

Liiketoimintasuunnitelma

Mikko Mansikka

Opinnäytetyö
Toukokuu 2014
Restonomien koulutusohjelma
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Restonomien koulutusohjelma
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen

MIKKO MANSIKKA:
Liiketoimintasuunnitelma

Opinnäytetyö 32 sivua, liitteitä 4 sivua
Toukokuu 2014

Liiketoimintasuunnitelma kuvaa yrityksen toimintaa ja toimii suunnitelmana yrityksen menestyksen kannalta. Liiketoimintasuunnitelma on siis yrityksen liiketoiminta paperille kirjoitettuna.

Yritykseni liikeideana on urheilubaari Tampereen keskustaan. Tampereella ei tällä hetkellä ole vastaavaa baaria, joten tässä on selkeästi markkinarako. Tätä ajatusta tukee myös teettämäni kysely, josta saamani vastaukset selkeyttivät kantaani asiaan.

Tampere on Suomen mittakaavassa iso kaupunki ja potentiaalisia asiakkaitakin olisi siis paljon. Kilpailu on myös kovaa, sillä isot ketjut ovat vahvasti esillä. Tavoitteenani on kuitenkin saada ravintolani menestymään ja saada Tampereen urheiluväki taakseni.

Rahoitussuunnitelman mukaan ravintolalla on potentiaalia saada kovassakin kilpailussa positiivinen tilinpäätös heti ensimmäisen vuoden jälkeen, mikä on hyvä merkki myös jatkoa ajatellen. Maltillisilla menoilla ja maksimoiduilla tuloilla, ravintola on mahdollista perustaa ja saada menestymään Tampereella. Uhat minimoimalla riskit pienenevät ja toiminta on vakaalla pohjalla.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree programme in Hotel and Restaurant Management
Degree Programme in Service Management

MIKKO MANSIKKA:
Business plan

Bachelor's thesis 32 pages, appendix / appendices 4 pages
May 2014

A business plan describes a company's whole business and at the same time it is a plan for the company's success. A business plan includes the company's whole business idea and everything that can be connected to it.

This business plan in this thesis is for a sport bar in the center of Tampere. There is not a same kind of bar in Tampere, so there is a gap which will be filled in. An inquiry was also carried out about the bar and the responses to the inquiry gave the same kind of signal.

Tampere is a big city on the Finnish scale, so here are also plenty of people, who are potential customers. There is also a great deal of competition in Tampere and big companies with many restaurants are the main actors in the field. The goal of the business plan is still to help the restaurant to survive and to succeed.

According to the calculations there are possibilities to make a positive financial statement after the first year and it should be possible also in the following years. When incomes and outgoings are balanced and the risks are minimized, the operation of the restaurant will be on solid ground.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	YRITYKSEN PERUSTAMINEN	6
	2.1 Liiketoiminta.....	6
	2.2 Liiketoimintasuunnitelma	6
3	LIIKEIDEA	8
4	YRITYKSEN LÄHTÖKOHTA JA KEHITYSNÄKYMÄT	11
	4.1 Markkina-analyysi	11
	4.2 Kilpailija-analyysi.....	12
	4.3 Kyselytutkimus	13
5	SWOT-ANALYYSI.....	17
	5.1 Vahvuudet	17
	5.2 Heikkoudet.....	17
	5.3 Mahdollisuudet	18
	5.4 Uhat.....	19
6	VISIOT, ARVOT JA NIIDEN SAAVUTTAMINEN	20
	6.1 Tavoitteiden toteutuminen	20
7	MARKKINOINTISUUNNITELMA	22
	7.1 Markkinointikeinot	23
	7.2 Sosiaalinen media	23
	7.3 Hyvä palvelu on hyvää markkinointia	23
8	RAHOITUSSUUNNITELMA	25
9	HENKILÖSTÖSUUNNITELMA.....	28
10	RISKIANALYYSI	30
11	POHDINTA.....	32
	LÄHTEET.....	34
	LIITTEET	35

1 JOHDANTO

Olen työskennellyt ravintola-alalla eri firmoissa ja niiden yksiköissä vuodesta 2006 ja pikku hiljaa itselleni on herännyt ajatus yrittäjäksi ryhtymisestä. Olen myös innokas urheilufani ja näiden kahden asian yhdistäminen onkin ollut tavoitteenani jo pidempään.

Idea tähän kyseiseen ravintolaan ja liikeideaan kypsyi oikeastaan Tampereen ammatti-korkeakoulussa opiskelujeni viimeisenä vuotena, kun teimme kurssityönä liiketoimintasuunnitelmaa hieman vastaavanlaisesta ravintolasta. Innostuin ajatuksesta omasta urheiluun keskittyvästä ravintolasta ja tunnen myös monia urheilufaneja Tampereen seudulta, jotka kaipaavat kyseiseen genreen sijoittuvaa ravintolaa Tampereelle. Kun Grand Star Cafe lopetti toimintansa Tampereen keskustassa, kaupungissa ei ole ollut yhtään puhtaasti urheiluun keskittyvää ravintolaa. Tuota kyseistä ravintolaa ja sen henkilökuntaa ja tunnelmaa on moni myös kaivannut, joten mielestäni siinä on selkeä tyhjiö Tampereen ravintolamaailmassa.

Tämän työn tavoitteena on tehdä yritykselle liiketoimintasuunnitelma, jotta tulevaisuudessa taloudellisten ja muiden asioiden mennessä kohdilleen, saisin suunnitelmani toteutettua. Keskityn työssäni liiketoimintasuunnitelmaan ja yrityksen perustamiseen liittyviin haasteisiin ja mahdollisuuksiin. Näiden kanssa minua auttaa myös asiakaskysely, jonka teetin tätä työtä varten. Kyselyssä selvitetään minkälaista palvelua ja millaisia asioita ihmiset kaipaavat urheilubaarilta Tampereella.

2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

2.1 Liiketoiminta

Liiketoiminnan synnyn ytimenä on idea, jolla voi ansaita rahaa ja tehdä jotain mielenkiintoista ja haastavaa (Raatikainen 2011, 38). Ideasta muodostuu lopulta kokonaiskuva mahdollisen yrityksen toiminnasta, jolloin voidaan laatia yrityksen liiketoimintasuunnitelma.

Yrityksen liiketoiminta ei ole pelkästään yrityksen rahavirtaa eri suuntiin vaan se sisältää myös muita kokonaisuuksia. Liikeideasta syntyy yrityksen perusta, mutta liiketoiminnassa tulee ottaa huomioon myös yrityksen talous kokonaisuudessaan, hallinto ja markkinointi. Jotta nämä kaikki liiketoiminnan osa-alueet pysyisivät yrittäjän hallinnassa, tulee hänen laatia liiketoimintasuunnitelma yritykselleen.

2.2 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelmalla tarkoitetaan kirjallista suunnitelmaa liiketoiminnasta. Se kuvaa, miten liikeidea lähdetään toteuttamaan käytännössä: yrityksen toimintaympäristö, toimintatavat ja tavoitteet (Perustamisopas. 2013).

Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan tarkasti yrityksen koko liiketoiminta. Liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä on yrittäjän mietittävä rahoitus, markkinointi, kilpailutilanne ja miten tuottaa asiakkaille juuri sellaista palvelua, mitä he haluavat. Myös liikelat ja mahdolliset laitehankinnat tulee ottaa huomioon.

Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen selkäranka, jonka avulla liiketoiminta saadaan alulle ja jonka avulla liiketoimintaa voidaan myös jatkossa kehittää. Mahdollista lainaa hakiessa liiketoimintasuunnitelma on yksi perusta lainan myöntämiselle. Liiketoimintasuunnitelma tulisi myös laatia niin, että sitä voidaan hyödyntää myös tulevaisuudessa, eikä ainoastaan parin ensimmäisen vuoden aikana. Tämä on tärkeää, jotta yrityksen tulevaisuus olisi myös turvattu.

Yritysten toiminnan linjausten, päämäärien ja tavoitteiden asettamiseen voidaan käyttää apuna erilaisia analyysejä, jotka lisäävät tietopohjaa. Analyysien syvyys ja määrä on kiinni organisaation koosta ja toimialasta. Analyysissä on otettava seuraavat asiat huomioon: asiakas- ja sidosryhmäodotukset ja kokemukset, kilpailija-analyysi, yhteiskunnalliset muutokset, teknologian kehitys, lainsäädäntö- ja viranomaismääräykset, resurssitilanne ja itsearviointi.

(Kotkatvuori 2009, 12.)

3 LIIKEIDEA

Yritykseni on anniskeluravintola, joka keskittyy ravintolatoiminnan ja urheilutapahtumien yhdistämiseen. Tavoitteena on nousta kaupungin johtavaksi urheiluravintolaksi, joka ei keskity vain yhteen urheilusegmenttiin, vaan pyrkii tarjoamaan jokaiselle urheilufanille hänen haluamaansa urheilutarjontaa. Ravintolassa on A-oikeudet ja valtaosa liikevaihdosta syntyy alkoholimyynnistä. Ravintola tulee olemaan auki viikon jokaisena päivänä seuraavasti: maanantai-torstai aukioloaika on 12-24, perjantaisin kello 12-02, lauantaisin 12-02 ja sunnuntaisin 12-24.

Perustan kyseisen yrityksen tarjotakseni Tampereen urheilu- ja kulttuuriyhteisölle uuden ja paremman kokoontumispaikan, jossa on mahdollisuus rentoutua ja seurata monia erilaisia urheilutapahtumia monilta näytöiltä ja screeneiltä samaan aikaan. Ravintolan toiminnassa pyritään ottamaan huomioon erityisesti suuret ja suosittu urheilutapahtumat aina kansallisista sarjoista suuriin kansainvälisiin urheilutapahtumiin. Erityisesti huomio kiinnittyisi jääkiekon ja jalkapallon kotimaisiin ja ulkomaisiin sarjoihin sekä arvoturnauksiin, sekä myös muiden lajien kansainvälisiin turnauksiin ja arvokisoihin.

Ravintolan tavoitteena on tehdä yhteistyötä paikallisten urheiluseurojen kanssa ja markkinoida ravintolaa myös heidän kauttaan. Myös seurojen faniyhteisöt olisivat tärkeässä roolissa, sillä heidän jäsenensä olisivat kanta-asiakkaina urheilutapahtumien yhteydessä, mutta myös muina aikoina. Ottelupäivistä olisi mahdollista rakentaa koko päivän kestävä tapahtuma, joka koostuisi ravintolassa ennen ottelua järjestettävästä ennakkotapahtumasta, itse ottelusta ja ottelun jälkipeleistä, johon osallistuisi myös tamperelaisen kotijoukkueen pelaajistoa ja valmennusjohtoa. Tavoitteena olisikin tehdä ravintolasta erityisesti urheiluväen kantapaikka unohtamatta muita kohderyhmiä.

Ratinan alue on kehittynyt viime vuosina voimakkaasti alueen rakentamisen myötä, joten potentiaalisia asiakkaita alueella olisi runsaasti. Myös erilaiset konsertit ja muut musiikki- ja kulttuuritapahtumat alueen läheisyydessä voisivat tuoda kausiluonteisia asiakkaita ravintolaan.

Ravintolan tuotto koostuu suurimmaksi osaksi alkoholimyynnistä. Ravintola pyrkii tarjoamaan jatkuvasti laajaa tuotevalikoimaa sekä huomioimaan myös eri vuodenaajat niihin liittyvillä kausituotteilla. Ravintolan luonteesta johtuen kohderyhmä tulee luultavasti olemaan noin 20-40-vuotiaat miehet, josta johtuen suurin osa myynnistä tulisi koostumaan miedoista alkoholijuomista, erityisesti oluesta, siideristä ja lonkerosta. Näistä juomaryhmistä valikoimiin hankitaan myös harvinaisempia vaihtoehtoja, kuten lähialueiden pienpanimoiden tuotteita sekä ulkomaisia tuontijuomia.

Ravintolassa ei ole keittiötä, mutta tarjoamme juomien oheen myös pientä suolaista syötävää, kuten pähkinöitä, sipsejä ja muita vastaavia tuotteita. Urheilullisesti hiljaisina aikoina tarjoamme muita ajanvietemahdollisuuksia, kuten konsolipelien pelaamista isolla screenillä, pöytäfutispeli, lautapelejä tai muita vastaavia. Erilaisista ajanvietemahdollisuuksista kerron tarkemmin aiheesta tehdyn kyselyn yhteydessä.

Ravintolan yrittäjänä ja omistajana toimii Mikko Mansikka. Ravintola on yrittäjälleen ensimmäinen oma liiketoimintaa harjoittava yritys. Omistajalla on taustakoulutuksena ylioppilastutkinto, sekä restonomin koulutus Tampereen ammattikorkeakoulusta vuodelta 2014.

Ravintolan yritysmuotona toimii osakeyhtiö. Osakeyhtiön toimitusjohtajana ja hallituksen puheenjohtajana toimii Mikko Mansikka. Ravintolatoiminnan riskialttiuden vuoksi yrityksen yritysmuotona on osakeyhtiö. Tällä yritysmuodolla on mahdollista välttää henkilökohtainen konkurssi, mikäli yrityksen toiminta osoittautuu lopulta kannattamattomaksi.

Helsingissä toimii ravintola nimeltä Sports Academy. Kyseinen ravintola on samankaltainen, kuin oma suunnitelmani hieman erilaisilla vivahteilla tosin. Sports Academy tarjoaa myös ruoka-annoksia ja lounasta, mitä omassa suunnitelmassani ei ainakaan aluksi ole mukana muutamia pikkuannoksia lukuun ottamatta. Sports Academy sijaitsee myös keskeisellä alueella Helsingin keskustassa Rautatieaseman läheisyydessä. Ravintola ei ole leimautunut minkään yksittäisen seuran kannattajien vakiopaikaksi, vaan siellä käy asiakkaita seurakannasta riippumatta. Ravintola näyttää myös paljon kansainvälistä urheilua, mikä kerää laajankin katsojakunnan tasaisin väliajoin. Sports Academyllä on käytössään myös saunatilat, joita pystyy vuokraamaan asiakkaille. Kyseisellä ravin-

tolalla on kuitenkin myös iso tuki takanaan, sillä ravintola kuuluu s-ryhmään HOK Elantoon, joten ison konsernin tuomat edut palvelevat myös tätä ravintolaa. Oma suunnitelmani perustuu yksityisyrittäjyyteen, missä haasteet ovat isommat ja erilaiset.

4 YRITYKSEN LÄHTÖKOHTA JA KEHITYSNÄKYMÄT

Yrityksen perustamishetkellä Ratinan alue Tampereella on kehittynyt voimakkaasti, mikä on tuonut alueelle huomattavan määrän lisää asukkaita ja palveluja, mikä mahdollistaa ravintolan kannattavan toiminnan. Näin ollen yrityksen lähtökohdat ovat erittäin hyvät. Alueen kehityksen myötä kysyntää tarjoamallemme palvelulle varmasti löytyy, sillä Tampereen keskusta-alue laajenee suuntaan, jossa ravintola sijaitsee.

Tällä hetkellä Tampereella vastaavanlaisella konseptilla varustettua ravintolaa ei ole. Monet nykyiset ravintolat tarjoavat kyllä urheiluotteluita screeneiltä, mutta ne ovat satunnaisia ja usein keskittyvät vain yhteen lajiin. Nämä ravintolat profiloituvat myös paremmin tavallisiksi pubeiksi, eivätkä niinkään urheiluravintolaksi. Oma konseptini on hyvä valtti nykyisillä markkinoilla ja antaa meille mahdollisuuden erottua muista ravintoloista laajemmalla ja laadukkaammalla palvelulla.

Alustavien suunnitelmien mukaan yrityksen ei ole tarkoitus laajentua uusiin toimipaikoihin uusiin kaupunkeihin, vaan tarkoituksena on kehittää nykyisestä ravintolasta tuotava ja menestynyt yritys. Tavoitteena on kehittää ravintolaa jatkuvasti uusien trendien ja tyylien mukaan ja ottaa ensisijainen kohderyhmä entistä paremmin huomioon parantamalla ravintolan tekniikkaa ja sisustusta asiakkaan näkökulmasta.

4.1 Markkina-analyysi

Tampereen kokoisessa kaupungissa markkinat ovat rajalliset ja nykyisin kaupungissa on runsaasti kilpailua ravintola-alalla. Nykyisin varsinkin Restamax Oy on laajentanut liiketoimintaansa voimakkaasti, ja on selkeä markkinajohtaja Tampereen ravintolabisneksessä. Heidän koko liikevaihtonsa vuonna 2013 oli 65 miljoonaa euroa vuoden 2013 tilinpäätöstietojen mukaan. Luku sisältää koko konsernin liikevaihdon. Yksityisellä yrityksellä on isoja haasteita pärjätä isoja maanlaajuisia toimijoita vastaan kilpailtaessa ja siksi joukosta erottuminen korostuukin yrityksen menestyksen kannalta. Teettämäni kyselyn perusteella uskon, että erityisesti urheiluun erikoistuneella baarilla on jalansijaa Tampereella.

Ravintolan pääkohderyhmäksi arvioin 20-40 vuotiaat miehet. Tampereella on tilastokeskuksen mukaan miehiä vajaa 107 000 henkilöä (Tilastokeskus 2013). Näistä noin 36 000 henkilöä sopii tuohon määrittelemääni ikäjakaumaan. (Tilastokeskus 2013). Jos tästä ryhmästä arvioi neljänneksen olevan potentiaalisia asiakkaita kiinnostustensa, varallisuutensa, asuinsijaintinsa, sosiaalisen asemansa ja muiden tekijöiden pohjalta, saadaan edelleen melkein 10 000 potentiaalista asiakasta. mikäli ravintolassa olisi noin 200-300 asiakaspaikkaa, sen täyttäminen varsinkin viikonloppuisin voisi onnistua helpostikin, mikäli ravintola vain onnistuu alkumarkkinoinnissaan ja vakuuttamaan asiakkaat.

4.2 Kilpailija-analyysi

Tampereella ei ole kovinkaan montaa baaria tai ravintolaa, missä urheilu olisi pääasiallisesti esillä. Monet näyttävät kyllä erilaisia urheilutapahtumia screeneiltään, mutta yleisesti ottaen nämä paikat ovat kuitenkin vain normaaleja pubeja, osa irlantilaistyylyisiä, osa muualta vaikutteensa hakeneita. Tampereen urheiluväki on löytänyt omat ravintolansa, mutta väki on nykyisin hajaantunut eri paikkojen kanta-asiakkaiksi lähinnä omien suosikkijoukkueidensa tai lajivalintansa mukaan. Tampereen jalkapalloväki viettää aikaansa enimmäkseen O’Connells-pubissa Rautatienkadulla, jääkiekkjoukkueista Ilveksen fanit ovat ottaneet ravintola jäähovin omaksi paikakseen ja Tapparannan väki taas koontuu ravintola Wanhassa Postissa. Tuossa onkin mainittuna pahimmat kilpailijat omalle yritykselleni. Näistä edellä mainituista ravintoloista Jäähovilla ja Wanhalla Postilla on yhteistyösopimus kyseisten joukkueiden virallisten fan clubien kanssa ottelutapahtumien järjestämisestä. Sopimukseen yleensä sisältyy pieni rahallinen korvaus fan clubeille ja ravintolat saavat vastineeksi mainosaikaa ottelutapahtumissa sekä suhteellisen laajan ja lojaalin asiakaskunnan. Asiakkaat saavat fan clubin jäsenyyden osoittamalla alennusta ennalta määrätyistä tuotteista.

Kuten aiemmin mainitsin, nämä eivät ole varsinaisia urheilubaareja. Ravintola Jäähovi on eniten urheiluun keskittyvä, mutta on ajan saatossa taantunut vain raapaisemaan pintaa. Mikäli uusi keskusareena saadaan Tampereelle rakennettua, Jäähoville koittaa kovat ajat sen huonon sijainnin takia. Ravintola sijaitsee nykyisen Hakametsän jäähallin kupeessa, mutta jääkiekko-otteluiden siirryttyä uudelle areenalle, ravintolan potentiaalinen asiakaskunta siirtyy toisaalle. Ravintola Wanha Posti ja O’Connells-pub sen sijaan si-

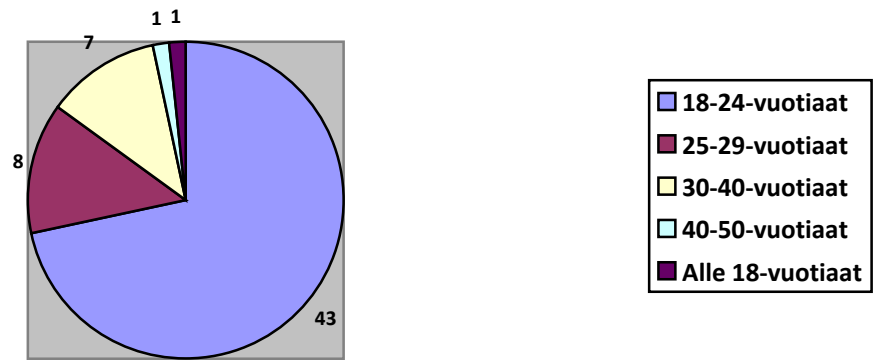
jaitsevat aivan Tampereen keskustassa, joten niillä on paremmat menestymismahdollisuudet myös uuden areenan rakentamisen jälkeen. Näistä kuitenkin O’Connells on puhtaasti irlantilaistyylinen pub, johon erityisesti Tampereen jalkapalloväki on kuitenkin kokoontunut Tampere United-jalkapallojoukkueen sponsoroinnin myötä. Tampere United on toki jo lopettanut toimintansa, mutta asiakaskunta on suhteellisen lojaalisti pysynyt paikoillaan.

Ravintola Wanha Posti ei sen sijaan muistuta urheilubaaria mitenkään, vaan on myös selvästi vain pub muiden joukossa. Ravintolassa käy paljon myös muita kuin urheiluväkeä, ja näiden ryhmien hetkellinen sekoittuminen ottelutapahtumien jälkeen johtaa yleensä niin sanotusti tavallisen väen poistumiseen toiseen publiin pois kovaäänisen urheiluväen alta. Lisäksi Finlaysonin alueella sijaitsee Pub Höyry, joka myös yrittää tuoda oman osuutensa Tampereen urheiluväelle. Pub Höyry näyttää aktiivisesti eri urheilulajeja ja -tapahtumia, mutta ei pysty pienien tilojensa tarjoamaan kunnollista urheilutapahtumaa kovinkaan isolle väelle kerrallaan.

Tampereella ei selvästikään ole täysin samanlaista ideaa toteuttavaa ravintolaa, kuin oman suunnitelmani mukainen tulisi olemaan, joten siinä on mielestäni selkeä sauma löytää laaja ja lojaali asiakaskunta. Teettämäni kyselyn ja henkilökohtaisten satunnaisien keskustelujen perusteella, tällaiselle ravintolalle todella olisi kysyntää. Vuosituhannen alussa Tampereen Hämeenkadulla toiminut ravintola Grand Star Cafe oli tällainen urheiluväen yhteen kokoaja, mutta sen lopetettua toimintansa on tällä saralla ollut Tampereen ravintolabisneksessä selkeä aukko, jota olen aikeissa täyttää.

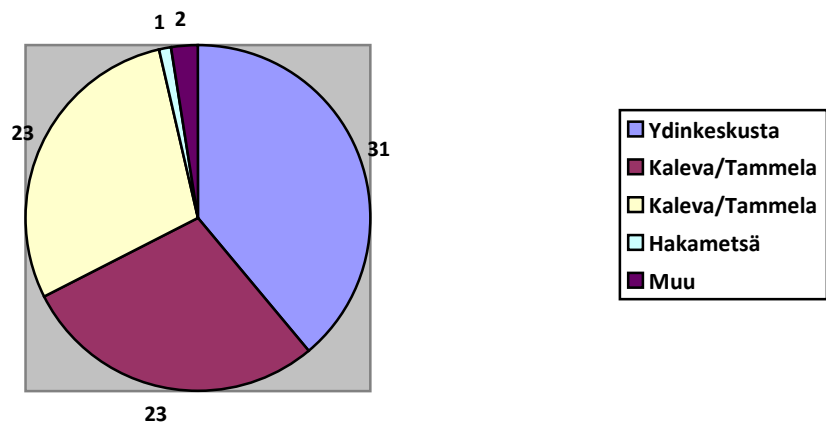
4.3 Kyselytutkimus

Kyselytutkimuksella pyrin selvittämään, mitä potentiaaliset asiakkaat todella haluavat urheilubaarilta. Tällä tavalla on helppoa saada tärkeää ensisijaista tietoa suoraan asiakailta, jotta ravintolaa on helpompaa lähteä rakentamaan asiakaskuntaa miellyttävään suuntaan. Kyselyyn vastasi helmikuun 2014 aikana 51 henkilöä. Heistä naisia oli 43 kappaletta ja miehiä 8 kappaletta. Suurin osa vastaajista (34 henkilöä) oli iältään 18-24-vuotiaita, 8 henkilöä oli ikäväliltä 25-29-vuotta ja 7 henkilöä ikäväliltä 30-40-vuotta. Ikäryhmissä 40-50-vuotta ja alle 18-vuotta oli molemmissa yksi vastaaja.



KUVIO 1. Kyselyn vastaajien ikäjakauma

Kyselyn perusteella ravintolan mieluisimmiksi sijaintivaihtoehtoiksi nousivat Tampereen ydinkeskusta ja Kalevan/Tammelan alue. Tampereen keskusareenan läheisyyden merkitsi 8 vastaajaa tärkeäksi seikaksi. Keskusareena on tarkoitus rakentaa lähelle ydinkeskustaa, joten nuo kaksi vastausta ovat joka tapauksessa hyvin lähellä toisiaan. Tähän kysymykseen vastaajat saivat merkitä myös useamman vaihtoehdon, joten vastausten määrä oli vastaajien määrää suurempi.



KUVIO 2. Vastaajien mieluisin sijainti ravintolalle

Kyselyssä selvitettiin myös, mitä lajeja ihmiset haluaisivat paikan päällä seurata. Jääkiekon SM-liiga nousi melkein kaikissa vastauksissa esille. Sitä haluaisi seurata 44 vas-

taajaa. Muista jääkiekkosarjoista NHL ja KHL saivat myös kannatusta. Myös jalkapallon Veikkausliiga ja ulkomaiset jalkapallosarjat, jääkiekon maajoukkueen ottelut ja moottoriurheilu saivat kannatusta. Käytännössä kaikki lajit, missä suomalaiset menestyvät olisi hyvä pitää ohjelmalistalla.

Olen suunnitellut ravintolaan tekniikkaa, jolla moniin pöytiin saataisiin oma televisionäyttö, josta voisi seurata haluamaansa urheilulajia. Tällaista tekniikkaa ei kuitenkaan kaivannut kuin 20 vastaajista. Tosin täytyy muistaa, että vastaajista suurin osa oli naisia, jotka eivät välttämättä ole niin tuttuja tällaisen aiheen kanssa. Kuitenkin isot urheilutapahtumat on ihmisten mielestä mukavampi seurata isolta näytöltä kollektiivisesti kaikkien kanssa samaan aikaan, kuin kaikki erikseen omissa pöytäseurueissaan. Tällöin myös tunnelma nousee parhaiten, mutta pienemmissä lajeissa, joita ei voisi muun urheilun aikana näyttää isolta näytöltä, tuollainen tekniikka voisi kuitenkin olla käytännöllinen.

Vastaajat toivoivat myös asiakkaiden käyttöön erilaisia lautapelejä, pöytäfutispeliä ja ennen kaikkea biljardipöytää. Biljardipöytää kannatti kyselyssä 34 vastaajaa. Ilmakiekko, pöytäjäähkiekko ja konsolipelit saivat myös satunnaista kannatusta. Lautapelit eivät ravintolalta ole isokaan panostus, mutta esimerkiksi biljardipöydän sopivuutta muuhun sisustukseen ja yleisilmeeseen täytyisi miettiä tarkasti. Samoin pöydän kunnossapito saattaisi olla haasteellista varsinkin aukioloaikojen viimeisinä tunteina.

Musiikkitoiveista esille nousivat ennen kaikkea kotimainen ja ulkomainen rock. Rock-musiikkihan yleisesti mielletään yhteen urheilun kanssa, joten tulokset näiltä osin olivat hyvinkin odotettuja. Myös kotimainen ja ulkomainen pop-musiikki sai kannatusta, joten taustamusiikkia ei tarvitsisi kovinkaan paljon rajoittaa. Suurimmat nykyhitit ja vanhemmat klassikot unohtamatta 90-luvun suosittuja hittejä varmasti täyttäisivät asiakaskunnan toiveet.

Otteluiden yhteyteen toivottiin erilaisia tapahtumia, esimerkiksi haastatteluja urheilijoilta ja joukkueiden taustahenkilöiltä. Tällaisia teemaan sopivia tapahtumia toivoi peräti 40 vastaajaa. Eri otteluiden ennakkotapahtumille ei niinkään paljon annettu arvoa, sillä puolet vastaajista ainoastaan toivoi ennen ottelua olevia tapahtumia tai haastatteluja. Ottelujen jälkeisiä haastatteluja muine tapahtumineen ja jälkipeleineen sen sijaan kan-

natti 36 vastaajaa. Tuo oli hyvin odotettua, sillä yleensä ottelutapahtumiin saavutaan suoraan kotoa ja ottelujen jälkeen hakeudutaan samankaltaiseen seuraan ravintoloihin, joissa on jonkinlaista jälkipeliä tarjolla. Näissä paikoissa ihmiset pystyvät analysoimaan ottelujen tapahtumia samanhenkisessä seurassa ja käymään tapahtumat uudestaan läpi.

Kyselyn vapaaseen sanaan tuli hyvin mielenkiintoisiakin toiveita. Erityisesti henkilökunnan tärkeyttä korostettiin parissa vastauksessa. Henkilökunta onkin tärkeä tekijä ravintolan menestyksen kannalta ja tähän onkin ollut aikomus panostaa. Henkilökunnan toivottiin olevan asiantuntevaa, ystävällistä ja asialleen omistautuneita, joiden kanssa ottelutapahtumia voisi seurata hyvässä hengessä.

Baariin toivottiin myös joitain pieniä ruoka-annoksia, lähinnä dippilautasia ja vastaavia, joita voisi nauttia otteluiden ohessa. Myös erikoisolut saivat maininnan vapaassa sanassa. Hintojen tulisi myös pysyä kohtuullisina, jotta kaikilla halukkailla olisi varaa käydä baarissa useamminkin. Ravintolasta onkin tarkoitus tehdä jokaiselle sopiva, jotta siitä muodostuisi eräänlainen olohuone asiakkaille.

Ravintolan yleisilmeestä mainittiin, että se ei saisi olla liian jäähallimainen. Ei pelipaitoja roikkumaan seinille, vaan jotain uutta, mutta kuitenkin selkeästi erottua urheilubaariksi. Ulkopuolen kyltit ja muut voisivat olla jotenkin urheiluteemaisia, jotta ravintola pystyy erottumaan joukosta heti alkuunsa.

5 SWOT-ANALYYSI

SWOT-analyysiä käytetään tarkisteltaessa yrityksen heikkouksia ja vahvuuksia, sekä mahdollisuuksia ja uhkia. Lyhenne SWOT tulee englannin sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat). SWOT-analyysi on tärkeä väline analysoitaessa työpaikalla tapahtuvaa oppimista ja sen toimintaympäristöä kokonaisuutena. SWOT-analyysi on suositeltavaa toteuttaa ennen työpaikalla tapahtuvan oppimisen suunnitteluvaihetta, kun toteuttamis- tai kehittämispäätös on tehty. SWOT-analyysin tulosten avulla voidaan ohjata prosessia ja tunnistaa työpaikalla tapahtuvan oppimisen hyvien käytäntöjen siirron kriittiset kohdat. (Opetushallitus: SWOT-analyysi, 2014)

5.1 Vahvuudet

Yrityksen vahvuuksia ovat suoranaisten kilpailijoiden pieni lukumäärä, sekä sijainti voimakkaasti kasvavalla keskusta-alueella. Vahvuuksiksi voi laskea myös kovan innostukseni uutena yrittäjänä ja halun saada ravintola menestymään ja nousemaan Tampereen yhdeksi suosituimmista illanviettopaikoista. Restonomi-koulutukseni ja työkokemukseni Hesburgerin ravintolapäällikkönä varmasti antaa avaimet saada ravintola tuottamaan voitollista tulosta. Toiminnassamme tulen nostamaan asiakkaan ykkössijalle niin sisustuksen kuin myös viihde- ja tuotevalikoiman myötä, mikä varmasti auttaa ravintolaa nousemaan Tampereen ravintolakartalla. Tampereen keskusareenan, linja-autoaseman ja Ratinan stadionin läheisyys antaa hyvät lähtökohdat suurillekin asiakasvirroille.

5.2 Heikkoudet

Suurimpana heikkoutena on ravintolan lähialueen kasvun ja kehityksen täydellinen ja ennenaikainen pysähtyminen, jolloin asiakasmäärät jäisivät toivottua pienemmiksi ja se aiheuttaisi siten taloudellisia tappioita. Heikkoutena näen myös kokemattomuuteni yrittäjänä ja anniskeluravintolan ravintoloitsijoina. Toiminta ei alussa ole välttämättä riittä-

vän vakaalla ja ammattitaitoisella pohjalla, sillä osa yrittäjän tehtävistä ja vastuista on uutta. Tämän vuoksi toimintaan tarvitaan myös ulkopuolista osaamista toiminnan tason turvaamiseksi. Tavoitteena on saada eri urheilulajien kannattajat ja muut asiakasryhmät viihtymään ravintolassa, mutta kokemattomuuteni ravintoloitsijoina saattaa tehdä sen, että ravintola profiloituu liikaa vain yhden tietyn asiakasryhmän paikaksi, jolloin asiakasmäärät ja tuotot pienenevät.

5.3 Mahdollisuudet

Suurimpina mahdollisuuksina ravintolalle pidän Ratinan alueen huomattavan nopeaa kasvua ja kehitystä. Tämä takaisi asiakasmäärien kasvun ja yritykseni taloudellisen hyvinvoinnin. Mikäli Tampere saisi tulevaisuudessa Ratinan stadionille menestyvän jalkapallon pääsarjajoukkueen ja myös muut tamperelaisseurat menestyisivät omissa lajeissaan ja sarjoissaan, nostaisi se myös varmasti yritykseni asiakasmääriä ja suosiota urheilupiireissä. Ravintolan sijainti auttaisi myös hyödyntämään lukuisat kulttuuritapahtumat, joita uudella keskusareenalla, sekä Ratinan stadionilla järjestettäisiin. Vuodesta 2007 lähtien Ratinan stadionilla on järjestetty joka kesä noin 30 000 henkeä vetävä konsertti, josta varmasti saisimme runsaasti uusia asiakkaita myös tulevaisuutta ajatellen.

Suomen taloudellinen kasvu vauhdittaisi liiketoimintaamme ihmisten ostovoiman lisääntyessä. Ihmisillä olisi enemmän rahaa käytössään, jolloin panostetaan omaan viihtyvyyteen ja viihde-elämään. Suomen ja varsinkin Tampereen alueen taloudellinen kehitys auttaisi myös paikallisia urheiluseuroja menestymään, jolloin urheiluhenkiset ihmiset kävisivät katsomassa otteluita enemmän, mikä taas auttaisi meidän liiketoimintaamme. Saisimme siis selvää välillistä hyötyä paikallisten seurojen menestyksestä.

Varsinkin Tampereen jääkiekon pääsarjajoukkueiden Tapparän ja Ilveksen faniryhmissä on henkilökohtaisten kyselyjen pohjalta suurta kiinnostusta suunnittelemaani konseptia kohtaan. Moni on kaivannut selkeää urheilubaaria Tampereelle monen vuoden tauon jälkeen. Hyvillä persoonilla henkilökunnassa ravintolasta olisi todella mahdollista saada suuri menestystarina aikaiseksi. Tällaisesta ravintolasta pitäisi yrittää rakentaa ikään kuin instituutio tamperelaiselle urheiluväestölle. Ravintolan esikuvana toimii vuosituhannen alussa Tampereen Hämeenkadulla toiminut Grand Star Cafe-ravintola, joka oli

loistavan henkilökuntansa ansiosta Tamperealaisen urheiluväestön suuressa suosiossa ennen toimintansa lopettamista.

5.4 Uhat

Maailman taloustilanne on viime vuosina kääntynyt parempaan suuntaan, joten suurin huoli laman vaikutuksista liiketoimintaan on jo väistynyt. Tampereen alueen ravintolatoiminnan kilpailu on kuitenkin supistunut viime aikoina roimasti ja alueella onkin käytännössä enää vain yksi suuri toimija Restamaxin ostettua Rengasravintolat Oy:n. Kilpailun vähäisyys saattaa aiheuttaa ongelmia pienille, yksityisille toimijoille, joilla ei ole niin vankkaa taloudellista selkänöjää, kuin markkinajohtajalla. Isot toimijat pystyvät omalla myyntivolyyminsä ansiosta muokkaamaan hintatasoaan siten, että pienet toimijat ei pysy hintakilpailussa mukana vaan menettävät siten edelleen asemiaan markkinoilla. Kilpailu isojen toimijoiden kanssa on tällä hetkellä ehkä suurin uhka yritykselleni, mutta toinen yhtä suuri uhka on nykyiset alkoholin veronkorotukset ja kaavailut myynnin rajoitukset. Ravintolani tarkoitushan ei ole olla yökerho, eikä siten auki kello 04 asti, joten suunnitelluilla ravintoloiden jatkoaikojen poistamisilla ei olisi siten merkitystä. Uhkana on sen sijaan alkoholin hinnan nousu, mikä heikentää suoraan katetta ja vaikeuttaa todella rajusti yrityksen kilpailukykyä. Alkoholin ravintolahinta on Suomessa jo tällä hetkellä todella korkea muuhun Eurooppaan nähden, joten hintojen nousu edelleen aiheuttaisi varmasti ongelmia. Kuluttajien viinantuonti Virosta on kasvanut tasaisesti viime vuosina ja jo nyt on näkyvissä valtion alkoholista saatujen verotulojen pieneneminen muutaman vuoden takaiseen. Viinan tuonti Virosta vähentää samalla myös ravintoloiden tuloja, jonka jälkeen hintoja pitää nostaa, mikä taas aiheuttaa niin sanotun oravan pyörän hintojen nousun ja asiakkaiden rahankäytön vähenemisen välille. Myös kilpailijoiden lisääntyminen ravintolan sijainniksi harkitulla alueella saattaa heikentää kannattavuuttamme. Tästä syystä olisikin tärkeää, että olisimme alueen ensimmäinen ravintola, jotta saisimme etulyöntiaseman kilpailijoihimme nähden.

6 VISIOT, ARVOT JA NIIDEN SAAVUTTAMINEN

Visiona on olla Pirkanmaan suosituin ja menestynein urheiluun keskittynyt ravintola-toimintaa harjoittava yritys. Pyrimme luomaan ravintolasta viihtyisän sekä asiakkaillemme, että myös henkilökunnallemme ja olla myös työmarkkinoilla haluttu työnantaja. Haluamme tulevaisuudessa olla tunnettu myös Tampereen ulkopuolella, jotta kaupungissa vierailevat henkilöt tunnistaisivat paikan heti ja olisivat täten potentiaalisia asiakkaita. Tavoitteenamme on tehdä hyvää taloudellista tulosta jokaisella tilikaudella. Pyrimme samalla kehittymään sekä yrittäjinä että esimiehinä. Näihin tavoitteisiin on mahdollista päästä ahkeralla työnteolla, hyvällä motivaatiolla, rennolla ja ystävällisellä asiakaspalvelulla sekä jatkuvalla itsemme kehittämällä.

Tärkeimpiin arvoihin kuuluvat lähiseudun arvostaminen, yleinen syrjimättömyys ja lain tinkimätön noudattaminen. Annamme suurta arvoa lähiseudun urheilutoiminnalle ja paikalliselle ammattiosaamiselle, joka konkretisoituu yhteistyöllä paikallisten seurojen ja palveluiden tuottajien kanssa.

Arvoihimme kuuluva syrjimättömyys takaa sen, että ravintolaamme on vapaa pääsy kaikille täysi-ikäisille henkilöille, sukupuoleen, rotuun, uskontoon tai poliittiseen vakaumukseen katsomatta. Haluamme myös noudattaa lakia tinkimättömästi kaikessa toiminnassamme, joka näkyy moitteettomassa kirjanpidossa ja avoimessa toiminnassa viranomaisia kohtaan sekä tarkassa ikärajojen valvonnassa.

Ravintolan suurin segmentti tulee olemaan 20-40-vuotiaat miehet, koska tämä ryhmä on selvästi kiinnostunein tämänkaltaisesta ravintolatoiminnan ja urheilun yhdistämisestä. Tarkoituksena olisi kuitenkin saada asiakkaita myös pääkohderyhmämme ulkopuolelta mahdollisimman paljon ja pyrimme tähän siten, että paikan ottelutapahtumien jälkeen ravintolan ilme muuttuu aavistuksen lähemmäksi tavanomaista ravintolatunnelmaa.

6.1 Tavoitteiden toteutuminen

Jotta ravintola nousisi merkittäväksi tekijäksi Tampereen ravintolabisneksessä, tulee ottaa tarkasti huomioon kyselystä saadut havainnot ja toiveet. Asiakkaiden toiveet hei-

jastavat myös niitä asioita, joita Tampereen ravintolamaailmasta tällä hetkellä puuttuu ja sitä aukkoa olemme lähdössä täyttämään.

Ravintolan sijainti on ensisijaisen tärkeä sen menestymisen kannalta. Tampere on kuitenkin suhteellisen pieni kaupunki, ja on keskittynyt hyvin pienelle ja kapealle keskustaluudelle. Hämeenkatu on selkeästi Tampereen pääkatu, eikä menestyvä ravintola voi olla kovin kaukana siitä. Kartalla Hämeenkadun länsipääty Hämeenpuistossa ja idässä rautatieasemalla on se väli, jossa ravintolan tulisi sijaita. Myöskään kovin kauaksi etelään Ratinan alueelta ei tällä hetkellä kannata lähteä ravintolaa perustamaan, sillä asiakkaat eivät sinne helposti löydä. On siis selvää, että ravintolan tulisi sijaita aivan keskustan läheisyydessä. Tampereen keskusareena tullaan rakentamaan ydinkeskustan eteläpuolelle Ratinan ja Hatanpään alueiden väliin, joten sinne suuntaan olisi potentiaalista kasvuseutua ravintolaa ajatellen tulossa.

Ravintolan ulkonäöstä tulisi tehdä erottuva ja sellainen, että paikan tunnistaa urheilubaariksi. Tässä ei kuitenkaan saa mennä yli, vaan suunnitelmat pitää tehdä hyvällä maulla. Ravintolan on ideana toimia eräänlaisena asiakkaidensa olohuoneena, mihin on helppo ja mukava tulla viettämään aikaansa, joten sekä ulko- että sisätilojen täytyy olla kutsuvia ja siistejä.

Ottelutapahtumien näyttäminen on nykyisin suhteellisen helppoa. Televisiotarjonta on nykyisin monipuolista ja operaattorien kanssa pystyy tekemään kattavia sopimuksia urheilutapahtumien näyttämisestä ravintolassa. Kun ravintolassa saadaan näkyviin tietyt televisio-operaattorien urheilupaketit ja –kanavat ja niille on asianmukaiset luvat, otteluiden näyttäminen on laitteistosta kiinni.

Ottelutapahtumat itsessään vaativat tarkempaa suunnittelua. Tampereella on vahvimmat perinteet jääkiekon puolelta ja jääkiekko-otteluiden yhteyteen onkin suhteellisen helppoa löytää asiantuntevia ihmisiä analysoimaan otteluita ja kertomaan omia näkemyksiään. Tavoitteeni on saada aikaan yhteistyötä varsinkin Tamperelaisten Tapparän ja Ilveksen jääkiekkoväen kanssa, sekä myös Ilveksen jalkapalloväen kanssa, jotta tällaisten ottelutapahtumien järjestäminen helpottuisi heidän kontaktiensa avulla.

7 MARKKINOINTISUUNNITELMA

Alkavan yrityksen markkinointistrategian lähtökohtana on liikeidea ja toiminta-ajatus. Toiminta-ajatus kertoo, miksi yritys perustetaan. Liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta menestyä valitulla toiminta-alalla. Oheisessa kuviossa esitetään liikeidean keskeiset osatekijät.



KUVA 1. Markkinointistrategia (Opetushallitus. Luettu 2014).

Ravintolan pääasiakasryhmänä tulevat olemaan 20–40-vuotiaat miehet, joten heille ensisijaisesti markkinointimme suuntautuu. Haemme mahdollisimman monipuolista asiakaskuntaa aina 20-ikävuodesta ylöspäin, mutta markkinointimme kohdistuu pääasiassa yllämainittuun ryhmään. Tämä sen vuoksi, että kyseinen ryhmä on potentiaalisin asiakas tämänkaltaiseen ravintolaan. Pyrimme tekemään ravintolasta kuitenkin sellaisen, että muidenkin ikä- ja sukupuoliryhmien edustajat viihtyisivät ja tulisivat jatkossa olemaan kanta-asiakkaitamme. Mielestäni ravintolan liian tiukasti rajattu segmentointi on haitaksi, sillä yksi ainoa asiakastyyppe ei pysty tuottamaan ravintolalle tarpeeksi tuloja. Siksi asiakkaiksi täytyy saada myös pääasiakasryhmän ulkopuolisia ihmisiä.

Asiakasryhmän rajaisin ainakin aluksi tuohon ikärajaan K20. Tämän tyyppisen ravintolan tunnelma pysyisi mielestäni parempana, kun aivan nuorin asiakaskunta rajattaisiin pois. Tämä on tietenkin harkinnanvaraista, eikä mitenkään lopullinen päätös.

7.1 Markkinointikeinot

Tavoite saada mahdollisimman laaja asiakaskunta tulee näkymään myös markkinoinnissa näkyvyyden ja strategian suhteen. Mainostamme eri urheilutapahtumissa ja pyrimme olemaan niissä muutenkin mahdollisimman hyvin esillä. Tärkein markkinointikohteemme tulee olemaan kuitenkin Tampereen uusi keskusareena. Pyrimme tekemään siellä operoivien seurojen ja halliyhtiön kanssa mahdollisimman laajaa yhteistyötä, jotta saamme näkyvyyden maksimoitua. Tämä tulee kuitenkin olemaan paikka, jossa tavoitamme varmasti ravintolan pääasiakasryhmän, mutta myös muita potentiaalisia asiakasryhmiä. Tulen myös ostamaan mainospaikkoja Tampereen keskusta-alueen mainospaikoilta, jotta ravintolan näkyvyys olisi mahdollisimman hyvä myös urheilutapahtumien ulkopuolella ja jotta mainonta tavoittaa mahdollisimman suuren joukon ihmisiä. Mainosjulisteita sijoitetaan myös mahdollisimman laajasti kaupungilla sijaitseviin ilmoitustauluihin. Myös radiomainonta esimerkiksi Radio Cityllä tavoittaisi koko Tampereen alueen ja varsinkin jääkiekkoihmiset Tampereen jääkiekkoukkueiden vierasotteluselostuksillaan.

7.2 Sosiaalinen media

Sosiaalista mediaa tulen hyödyntämään mahdollisimman laajasti. Tällä tavoin pystytään varmasti saamaan lisänäkyvyyttä yleisön silmissä ja täten myös lisää potentiaalisia asiakkaita. Sosiaalisessa mediassa on helppo jakaa tietoa ravintolan tapahtumista ja tavoittaa asiakkaat mahdollisimman yksinkertaisesti ja helposti. Ravintola saa omat profiilit suosituimpiin sosiaalisen median palveluihin, eli facebookiin ja twitteriin, joita päivitämme päivittäin kertoen ravintolan päivän tarjonnasta ja samalla myös tulevista ottelu- ja muista tapahtumista. Näin ollen ravintola ei välttämättä tarvitse omia kotisivuja, koska olemme näkyvissä jo muutenkin. Myös näkyvyys Osuma.fi-sivustolla ja siellä saatavat mahdolliset hyvät arvostelut lisäisivät ravintolan näkyvyyttä.

7.3 Hyvä palvelu on hyvää markkinointia

Ravintolan toiminnassa panostetaan paljon erilaisiin tapahtumiin ja jokapäiväiseen hyvään palveluun. Hyvästä palvelusta ja tunnelmasta lähtee varmasti sana leviämään ja

toimii siten erittäin hyvänä markkinointikeinona ja on yritykselle täysin ilmaista mainosta.

Hyvään palveluun sisältyy myös osaava ja ystävällinen henkilökunta. Tampereen ravintolapiirit ovat suhteellisen pienet, jossa ihmiset ovat hyvinkin tuttuja toisilleen. Pyrkimyksenä on rekrytoida mahdollisimman tunnettuja persoonia omaan yritykseeni, jolloin ravintola saisi varmasti tukevamman jalansijan heti alusta Tampereen ravintolakartalla. Tällaiset kaupunkilaisten tuntemat persoonat toisivat varmasti jo omalla läsnäolollaan lisää asiakkaita paikalle. Myös uusien henkilöiden rekrytointi painottaisi persoonallisuutta ja sitä, kuinka työntekijä pystyisi omalla olemuksellaan markkinoimaan yritystämme.

8 RAHOITUSSUUNNITELMA

Yrityksen alkupääoma koostuisi kokonaan lainarahasta. Arvioin lainan tarpeeksi 150 000 euroa. Tämä summa koostuu liiketilan vuokrasta, 2 kuukauden palkoista ja niiden sivukuluista, muun muassa YEL- ja Tyel-maksuista, laitehankinnoista, alkuvastosta, alkumarkkinoinnista ja pohjakassasta. Liiketilan kuukausivuokraksi arvioin 5000€/kuukausi. Laitehankintoihin kuluisi noin 30 000€, palkkoihin ja niiden sivukuluihin menisi kuukaudessa noin 5300€, jos lasketaan keskituntihinnaksi 18 euroa. Lisäksi pohjakassaan ja alkumarkkinointiin kuluisi noin 4 000€. Alkuinvestointeihin menisi noin 55 000€, joten loput lainasummasta jäisi yritykselle mahdollisiin muihin investointeihin, palkkoihin sekä kiinteistön vuokria varten, ennen kuin liiketoiminta saadaan vakiinnutettua. Lainan takaisinmaksuerät tulevat olemaan noin 3 000€/kuukausi, sisältäen myös lainan korot, mikäli laina-aika on 5 vuotta ja lainan korko 4% (Osuuspankki – Yritysrahoituslaskuri, 2014).

Arvioin ensimmäisen vuoden liikevaihdoksi hieman yli 325 800€. Tämä koostuisi 8 euron keskiostoksesta ja 54 300 päätetystä laskusta. Mikäli päivässä saataisiin 150 päätettyä laskua kuuden euron keskiostoksella, tällöin päiväkohtaiseksi myynniksi kertyisi 1200 euroa, mikä tekisi vuodessa 325 800 euroa. Aukiolopäiviä ravintolalla olisi 362.

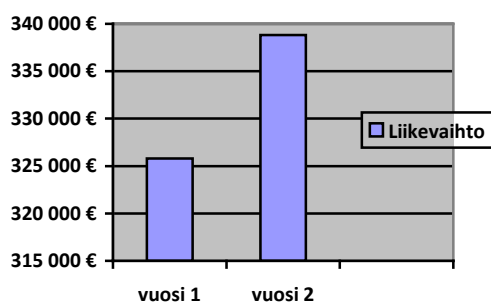
74 työtuntia viikoittain tietäisi silloin 113,50 euron tuntitehoja. Tällöin ravintolassa työskentelisi aina yksi työntekijä kerrallaan. Mikäli ravintolassa työskentelisi viikonloppuisin kiireisimpinä aikoina 2 työntekijää aikavälillä 18-02, työtunteja kertyisi 90 viikossa ja tuntitehoiksi jäisi 93,33€

Järjestyksenvalvonta aiheuttaisi kuluja noin 13 000 euron edestä vuodessa. Tämä summa koostuisi joka perjantai- ja lauantai-illoilta 5 tunnin jaksolta kumpanakin iltana. Yhteensä tunteja kertyisi tällöin vuodessa 832 ja 25 euron tuntimaksulla loppusumma järjestyksenvalvontaan olisi 13 000 euroa.

Laitehankintoihin ja niiden ylläpitoon arvioin 50 000 euroa vuodessa. Varsinkin laitteiden korjauskulut on hyvin pidettävissä aisoissa asiallisella koulutuksella ja laitteiden oikealla käytöllä.

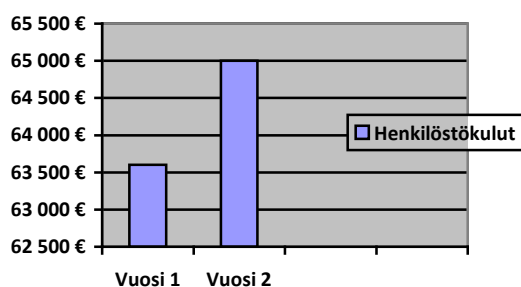
Juomatukkuun menisi isoin summa vuodessa, noin 100 000 euroa. Mikäli 75% asiakkaista ostaisi hanatuotteita ja oluen, siiderin ja lonkeron litrahinta olisi keskimäärin noin 3,50 euroa, menisi hanatuotteisiin vuositasona jo noin 48 000 euroa. Tällöin myytävän tuopin koko olisi 0,4 litraa. Väkevät viinat, rommit, viinit ja muut ovat keskihinnaltaan kalliimpia, mutta myös niiden kulutus on vähäisempää. Niistä kertyisi vuodessa arviolta samanlainen summa kuin hanatuotteista, joten kokonaissummaksi muodostuisi noin 100 000 euroa vuodessa.

Mikäli ravintolan myynti saataisiin nousuun toisena aukiolovuotena, ja kasvua olisi noin 4 prosenttia liikevaihtoon, saataisiin toisen vuoden liikevaihdoksi 338 832 euroa.



KUVIO 3. Liikevaihdon kehitys

Ensimmäisenä vuonna henkilöstökustannukset olivat 63 600 euroa ja jos niihin tulisi yhteensä 2 prosentin nousu, niiden kulut olisivat noin 65 000 euroa.



KUVIO 4. Henkilöstökustannusten kehitys

Mikäli muut kustannukset pystyttäisiin pitämään kokonaisuudessaan samalla tasolla, tulos paransi ensimmäisen vuoden 10 100 eurosta yli 43 000 euroon. Toisena vuotena

ravintolan varastoa ei tarvitse rakentaa tyhjästä ja laitehankinnat on jo tehtynä, joten alkuinvestointeihin ei menisi myöskään rahaa enää.

	Vuosi 1	Vuosi 2
Alkukassa	1 000 €	1 000 €
Käteismyynti	325 800 €	338 832 €
Yhteensä	326 800 €	339 832 €
Kulut		
Henkilöstökulut	63 600 €	65 000 €
Alkuvarasto	15 000 €	
Vuokrat	72 000 €	72 000 €
Sähkö + vesi	6 000 €	6 000 €
Puhelin	600 €	600 €
Juomatukku	100 000 €	100 000 €
Markkinointi	3 500 €	3 500 €
Vakuutus	20 000 €	20 000 €
Toimistokulut	3 000 €	3 000 €
Lainan korot	6 000 €	6 000 €
Työttömyyskassamaksu	1 500 €	1 500 €
Kanavapaketit	1 000 €	1 000 €
Järjestyksenvalvonta	13 000 €	13 000 €
Laitteiden ym korjauskulut	3 000 €	3 000 €
Vartiointi	1 500 €	1 500 €
Ikkunateippaukset	1 000 €	
Ali-/ylijäämä	10 100 €	43 732 €

Taulukko 1. Ravintolan toimintavuosien 1 ja 2 budjetti

9 HENKILÖSTÖSUUNNITELMA

Henkilöstön hankkimiseksi laitamme haun Mol.fi-sivustolle. Nykyisin hyvät hakemukset kiertävät myös sosiaalisessa mediassa tehokkaasta, joten tuohon hakemukseenkin tulisi jo panostaa kunnolla. Pyrimme löytämään henkilöitä, joilla on jo laaja kokemus alalta, joille pystyy antamaan vastuuta ravintolan päivittäisestä toiminnasta enemmän, kuin täysin kokemattomille henkilöille. Nämä kokeneet työntekijät tulisivat mahdollisesti toimimaan myös ravintolan esimiestehtävissä. Näin säästäisimme perehdyttämiskuluissa kun sen tarve jäisi pienemmäksi.

Laskelmien mukaan ravintolaan tarvitaan yrittäjän lisäksi 2 työntekijää. Työntunteja tulisi yhteensä 74/viikko, jolloin kummallekin työntekijälle tulisi noin 37 työtuntia/viikko. Tähän lukuun ei sisälly yrittäjän työpanosta eikä mahdollisia toimistopäiviä. Lomat täytyisi tällöin paikata väliaikaisella työvoimalla. Yllättävät sairauspoissaolot ja lomat olisi mahdollista paikata myös vuokratyövoimalla. Vuokratyövoimaa välittäviä yrityksiä on nykyisin monia, joista pystyy kilpailuttamaan itselleen sopivimman yhteistyökumppanin.

Ravintola pystyisi tarjoamaan henkilökunnalleen kilpailukykyisen eli työehtosopimuksen mukaisen palkan. Jokaisella työntekijällä tulisi olla vastaavan hoitajan luvat, koska yksin työskentelyä on paljon, joten palkkataso sijoittuu vuorovastaavan tasolle.

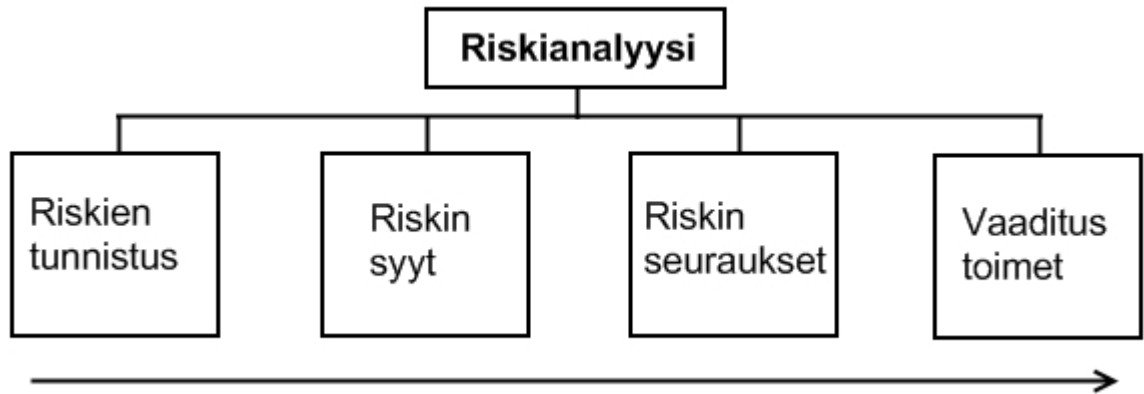
Työntekijöille otetaan lain vaatimat vakuutukset ja työturvallisuus pidetään lain vaatimalla tasolla. Työturvallisuutta pyritään myös kehittämään mahdollisuuksien mukaan, jotta turhilta loukkaantumisilta vältyttäisiin. Laitteiden oikea käyttö ja tarvittavat huoltotoimenpiteet ajoissa tehtynä ehkäisevät tehokkaasti turhia vahinkoja sekä työntekijöille, että laitteistolle. Työntekijöille määritellään myös työterveysasema, jossa he voivat käydä sairastapauksissa.

Pyrimme kehittämään henkilöstöä erilaisilla koulutuksilla, jotka yrityksemme heille kustantaa. Näin pidämme henkilöstömme ajan tasalla ja he pystyvät pitämään ammattitaitoaan yllä entistä paremmin. Pyrimme pitämään työntekijöiden viihtyvyydestä ja hyvinvoinnista huolta järjestämällä erilaisia virkistyspäiviä ja muuta toimintaa myös työ-

paikan ulkopuolella. Hyvä työilmapiiri on tärkeä osa henkilöstön viihtyvyyttä ja parantaa huomattavasti ravintolan toimintaa.

10 RISKIANALYYSI

Riskianalyysi on tärkeässä osassa yrityksen perustamisvaiheessa. Kun yritykseen ja liiketoimintaan liittyvät riskit tunnustetaan heti alkuvaiheessa, on niiden hallintakin huomattavasti helpompaa.



Kuva 2. Riskien tunnistaminen ja niihin varautuminen (Onnistamo 2012).

Ravintolan yritystoimintaan liittyviä riskejä ovat asiakasvirran riittämättömyys, liian isot kulut tuloihin nähden, varaston hallinta ja henkilöstökulujen hallinta. Myös onnettomuudet, kuten tulipalot ja vesivahingot saattavat aiheuttaa isoja kustannuksia. Yllä olevan kaavion avulla havaittujen riskien hallinta helpottuu.

Mikäli ravintolan asiakasvirrat jäävät arvioitua heikommiksi, täytyy arvioida syyt. Näitä voivat olla esimerkiksi huono sijainti ja kulkuyhteydet, hintataso tai huono palvelu. Mikäli jonkin näistä huomataan pätevästi erityisesti, tulee siihen puuttua. Sijaintia on vaikea lähteä muuttamaan nopealla aikataululla, mutta esimerkiksi hintatasoa ja asiakaspalvelua pystyy muokkaamaan nopeasti.

Jos ravintolan hävikki tai varastonhallinta muuten pettää ja kate menetetään heikkoon varastonhallintaan, tulee siihenkin puuttua. Henkilöstön koulutuksella on varaston hallinnan kanssa iso merkitys. Hävikkiä tulee ravintoloissa aina, eikä siltä voi välttyä, mutta sen pitäminen hallitulla tasolla on erityisen tärkeää. Henkilökuntakaan ei aina välttämättä ymmärrä pienten rahavirtojen kasvavan nopeasti isoksi, mikäli asioihin ei puututa.

Tulipalot ja vesivahingot pystytään välttämään, mikäli oma toiminta laitteiden, koneiden ja muiden kanssa on ammattimaista. Myös sammuttimien ja palopeitteiden hankkiminen ja niiden kunnosta huolehtiminen on ensisijaisen tärkeää, jotta palon sattuessa vahingot voidaan ainakin minimoida. Palotarkastajan kanssa tehdyllä yhteistyöllä tilat voidaan järjestellä siten, että paloturvallisuus on kunnossa. Putki- ja sähkötöissä yrittäjä pystyy säästämään ison summan, mikäli kilpailuttaa eri firmat, mutta halvalla ei usein saa hyvää. Siksi putki- ja sähkötöissä kannattaa luottaa tunnettuihin ja varmasti hyvää työtä tekeviin firmoihin, jotta ravintolan tilat välttyvät turhilta ongelmilta. Tulipalon tai vesivahingon sattuessa, mikäli asennustyöt on tehty huonosti, vakuutus ei välttämättä korvaa vahinkoja, jolloin vastuu jää yrittäjälle samalla, kun asiakasvirroista saadut tulot jäävät pois.

11 POHDINTA

Tampereen ravintolabisnes on todella kilpailtua ja uusilla yrittäjillä on isot haasteet lyödä läpi asiakkaiden keskuudessa ja lunastaa paikkansa kaupungin menestyvien ravintoloiden keskuudessa. Olen kuitenkin vakuuttunut, että suunnittelemaani urheilubaarin kaltaista ravintolaa kaivataan Tampereelle ja tätä tukee myös teettämäni kyselytutkimuksen vastaukset sekä vapaamuotoiset keskusteluni eri ihmisten kanssa.

Yrittäminen ei ikinä ole helppoa, mutta varsinkin ravintola-alaa ravistelee tällä hetkellä tiukat ajat. Tiukat talousajat pakottavat ihmisiä valitsemaan kulutuskohteitaan ja yleensä ravintolatoiminta on ensimmäisiä, mistä kuluja karsitaan.

Olen aikeissa ottaa mukaan ravintolatoimintaan myös kumppanin, mikäli löydän halukkaan ja sopivan ihmisen jakamaan vastuuta ja kustannuksia. Kyseisen ihmisen tulisi olla luotettava ja osaava, jotta pystyisimme paikkaamaan omat puutteemme ja saamaan ravintolan menestymään. Taloudellinen riski ravintolatoiminnassa on aina iso, mutta uskon sen olevan hallittavissa.

Myöskään bisnesenkelin mukaanotto ei olisi mahdoton ajatus. Bisnesenkelit ovat yksityisiä pääomasijoittajia, jotka tuovat yritykseen pääomaa sijoituksena. Bisnesenkelin mukaantulo edellyttää myös sijoituksen takaisinmaksua ja tuottoa enkelille, joten suunnitelmien ja toiminnan ammattimaisuuden täytyy olla kohdillaan. Bisnesenkelit toisivat myös oman ammattitaitonsa ja kontaktinsa yrittäjän käyttöön, jotka varmasti uudelle yrittäjälle ovat avuksi (Bisnesenkelit 2000).

Ravintolan liiketoimintasuunnitelman tekeminen on ollut haastavaa, mutta myös antoisaa aikaa. Anniskeluravintolan pyörittämisestä minulla ei ole ennestään kokemusta, mutta pikaruokaravintolasta sitä löytyy, joten kaikki ei tullut aivan uutena asiana. Kuitenkin olen työskennellyt lähinnä isojen ketjujen toimipisteissä, joten talouden tunnuslukuja on ollut helposti saatavilla. Tässä yhteydessä piti lähteä aivan puhtaalta pöydältä laskemaan anniskeluravintolan liiketoimintaa, mikä aiheutti omia haasteitaan. Koen kuitenkin onnistuneeni liiketoimintasuunnitelman rakentamisessa, tekemieni laskelmien perusteella olen entistä luottavaisempi liikeideani menestykseen tulevaisuudessa. Haasteita on paljon, mutta uskon pystyväni voittamaan ne.

Prosessina liiketoimintasuunnitelman tekeminen oli haastavaa myös työni vuoksi. Työni pikaruokaravintolan ravintolapäällikkönä ei anna kauheasti vapaa-aikaa, joten projekti venyi odotettua pidemmäksi. Apua työn valmistumiseen sain kuitenkin sekä opinnäyte-työnohjaajaltani sekä ystäviltäni, joilla on useamman vuoden kokemus yrittämisestä sekä anniskeluravintolan toiminnoista.

Uskon omaavani myös sellaisia henkisiä ominaisuuksia, että yrittäjäyys omalla kohdallani olisi mahdollista. Olen työtä pelkäämätön ja pyrin aina saattamaan loppuun aloittamani asiat. Asiakaspalvelu on tuttua ja olen vuosien kokemuksen myötä kehittynyt siinä entistä paremmaksi. Unelmani on viime vuosina ollut omistaa oma ravintola ja työllistää itse itseni, sekä muutama muu ihminen. Uskon, että tämän suunnitelman myötä tuo haave on entistä lähempänä.

LÄHTEET

Bisnesenkeli. 2000. Mitä ovat bisnesenkeli. Luettu 13.5.2014.

Holopainen, P. Yrittäjä. Vapaamuotoinen haastattelu. 24.4.2014. Haastattelija Mansikka, M. Tampere.

Onnistamo. 2012. Riskianalyysi. Huttunen, J. Luettu 13.5.2014.
<http://onnistamo.fi/blog/riskianalyysi>

Opetushallitus. 2012. Säädökset ja ohjeet. SWOT-analyysi. Luettu 17.10.2013.
http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi

Opetushallitus. 2013. Markkinointisuunnitelma. Luettu 3.2.2014.
<http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/markkinointisuunnitelma/pages/markkinointistrategia.htm>

Tilastokeskus. 2013. Tilastokeskuksen PX-Web-tietokannat. Luettu 14.4.2014.
<http://193.166.171.75/Dialog/Saveshow.asp>

Tilastokeskus. 2013. Seutunet. Tampereen kaupunkiseutu - väestö. Väestön ikä- ja sukupuolirakenne 2013. http://tilastokeskus.fi/tup/seutunet/tampere_vaesto_fi.html

Uusyrityskeskus. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Luettu 17.10.2013.
http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas_2013_web.pdf

LIITTEET

Kyselykaavake

Kyselyn vastaukset