveä ja 3,0 metriä korkea. Kontti on sisätiloiltaan noin 28,8 neliömetriä ja se toteu-tetaan yhteistyössä Morehousen kanssa juuri kyseistä kahvilatoimintaa varten (katso kuvat 6-12).

Yhteistyökumppanina toimiva Oy Morehouse Ltd on Rautalammilla toimiva yritys, joka on erikoistu-nut erikoiskonttien sekä -tilojen valmistamiseen. Yritys on perustettu vuonna 1995. (Oy Morehouse Ltd.)

Kahvilakontti on suunniteltu sijaitsemaan Arttelin välittömässä läheisyydessä, aivan liikehuoneiston päädyssä kiinni. Kontti asetetaan paikalleen liikehuoneistoon nähden poikittain, joten se myötäilee liikkeen vieressä kulkevaa tietä. Arttelin julkisivu ja kontin pää ovat Rautalammin pääraittiin suuntai-sesti. Pääraitti näkyy kuvassa 5, jossa on kuvattuna Arttelin joulukontti. Joulukontissa oli esille jou-lun 2013 aikana Arttelin sekä muiden paikallisten liikkeiden myynnissä olevia tuotteita. Kahvilakontti on kooltaan suurempi kuin kuvassa oleva kontti ja joulukontti oli sijoitettu liikehuoneiston kanssa saman suuntaisesti, joten kuva ei vastaa aivan tulevaa kahvilaa. Kuitenkin kuva 5 antaa käsitystä sii-tä, miltä liikehuoneiston ympäristö tulee näyttämään kahvilatoiminnan myötä.



KUVA 5. Kahvilakontti tulee sijaitsemaan Arttelin päädyssä (Arttelin kuvakokoelmat 2014.)



KUVA 6. Kontin pohja- ja sivukuva (Oy Morehouse Ltd. 2014.)

Alla olevassa tekstissä pohja- ja sivukuvaa (kuva 6) kuvaillaan kontin takaosasta (back) katsottuna eli päädyistä, johon on kuvattu Konttikahvilan käymälä. Tällöin kontin sivut oikea (right) ja vasen (left) asettuvat lukijaan nähden oikeille paikoilleen.

Kahvilakontti liitetään osaksi nykyisen Arttelin liikehuoneistoa siten, että myös Arttelista saadaan sisäänkäynti kahvilaan. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että liikehuoneiston seinään tehdään aukko ovelle, pohja- ja sivukuvassa (kuva 6) olevalle vasemmalle sivulle (left). Pohja- ja sivukuvassa vasen sivu (left) on siis se sivu, joka kiinnitetään Artteliin. Kahvilaan pääsee Arttelin kautta kulkevan sisäänkäynnin lisäksi myös kahvilan omasta sisäänkäynnistä pohja- ja sivukuvan (kuva 6) osoittamalla tavalla oikealta sivulta (right). Kontin oikea seinä on lähes kokonaan valmistettu lasisista ovista, jotta kontti on valoisa ja ovet voidaan avata suoraan terassille. Lasiovet toteutetaan siten, että ne voidaan avata kokonaan, jolloin kontin yksi sivu on käytännössä kesäaikaan melkein kokonaan auki. Näin asiakkaiden on helppo kulkea lasiovista terassille ja kahvilan tilat tuntuvat avarammilla. Pohja- ja sivukuvan etupää (front) on pääty, joka tulee Arttelin etupuolen julkisivun kanssa samansuuntaisesti ja joka näkyy Arttelin etupihalle. Kyseinen pääty, joka ulkonee hieman muusta julkisivusta, mahdollistaa sisätiloissa sijaitsevat asiakaspaikat. Kontin asiakaskäymälä sijaitsee kuvan 6 mukaisesti aivan kontin takapäädystä (back), terassilta katsottuna vasemmalla. Yrittäjän haaveissa on saada kontin katolle kattoterassi, joka on piirretty myös yllä olevaan pohja- ja sivukuvaan. Mikäli haave toteutuu, tulee tämä huomioida rakennuslupaa haettaessa.

Konttiratkaisuun johti Arttelin liiketilojen koon ja kontin tuoman lisäarvon lisäksi se, että yrittäjälle kontti on taloudellisesti oiva ratkaisu. Kontin ostaminen on pienempi taloudellinen riski kuin kiinteän liikehuoneiston osto tai rakennuttaminen. Mikäli yritystoiminta ei kontissa jostakin syystä kannattaisi, voi yrittäjä halutessaan myydä kontin eteenpäin sen liikuteltavuuden ansiosta. Vaikka kontin koko rajoittaa muun muassa keittiötoimintaa, on kontin positiivinen omaleimaisuus kahvilan kilpailuetu. Kuvassa 7 on merikontti ennen muutostöiden alkua.

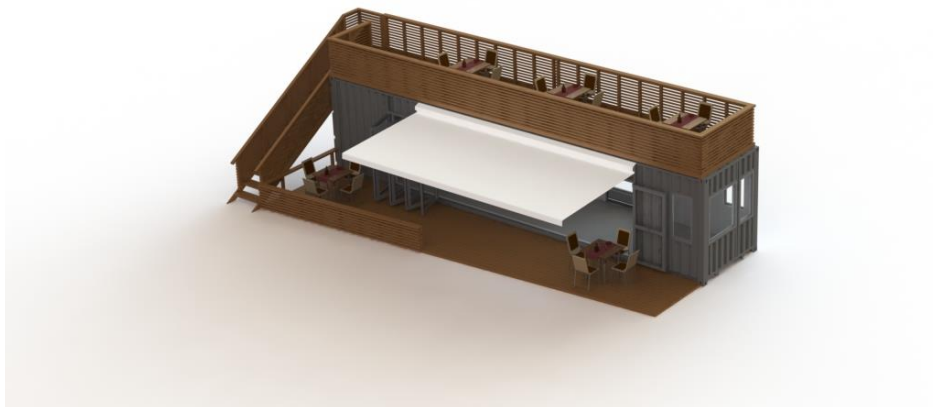


KUVA 7. Valittu kontti ennen kahvilaksi muuntautumista (Arttelin kuvakokoelmat 2014.)

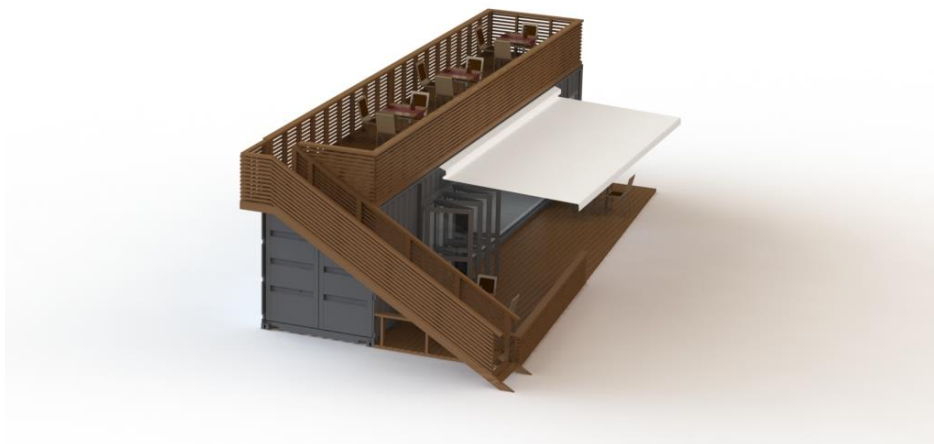
Kuvassa 8 on aloitettu merikontin aukotus ovia ja ikkunoita varten. Kuvat 9-12 ovat Morehousen tekemiä mallinnuskuvia Konttikahvilasta. Kuvat havainnollistavat sitä, miltä kahvila pääpiirteissään tulee valmiina näyttämään.



KUVA 8. Aukotettu kontti (Arttelin kuvakokoelmat 2014.)



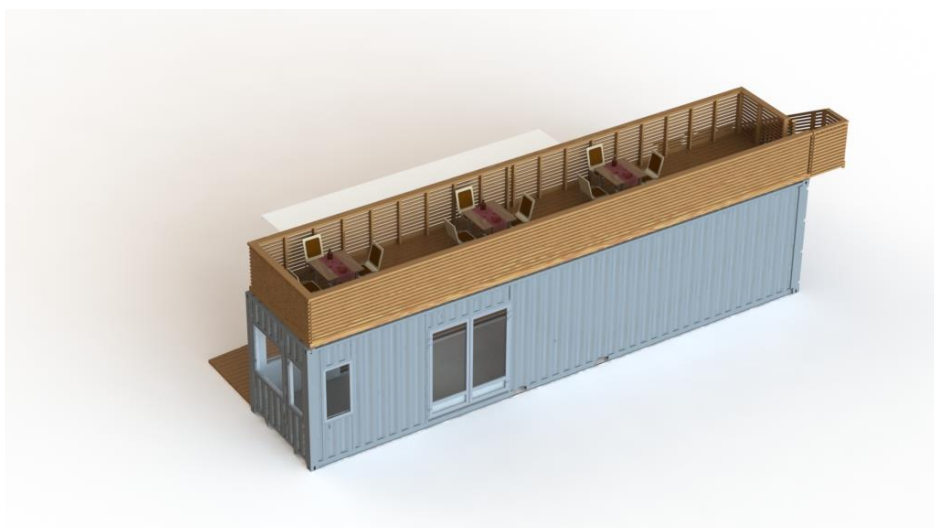
KUVA 9. Mallinnuskuva 1 (Oy Morehouse Ltd. 2014.)



KUVA 10. Mallinnuskuva 2 (Oy Morehouse Ltd. 2014.)



KUVA 11. Mallinnuskuva 3 (Oy Morehouse Ltd. 2014.)



KUVA 12. Mallinnuskuva 4 (Oy Morehouse Ltd. 2014.)

4.8 Arttelilla on vahva brändi

Tässä luvussa keskitytään brändiin hieman tarkemmin, sillä Arttelin tähänastinen toiminta on suureksi osaksi ollut tuotteiden myyntiä, mutta nyt toiminta laajentuu myös palveluihin. Lisäksi palveluiden näyttäytyminen yhtenä asiakkaalle on mahdollista toteuttaa brändiä apuna käyttäen.

Näkyvin ja tunnetuin osa yritysidentiteettiä on yrityksen nimi, merkki ja logo. Kyseisten tunnusten suunnittelu otetaan yrityksissä usein vakavasti. (Poon Teng Fatt 1997, 159-160.) Brändit ovat usein markkinoijan näkökulmia tuotteesta tai palvelusta ja asiakkaan oletetaan ymmärtävän brändi niin kuin markkinoija on sen tarkoittanut. Tämä malli voi sopia tuotteiden brändien kehittämiseen, sillä fyysisellä tuotteella on aina samat ominaisuudet ja tuote on jo valmis brändin kehittämisen alkaessa. (Grönroos 2007, 330.)

Artteli Shop Oy käyttää ilmaisussaan selkeää, yritykselle valittua tyyliä. Valittu tyyli toistuu logossa (kuva 13) sekä yrityksen viestinnässä ja mainonnassa (kuva 14). Yrityksen internet-sivut jatkavat tätä yhtenäistä ilmettä. Konttikahvilan etuna voidaan nähdä se, ettei sen tarvitse aloittaa imagon ja brändin luomista aivan alusta, vaan Arttelin jo valmiiksi luoma positiivinen brändi tulisi osata siirtää kahvilan käyttöön. Näin kahvila saa suurimman hyödyn ja yritys esiintyy asiakkaalle yhtenäisenä kokonaisuutena. Kahvilalle annetaan oma nimi, joka helpottaa arjen työskentelyä. Esimerkiksi puhuttaessa kahvilasta omalla nimellä, eri toimijat tietävät tarkasti, mistä Arttelin palveluvalikoiman osasta on kyse ja näin voidaan ehkäistä mahdollisia väärinkäsityksiä. Oma nimi helpottaa myös markkinointia.



The logo for Artteli features the word 'Artteli' in a large, black, stylized serif font. The letter 'i' at the end of the word has a red dot above it. Below the main text, the website address 'www.arttelishop.fi' is written in a smaller, black, lowercase sans-serif font.

KUVA 13. Arttelin logo (Arttelin kuvakokoelmat 2014.)

Arttelin nimi juontaa juurensa murre-sanasta artteli, joka tarkoittaa osuuskuntaa ja suurta joukkoa (Lyytinen 2014-04-01c). Konttikahvilan nimen taustalle halutaan myös tarina.

KUVA 14. Arttelin lehtimainos (Rautalampilehti 2013.)

Vaikka yrityksen näkyvät osat ovat tärkeitä, tulee muistaa, että brändi koostuu muistakin huomioon otettavista asioista. Palvelut muodostuvat koettavista prosesseista, joihin asiakas osallistuu. Nämä prosessit erottavat yrityksen tarjoaman palvelun toisten yritysten tarjoamista palveluista. Palveluprosessi, tai palvelun tuotantoprosessi, on palvelubrändin keskiössä, sillä itse prosessi vaikuttaa eniten asiakkaan saamaan käsitykseen palvelusta. (Grönroos 2007, 330.)

Vahva brändi lisää asiakkaiden luottamusta aineettomaan ostoon (Berry 2000, 128). Palveluita tarjoavat yritykset rakentavat vahvat brändinsä suorittamalla ydinpalvelunsa hyvin ja laadukkaasti. Näin he erottuvat yhtenäisellä ja johdonmukaisella sanomalla, joka vetoaa asiakkaan tunteisiin ja asiakas yhdistää heidät luottamukseen. (Berry 2000, 130.) Brändi viestittää asiakkaalle yrityksen pätevyyttä toimia, laatua sekä mielikuvaa yrityksestä. Se on viesti tuttuudesta ja luotettavuudesta. Tämän vuoksi yritysten on tärkeää tietää, miksi asiakkaat valitsevat tai eivät valitse kyseisen yrityksen tuotteita tai palveluita kulutettavikseen. Kuluttajat yhdistävät tuotteiden tai palveluiden brändejä tiettyihin yhteiskuntaluokkiin. Yrityksen tulee valita brändipersonallisuus, toisin sanoen brändin luonne, joka tuottaa suurimmat mahdollisuudet sekä pitkäaikaisimmat hyödyt. Valitun brändin tulisi näkyä yrityksessä kaikkialla. Brändipersonallisuuden muuttaminen hämmentää asiakkaita. (Poon Teng Fatt 1997, 159.)

Brändin arvo kertoo sen, minkä arvoisena asiakas tuotetta tai palvelua pitää verrattuna muihin vaihtoehtoihin. Mikäli brändin arvo nousee, voidaan asiakkaiden olettaa olevan uskollisia yritykselle. Brändin arvo voi myös laskea ajan kuluessa, jolloin asiakkaat muuttuvat avoimemmiksi toisten yri-

tysten viestinnälle ja ratkaisuille. Myös tavarantoimittajat, jakelijat ja muut verkostokumppanit voivat pitää yrityksen brändin arvoa tärkeänä. Asiakkaan saama arvo brändistä on tärkein, sillä mitä arvokkaampi se on asiakkaille, sitä enemmän yritys voi olettaa myyvänsä. (Grönroos 2007, 333-334.)

Jo Arttelin liikeideassa on määritelty tavaksi toimia asiakaslähtöisyys, palveluhenkisyys ja luotettavuus. Jotta Arttelin saavutettu brändi voidaan siirtää Konttikahvilalle, tulee kaikkien edellä mainittujen määritelmien toteutua myös Konttikahvilassa. Artteli Shop Oy on pitkäaikaisella toiminnallaan luonut luottamus pohjaisia asiakassuhteita. Konttikahvila on hyvä lisä jo muutenkin laajaan tuote- ja palveluvalikoimaan. Koska Konttikahvila kilpailee potentiaalisten asiakkaiden vapaa-ajasta, on vahvasta brändistä hyötyä. Siirtämällä Arttelin jo olemassa oleva maine Konttikahvilalle, asiakkaiden luottamus totuttuun laatuun ja tuttuus toimivat kahvilatoiminnan valtteina. Kahvilan palvelubrändillä suuri merkitys, sillä kahvilassa osto koostuu muustakin kuin pelkistä konkreettisista tuoteostoista. Konttikahvilassa asiakaspalvelussa tulee kiinnittää huomiota erityisesti prosesseihin, joihin asiakas osallistuu (katso asiakaspalvelulähtöinen toimintatapa kappaleesta 4.2 Toiminta-ajatus ja liikeidea). Asiakas tulee ottaa huomioon heti palvelutilanteen alussa ja toivottaa hänet tervetulleeksi. Asiakaspalvelulähtöinen toimintatapa auttaa saavuttamaan halutun palvelubrändin ja asiakkaiden luottamuksen. Konttikahvilassa myytävät tuotteet, kuten paikallinen jäätelö ja luomulimonadi, luovat yrityksen kokonaiskuvaa ja brändiä. Konttikahvilan myötä Arttelin palvelubrändillä on mahdollisuus vahvistua sekä sen arvon on mahdollista nousta.

5 KAHVILATOIMINNAN ERITYISVAATIMUKSET

Kahvilatoiminta ei ole tuttua Arttelille tämän työn osoittamassa laajuudessa, joten tässä luvussa käsitellään kahvila-alaa ohjaavia lakeja ja säännöksiä. Lisäksi paikkakunnan elintarvikeviranomaisilla, pelastusviranomaisilla ja rakennusviranomaisilla on omia, jopa paikkakuntakohtaisia ohjeita, joita toimialalla tulee noudattaa. Tässä luvussa käydään tarkemmin läpi asioita, joita viranomaiset edellyttävät ennen kuin Konttikahvila voidaan avata.

Kahvilatoiminta luetaan ravitsemistoiminnaksi, joten toiminnassa tulee noudattaa lakia Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta. Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta (28.4.2006/308) ohjaa ravitsemistoiminnan osuudelta muun muassa majoitus- ja ravitsemistoiminnan harjoittamista, aukioloaikoja, asiakasvalinta-oikeutta sekä järjestyksen turvaamista (Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 28.4.2006/308, §1, §3, §5).

Matkailu- ja Ravintola palvelut eli MaRa (MaRa Matkailu ja Ravintolapalvelut ry 2013) listaa yrityksen perustamisoppaassaan huomioon otettavia asioita perustettaessa matkailu- ja ravintola-alan yritystä. Useiden muiden toimenpiteiden lisäksi oppaassa muistutetaan vakuutuksista sekä työterveyshuollon järjestämisestä.

5.1 Kontti elintarvikehuoneistona

Ravitsemisliikkeille on asetettu omat rakennustekniset vaatimuksensa, jotka liikehuoneiston tulee täyttää. Ennen toiminnan aloittamista on syytä olla yhteydessä rakennusvalvontavirastoon, jotta tiedetään voiko kyseistä tilaa käyttää ravitsemisliikkeenä. Huomioon otettavia asioita ovat muun muassa erilaiset kaava- ja rakennusmääräykset, LVI-tekniikka eli lämmitys-, vesijohto- ja ilmanvaihtotekniikka, rakennuksen ulkonäkö sekä liikkumisesteiden huomioiminen. (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 20.) Erilaiset vaatimukset, joita talo- tai kiinteistöyhtiö voi yrityksen toiminnalle asettaa, liittyvät esimerkiksi aukioloaikoihin, meluun, tupakointiin, julkisivuun sekä piha- ja jalkakäytäväalueiden käyttöön (YritysHelsinki 2012, 9). Jos ravitsemisliiketoimintaan tarvitaan rakennuslupaa, tulee se hakea rakennusvalvontavirastolta (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 21). Lupaa hakee tontin omistaja tai haltija, joka voi myös tehdä valtakirjan, jolla valtuuttaa yrityksen hakemaan rakennuslupaa itse (YritysHelsinki 2012, 9). Rakennusvalvontaviranomaiset, jotka suorittavat rakennusvalvonnan ja -tarkastamisen, perivät luvan hakijalta tai toimenpiteensuorittajalta erilaisia lupa- tai valvontamaksuja (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 21). Kontin tulee olla suunnittelultaan ja toteutukseltaan sellainen, että suunnitelman mukaisen kahvilatoiminnan harjoittaminen on mahdollista ja sallittua. Kontissa tulee voida valmistaa jossain määrin elintarvikkeita, varastoida sekä myydä ja tarjoilla niitä. Toimitila tarvitsee rakennusvalvonnan luvan kahvilakäyttöön ennen käyttöönottoa ja se tulee hyväksyttäväksi elintarvikehuoneistoksi. (YritysHelsinki 2012, 7-8.) Useat kahvilahuoneiston vaatimat rakentamis-, turvallisuus ja elintarvikemääräykset riippuvat kahvilan asiakaspaikkojen määrästä (YritysHelsinki 2012, 10).

Elintarvikehuoneistoa ei tarvitse hyväksyttää kunnan elintarvikeviranomaisella ennen toiminnan aloittamista. Kahvilan perustamisesta tulee kuitenkin tehdä ilmoitus kunnan elintarvikeviranomaiselle neljä viikkoa ennen toiminnan aloittamista. Ravitsemisliikkeen sijaintipaikkakunnan poliisille ja pelastusviranomaiselle tulee tehdä kirjallinen ilmoitus ravitsemisliikkeestä. Elintarvikeviranomaisen hoitaa ilmoittamisen poliisille ja pelastusviranomaiselle. (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 20; Työ- ja elinkeinoministeriö.)

Rakennusvalvontaan liittyvistä asioista vastaa Rautalammilla Rautalammin kunnan tekninen osasto. Rautalammin rakennustarkastajan (Tuppura 2014-03-24) mukaan Konttikahvilalle tarvitaan rakennuslupa, koska kontti liitetään osaksi Arttelin liikehuoneistoa tekemällä liikehuoneistosta suora sisäänkäynti kahvilaan. Mikäli yhdistämistä ei tehtäisi ovelta, riittäisi kahvilatoiminnan aloittamiseen pelkkä toimenpidelupa (Tuppura 2014-02-05).

Yrittäjä itse hakee rakennuslupaa tontin omistajan tekemällä valtakirjalla Rautalammin kunnan rakennusvalvontaviranomaiselta. Ennen kuin rakennuslupa voidaan myöntää, tulee yrittäjän teettää valitsemallaan rakennuspiirtäjällä suunnitelmastaan rakennuspiirustukset.

Rautalammin kunta kuuluu ympäristöterveydenhuollon yhteistoiminta-alueeseen yhdessä Tervon kunnan, Suonenjoen kaupungin, Vesannon kunnan, Pielaveden kunnan ja Keiteleen kunnan kanssa. Kun Rautalammilla sijaitseva huoneisto halutaan ilmoittaa elintarvikehuoneistoksi, tulee olla yhteydessä ympäristöterveydenhuollon yhteistoiminta-alueen ympäristöterveyspalveluihin, jonka isäntäkuntana toimii Tervo. Rautalammin elintarvikehuoneistojen valvoja toimii Suonenjoen toimipaikassa. (Tervon kunta.) Ilmoitus on tehtävä kirjallisesti (Työ- ja elinkeinoministeriö).

Lupa-asioissa tulee huomioida kyseisen kahvilan toimintaympäristönä toimiva merikontti, sillä se on pääpiirteissään liikuteltavissa oleva huoneisto. Konttikahvilan tapauksessa tulee ottaa selvää, voidaan siihen soveltaa liikkuvan elintarvikehuoneiston määräyksiä. Rautalammin kunnan ympäristöterveystarkastajan (Hänninen 2014-02-05) mukaan Konttikahvilan tapauksessa kyseessä on ilmoitettava elintarvikehuoneisto, eikä sitä voida lupa-asioissa nähdä liikkuvana elintarvikehuoneistona. Vaikka kontti on periaatteeltaan liikuteltava, on sen toimintansa aikana tarkoitus olla pysyvästi paikallaan ja toiminnan oletetaan olevan jatkuvaa kyseisellä liikepaikalla. Lisäksi kontti ei liiku omin voimin, joten nämä seikat vahvistavat sen, että kyseessä ei ole liikkuva elintarvikehuoneisto.

Elintarvikehuoneistoilmoitus sähköisessä muodossa löytyy Tervon kunnan kotisivuilta kohdasta → Kunta → Lomakkeet ja sähköinen asiointi → Lomakkeet. Tai suoraan osoitteesta: <http://www.tervo.fi/index.php?id=460>.

Kahvila tarvitsee useita erilaisia keittiövälineitä ja -koneita ennen kuin toiminta voidaan aloittaa. Suunnittelijana toimivan Morehousen kanssa on sovittu, että yrittäjä etsii itse erilaisia kahvilatoiminnan vaatimia koneita ja laitteita, joten niitä ei osteta suoraan kontin valmistajalta. Sopimuksen mukaan myöhemmin tehtävissä asennustöissä Morehouse on valmis auttamaan.

YritysHelsingin (2012,11) tekemän *Ravintola-alan ABC -ohjeita kahvilan tai ravintolan perustajalle* -oppaan mukaan kahvilamuutosten yhteydessä on kiinnitettävä huomiota seuraaviin asioihin.

Asemakaava ja rakennuksen suojelu

Asemakaava ja uuden liikehuoneiston siihen sijoittelu ei tuota ongelmaa, sillä nykyinen Artteli sijaitsee jo kahvilalle aiotulla liikepaikalla, joten asemakaava mahdollistaa liiketoiminnan. Vuokralla oleva liikerakennus ei ole suojeltu.

Sisäänkäynnit ja poistumistiet sekä paloturvallisuus

Yleensä ravintolassa edellytetään olevan kaksi uloskäytävää. Poistumisovien tulee olla sellaiset, että tilassa oleskeltaessa hädän hetkellä niistä voidaan kulkea ulos ilman avainta. Uloskäytävät tulee merkitä merkkivaloilla tai jälkiheijastavilla opasteilla ja uloskäytävistä tulee huolehtia niin, että ne ovat aina esteettömät. Sisustusmateriaaleiksi ja sisäpuolen pinnoiksi tulee valita vaikeasti syttyviä materiaaleja. Koristeet tulee asetella tilaan niin, etteivät ne peitä opasteita tai aiheuta vaaraa. (YritysHelsinki 2012, 14.)

Konttikahvilassa on useita uloskäyntejä, sillä kahvilan oman sisäänkäynnin lisäksi Arttelissa on kolme asiakkaille tarkoitettua sisäänkäyntiä.

Konttikahvilan tulee täyttää palo- ja pelastusvaatimukset. Ennen toiminnan aloittamista pelastuslaitoksen valvontaosaston on tehtävä palotarkastus (Fazer Pro 2014). Yli 50-asiakaspaiskaiset kahvilat tarvitsevat laaditun pelastussuunnitelman (YritysHelsinki 2012, 14). Pelastussuunnitelma on henkilökunnan päivittäisen toiminnan ohje. Vaikka pienet yritykset eivät ole veloitettuja tekemään kirjallista pelastussuunnitelmaa, tulee muistaa, että pienilläkin yrityksillä on pelastuslain asettama velvollisuus torjua onnettomuuksia sekä niiden tulee varautua välittömiin pelastustoimiin onnettomuuden varalta. (Suomen Hotelli- ja Ravintolaliitto SHR ry 2004.) Turvallisuutta voidaan parantaa poistumisteiden merkitsemisellä, varastoimalla ja käsittelemällä oikein sammutusvälineitä sekä palavia ja vaarallisia aineita. Myös yleinen siisteys ja järjestys vaikuttavat turvallisuuteen. (YritysHelsinki 2012, 20.) Ensiapu- ja turvakoulutus antavat kahvilatyöntekijällä käytännöntaitoja työhön (YritysHelsinki 2012, 21).

Ennen kun paikallinen rakennustarkastaja hyväksyy rakennusluvan, hän hyväksyttää kahvilan suunnitelman myös paikallisilla pelastusviranomaisilla. Konttikahvilaan hankitaan sammutuspeite sekä käsisammutin. Kontin paloturvallisuusvälineiden valikoimaa laajennetaan paikallisten pelastusviranomaisten antamien ohjeiden mukaa heidän hyväksyessään toimintaa. Konttikahvilassa huolehditaan, että ennen toiminnan aloittamista kontista löytyvät ensiapuvälineet. Koska kyseessä on laskennallisesti 25-paikkainen kahvila, ei Konttikahvilalla ole veloitetta tehdä pelastussuunnitelmaa. Mikäli yrittäjä haluaa laadittavan pelastussuunnitelman, huolehtii hän sen toteutumisesta.

Eteis- ja vaatesäilytystilat

Kahvilan tilojen suunnittelussa on huomioitava myös eteis- ja vaatesäilytystilat (YritysHelsinki 2012, 16).

Konttikahvilassa on vaatesäilytystä varten muutamia pystynaulakoita asiakkaiden käytössä, jotka lisäävät asiakasviihtyisyyttä. Tämä myös mahdollisesti helpottaa kulkua kahvilapöytien lomassa, joten naulakot parantavat myös turvallisuutta.

Yleisötilat

Ympäristöterveystarkastajan (Hänninen 2014-02-05) mukaan asiakaspaikkojen suunnittelussa voidaan käyttää apuna laskutapaa, jonka mukaan yksi asiakaspaikka vaatii 1 m² asiakastilaa.

Konttikahvilassa kontin sisälle asiakaspaikkoja on suunniteltu vain kuusi kappaletta kesäaikaan. Loput asiakaspaikat sijaitsevat terassilla. Talviaikana, kun terassi ei ole käytössä, voidaan kontin sisäpaikkojen määrää kasvattaa. Kontissa on yhteensä sisätilaa noin 28,8 m². Tässä sisätilassa sijaitsee myyntitiski ja sen takana henkilökunnan käytössä oleva myyntitila, asiakkaille tarkoitetut sisätilat ja asiakaspaikat sekä asiakaskäymälä. Yleisötiloihin tarkoitetut kalusteet, kuten pöydät, tuolit ja lepotuolit, pyritään hankkimaan paikalliselta kalusteyritykseltä.

Käymälät

Käymälöiden määrä riippuu asiakaspaikkamäärästä. Alle 25-asiakaspaikkaisessa kahvilassa riittää, että kahvilassa on yksi yhteinen käymälä naisille ja miehille. Myös ulkotarjoilualue tulee muistaa laskea asiakaspaikkoihin mukaan käymälätiloja suunniteltaessa. Käymälä ei saa avautua suoraan tarjoilutilaan eikä sinne kulku saa tapahtua varaston tai keittiön läpi. Myös LVI-määräykset vaikuttavat tilojen suunnitteluun. (YritysHelsinki 2012, 17.) Ilmanvaihdon käymälätiloissa tulee olla mekaaninen tai luonnollinen ja asianmukaisesti järjestetty (Euroopan parlamentti ja Euroopan unionin neuvosto 2004, Liite 2, Luku 1, kohta 6). Mikäli kahvilatiloihin on suunniteltu enemmän kuin 25 asiakaspaikkaa, tulee sieltä löytyä liikuntaesteisille tarkoitettu käymälä (Helsingin rakennusvalvontavirasto 2012, 4).

Ympäristöterveydenhuollon yhteistoiminta-alueen ympäristöterveystarkastajan (Hänninen 2014-02-05) antaman ohjeen mukaan asiakaspaikat lasketaan niin, että sisällä sijaitsevat asiakaspaikat lasketaan yhdeksi ja terassilla olevat ulkoasiakaspaikat lasketaan kertoimella 0,5. Jos asiakaspaikkoja on 7-25 kappaletta, tulee kahvilassa olla yksi käymälä asiakkaille. Jos asiakaspaikkoja on 25-50, tulee kahvilassa olla erilliset käymälä tilat naisille ja miehille.

Konttikahvilaan mahtuu kontin mittojen vuoksi ainoastaan yksi asiakaskäymälä, joten toiminta kahvilan aloittamisvaiheessa mitoitetaan sen mukaisesti. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että sisä- ja ulkopaikkoja on yhteensä sen verran, ettei asiakaspaikkojen määrä ylitä 25 asiakaspaikkaa. Asiakaspaikat voidaan esimerkiksi laskea niin, että kontin sisällä olisi kuusi asiakaspaikkaa, jolloin ulkona voisi olla 38 asiakaspaikkaa. Tällöin Konttikahvilassa olisi aiemmin mainitun laskutavan mukaisesti 25 asiakaspaikkaa ja käytännössä asiakkaita voi olla kahvilassa yhteensä 44 kappaletta. Kahvilan päädysssä sijaitseva käymälä ei aukea suoraan asiakastiloihin. Käynti tiloihin käy käsienspesutilojen kautta, joten istuin sijaitsee kahden oven takana. Mikäli kontin suunnittelun ja laitteiden asennuksen jälkeen konttiin jää tilaa, rakennetaan miehille ja naisille omat käymälät. Näin asiakaspaikkoja voidaan myös lisätä.

Toinen vaihtoehto jatkossa asiakaspaikkojen lisäämiseksi on toisen asiakaskäymälän sijoittaminen kahvilan läheisyyteen (Hänninen 2014-02-05; Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2014b, 20).

Myös henkilökunnalle tulee elintarvikehuoneistossa olla oma käymälä. Käymälä voi sijaita valvontaviranomaisen luvalla, mikäli toiminnan laatu ja laajuus huomioon ottaen on tarkoituksenmukaista, erillisessä tilassa tai rakennuksessa. Järjestelystä ei saa aiheutua terveysvaaraa. (Maa- ja metsätalousministeriön asetus ilmoitettujen elintarvikehuoneistojen elintarvikehygieniasta 1367/2011, § 3.)

Henkilökunnan käymälätiloista kerrotaan tarkemmin alla kohdassa Henkilöstötilat.

Esteettömyys

Kahvilaan on järjestettävä esteetön kulku, joka käytännössä tarkoittaa 800 millimetrin oviaukkoja, luiskia joiden kaltevuus on enintään 8 %, tarpeellisia kahvoja ja kaiteita sekä kynnyksiä, jotka ovat enintään 20 millimetriä. Lähtökohtaisesti kahvila, jossa on yli 25 asiakaspaikkaa, tulee sisältää esteettömän kulun lisäksi inva-käymälä. (YritysHelsinki 2012, 14.)

Kontin suunnittelija Morehouse ottaa suunnittelussa huomioon esteettömyysvaatimukset. Koska Konttikahvilassa on laskennallisesti 25 asiakaspaikkaa, ei inva-käymälä ole pakollinen. Mikäli asiakaspaikkojen määrää kasvatetaan toiminnan aloittamisen jälkeen, tulee asia ottaa huomioon.

Henkilöstötilat

Myös työntekijät tulee ottaa huomioon kahvilaa suunniteltaessa. Henkilökunnalle tulee olla erilliset puku-, pesu- ja käymälätilat, jotka täyttävät määräykset. Tarvittaessa nämä tilat tulee järjestää erikseen miehille ja naisille. (YritysHelsinki 2012, 15.)

Henkilökunnan käymälä sekä pukeutumistilat sijaitsevat Arttelin tiloissa kontin välittömässä läheisyydessä.

Siivous ja jätehuolto

Siivousvälineille ja niiden huoltamiselle tulee elintarvikehuoneistossa olla erillinen tila. Siivousvälineille tarkoitettun tilan tulee olla asianmukaisesti varustettu. Tila voi olla erillään elintarvikehuoneistosta, mikäli se on tarkoituksenmukaista toiminnan laajuus ja laatu huomioon ottaen, eikä järjestely aiheuta terveysvaaraa. Tästä päättää valvontaviranomainen. (Maa- ja metsätalousministeriön asetus ilmoitettujen elintarvikehuoneistojen elintarvikehygieniasta 1367/2011, § 3.) Suositusten mukaan keittiö- ja asiakastiloissa tulee olla erilliset siivouskaapit. Mikäli kuitenkin käytetään vain yhtä siivouskaappia, on keittiön siivoukseen tarkoitettut välineet merkittävä selvästi. (YritysHelsinki 2012, 15.)

Jätehuollosta tulee omavalvontasuunnitelmaan liitteeksi laittaa selvitys. Selvityksestä tulee käydä ilmi kuinka elintarvikehuoneistossa syntyneitä jätteitä käsitellään. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2014b, 41.)

Konttikahvilassa keittiön, myyntitiskin sekä pöytien siivoamiseen tarvittavat välineet sijaitsevat kontissa henkilökunnan tarjoilutiskin luona niille tarkoitettussa kaapissa. Muiden asiakastilojen, kuten asiakaskäymälän ja lattioiden pesuun tarvittavat välineet, sijaitsevat kontissa tai mikäli kontissa ei ole kyseisille siivousvälineille riittävää tilaa, sijaitsevat ne Arttelin tiloissa. Arttelin muun liiketoiminnan myötä yrityksessä on huolehdittu jätehuollosta, jonka riittävyys tarkastetaan Rautalammin ympäristöterveystarkastajalta elintarvikehuoneistohakemuksen yhteydessä.

Ravintolasali ja keittiö

Keittiölle asetetut vaatimukset koskien elintarvikehygieniamääräyksiä, ilmanvaihtoa ja viemärointiä määräytyvät toiminnan laajuuden sekä keittiölaitteiden mukaan. Ruoanvalmistus tulee erottaa likaisien astioiden ja jätteiden käsittelystä. (YritysHelsinki 2012, 15.)

Kontissa ei ole varsinaista keittiötä tai ravintolasalia toiminnan luonteen vuoksi. Myyntitiskin takana työntekijöiden käytössä sijaitsevat uuni, astianpesukone, kylmävetolaatikat sekä muut toiminnan vaatimat laitteet. Arttelin tiloissa sijaitsee tila, jossa voidaan suorittaa pienimuotoista elintarvikkeiden valmistusta ja esillelaittoa. Kyseinen tila tulee hyväksyttäväksi elintarvikehuoneistoksi. Konttikahvilassa myytävät tuotteet tulevat paikalliselta leipojalta ja osa puolivalmisteina, joten ravintolaan verrattavaa keittiötä ja laajaa keittiölaitteiden valikoimaa ei Konttikahvilassa tarvita.

Konttikahvilan laitevalikoimasta tulee löytyä ainakin astianpesukone, kakkuvitriini, kylmävetolaatikosto, korkea jääkaappi, kaksi pakastinta, kylmätiski, pehmytjätelökone, mikroaaltouuni, uuni sekä crepesien valmistukseen tarkoitettu laite.

Ilmanvaihto, vesi- ja viemärlaitteet

Elintarvikehuoneistossa on oltava ilmanvaihto, joka on toteutettu luonnollisesti tai mekaanisesti ja sen on oltava asianmukainen. Ilmanvaihdon suunnittelussa on otettava huomioon, että puhdistamista ja vaihtamista edellyttävät osat, kuten suodattimet ja muut, tulevat olla sijoitettu vaivattomasti käden ulottuville. Myös saastuneelta alueelta puhtaalle alueelle kulkeutuva mekaaninen ilmavirtaus on estettävä. (Euroopan parlamentti ja Euroopan unionin neuvosto 2004, Liite 2, Luku 1, kohta 5.) Kahvilaan tarvitaan koneellinen ilmanvaihto, mikäli kontissa valmistetaan esimerkiksi grilliannoksia (Hänninen 2014-02-05).

Kontinvalmistaja huolehtii, että kontissa on toiminnan vaatima ilmastointi.

Ruoanvalmistukselle ja likaisten astioiden esipesulle ja pesulle tulee olla omat, erilliset vesipisteet. Keittiötilassa on oltava erillinen käsienpesupaikka keittiöhenkilökuntaa varten. (YritysHelsinki 2012, 15.) Rautalammin alueen ympäristöterveystarkastajan mukaan (Hänninen 2014-02-05) Konttikahvilan vesipisteiden määrä riippuu toiminnan laajuudesta. Suositusten mukaisesti Konttikahvilassa tulisi olla kaksi vesipistettä, joista toinen toimisi pelkästään käsienpesupisteenä. Yhteen vesipisteeseen verrattuna kahdella vesipisteellä toiminta voi olla melko laajaa. Yksi vesipiste riittäisi vain, mikäli keitetäisiin ainoastaan kahvia, eikä juuri käsiteltäisi pakkaamattomia elintarvikkeita.

Konttikahvilaan tulee henkilökunnalle kaksi vesipistettä, joista toinen on tarkoitettu ruoanvalmistukselle ja toinen käsienpesulle. Lisäksi asiakaskäymälän tiloissa on asiakkaille oma käsienpesumahdollisuus.

Viemärijärjestelmän suunnittelussa ja toteutuksessa on otettava huomioon muutamia asioita. Viemärijärjestelmistä ei saa aiheutua saastumisriskiä ja niiden on oltava tarkoituksenmukaisia toimintaan nähden. Mikäli viemärikourut ovat avoimia tai osittain avoimia, tulee ottaa huomioon, ettei jäte saa valua saastuneelta alueelta puhtaalle alueelle tai sitä kohti. (Euroopan parlamentti ja Euroopan unionin neuvosto 2004, Liite 2, Luku 1, kohta 8.)

Kontinvalmistaja huolehtii sopimuksen mukaan kontin viemäröinnistä. Rakennustarkastajan kanssa on sovittu, että viemäröinti yhdistetään Arttelin liikehuoneiston viemäröintiin kontin käymälän puoleisesta nurkasta.

Valaistus, ääneneristys, melu

Elintarvikehuoneistossa oleva valaistus voidaan toteuttaa luonnollisen valaistuksen lisäksi keinova-laistuksella (Euroopan parlamentti ja Euroopan unionin neuvosto 2004, Liite 2, Luku 1, kohta 7).

Konttikahvilan valaistus kontin sisätiloissa huolehditaan tarvittavalla määrällä valaisimia. Yleisvalaisimien asennuksesta ja sähkötoista vastaa Morehouse. Kahvilassa käytettävistä tunnelma- ja sisustusvalaisimien hankinnasta ja asentamisesta vastaa yrittäjä itse. Sisustusvalaisimien määrä päätetään tarkemmin kontin valmistuttua.

Kahvilan äänieristyksen tulee täyttää rakentamismääräykset ja joskus asumisterveyden kannalta arvioituna sekään ei aina riitä (YritysHelsinki 2012, 14).

Konttikahvila tulee toimimaan päiväaikaan sekä alkuillasta, joten meluhaitat eivät mitä luultavammin aiheuta ongelmaa. Myöskään Konttikahvilassa ei ole anniskelua, joten meluhaittojen voidaan arvioida olevan pieniä ja kertaluontoisia. Mikäli henkilökunta huomaa melutason nousevan asiakkaiden keskuudessa häiritseväksi, pyydetään asianomaisia hiljentämään äänenvoimakkuuttaan kahvilassa.

Elintarvike- ja tavarakuljetukset

Elintarvike- ja tavarakuljetuksista on sovittava hyvissä ajoin ennen toiminnan aloittamista, jotta tarvittavia tuotteita saadaan myyntiin. Usein elintarvikkeiden saamiseksi tulee liittyä jonkin elintarvikkeita toimittavan ruokatukun asiakkaaksi. Rautalammita katsottuna lähimmät ruokatukut ovat Kuopiossa sijaitsevat Kespron noutotukku ja Metro-pikatukku. Lisäksi Konttikahvilan tulee sopia muiden yhteistyökumppaneiden kanssa elintarvike- ja tavarakuljetuksista.

Työpaikalla on tärkeää sopia, kuka hoitaa elintarvike- ja tavaratilaukset, jotta tuotteita on aina riittävästi myynnissä. Yrittäjä sopii henkilökunnan kanssa siitä, kuka on vastuussa elintarvikkeiden tilauksesta.

Pääsääntöisesti elintarvikekuljetukset vastaanotetaan sisälle Arttelin liikehuoneistoon erilliseen elintarvikehuoneeseen kontin rajallisten tilojen vuoksi. Siellä tuotteet varastoidaan ja siirretään tarpeen mukaan kylmäsäilytykseen. Työvuoron alkaessa konttiin otetaan vain yhdeksi päiväksi arvioidut tarvikkeet, joita päivän mittaan voidaan täydentää.

Kuivavarasto- ja kylmäsäilytystilat

Raaka-aineille, ruoille ja juomille on oltava riittävät kuivavarasto ja kylmäsäilytystilat. Ympäristövaikutuksiin voidaan kahvilatoiminnassa kiinnittää huomiota raaka-ainevalinnoilla, elintarvikkeiden hävikin pienentämisellä, jätteen määrän minimoimisella, valitsemalla vähän energiaa kuluttavat laitteet ja kalustot sekä kiinnittämällä huomiota kemikaalien ja veden käyttöön. (YritysHelsinki 2012, 15.)

Koska kontti on sisätiloiltaan melko pieni, on kuiva- ja kylmäsäilytystiloja järjestetty myös Arttelin yhteyteen.

Terassi ja ulkotarjoilu

Jos kahvilassa halutaan tarjoilla ulkoterasseille eli ulkotarjoilualueille, tulee siihen olla lupa maanomistajalta. Aiotun terassin tulee täyttää vaadittavat edellytykset ja alueen tulee soveltua ulkotarjoiluun. Viranomaiset tarkastavat lupaa haettaessa alueen soveltuvuuden. Esimerkiksi terassin tulee sijaita ravitsemisliikkeen toiminnallisessa läheisyydessä. Lastenrattaiden ja pyörätuolien on päästävä kulkemaan tarjoilualueen ohi ongelmitta. Poliisi pitää huolen siitä, ettei ulkotarjoilualue häiritse liikennettä, yleistä järjestystä tai turvallisuutta. Rakennusviranomaiselta voidaan tarvita toimenpidelupa, mikäli ulkotarjoilualueita halutaan rajata esimerkiksi aidalla. (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 21.) Ulkotarjoilualueesta tulee tarvittaessa tehdä ilmoitus sijaintipaikkakunnan poliisille. Terrassia varten tulee hankkia terassilupa. Lupaa haetaan sijaintikunnan rakennusvalvontaviranomaiselta. (Työ- ja elinkeinoministeriö.)

Koska konttikahvila sijaitsee asuinkiinteistön välittömässä läheisyydessä, on ulkotarjoilu rajoitettu lopettavaksi klo 22.00 mennessä ilman erityislupaa. Pidempää aukioloaikaa voi tarvittaessa hakea erillisellä erityisluvalla. (YritysHelsinki 2012, 16.)

Konttikahvilan terassialueelle pyydetään lupa kiinteistön omistajalta sekä rakennusviranomaiselta. Ulkotarjoilualue ilmoitetaan myös poliisille. Rautalampi kuuluu Itä-Suomen poliisilaitokseen. Aukiolon lopettaminen kello 22.00 mennessä sopii kahvilan valittuun liikeideaan.

Tupakointi

Kaikissa yleisö- ja työtiloissa on tupakointi kielletty. Yrityksen ei ole pakollista järjestää asiakkailleen erillistä tupakointitilaa. Tupakointi asiakkaille voidaan kuitenkin sallia terassilla, josta tupakansavu ei saa kulkeutua sisätiloihin. (YritysHelsinki 2012, 17.) Tupakointi ei saa aiheuttaa elintarvikehygienialle riskejä. Jos tupakointi todetaan riskiksi elintarviketyössä elintarvikehygienialle, tulee työntekijän vaihtaa vaatteet tai suojata ne. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2014b, 31.)

Konttikahvilaan ei järjestetä erillistä tupakointitilaa asiakkaille, joka vaatisi oman rakenteellisesti erotetun, asianmukaisesti ilmastoidun tilan sekä rakennusluvut. Konttikahvilassa myös terassilla tupakointi on kiellettyä. Tupakointikielto johtuu valitusta liikeideasta ja asiakassegmentistä. Lapset ja lapsiperheet ovat Konttikahvilalle tärkeitä asiakkaita ja tupakointi nähdään mahdollisena haittana heitä ajatellen. Kontin lasiovien on tarkoitus olla kesällä auki, joten yleisötila avautuu suoraan terassille. Tästä syystä on mahdollista, että tupakansavu voisi kulkeutua kontin sisätiloihin, jossa käsitellään helposti pilaantuvia elintarvikkeita, kuten jäätelöä.

Aiempina kesinä jäätelökioski on ollut savuton työympäristö jo pelkästään työntekijöiden iän vuoksi. Yrittäjä ei halua tietoisesti lähteä kieltämään kahvilahenkilökunnan tupakointia. Mikäli työntekijä on

tupakoitsija, hän voi käydä tupakalla kiinteistön takana ja tupakointi ei saa aiheuttaa riskiä elintarvikehygienialle.

Mainoslaitteet ja markiisit

Usein mainoslaitteiden asennus vaatii kiinteistön hyväksynnän, ennen niiden asentamista (YritysHelsinki 2012, 17; Fazer Pro 2014).

Arttelin liikehuoneiston julkisivuun on tällä hetkellä kiinnitetty erilaisia mainoslaitteita kiinteistön omistajan luvalla. Kiinteistöön on kaavailtu tulevan julkisivuremontti, joten suuria mainoslaitteita ei ennen remonttia liikekiinteistöön asenneta. Remontin jälkeen mainoslaitteiden ja -valojen tyyliyt yhtenäistetään. Kontin pitkälle sivulle voidaan asentaa Konttikahvilan oma mainoslaitte, joka huomioidaan rakennusluvassa.

5.2 Konttikahvilan omavalvonta ja omavalvontasuunnitelma

Kahvilalla on oltava riittävät tiedot elintarvikkeistaan, joita kahvila tuottaa, jalostaa tai jakelee. Kahvilan tulee laatia omavalvontasuunnitelma. Omavalvontasuunnitelma on kirjallinen asiakirja, jolla yritys seuraa ja valvoo itse toimintaansa. Yrityksen tulee itse valvoa elintarvikkeiden laatua ja turvallisuutta sekä toimintaolosuhteita. Valvontaviranomaiset voivat halutessaan pyytää kahvilan omavalvontasuunnitelman nähtäväkseen. (YritysHelsinki 2012, 18.)

Omavalvontasuunnitelman kirjallinen laajuus riippuu yrityksen toiminnasta, sen moninaisuudesta sekä tuotteista ja niihin liittyvistä riskeistä. Omavalvontasuunnitelman hyötynä on se, että kaikilla yrityksessä työskentelevillä on yhtenäinen käsitys toimintatavoista. Kirjallisesta suunnitelmasta on myös helppo tarkistaa työhön liittyviä ohjeita ja sitä voi käyttää tuotteiden ja toiminnan kehittämiskeskustelujen pohjalla apuvälineenä. Omavalvontasuunnitelmasta ei ole mitään hyötyä, ellei se ole ajantasainen, joten sitä on päivitettävä tarpeen mukaan. Elintarvikehuoneiston omavalvontasuunnitelmaa ei tarvitse hyväksyttää erillisellä päätöksellä ennen toiminnan aloittamista, vaan se tarkastetaan elintarvikehuoneistoon tehtävän alkutarkastuksen yhteydessä. Omavalvontasuunnitelman voi halutessaan toimittaa viranomaiselle ennen alkutarkastusta. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2012a; Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2011.)

Viranomaiset voivat ottaa myös näytteitä, joilla kontrolloidaan omavalvonnan toteutumista sekä elintarvikkeiden laatua. Helposti pilaantuvilla elintarvikkeilla on annettu lämpötilat, joissa ne tulee säilyttää ja ruokamyrkytyksestä on heti ilmoitettava ympäristökeskuksen elintarvikevalvontaviranomaiselle. (YritysHelsinki 2012, 18.)

Kahvilan tulee tehdä selvitys niiden työntekijöiden terveydentilasta, jotka käsittelevät pakkaamattomia ja helposti pilaantuvia raaka-aineita. Selvityksellä pyritään ehkäisemään tartuntatautien leviämistä ruoan välityksellä. Mikäli työntekijä on matkustanut viimeisten kolmen kuukauden aikana Poh-

joismaiden ulkopuolelle, tulee heidän osallistua salmonellatutkimuksiin. Salmonellatutkimus täytyy suorittaa myös tapauksissa, joissa työntekijä palaa työpaikalle oltuaan neljä vuorokautta tai pidempään Pohjoismaiden ulkopuolella. (YritysHelsinki 2012, 18-19.)

Konttikahvilan omavalvontasuunnitelmasta ja omavalvontaohjeiden laatimisesta vastaa yrittäjä itse. Ennen toiminnan aloittamista työntekijöiltä tulee pyytää salmonellatodistukset.

5.3 Hygieniaosaaminen ja hygieniapassi

Elintarvikehygieeninen osaaminen sisältää elintarvikehygienian perusteiden hallitsemisen, tietojen ja taitojen jatkuvan ylläpidon sekä päivittämisen ja ajankohtaisten muutosten huomioimisen alalla sovellettuna yrityksen omavalvontaan. Hyvä elintarvikehygienia on erittäin tärkeää, koska sillä voidaan vähentää elintarvikkeiden terveystriskejä sekä vähentää yrityksen hävikkiä. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2012b; YritysHelsinki 2012, 19.) Hygieniaosaamista voi osoittaa hygieniaosaamistodistuksella. Kahvilassa työskentelevillä vaaditaan hygieniaosaamistodistus eli hygieniapassi, mikäli he käsittelevät työssään pakkaamattomia ja helposti pilaantuvia elintarvikkeita. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2012b; YritysHelsinki 2012, 19.)

Konttikahvilassa tulee ennen toiminnan aloittamista varmistaa, että kaikilla työntekijöillä on hygieniaosaamistodistus. On suositeltavaa, että Arttelin muu henkilökunta suorittaisi myös hygieniapassin, jotta sairaustapauksissa tai kiiretilanteissa Arttelin muu henkilökunta voisi auttaa kahvilassa. Konttikahvilalle on arvojen ja imagonsa puolesta erityisen tärkeää toimia alan käytäntöjen mukaan parhaalla mahdollisella tavalla. Siksi kahvilatoimintaa aloitettaessa on hyvä ottaa huomioon käyttöön otettu Oivahymy, joka arvioi elintarvikkeiden turvallisuutta asiakkaille.

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira koordinoi elintarvikevalvonnan tarkastustietojen julkistamisjärjestelmä Oivaa. Oivalla mitataan elintarviketurvallisuutta, elintarvikehygieniaa sekä tuotteiden turvallisuutta kuluttajille. Tarkastuskierroksia suorittavat kuntien elintarvikevalvojat Oiva-arviointiohjeiden mukaan ja käynnin jälkeen Oivan hymy kertoo asiakkaille, millä mallilla elintarviketurvallisuusasiat yrityksessä ovat. Yritykset eivät pääsääntöisesti tiedä tarkastuskäyntien ajankohtaa etukäteen. Oivassa käynnistyi toukokuussa 2013 ensimmäinen vaihe, jossa tarkastetaan muun muassa kahviloiden elintarviketurvallisuutta. Oivan tarkoituksena on tuoda elintarvikevalvonnan tarkastustulokset asiakkaiden nähtäville sekä lisätä elintarvikevalvonnan vaikuttavuutta ja tunnettuutta. Oiva pyrkii lisäämään läpinäkyvyyttä valvonnan läpinäkyvyyttä kuluttajalle selkä antaa mahdollisuuden yritykselle viestiä omasta elintarviketurvallisuus tasostaan. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2014a.) Tarkastuskäynnistä yritys saa Oiva-raportin, joka on julkaistava asiakirja. 1.1.2014 alkaen yritysten on pitänyt asettaa Oiva-raportti sisäänkäynnin yhteyteen. Oiva-raportteja voi etsiä myös haluamastaan yrityksestä Oiva-sivuston kautta toiminnolla *Hae yrityksii*. (Elintarviketurvallisuusvirasto 2014c.)

5.4 Kahvilan aukioloajat

Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 28.4.2006/308 mukaan ravitsemisliike saa pääsäännön mukaan olla avoinna kello 05.00-02.00 (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 20; Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 28.4.2006/308, §3).

Konttikahvila on kesäaikaan suunnitelmien mukaan auki seitsemänä päivänä viikossa, jotta tuoretta kahvia on paikkakunnalla aina tarjolla. Kahvila aukeaa maanantaista perjantaihin aamulla kello 9.00 ja sulkeutuu kello 19.00. Lauantaisin kahvila on auki kello 9.00-16.00 ja sunnuntaisin kello 11.00-16.00. (Lyytinen 2014-04-01c.) Aukioloajat tarkentuvat mahdollisesti toiminnan alettua, kun kahvila-toiminnasta on kertynyt kokemusta.

Talviaikaan Konttikahvilan aukioloajat myötäilevät Artteli Shop Oy:n muuta toimintaa. Tällöin kahvila olisi auki maanantaista perjantaihin kello 9.00-17.00, lauantaisin kello 9.00-14.00 sekä sunnuntaisin 11.00-15.00.

5.5 Konttikahvilassa noudatettava työehtosopimus

Kahvilatyöntekijän työehtosopimus noudattaa matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajanpalveluja koskevaa yleissitovaa työehtosopimusta. Työehtosopimuksessa ja laissa on määritelty ehdot, joita työntekijä ja työnantaja eivät tekemällään sopimuksella voi kumota. Yleissitovuuden vuoksi työehtosopimuksessa on tietyt vähimmäisehdot, joita työnantajan on noudatettava. Vähimmäisehdot käsittelevät muun muassa palkkaa, vapaapäiviä ja lomaltapaluu-rahvoja. (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 21.) On suositeltavaa tehdä kirjallinen työehtosopimus, joka huomioi majoitus- ja ravitsemisal- an työehtosopimuksen. Työnantajan velvollisuuksiin kuuluu myös järjestää työterveyshuolto sekä työturvalli- suudesta huolehtiminen. (YritysHelsinki 2012, 21.)

Arttelin tilitoimistona toimivan Administer Oy:n antaman ohjeen mukaan Konttikahvilan työntekijät noudattavat kaupanalan työehtosopimusta. Työntekijöiden työehtosopimus määräytyy työnantajan noudattaman työehtosopimuksen mukaan. Kyseistä kahvilatoimintaa ei toimintansa laajuuden puo- lesta lasketa vielä ravintolatoiminnaksi. Kuitenkin jos matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajanpalveluja koskeva työehtosopimus on joiltakin osin työehdoiltaan parempi, tulee tällöin olla yhteydessä Kau- panalan työntantajaliittoon. Tällaisessa tilanteessa kaupanalan työntantajaliitto sekä työsuojeluhallinto neuvottelevat tilanteelle ratkaisun. (Administer Oy 2014-04-02.)

Työterveyshuolto työntekijöille on kunnossa, sillä yritys ei ole aloittava yritys. Työterveyshuolto tulee järjestää kattamaan myös uudet työntekijät. Yrityksen vakuutukset ovat kunnossa aiemman toimin- nan vuoksi, mutta vakuutukset tulee laajentaa käsittämään myös kahvilatoiminta.

5.6 Anniskelu

Anniskelualueen ja anniskelupaikan tulee täyttää Alkoholilain (Alkoholilaki 8.12.1994/1143, luku 4 (30.8.2002/764) §21c) asettamat vaatimukset. Anniskelu aiheuttaa myös vaatimuksia henkilöstölle, työvuorosuunnittelulle, järjestyksenvalvonnalle sekä lisäksi alkoholijuomien säilyttäminen vaatii omat ratkaisunsa. Anniskelun myötä henkilöstöllä tulisi olla riittävä koulutus anniskelusta ja henkilöstöstä tulisi aina löytyä vastaavan hoitajan pätevyyden omaava työntekijä. Anniskelu vaatii myös rakennusteknisiä muutoksia esimerkiksi anniskelualueen rajaamiseksi. (Alkoholilaki 8.12.1994/1143.)

Konttikahvilassa ei harjoiteta anniskelua ainakaan kahvilan aloittamisvuonna. Tämä johtuu suunnitellusta liikeideasta, jonka mukaisesti kyseessä on ensisijaisesti kahvila, eikä anniskelua nähdä välttämättömänä ja oleellisena osana tätä toimintaa. Myöskin kahvila toimii päiväaikaan, joten tämänkään vuoksi anniskelu ei oikein sovi toimintaan. Lisäksi lapset ja lapsiperheet ovat tärkeä asiakassegmentti kahvilalle, joten anniskelun pelätään karkottavan tärkeitä asiakasryhmiä pois yrityksestä. Myöskin Alkoholilain vaatimat toimenpiteet henkilöstöön ja tiloihin liittyen ovat syitä siihen, miksi anniskelua ei kahvilan aloittamisvuonna pidetä tärkeänä.

Mikäli jatkossa yrityksen toiminta näyttää sille, että anniskelulupien hankkimista olisi syytä harkita uudelleen, on tämän opinnäytetyön liitteenä karkea toimintaohje anniskeluun liittyvistä vaatimuksista (katso liite 3 Ohje anniskeluun laajentamiselle).

5.7 Musiikin käyttö kahvilassa

Musiikin käyttö kahvilassa ja kahvilan terassilla vaativat musiikinkäyttöluvat. Musiikinkäyttölupia myy Teosto, joka kerää tekijänoikeuskorvaukset säveltäjille, sovittajille ja sanoittajille sekä musiikin kustantajille. Gramex puolestaan edustaa muusikoita ja musiikintuottajia. Kahvilan tulee tehdä siis sopimukset musiikin käytöstä sekä Teoston että Gramexin kanssa. (YritysHelsinki 2012, 20; Gramex 2014; Teosto 2012.)

Arttelilla on musiikinkäyttöluvat, joista on sovittu Teoston ja Gramexin kanssa. Voimassa olevat sopimukset käsittävät myymälätilan ja kahvilatoiminnan myötä sopimukset tulee päivittää käsittämään myös kahvila sekä terassialue.

5.8 Lemmikkieläimet Konttikahvilan asiakkaina

Elintarvikehuoneiston tarjoilutiloihin saa tuoda lemmikkieläimiä, mikäli yrityksessä on toimijan suostumuksella niin päätetty. Jos lemmikkieläimen saa tuoda kyseiseen elintarvikehuoneistoon, tulee siitä olla ilmoitus asiakkaiden nähtävillä tarjoilutilaan vievän sisäänkäynnin yhteydessä. Erilaiset avustajakoirat, kuten kuulovammaisten kuulokoirat, näkövammaisten opaskoirat sekä liikuntavammaisten avustajakoirat saa tuoda asiakastiloihin elintarvikehuoneistossa. (Maa- ja metsätalousministeriön asetus ilmoitettujen elintarvikehuoneistojen elintarvikehygieniasta 1367/2011, § 18.)

Konttikahvilan terassialueelle asiakkaila on lupa tuoda lemmikkieläimiään ja Konttikahvilan sisäänkäynnin yhteyteen tulee tehdä ilmoitus, jossa lemmikkiystävällisyys käy ilmi. Mikäli asiakas haluaa tuoda lemmikkieläimensä mukanaan Konttikahvilaan, toivotaan asiakkaan tutustuvan etukäteen DOGIAN (DOGIA 2014) laatimaan koiran ravintolaetikettiin. Koiran ravintolaetiketin on tarkastanut Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry sekä SEY Suomen Eläinsuojeluyhdistysten Liitto ry.

5.9 Työntekijöiden vaatetus Konttikahvilassa

Kahvilatyöntekijöiden vaatetuksella on vaikutus elintarvikehygieniaan ja -turvallisuuteen. Elintarvikehuoneistossa elintarvikkeiden käsittelyalueella työskentelevien on käytettävä vaatteita, jotka sopivat kyseiseen työhön. Työntekijän on tarvittaessa käytettävä suojavaatteita ja vaihdettava vaatteensa riittävän usein. Työnantajan velvollisuutena on huolehtia, että kaikki työpaikalla toimivat näiden sääntöjen mukaisesti. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2012c.) Työntekijöiden toiminnalla on suuri vaikutus myös ruoan välityksellä leviävien sairauksien ehkäisemisessä. Jotta työasu on aina puhtas, puetaan se päälle töihin tullessa ja riisutaan töistä lähtiessä. (Wade 2006, 176-177.)

Käsiteltäessä raaka-aineita, jotka ovat helposti pilaantuvia ja pakkaamattomia, tulee työntekijällä suojavaatetuksen lisäksi olla päähine sekä jalkineet (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2012c). Ravintolakeittiössä käytettävien kenkien tulisi olla umpinaiset (Koppinen ym. 2002, 116). Työkenkiä tulisi käyttää vain työpaikalla ja kenkien tulisi olla ehjät sekä puhtaat (Välikylä 2011, 3). Tarpeen mukaan työasuun voi myös kuulua työtakki, esiliina tai kenkäsuojat. Työvaatteiden materiaalien tulee olla kestäviä ja helposti puhtaana pidettäviä. Työvaatteet voidaan huoltaa kotona. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2012c.)

Konttikahvilassa panostetaan puhtauden lisäksi erityisesti kahvilan visuaaliseen ulkonäköön, joka on myös yrityksen kilpailuetu. Työntekijöiden työvaatteet ilmentävät yrityksen tyyliä. Työntekijöiden asut on valittu Arttelin omasta tuotevalikoimasta, jotta vaatteet samalla markkinoivat yrityksen tuotteita, mutta viestivät myös ajassa elämisestä ja yrityksen valitsemasta selkeästä ja iloisesta toimintatavasta. Työasun alaosa tulee olla pääsäännön mukaan musta, tummansininen tai harmaa hame tai housut. Alaosa voi olla myös muun värinen yrityksen tuotevalikoiman sesongin mukaan. Työasun yläosa voi olla joko yksivärinen tai kuviollinen. Konttikahvilan työntekijän jalkaterät tulevat olla peitetyt. Työasuun kuuluvat lisäksi huivi sekä esiliina. Jokin edellä mainituista työasun osista tulee olla Marimekkoa, jotta Konttikahvilan tavoiteltu tyyli jatkuu työntekijöiden asuissa. Työntekijät hankkivat pääsääntöisesti työasunsa itse, mutta työnantaja tukee työvaatehankintoja. Lisäksi sesongin vaihtuessa työnantaja tarjoaa työntekijöilleen jonkin asun osan, esimerkiksi uuden työhuivin. Lisäksi Konttikahvilan työasuun kuuluu nimikyltti, joka tekee palvelusta asiakkaalle henkilökohtaisempaa ja tarvittaessa asiakas tietää, kuka häntä on palvellut. Liitteessä 4 Ohje työvuoroon tulijalle on nopeasti luettava ohje päivittäiseen työskentelyyn kahvilassa.

6 POHDINTA

Valitsemani opinnäytetyön aihe yllätti aluksi itsenikin, olenhan matkailun restonomiopiskelija. En olisi osannut arvata opintojeni alkuvaiheessa, että aikanaan opinnäytetyöni tulee käsittelemään kahvilan perustamista. Tarkemmin ajateltuna ravitsemistoiminta ei matkailun opiskelijalle ole ollenkaan kaukainen aihe. Ruoka ja juoma kuuluvat jokaisen ihmisen jokapäiväisiin perustarpeisiin. Matkalla ruokapalveluiden tärkeys korostuu entisestään, silloin ollaan kaukana omien keittiöiden ääreltä. Ruoka ja juoma ovat tärkeä osa matkaa, sillä useat matkailijat haluavat matkansa aikana nauttia hyvästä ruoasta, juomasta ja seurasta. Lomalla on lupa herkutella. Olen tyytyväinen onnistuneeseen aihevalintaani, jonka valitsin useiden vaihtoehtojen joukosta.

Työssäni tavoitteena oli luoda Artteli Shop Oy:n uudelle Konttikahvilalle konseptisuunnitelma ottaen huomioon alaa määrittävät lait ja määräykset. Tavoitteena oli tuottaa yritykselle laadukasta ja havainnollistavaa materiaalia kahvilatoiminnan aloittamisesta. Mielestäni saavutin tavoitteeni ja onnistuin kehitystehtävässäni hyvin, sillä valmis työni sisältää oleellisia asioita, joita tulee ottaa huomioon laajennettaessa yritystoimintaa kahvila-alalle. Myös toimeksiantajani oli tyytyväinen yhteistyöhömmme ja tekemäni konseptisuunnitelma otettiin lähes kaikilta osin käyttöön yrityksessä kevään 2014 aikana (katso liite 5 Toimeksiantajan arvio toiminnallisesta opinnäytetyöprosessista). Työprosessin aikana olin yhteydessä useisiin eri toimijoihin. Kahvilan perustamistoimintojen selvittäminen on opettanut minulle paljon yritystoiminnasta ja olen päässyt käytännössä näkemään, millaisia valintoja yrittäjät tekevät työssään. Minusta on mahtavaa ajatella, että olen konkreettisesti ollut mukana Arttelin toiminnan laajentamisessa ja kehittämisessä.

Tein kirjoitus- ja tiedonetsintätyötä loppusyksystä 2013 kevääseen 2014. Kun helmikuussa 2014 yrittäjä varmistui, että kahvila avataan seuraavaksi kesäksi, oli erityisesti tuona aikana tekemästäni työstä apua. Kontin suunnittelupalavereissa ja laitehankintojen yhteydessä osasin ottaa kantaa asioihin rohkeasti, sillä olin tutustunut aiheeseen hyvin. Kyseinen toiminnallinen opinnäytetyö oli opettavainen prosessi ajatellen urakehitystäni, sillä haaveissani olisi jonain päivänä perustaa oma yritys. Uskon vahvasti, että tulevaisuudessa erilaiset yritysten kehittämistoimenpiteet ja ratkaisujen etsiminen ovat tarpeen työelämässä kilpailun ja tarjonnan kasvaessa.

Opinnäytetyöprosessin aikana kohtasin käytännön haasteita, joista yksi oli laaja aihe, jonka pitäminen tiiviinä kokonaisuutena tuntui ajoittain mahdottomalle. Viranomaisten vaatimien asioiden kirjoittaminen raporttimuotoon oli aikaa vievää, sillä lait ja määräykset ovat usein suoranaisia käskyjä, jotka aiheutti myös kappaleiden pirstaleisuutta ja listamaisuutta raportin loppupuolella. Lisäksi jouduin käyttämään työssäni runsaasti internetlähteitä, sillä useimmat viranomaisten antamat tiedotteet ja hakemukset sekä virastojen yhteystiedot löytyvät verkosta painettujen lähteiden sijaan. Onneksi aiheesta kuitenkin löytyi myös kotimaista ja kansainvälistä kirjallisuutta. Useat kirjat kertoivat uuden ravintolan perustamisesta, joten tietoja oli sovellettava, jotta ne sopivat yrityksen laajentamiseen sekä kahvilakäyttöön. Haasteellista oli myös saada se työ, mitä olen kirjoittamisen ja tiedonhaun lisäksi tehnyt, eli itse toiminnallisuus, ylös opinnäytetyöhön raporttimuotoon.

Työn aiheen aiheuttaman pirstaleisuuden vuoksi minun tuli tarkasti miettiä, missä järjestyksessä valitut aiheet työssäni käsittelen. Valmis opinnäytetyöni alkaa johdannolla, joka esittelee työn toimeksiantoa, tavoitteita ja taustaa. Tämän jälkeen työni etenee kertomaan strategiasta ja sen suunnittelun tärkeydestä. Tätä seuraa kahviloissa käynnin syiden tarkastelua historiasta nykypäivään sekä tutustuminen Rautalammilla toimineisiin kahviloihin. Näillä tiedoilla on pyritty kiinnittämään huomiota siihen, että vaikka kahviloissa tarjotaan makunautintoja, on kahviloissa käynnin motiiveina muitakin tekijöitä kuin herkuttelu. Sitten työssä siirrytään yksityiskohtaisemmin Konttikahvilan toiminnan aloittamiseen. Halusin työssäni kertoa teoriaa kahvilakonseptin luomisesta, jonka jälkeen vasta työssä siirrytään tarkemmin Konttikahvilan liikeideaan, yrityksen visioon sekä arvoihin, toimintatapaan sekä toimintaympäristöön ja brändiin. Tämä johtuu siitä, että konseptin teoria antaa perustellun pohjan työssä seuraavaksi esiin tuleville valinnoille. Seuraavassa luvussa käsitellään kahvilatoiminnan erityisvaatimuksia. Vaikka erilaiset kahvila-ala ohjaavat lait ja asetukset ovat ensiarvoisen tärkeitä kahvilan konseptin suunnittelussa, on tämä kappale haluttu sijoittaa työn loppupuolelle, jotta lukijalla on kappaletta lukiessaan jo käsitys, millaisesta kahvilasta tässä työssä on kyse. Minusta tuntui luonnolliselta kertoa ensin, millainen ylipäätään on Konttikahvila ja ketä sen asiakkaat ovat, jonka jälkeen kerrotaan alan erityisvaatimuksista ja siitä, kuinka ne toteutetaan Arttelin kahvilassa.

Opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa työskentely sujui hyvin ja haluankin kiittää Reeta Lyytistä yhteistyöstä ja mielenkiintoisesta opinnäytetyön aiheesta. Oli mahtavaa olla luomassa Rautalammille uutta kohtaamispaikkaa. Reeta kuunteli aidosti mielipiteitäni ja ideoitani sekä kannusti työn tekemisessä. Hän antoi minun vaikuttaa konkreettisesti suunnittelutyön etenemiseen. Opinnäytetyöprosessista jäi myönteinen mielikuva ja yhteistyö yrittäjän kanssa tuki oppimistani. Rautalammilla tapaamisissa käydessäni Reeta mahdollisti minun työskentelyni Hub Rautalammin tiloissa, mikä helpotti työni tekemistä huomattavasti.

Jos aloittaisin työni tekemisen nyt, olisin itselleni armollisempi. Tein opinnäytetyöni muiden opintojen ohella ja tämän vuoksi lukuvuoteni 2013-2014 oli hyvin kiireinen. Olen tyytyväinen työni tulokseen ottaen huomioon sen, että suoritin samanaikaisesti restonomiopintojeni kolmatta lukuvuotta. Tiukan aikatauluni vuoksi valmistun alle opintojen tavoiteajan, johon olen hyvin tyytyväinen.

Loppukeväästä ennen opinnäytetyöni palautusta saimme yrittäjän kanssa kuulla, että Rautalammille avautuu kesäksi 2014 toinenkin kahvila. Tämän perustettavan kahvilan tarkoituksena on toimia vain kesän ajan paikkakunnalla. Tuleva kahvila on ilmeeltään hyvin toisentyylinen kuin Konttikahvila, mutta kilpailee silti samoista asiakkaista. Tämän vuoksi on entistä tärkeämpää pian avattavassa Konttikahvilassa panostaa iloiseen asiakaspalveluun sekä kontin pirteään ja uniikkiin ilmeeseen.

Mikäli Konttikahvila haluaa laajentaa toimintaansa jatkossa, olisi kahvilan mahdollista hankkia anniskeluluvat. Kuitenkin tätä ennen tulee vakavasti miettiä sen hetkisiä asiakkaita ja sitä kuinka he reagoisivat mahdolliseen muutokseen. Mikäli kahvilatoiminnan palveluvalikoimaa haluttaisiin laajentaa koskettamaan uusia asiakassegmenttejä, voisi olla ajankohtaista miettiä kahvilapalvelun yhdistämistä Arttelin hautauspalveluihin. Olisiko mahdollista, että tulevaisuudessa Konttikahvilassa voitaisiin pi-

tää muistotilaisuuksia tai voisiko kahvila toimittaa kahvia ja leivonnaisia muistotilaisuuksiin asiakkaan niin halutessa?

Konttikahvilan olisi hyvä löytyä jatkossa TripAdvisor palvelusta, jossa asiakkaat voivat kirjoittaa asiakskommentteja muun muassa ravintoloista, joissa he ovat käyneet. Nykyään useat matkailijat käyttävät kyseistä palvelua etsiessään ruokapaikkoja matkallaan ja tämä olisi hyvä kanava olla esillä ja saada sana kiertämään kahvilasta sekä sen tuotteista. Muutenkin Konttikahvilan kannattaa käyttää sosiaalista mediaa, kuten Facebookia sekä Instagramia.

Tällä hetkellä odotan innolla, että kahvilatoiminta aloitetaan ja pääsen näkemään käytännössä, kuinka kaikki alkaa sujua. Tavataan Konttikahvilassa!

LÄHTEET

ADMINISTER OY 2014-04-02. Tilitoimisto. Maaliskuun palkat [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Reeta Lyytinen, välitetty Niina Puraselle. [Tulostettu 2014-04-02.] Saatavissa: Kuopio: Niina Purasen kokoukset.

ALKOHOLILAKI. 8.12.1994/1143. Luku 4 (30.8.2002/764.) § 21a, 21b ja 21c. Finlex. Lainsäädäntö. [Viitattu 2013-11-12]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941143#L4P21>

ALUEHALLINTOVIRASTO 2013. Anniskeluluvat [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2013-11-12.] Saatavissa: <http://www.avi.fi/web/avi/anniskeluluvat#.UoHmMBbKNE4>

ANNALA, Pirkko 2010. Kauppatoiminta Rautalammilla. Julkaisussa: VIHOLA, Teppo (toim.) Emäpitäjä ajan virrassa. Rautalampi 450 vuotta [Rautalammin kunnan juhlakirja]. Rautalammin kunta. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.

ARTTELI 2014a. Yhteystiedot. Yrityksen kotisivut [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-01-02.] Saatavissa: <http://www.arttelishop.fi/showpage.php?id=5>

ARTTELI 2014b. Etusivu. Yrityksen kotisivut [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-14.] Saatavissa: <http://www.arttelishop.fi>

BERRY, Leonard L. 2000. Cultivating Service Brand Equity. Academy of Marketing Science [journal] vol. 28, no. 1, p.128-137. [Viitattu 2013-12-13.] Saatavissa: Savonia-ammattikorkeakoulu → Nelli portaali → ProQuest -tietokanta: <http://search.proquest.com.ezproxy.savonia-amk.fi:2048/docview/224861046/fulltextPDF?source=fedsrch&accountid=11365>.

BOWIE, David and BUTTLE, Francis 2011. Hospitality Marketing. Principles and Practice. 2nd edition. Amsterdam/ Oxford: Elsevier/ Butterworth-Heinemann.

DOGIA 2014. Koiran ravintolaetiketti. DOGIA info. DOGIhaut. Koiran ravintolaetiketti. Yhteistyössä Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry ja SEY Suomen Eläinsuojeluyhdistysten Liitto ry [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-04-01.] Saatavissa: <http://www.dogia.fi/dogihaut/koiran+ravintolaetiketti/>

ELINTARVIKETURVALLISUUSVIRASTO EVIRA 2011. Omavalvontasuunnitelma. Valmistus ja myynti [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-01-02.] Saatavissa: <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus+ja+myynti/elintarvikelainsaadanto/omavalvonta/>

ELINTARVIKETURVALLISUUSVIRASTO EVIRA 2012a. Omavalvontasuunnitelma. Hygieniaosaaminen [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-01-02.] Saatavissa: <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/tietopaketti/omavalvonta/omavalvontasuunnitelma/>

ELINTARVIKETURVALLISUUSVIRASTO EVIRA 2012b. Yleistä hygieniaosaamisesta [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-01-02.] Saatavissa: <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/yleista+hygieniaosaamisesta/>

ELINTARVIKETURVALLISUUSVIRASTO EVIRA 2012c. Henkilökohtainen Hygienia. Elintarvikkeet. Hygieniaosaaminen [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-04-04.] Saatavissa: <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/tietopaketti/henkilokohtainen+hygienia/>

ELINTARVIKETURVALLISUUSVIRASTO EVIRA 2014a. Yleistä Oivasta. Tunnethan Oivan? [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-05.] Saatavissa: <https://www.oivahymy.fi/portal/fi/tunnethan+oivan-yleista+oivasta/>

ELINTARVIKETURVALLISUUSVIRASTO EVIRA 2014b. Ohje ilmoitettujen elintarvikehuoneistojen elintarvikehygieniasta. Valvontaosasto, Elintarvikehygieniayksikkö [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-20.] Saatavissa: http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/lomakkeet_ja_ohjeet/elintarvikkeet/elintarvikehuoneistot/elintarvikehuoneistoasetuksen_soveltamisesta_13.1.2014_netiversio.pdf

ELINTARVIKETURVALLISUUSVIRASTO EVIRA 2014c. Oiva-raportti. Tunnethan Oivan? [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-31.] Saatavissa: <https://www.oivahymy.fi/portal/fi/tunnethan+oivan-oiva-raportti/>

EUROOPAN PARLAMENTTI JA EUROOPAN UNIONIN NEUVOSTO 2004. Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 852/2004, annettu 29 päivänä huhtikuuta 2004, elintarvikehygieniasta. L139/1. Liite 2, Luku 1. [Euroopan unionin virallinen lehti]. [Viitattu 2014-03-26.] Saatavissa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:139:0001:0054:fi:PDF>

FAZER PRO 2014. Kahvilan tai ravintolan perustaminen. Me autamme [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-02-21.] Saatavissa: <http://www.fazerpro.fi/me-autamme/kahvilan-tai-ravintolan-perustaminen1/>

GRAMEX 2014. Muusikoiden ja äänitteiden tuottajien tekijänoikeusjärjestö. Yrityksen kotisivut [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-26.] Saatavissa: <http://www.gramex.fi>

GRÖNROOS, Christian 2007. Service Management and Marketing. 3rd edition. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.

GRÖNROOS, Christian 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro.

HANNUS, Jouko 2004. Strategisen menestyksen avaimet. Tehokkaat strategiat, kyvykkyydet ja toimintamallit. Jyväskylä: Gummeruksen Kirjapaino Oy.

HELSINGIN RAKENNUSVALVONTAVIRASTO 2012. Ravintolan tai kahvilan perustaminen. Rakentamistapaohje toukokuu 2012. Helsingin kaupunki [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-04-15.] Saatavissa: http://www.hel.fi/wps/wcm/connect/878b29004b5f6dc8a1b2e73875a92d39/RAVINTOLAN+JA+KAHVILAN+PERUSTAMINEN_+toukokuu2012.pdf?MOD=AJPERES

HÄNNINEN, Jyrki 2014-02-05. Ympäristöterveydenhuollon yhteistoiminta-alueen ympäristöterveystarkastaja. Uuden konttikahvilan vaatimukset? [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Niina Puranen. [Tuostettu 2014-02-11.] Saatavissa: Kuopio: Niina Purasen kokoelmat.

JAATINEN, Satu 2006. Kahvilan pöydässä. Mistä täältä saa kahvia? Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

KAMENSKY, Mika 2010. Strateginen johtaminen menestyksen timantti. 2. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

KARLÖF, Bengt 2004. Strategian rakentaminen. Sisältö ja välineet. Helsinki: Edita.

KATSIGRIS, Costas and THOMAS, Chris 2009. Design and Equipment for Restaurants and Foodservice. A Management View. 3rd edition. Hoboken [New Jersey]: John Wiley & Sons Inc.

KAUPPALEHTI 2014. Yrityshaku. Artteli Shop Oy. Toimialakuvaus [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-04-09.] Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/artteli+shop+oy/20551782>

KINKKI, Seppo ja ISOKANGAS, Jouko 2009. Yrityksen perustoiminnot. Basic Business Operations. 1.-5. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

KOPPINEN, Sirpa, KUMPULAINEN, Erja, LEHTO, Mika, MANNINEN, Laura, MUSTONEN, Pekka, NISKANEN, Nina, PETTILÄ, Laura, SALMI, Katri ja VIITALA, Mira 2002. Peti & safka. Hotelli- ja ravintola-alan perusteet. Helsinki: Tammi.

LAKI MAJOITUS- JA RAVITSEMISTOIMINNASTA. 28.4.2006/308. § 1, 3, 4, 5. Finlex. Lainsäädäntö. [Viitattu 2013-11-08]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060308?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=laki%20ravitseminen%2A>

LINDROOS, Jan-Erik ja LOHIVESI, Kari 2010. Onnistu strategiassa. 3. uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

LYYTINEN, Reeta 2006. Näyttökansio. Yrittäjän ammattitutkinto. Oma yrittäjyysprosessimalli. Savon ammatti- ja aikuisopisto Kuopio.

LYYTINEN, Reeta 2007. Liiketoimintasuunnitelma - Artteli Shop Oy. Rautalampi.

LYYTINEN, Reeta 2013-10-31a. Yrittäjä. Oppariasiaa [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Niina Puranen. [Tulostettu 2013-11-01.] Saatavissa: Kuopio: Niina Purasen kokoelmat.

LYYTINEN, Reeta 2013-10-02b. Yrittäjä. [Puhelinkeskustelu]. Rautalampi.

LYYTINEN, Reeta 2014-01-08a. Yrittäjä. [Haastattelu]. Rautalampi: Artteli Shop Oy.

LYYTINEN, Reeta 2014-01-21b. Yrittäjä. [Suullinen tiedonanto]. Kuopio.

LYYTINEN, Reeta 2014-04-01c. Yrittäjä. [Suullinen tiedonanto]. Rautalampi: Hub Rautalampi.

LYYTINEN, Iiro 2013. Kunnalta tontti joululahjaksi muuttajalle. Rautalampilehti [Rautalampilehden verkkosivut]. [Viitattu 2014-02-22.] Saatavissa:

<http://www.rautalampilehti.fi/uutiset/rautalampi/kunnalta-tontti-joululahjaksi-muuttajalle>

MAA- JA METSÄTALOUSHUONON ASETUS ILMOITETTujen ELINTARVIKEHUONEISTOJEN ELINTARVIKEHYGIENIASTA. 1367/2011. § 3, 18. Finlex. Lainsäädäntö. [Viitattu 2014-03-21.] Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2011/20111367>

MANNINEN, Suvi ja PURANEN, Niina 2013. Arttelin asiakaskysely. Sijainti: Kuopio: Tekijöiden sähköiset kokoelmat sekä Rautalampi: Arttelin sähköiset kokoelmat.

MARA MATKAILU- JA RAVINTOLAPALVELUT RY 2013. Yrityksen perustamisopas [verkkojulkaisu]. [Viitattu 2013-11-08.] Saatavissa: <http://www.mara.fi/ext/cms3/attachments/yrityksen-perustaminen-2013.pdf>

OY MOREHOUSE LTD. Rautalammita maailmalle. Yrityksen kotisivut [verkkojulkaisu]. Viitattu 2014-03-10.] Saatavissa: <http://www.morehouse.fi/fi/morehouse/>

NIEMELÄ, Risto 2010. Kunta ja valtio. Julkaisussa: VIHOLA, Teppo (toim.) Emäpitäjä ajan virrassa. Rautalampi 450 vuotta [Rautalammin kunnan juhla- ja muistokirja]. Rautalammin kunta. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.

NORMANN, Richard 2001. Normannin liiketoimintateesit. (Suom. Maarit Tillman 2002.) Helsinki: WSOY.

PAKKANEN Irene ja KOUKKARI, Leni 2012. Keskusraitti. Keskusraitti on kuin sydänvaltimo. Rautalammin museo [pdf-verkkojulkaisu]. [Viitattu 2014-01-03.] Saatavissa: http://kulttuuripolku.rautalamminmuseo.fi/pdf/2_Keskusraitti_kulttuuripolku.rautalamminmuseo.pdf

POON TENG FATT, James 1997. Communicating a winning image. Industrial and Commercial Training [research paper] vol. 29, no. 5, p.158-165. [Viitattu 2013-12-13.] Saatavissa: Savonia ammatti-
korkeakoulu → Nelli portaali → Emerald Insight -tietokanta:
[http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.savonia-
amk.fi:2048/journals.htm?issn=00197858&volume=29&issue=5&articleid=838115&show=pdf,%20h
ttp://www.emeraldinsight.com.ezproxy.savonia-amk.fi:2048/journals.htm](http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.savonia-amk.fi:2048/journals.htm?issn=00197858&volume=29&issue=5&articleid=838115&show=pdf,%20http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.savonia-amk.fi:2048/journals.htm).

RAATIKAINEN, Leena 2008. Tavoitteellinen markkinointi. Markkinoinnin tutkimus ja suunnittelu. 1.-
3. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

RAATIKAINEN, Leena 2011. Liikeideasta liikkeelle. 8. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

RAUTALAMMIN KUNNANHALLITUS 2014-01-20. Pöytäkirja 20.1.2014. § 4. Sijainti: Rautalampi: Rau-
talammin kunnan kotisivut. Kuntalaisille. Pöytäkirjat. [Viitattu 2014-03-15.] Saatavissa:
http://rautalampi.fi/sites/all/files/20_1_2014.pdf

RAUTALAMPI TAKAISIN MAAILMANKARTALLE 2013a. Info. Rautalampi takaisin maailman kartalle.
Hankeen kotisivut [verkkoaineisto]. [Viitattu 2013-11-01.] Saatavissa: <http://rautalampi.com/info/>

RAUTALAMPI TAKAISIN MAAILMANKARTALLE 2013b. Tontti pukinkonttiin! Hankkeen kotisivut
[verkkoaineisto]. [Viitattu 2014-01-22.] Saatavissa: [http://rautalampi.com/tontti-pukinkonttiin-
kirjoita-ja-voita-omaksesi-pala-rautalampia/](http://rautalampi.com/tontti-pukinkonttiin-kirjoita-ja-voita-omaksesi-pala-rautalampia/)

RAUTALAMPI TAKAISIN MAAILMANKARTALLE -HANKE ja RAUTALAMMIN KUNTA ja VIDEO-VILLE
2013. Rautalampi takaisin maailman kartalle! –tarina maailmanvalloituksen takaa [youtube-video].
[Viitattu 2013-11-01.] Saatavissa: <http://www.youtube.com/watch?v=EOF7DIUMg0o>

SALOKANGAS, Keijo 2014. Etelä-Konneveden kansallispuiston perustaminen varmistui. Yle Savo [Yle
Savon verkkouutiset]. [Viitattu 2014-03-25.] Saatavissa: [http://yle.fi/uutiset/etela-
konneveden_kansallispuiston_perustaminen_varmistui/7062311](http://yle.fi/uutiset/etela-konneveden_kansallispuiston_perustaminen_varmistui/7062311)

SELANDER, Kai ja VALLI, Vuokko 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemisalalla.
Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

STARBUCKS 2014. About us. Our heritage. Yrityksen kotisivut [verkkojulkaisu]. [Viitattu 2014-03-10
ja 2014-03-25.] Saatavissa: <http://www.starbucks.com/about-us/our-heritage>

SUOMEN HOTELLI- JA RAVINTOLALIITTO SHR RY 2004. Yhteistyössä Helsingin kaupungin pelastus-
laitos ja Kuluttajavirasto. Turvallisuus [pdf-verkkojulkaisu]. [Viitattu 2014-01-03.] Saatavissa:
[http://www.tukes.fi/Tiedostot/Tuoteturva/Kuluttajavirasto/2.%20Hotellien%20ja%20ravintoloiden%
20turvallisuusohje.pdf](http://www.tukes.fi/Tiedostot/Tuoteturva/Kuluttajavirasto/2.%20Hotellien%20ja%20ravintoloiden%20turvallisuusohje.pdf)

SUOMEN UUSYRITYSKESKUS 2013. Kuinka kirjoittaa liiketoimintasuunnitelma -ja miksi? [verkkojul-
kaisu]. [Viitattu 2013-12-14.] Saatavissa: [http://www.uusyrittyskeskus.fi/kuinka-kirjoittaa-
liiketoimintasuunnitelma-ja-miksi-1](http://www.uusyrittyskeskus.fi/kuinka-kirjoittaa-liiketoimintasuunnitelma-ja-miksi-1)

- TILASTOKESKUS 2013. Rautalampi [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-01-03 ja 2014-03-21.] Saatavissa: <http://www.stat.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/686.html>
- TEOSTO 2012. Musiikin käyttäjät. Yrityksen kotisivut [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-26.] Saatavissa: <http://www.teosto.fi/kayttajat>
- TERVON KUNTA. Ympäristöterveyspalvelut. Tervon kunnan kotisivut [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-02-04 ja 2014-03-21.] Saatavissa: <http://www.tervo.fi/index.php?id=846>
- TUPPURA, Antti 2014-02-05. Rautalammin rakennustarkastaja. Mitä Konttikahvilalta vaaditaan? [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Niina Puranen. [Tulostettu 2014-02-11.] Saatavissa: Kuopio: Niina Purasen kokoelmat.
- TUPPURA, Antti 2014-03-24. Rautalammin rakennustarkastaja. [Suullinen tiedonanto]. Rautalampi: Artteli Shop Oy.
- TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ. Ravintolat ja kahvilat. Yritys-Suomi [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-21.] Saatavissa: <http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/lupa?id=250314>
- VARJONEN, Johanna ja PELTONIEMI, Ari 2012. Kodin ulkopuolella ruokailu osana ruokailutottumusten muutosta vuosina 1990-2010. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 1/2012 [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-25.] Saatavissa: http://www.ncrc.fi/files/5597/2012_01_julkaisu_kodin_ulkopuolella_ruokailu.pdf
- VILKKA, Hanna ja AIRAKSINEN, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.
- VUORELA, Arvo 2014. Konneveden kansallispuisto sai hallituksen siunauksen. Yle Keski-Suomi [Yle Keski-Suomen verkkouutiset]. [Viitattu 2014-03-25.] Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/konneveden_kansallispuisto_sai_hallituksen_siunauksen/7062273
- VÄLIKYLÄ, Tapio 2011. Elintarviketyöntekijän pukeutumishjeet [pdf-verkkajulkaisu]. Julkaisija: Elintarvike ja Terveys-lehti. [Viitattu 2014-04-25.] Saatavissa: <http://www.ymparistojaterveys.fi/wp-content/uploads/2011/06/Pukeutumishje.pdf>
- WADE, Donald 2006. Successful Restaurant Management. From Vision to Execution. Clifton Park, New York: Thomson Delmar Learning
- WALKER, John 2008. The Restaurant from Concept to Operation. 5th edition. Hoboken (New Jersey): John Wiley & Sons Inc.
- YRITYSHELKINKI 2012. Ravintola-alan ABC. Ohjeita kahvilan tai ravintolan perustajalle [pdf-verkkajulkaisu]. [Viitattu 2013-12-14.] Saatavissa: http://www.yrityshelsinki.fi/sites/www.yrityshelsinki.fi/files/article-attachments/201209/ravintolaopas_2012_web.pdf

KUALÄHTEET

ARTTELIN KUVAKOKOELMAT 2014.

KUVA 1. Artteli Shop Oy sijaitsee Rautalammin pääraitin varrella [digikuva].

KUVA 2. Arttelissa toimitaan asiakaslähtöisesti [digikuva].

KUVA 3. Arttelin asiakasilta [digikuva].

KUVA 4. Kollaasi Arttelin valikoimasta [digikuva].

KUVA 5. Kahvilakontti tulee sijaitsemaan Arttelin päädyssä [digikuva].

KUVA 7. Valittu kontti ennen kahvilaksi muuntautumista [digikuva].

KUVA 8. Aukotettu kontti [digikuva].

KUVA 13. Arttelin logo [sähköinen aineisto.]

Sijainti: Rautalampi: Artteli Shop Oy:n kuvakokoelmat sekä Kuopio: Niina Purasen sähköiset kokoelmat.

OY MOREHOUSE LTD 2014. Arttelin Konttikahvilan kuva-aineistot.

KUVA 6. Kontin pohja- ja sivukuva [sähköinen aineisto].

KUVA 9. Mallinnuskuva 1 [sähköinen aineisto].

KUVA 10. Mallinnuskuva 2 [sähköinen aineisto].

KUVA 11. Mallinnuskuva 3 [sähköinen aineisto].

KUVA 12. Mallinnuskuva 4 [sähköinen aineisto].

Sijainti: Rautalampi: Oy Morehouse Ltd sekä Rautalampi: Artteli Shop Oy:n sähköiset kokoelmat sekä Kuopio: Niina Purasen sähköiset kokoelmat.

RAUTALAMPILEHTI 2013. Rautalampilehden kuva-aineistot.

KUVA 14. Arttelin lehtimainos [sähköinen aineisto].

Sijainti: Rautalampi: Viestirauta Oy sekä Rautalampi: Artteli Shop Oy:n sähköiset kokoelmat sekä Kuopio: Niina Purasen sähköiset kokoelmat.

LIITE 1: TAUSTA-AINEISTOT

DOGIA 2014. Koiran ravintolaetiketti. Saatavissa:

<http://www.dogia.fi/dogihaut/koiran+ravintolaetiketti/>

FACEBOOK 2014. Facebookin avulla pidät yhteyttä elämäsi ihmisiin. Saatavissa: [https://fi-](https://fi-fi.facebook.com)

[fi.facebook.com](https://fi-fi.facebook.com)

FORSMAN TEA 2014. Teemaailma. Forsmanin teemaailma. Saatavissa:

<http://www.forsmantee.fi/shop/index.php?lang=fi>

INSTAGRAM 2014. Kuvaa ja jaa hienoja hetkiä. Saatavissa: <http://instagram.com>

ISO-KALLAN PANIMO OY. Tuotteet. Saatavissa: <http://www.isokallanpanimo.fi/fi/Tuotteet.html>

KAUPPALEHTI 2014. Yrityshaku. Artteli Shop Oy. Toimialakuvaus.

<http://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/artteli+shop+oy/20551782>

KESPRO OY 2012. Kuopion noutotukku. Saatavissa:

https://www.kespro.com/kespro/pages/show/yhteys_noutotukut_kuopio?menuIndex=2_2_4

KIPPO JA KUPPI OY. Saatavissa:

http://www.kippojakuppi.fi/epages/kippojakuppi.sf/fi_FI/?ObjectPath=/Shops/2014030303/Categories

METRO. Metro-pikatukku Kuopio. Saatavissa:

http://www.metrotukku.com/yhteystiedot/pikatukut/fi_FI/kuopio/

PELTOLAN JUUSTOLA 2011. Maatila ja meijeri 2011. Saatavissa:

<http://www.peltolanjuustola.fi/index.html>

RAIKASTAMO. Raikastamon luomujuomat. Saatavissa: <http://www.raikastamo.fi>

RAUTALAMMIN KUNTA. Yritykset toimialan mukaan. Saatavissa:

http://www.rautalampi.fi/yrityyslista?kat_no=42

SEPON KALUSTE. Saatavissa: <http://www.seponkaluste.fi>

TRIPADVISOR 2014. About TripAdvisor. Saatavissa: http://www.tripadvisor.com/PressCenter-c6-About_Us.html

LIITE 2: OPINNÄYTETYÖPALAVERIT JA -TAPAAMISET

Milloin?	Mikä?	Missä?	Käsitellyt asiat
Syksy 2013	Keskusteluja ja tapaamisia opinnäytetyö mahdollisuudesta	Rautalampi, Kuopio	Kerroin tarpeeni opinnäytetyö aiheesta. Arttelin yrittäjä kertoi haaveestaan perustaa kahvila
2.11.2013	Palaveri toimeksiantajan kanssa	Artteli Shop Oy, Rautalampi	Materiaalien anto työni pohjaksi, keskustelu työn tavoitteista ja toimeksiannosta, yrityksen toiminnan läpi käyminen
18.12.2013	Palaveri toimeksiantajan kanssa	Rautalampi	Työn eteneminen
8.1.2014	Palaveri toimeksiantajan kanssa	Artteli Shop Oy, Rautalampi	Sen hetkisen työni läpikäyminen, korjausehdotukset, seuraavien tavoitteiden asettaminen ja työnanto, haastattelu
21.1.2014	Palaveri toimeksiantajan kanssa	Kuopio	Liikeidean ja strategian täsmentäminen, vision asettaminen
13.2.2014	Palaveri toimeksiantajan sekä kontin valmistajan kanssa	Oy Morehouse Ltd, Rautalampi	Pohjakuvien läpikäyminen, kontin suunnittelu eteenpäin (koko, vaadittavat laitteet ja toiminnot)
26.2.2014	Palaveri toimeksiantajan sekä kontin valmistajan kanssa	Oy Morehouse Ltd, Rautalampi	Vastuualueiden ja tehtävien jakaminen, kontin koko, sisustus, asiakaspaikkojen lukumäärä

Milloin?	Mikä?	Missä?	Käsitellyt asiat
5.3.2014	Palaveri toimeksiantajan kanssa	Rautalampi	Sisustus, tuotevalikoima, tarvittavien laitteiden mallikuvien sovittaminen pohjakuvaan
1.4.2014	Palaveri toimeksiantajan kanssa	Hub Rautalampi	Tietojen päivittäminen: mitä tehty ja mitä vielä tekemättä, nimi vaihtoehtojen läpikäyminen, laitehankintojen pohdinta sekä tuotevalikoimien suunnittelu
7.4.2014	Puhelinpalaveri toimeksiantajan kanssa	Rautalampi- Kuopio	Kuulumisten vaihtaminen tehdyistä töistä
21.4.2014	Tapaaminen toimeksiantajan kanssa	Oy Morehouse Ltd, Rautalampi	Kontin muutostöihin tutustuminen sekä kontin valokuvauksen

LIITE 3: OHJE ANNISKELUUN LAAJENTAMISELLE

Mikäli konttikahvila haluaa myöhemmin laajentaa toimintaansa anniskeluun, tulee huomioon ottaa seuraavat asiat:

Anniskelulupa ja anniskelualue

Ravitsemisliikkeessä ei saa anniskella alkoholia ilman anniskelupaikan sijaintipaikkakunnan aluehallintoviraston myöntämää anniskelulupaa. Ravintoloitsijan tulee hakea anniskelulupaa kirjallisesti. Anniskelulupa on aina anniskelupaikkakohtainen. Anniskelualueen ja anniskelupaikan tulee täyttää Alkoholilain (Alkoholilaki 8.12.1994/1143, luku 4 (30.8.2002/764) §21c) asettamat vaatimukset. (Aluehallintovirasto 2013; Alkoholilaki 8.12.1994/1143, luku 4 (30.8.2002/764) §21a, c.)

Lupa voidaan myöntää tilapäiseksi, toistaiseksi tai määräajaksi. Alkoholilaissa, Alkoholilaki 8.12.1994/ 1143, todetaan anniskeluluvan myöntämisperusteet. Alkoholilain luvussa 4 §21a (30.8.2002/764) listataan anniskeluluvan hakijan edellytyksiksi täysi-ikäisyys sekä se, ettei toimintakelpoisuutta ole rajoitettu eikä henkilö ole konkurssissa. Lain mukaan hakijalla tulee olla myös luotettavuutta, jota vaaditaan alkoholijuomien anniskelussa sekä tarvittavat ammatilliset ja taloudelliset edellytykset. (Aluehallintovirasto 2013; Alkoholilaki 8.12.1994/1143, luku 4 (30.8.2002/764) §21a.)

Alkoholilaissa (Alkoholilaki 8.12.1994/1143, luku 4 (30.8.2002/764) §21b) määrätään, että anniskelupaikassa tulee olla tehtävään sopiva vastaava hoitaja ja hänelle tehtävään sopivia vastaavan hoitajan sijaisia. Vastaavalla hoitajalle sekä hänen sijaisillaan tulee olla riittävä ammattitaito, joka on hankittu koulutuksen tai kokemuksen kautta. Vastaavan hoitajan tehtävänä ja velvollisuutena on yhdessä anniskeluluvan haltijan kanssa seurata, että anniskelupaikassa noudatetaan anniskelulakia sekä sen säädöksiä.

Anniskelualueen ja anniskelupaikan tulee täyttää Alkoholilain (Alkoholilaki 8.12.1994/1143, luku 4 (30.8.2002/764) §21c) asettamat vaatimukset. Anniskelupaikan tiloilta vaaditaan soveltuminen ravitsemisliiketarkoitukseen lain mukaisesti. Anniskeluluvan hakijan tulee hallita ja viranomaisten valvoa anniskelupaikkaa. Jotta anniskelu-aika ja anniskelualue täyttävät tarvittavat vaatimukset, tulee henkilökunnan määrä ja heitä koskeva suunnitelma esittää lupaviranomaiselle kuten myös toiminnan laajuus ja laatu. Näin voidaan taata, että henkilökuntaa on riittävästi järjestyksenpidon ja valvonnan toteuttamiseksi.

Ainoastaan anniskelualueeksi hyväksytyillä alueella saa anniskella alkoholijuomia. Alueen valvonta on järjestettävä tehokkaaksi ja anniskelualue tulee rajata niin, että alueen rajat ovat asiakkaiden selkeästi nähtävissä. Anniskelualueetta ei saa muuttaa ilman luvanhaltija ilmoitusta sekä ilman lupaviranomaisen myöntämää lupaa. (Alkoholilaki 8.12.1994/1143, luku 4 (30.8.2002/764) §21c.)

Anniskeluluvan saannin varmistamiseksi ennen anniskelutoiminnan aloittamista lupaa tulisi hakea 1-2 kuukautta ennen toiminnan suunniteltua aloittamista. Ilman anniskelulupaa anniskelu on lain vastaista. Mikäli yrityksen omistussuhteissa tai liikepaikassa tapahtuu muutoksia, tulee luvan haltijan ilmoittaa siitä aluehallintovirastolle. (Aluehallintovirasto 2013; MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 22.)

Mikäli ulkotarjoilualueen on tarkoitus toimia myös anniskelualueena, on kyseinen alue hyväksyttävä anniskelualueeksi ja haettava anniskelulupaa alueelle. Anniskelualue on rajattava anniskelumääräysten mukaisesti niin, että asiakas havaitsee selvästi anniskelualueen rajat. Jos ulkotarjoilualueella on oma pöytiin tarjoilu, oma myyntipiste tai pöytiin rajoitettuja asiakaspaikkoja, voidaan anniskelualue jättää rajaamatta. Rakennusviranomaisen antaa toimenpideluvat esimerkiksi aidan rakentamiselle. Joissakin tapauksissa alueen rajaamiseksi riittävät kevyemmät rakenteet kuten irtoköydet. Kulua anniskelualueelle ja sieltä pois on valvottava tehokkaasti. (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 21; Alkoholilaki 8.12.1994/1143, luku 4 30.8.2002/764, §21c.)

Anniskeluaika on määrätty anniskelupaikassa tai sen osastossa päättymään aikaisemmin kuin kello 1.30 ja "anniskelupaikka tai sen osasto on suljettava viimeistään puoli tuntia anniskeluajan päättymisen jälkeen". Ravitsemisliike voi hakea aluehallintovirastolta lupaa anniskeluajan jatkamiseen, jolloin anniskelua voidaan jatkaa kello puoli kolmeen tai puoli neljään. Perustellulla syyllä ravitsemisliikkeen saa pitää auki kello viiteen saakka, mutta tällöin asiasta on ilmoitettava poliisille. Kuitenkaan aukioloajan pidennyksen aikana ei ravitsemisliikkeessä saada myydä tai nauttia alkoholijuomia. (MaRa Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry 2013, 19-20; Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 28.4.2006/308, §3 - §4.)

LIITE 4: OHJE TYÖVUOROON TULIJALLE

Ennen työvuoroa tarkistathan seuraavat asiat:

- ✓ Sinulla on päälläsi puhtaat työvaatteet sekä huivi, esiliina, jalkaterät peittävät työkengät, sukat ja nimikyltti
- ✓ Sinulla ei ole koruja suojaamattomilla alueilla, jotka voisivat aiheuttaa vaaraa elintarviketurvallisuudelle
- ✓ Sinulla ei ole kynsilakkaa tai raskasta meikkiä, joista voisi aiheutua vaaraa elintarvikehygienialle
- ✓ Mikäli sinulla on kädessäsi haava, pidäthän huolen että se on peitetty laastarilla ja sinulla on elintarvikkeita käsitellessäsi suojakäsineet käsissäsi
- ✓ Iloinen ja avoin asenne

LIITE 5: TOIMEKSIANTAJAN ARVIO TOIMINNALLISESTA OPINNÄYTETYÖPROSESSISTA

Toimeksiantajan arvio toiminnallisesta opinnäytetyöprosessista

Olin todella iloinen, kun Niina kiinnostui kahvilaprojektistamme valitessaan opinnäytetyönsä tutkimuskohdetta: saisin sekä tutkittua tietoa että henkistä tukea tehdessäni laajennukseemme liittyviä lukuisia päätöksiä.

Yhteistyö Niinan kanssa on sujunut alusta asti mutkattomasti ja helposti. Hän on mielestäni omaksunut hyvin ajatuksemme siitä, että kahvilatoiminnan aloittaminen ei ole erillinen projekti, vaan uusi osa-alue, jonka tulee saumattomasti nivelyä Arttelin nykyiseen toimintakokonaisuuteen. Se ei ole hokkus pokkus -temppeja uusien asiakkaiden kalastamiseksi, vaan tarkkaan mietittyjä valintoja, jotka tukevat olemassa olevaa yritystä sekä sen brändiä ja imagoa matkalla ostosmatkailukohteeksi. Sen tulee tarjota asiakkailleen paitsi herkullisia tuotteita myös kokemuksia ja elämyksiä.

Opinnäytetyössään Niina on luonut toiminnallisen suunnitelman, konseptin uuden konttikahvilamme kehittämiseksi ja sen toiminnan aloittamiseksi. Tuohon työhön on kuulunut todella monia osa-alueita ja vaikeutena on varmasti ollut, mitä alueita käsitellään laajemmin, mitä suppeammin ja mitkä voi ohittaa pelkällä maininnalla ja mitä rajataan kokonaan pois. Mielestäni painotukset ovat kuitenkin oikeat ja on hyvä, että jotkut osa-alueet (kuten esimerkiksi rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat) on selkeästi mainittu yrittäjän tehtäviksi.

Tämän opinnäytetyön valmistuminen päättää yhden projektin. Olen saanut siitä paljon käytännön apua esimerkiksi erilaisten viranomaismääräysten osalta. Se on oikeasti helpottanut omaa työtäni listaamalla tehtäviä asioita, luomalla esimerkiksi palvelupolkuja ja vastaamalla moniin käytännön kysymyksiin. Mutta mielestäni vieläkin tärkeämpää ja arvokkaampaa on ollut se, että palavereissamme Niinan kanssa on voinut yhdessä suunnitella, pohdiskella ja valita. Minulla on kahvilatoimintojen suunnittelussa ollut aidosti kumppani ja työkaveri.

Tämä kumppanuus siis jatkuu, kun suunnitelmista ja teoriasta siirrytään käytännön työhön; kun tarjottavista herkuista tehdään lopulliset valinnat, koe-erät ja kehitysversiot. Odotan innolla paria viimeistä viikkoa ennen avajaisia, kun niin paljon on vielä tehtävänä ja aikaa on niin vähän! Ja vielä enemmän odotan avajaisia ja viimein kesää, jolloin konseptimme testataan toden teolla. Olen todella iloinen, että Niina on tekemässä kaikkea tuota kanssamme!

Rautalammilla 15.4.2014

Niinaa isosta ja arvokkaasta työstä lämpimästi kiittäen
ja herkullista kesää innolla odottaen



Reeta Lyytinen
Artteli Shop Oy:n yrittäjä