



LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Opas

Matti Hulpio

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2015
Restonomi
Hotelli- ja ravintola-ala

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Restonomi
Hotelli- ja ravintola-ala

MATTI HULPIO
Liiketoimintasuunnitelma
Opas

Opinnäytetyö 31 sivua, joista liitteitä 4 sivua
Huhtikuu 2015

Tämän työn tarkoituksena on perehtyä liiketoimintasuunnitelman tekemiseen sekä siihen miten liiketoimintasuunnitelman saa alkuun. Työn tulisi toimia pienimuotoisena oppaana aloittavalle yrittäjälle liiketoiminnan suunnittelu vaiheesta. Yrittäjyyden sekä liiketoimintasuunnitelman tutkimusten lisäksi, työtä on pyritty tukemaan omin esimerkein liiketoimintasuunnitelmasta.

Olen itse kiinnostunut oman yrityksen perustamisesta ja yrittäjäksi ryhtymisestä. Tämän vuoksi halusin tutkia liiketoimintasuunnitelman toteuttamista ja mitä asioita tulisi tietää ennen yrityksen perustamista.

Liiketoimintamalleja on kehitelty monia erilaisia malleja ja versioita. Monet kirjat sekä internetsivustot käsittelevät laajasti liikeidean kartoittamista, liiketoiminnan aloittamista sekä mitä kaikkea yrittäjyys pitää sisällään. Yrittäjyys on niin laaja aihe sekä tietoa löytyy valtavasti, jotta pyrin rajaamaan työni liiketoimintasuunnitelman tekemiseen sekä suunnitteluun.

Liiketoimintasuunnitelman lisäksi työhön on suunniteltu yritykselle ruokalista, viinilista sekä tehty näiden pohjalta tarvittavia laskelmia katetuotoista, budjetoinnista sekä kannattavuudesta. Myös yrityksen liiketilojen tietoja ja suunnitelmia löytyy. Osa näistä alustavista laskelmista esitetään työn liitteinä, joilla ollaan kartoitettu yrityksen taloutta.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Bachelor of Hospitality Management
Hotel and restaurant management

MATTI HULPIO

Business plan
Guide

Bachelor's thesis 31 pages, appendices 4 pages
April 2015

Purpose of this work is to study the making a business plan and how to get to the top of the business plan. The work should operate on a small scale as a guide for starting entrepreneurs the business planning stage. Entrepreneurship and business plan investigations, in addition, work is sought to support their own examples from entrepreneurs.

I am actually interested in starting their own businesses and becoming an entrepreneur. This is why I wanted to study the implementation of the business plan and what things you should know before starting a business.

Business models have been developed enormous choice of models and versions. Many books and websites deal extensively with the business idea for the study, the commencement of business, as well as everything that entrepreneurship is all about. Entrepreneurship is such a broad topic, as well as a huge amount of information can be found, so I try to limit my work to making a business plan, as well as design.

The business plan is designed to work in addition to the company's menu, wine list, as well as on the basis of the calculations necessary to cover revenue, budgeting, and profitability. The company's business premises and data plans are available. Some of these preliminary calculations are shown in the work of attachments, which are to chart the company's finances.

Key words: business plan, entrepreneurship

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	YRITYS.....	6
	2.1 Liikeidea	6
	2.2 Tietoa yrityksestä.....	7
	2.3 SWOT	7
	2.4 Liiketilat.....	9
3	OSAAMINEN	10
	3.1 Koulutus ja työkokemus	10
	3.2 Yrittäjäyys	10
4	TUOTTEET JA PALVELU	12
	4.1 Tuotteet	12
	4.2 Palvelu ja hinta.....	13
5	ASIAKKAAT, MARKKINOINTI JA KILPAILU.....	14
	5.1 Asiakkaat	14
	5.2 Markkinointi	15
	5.3 Kilpailijat	15
6	KIRJANPITO JA TALOUDELLINEN SUUNNITTELU	17
	6.1 Kirjanpito.....	17
	6.2 Talous.....	18
7	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	20
	7.1 Tietoa yrityksestä.....	20
	7.2 SWOT	21
	7.3 Liiketilat.....	22
	7.4 Yrittäjä kokemus.....	22
	7.5 Tuotteet	23
	7.6 Palvelu ja asiakkaat.....	25
	7.7 Markkinointi	26
	7.8 Kilpailu	27
	7.9 Kirjanpito ja talous.....	30
	LÄHTEET	32
	LIITTEET	33
	Liite 1. Investointi ja rahoituslaskelmat	33
	Liite 2. Tulosbudjetti	34
	Liite 3. Annoshintalaskelman yläkortti	35
	liite 4. Annoshintalaskelman alakortti.....	36

1 JOHDANTO

Oman yrityksen perustaminen on varteen otettava tapa työllistää itsensä. Yrittäjäksi ryhtyminen vaatii kuitenkin paljon työtä ja harkintaa ennen varsinaista yritystoiminnan aloittamista. On kuitenkin oltava hyvä yritysidea, josta aletaan muokkaamaan liikeidean muotoon. Yrittäjän on tunnettava oikeudellisia asioita, kustannuslaskelmaa, kirjanpitoa, verotusta ja markkinointia sekä hahmottamaan yritystoimintaa kokonaisuutena.

Olen itse unelmoinut oman ravintolayrityksen perustamista jonka saisin itse suunnitella alusta loppuun. Oman ravintolan perustaminen vaatii kuitenkin paljon työtä sekä tietoa yrityksen suunnittelusta aina yrityksen ylläpitämiseen. Olen itsenäisesti suunnitellut omaa liikeideaa ja etsinyt paljon tietoa yrittäjyydestä. Oma liikeideani on melkein valmis, mutta kuitenkin aina oppii ja löytää uusia asioita jotka ovat tarvittavia yrityksen perustamisessa. Tämän vuoksi halusin tehdä opinnäytetyönä tutkielman liiketoimintasuunnitelmasta. Liiketoimintasuunnitelmia on monta eri tapaa tehdä, tämä malli on kuitenkin tehty siihen runkoon, jonka oman suunnitelman tein.

Yrittäjyydestä löytyy paljon tietoa kirjoista, internetistä, itse yrittäjiltä sekä yrittäjyys kursseilta. Liiketoimintamalleja on useita erilaisia ja itse oman yrityksen suunnitteleminen, perustaminen, ylläpitäminen sekä monet muut tarvittavat asiat pitävät sisällään todella paljon tarvittavaa tietoa. Tässä työssä on yritetty perehtyä osaan näistä tärkeisiin asioihin, joilla oman liiketoimintasuunnitelman saa varmasti hyvään alkuvaiheeseen.

2 YRITYS

2.1 Liikeidea

Liikeidea on laaja suunnitelma yrityksestä, millä kartoitetaan tapaa ansaita rahaa ja pärjätä markkinoilla. Ammattitaidon sekä yrittäjälouonteen lisäksi oman yrityksen perustamista harkitseva uusi yrittäjä tarvitsee hyvän yritysidea. Yritysidea voi liittyä palveluihin, markkinointiin tai tuotantoon. Yritysidea voi olla äkillinen keksintö tai voi olla pitkän harkinnan sekä kypsyttelyn tulos. Kun yritysidea on hahmoteltu valmiiksi, voidaan alkaa muokkaamaan sitä liikeideaksi joka saattaa pieniltä osin myös muuttua sitä tehdessä. (Selinheimo 1994, 11.)

Liikeidean suunnittelun alkuvaiheessa on yleensä kolme kysymystä millä liikeideaa aletaan rakentamaan. Nämä kysymykset ovat: mitä, kenelle ja miten. Yrittäjäksi aikovan täytyy miettiä liikeideansa hyvin, jotta se on kannattava taloudellisesti sekä onko hänen yritykselleen kysyntää ja miten hänen yritys pärjää aina vain kiristyvillä markkinoilla. Liikeidean hahmottamisessa auttaa kun listataan konkreettisesti asiat, mitä, kenelle, miten ja millä mielikuvien asiat aiotaan tuottaa. (Selinheimo 1994, 12.)

Ensimmäiseksi on otettava tarkastelun alle yritysidea ja listattava mahdollisemman konkreettisesti, mikä on juuri sinun tuotteesi tai palvelu, jota lähdet viemään eteenpäin markkinoilla. Olipa kyse tuotteista tai palveluista olisi hyvä keskittyä omaan ydinosaamiseensa. Jos sinulla on jo aikaisempaa tietoa myytävästäsi tuotteesta, on sinun helpompi lähteä tuottamaan ja myymään sitä asiakkaillesi. Mikä on siis sinun yrityksesi päätuote markkinoilla. (Onnistamo 2011.)

Kun mietitään kenelle palveluja tai tuotteita tarjotaan tai ketkä näitä tarvitsee, saadaan hahmotettua alkuun oma asiakaskunta, joka ostaa ja tarvitsee näitä tuotteita tai palveluja. Tämä tarkoittaa lähinnä kohderyhmän määrittämistä. Myös kohderyhmän tarpeet, odotukset sekä vaatimukset tulee ottaa huomioon. Kilpailutilanne tulee ottaa myös huomioon, jotta tiedetään onko asiakkaita tarpeeksi juuri sinun yritykseen vai onko mahdollisesti jo ylitarjontaa. (Onnistamo 2011.)

Miten: kun liikeidea on hahmottunut ja tiedetään mitä tuotetaan ja ketkä ovat potentiaalisia asiakkaita, voidaan alkaa miettimään kuinka yritys konkretisoituu. Silloin on hyvä tietää yrityksen sijainti ja minkälaiset puitteet liiketila mahdollistaa. On myös hyvä tietää jo alustavasti mitä tuotanto laitteita ja tarvikkeita tarvitaan sekä paljonko henkilökuntaa tarvitaan yrityksen pyörittämiseen. On siis tiedettävä tarvittavat investoinnit jotta päästään suunnittelemaan alustava investointi budjetti elikkä perustamisen hankinnat ja rahantarve. (Onnistamo 2011.)

2.2 Tietoa yrityksestä

Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä on hyvä kirjoittaa lyhyesti konkreettiset tiedot yrityksestä sekä sen liiketiloista. Yritystietoihin olisi hyvä kirjata yrityksen yhtiömuoto sekä onko yrityksellä useampi omistaja. Yritysmuoto määrää ne puitteet, joissa ammatti- tai elinkeinotoimintaa harjoitetaan. (Selinheimo 1994, 36.)Muita tietoja voivat olla yrityksen nimi, työntekijöiden lukumäärä, yrityksen päämäärä tai jokin muu konkreettinen asia.

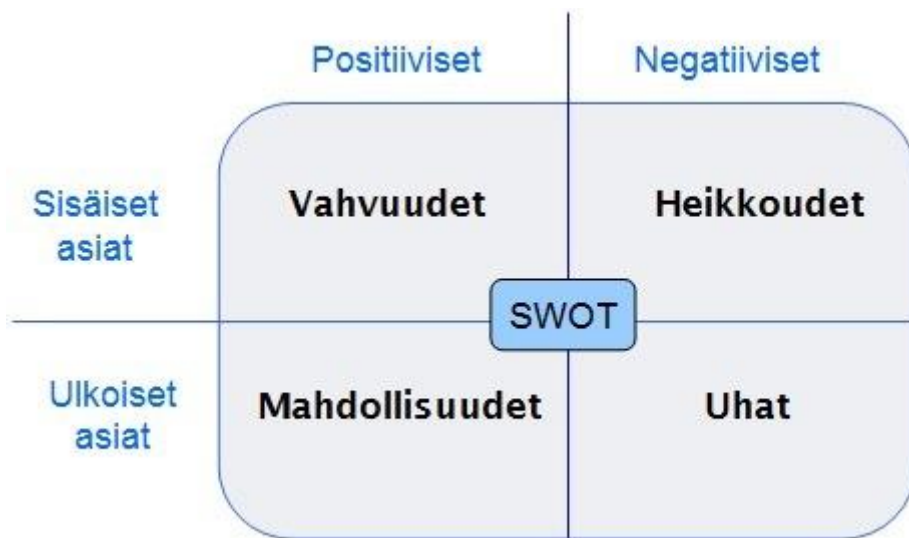
Rahoitusta hakiessa olisi hyvä olla jo tiedossa oleva liiketila, jotta saataisiin kartoitettua paremmin tarvittava rahamäärä mahdolliseen liiketilojen vuokraamiseen, kunnostukseen tai kiinteistön ostamiseen. Liiketoimintasuunnitelmaan olisi hyvä liittää myös laskelmia budjetoinnista, rahoituslaskelmista sekä laatia alustava myyntilaskelma. Näin yrityksen rahantarve saadaan hahmotettua sekä saadaan tietoon, paljonko yrityksen tulisi tuottaa euroja, jotta sillä maksaisi kaikki juoksevat kulut ja jäisi vielä palkkoihin rahaa. (Selinheimo 1994, 27.)

2.3 SWOT

Liikeidean kehittämisessä sekä arvioinnissa on kehitetty hyväksi todettu työkalu nimeltään swot analyysi. Lyhenne SWOT tulee englannin kielen sanoista strengths, weaknesses, opportunities ja threats. Swot analyysi on tärkeä laatia yritykselle, jotta kartoitetaan yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. Swot analyysi on hyvä tehdä jo heti alkuvaiheilla, jota voidaan päivittää useaan otteeseen yrityksen

alkuvaiheista lähtien. Näin yritystä voidaan kehittää ja päivittää muuttuvassa kilpailutilanteessa. (Selinheimo 1994,14.)

Swot analyysi tehdään yleensä taulukko muotoon, johon on eroteltuna jokainen osa-alue omiin lokeroihinsa. Tämä helpottaa sinua havainnollistamaan sinun yrityksesi voimavarat ja heikkoudet. Erilaisia taulukoita ja malleja on helposti löydettävissä, mutta tärkeintä olisi kuitenkin lyhyesti listata sinun yritystäsi koskevat asiat joihin panostaa. Näin myös tiedostat uhat, jolloin niihin on helpompi varautua. Seuraava kuvio on eräänlainen malli tehdä SWOT analyysi (Kuvio 1)



KUVIO 1. SWOT analyysi (Suomen riskienhallintayhdistys 2013)

SWOT analyysi eli nelikenttä analyysi voi olla hyvinkin yksinkertainen ja käytännönläheinen analyysi (kuvio 1). Pyri kirjaamaan jokaiseen nelikentän ruutuun yritystäsi kuvaavia tekijöitä analyysin lokeroihin. Kun kaikki yritystä koskevat asiat ovat lokeroitu, on syytä käydä ne läpi ja miettiä ratkaisuja joihin voit vaikuttaa. Voit vahvistaa yrityksesi vahvuuksia sekä korjata ja parantaa heikkouksia. Varaudu tuleviin uhkatilanteisiin huolellisella suunnittelulla sekä hyödynnä kaikki mahdollisuudet.

(Suomen riskienhallintayhdistys 2013)

2.4 Liiketilat

Yritykselle hyvien liikeilojen löytyminen on hyvin tärkeä kriteeri markkinoilla. Liiketilat tulisi sijaita hyvällä paikalla asiakkaiden saatavuuden vuoksi ja jotta asiakkaat löytävät yrityksen. Hyvän liikeilan kriteereitä voivat olla hyvät liikenneyhteydet, parkkipaikkojen saatavuus, edullinen vuokra tai keskeinen sijainti asiakkaiden lähetyvillä. Varsinkin ravintola-alan yritysten liikeilojen sijainti on ratkaiseva tekijä markkinoilla. Liikeilan sijainti määrittää lähialueen kilpailevat yritykset. Myös yleensä lähempänä keskustaa sijaitsevat liikeilat ovat hinnaltaan kalliimpia ja keskustan tuntumassa on enemmän kilpailua asiakkaista. (Lahtinen, Isoviita, Hytönen 1996, 34.)

Muita liikeilojen tärkeitä kriteereitä ovat liikeilojen koko, käytännöllisyys sekä liikeilojen julkisivu. Ravintola-alan yrityksissä liikeilojen koko määrittää suurimmaksi osaksi asiakaspaikkojen määrän ja sen montako asiakas vessaa ravintolassa on oltava. Koko on myös ratkaisevassa osassa, kun aletaan suunnitella toimivaa keittiötä ja mahdollisesti baaria. Liikeilojen julkisivuun pystyy itse vaikuttamaan, mutta kuitenkin julkisivun tulee olla houkuteltava ja helposti lähestyttävä. (Lahtinen, Isoviita, Hytönen 1996, 35.)

Ennen liikeilojen vuokraamista tai ostamista kannattaa ottaa selvää, täytyykö liikeiloihin tehdä isoja remonteja tai muutoksia ennen yritystoiminnan aloittamista. Jos esimerkiksi liikeilat eivät sovellu ravintolatoiminnan tiloiksi, voi remontti olla hyvinkin kallis investointi. On siis hyvä selvittää ensiksi mitä liikeiloissa tulisi olla ennen toiminnan aloittamista. On otettava selvää taloyhtiön tulevista remonteista, jotka saattavat vaikuttaa merkittävästi toimintaasi. (Lahtinen, Isoviita, Hytönen 1996, 35.)

3 OSAAMINEN

3.1 Koulutus ja työkokemus

Omaa yritystä harkitsevalla tulisi mielellään olla yrityksen toimialaa tukeva koulutus ja vahva tieto ja taito jotta yritys saataisiin onnistuneesti pyörimään. Esimerkiksi omaa ravintolaa on vaikeampi saada alkuun, jos ei ole kokemusta ja koulutusta itse ravintolassa toimimiseen. Ammatillisen koulutuksen ja kokemuksen ansiosta saadaan vahvempi ajatus yritys toiminnan konkretisoitumiseen toiminnan kautta. Koulutusta yrittäjyyteen saa myös erilaisilta yrityskursseilta sekä muutamalta ammattikorkeakoulun tarjoamilta koulutuksilta. Myös yrityslainan hakeminen voidaan evätä ilman yrittäjyys kurssia. (osaaminen 2008)

Osaaminen on muutakin kuin tietoja ja taitoja. Osaaminen koostuu kouluissa, kursseilla ja muualla hankituista tiedoista, taidoista, kokemuksista, asenteista, kontakteista ja verkostoista sekä lähteistä. Elämäkokemuksemme myötä meille kertyy paljon kokemuksia, joiden myötä hiljaisen tiedon osuus kasvaa. Sillä tarkoitetaan tietoa, jota on vaikea sanoa kuvailla. Opimme kokemuksiemme myötä, että jostakin tietyistä asioista seuraa jotakin. Osaamiseksi voidaan lukea myös kyky hankkia ja käyttää erilaisia tiedonhankintakanavia. (osaaminen 2008)

3.2 Yrittäjyys

Omaa yritystä perustaessa suurimpia lähtökohtia ovat halu alkaa yrittäjäksi, yrittäjälähtöisyys ja liikeidea, joista aletaan rakentamaan kannattavaa yritystoimintaa. Yrittäjällä tulee olla vahva usko omaan liiketoimintansa toimimiseen, myös hyvä paineensietokyky, sitkeys sekä täsmällisyys ovat hyviä ominaisuuksia liiketoiminnassa. Yrittäjän täytyy olla yhteistyökykyinen, jotta saadaan solmittua kestäviä asiakassuhteita sekä saadaan yhteistyökumppaneita. Kuitenkin hyvä liikeidea on tärkein menestyksen perusedellytys liiketoiminnassa. Yrittäjän tulee oltava liiketoiminnassa rohkea sekä otettava riskejä, joita voidaan hallita. (Yrittäjät 2014.)

Yrittäjän on luotava oma henkilökohtainen tietoverkkonsa. Aloittavan yrittäjän on hyvä hakea neuvoa yrityksensä toiminnan suunnitteluun. Apua ja neuvoa tarjoavat esimerkiksi elinkeinoasiamiehet, uusyrityskeskukset, kauppa- ja teollisuusministeriön

yrittäjäjärjestöt. Myös sukulaiset, tuttavat, saman alan yrittäjät ovat kallisarvoisia tietolähteitä. Voit saada myös ideoita ja mielipiteitä tuotteistasi tai palveluista. (Selinheimo 1994, 18)

4 TUOTTEET JA PALVELU

4.1 Tuotteet

Yrityksen tuotteita tulisi jatkuvasti kehittää yrityksen alkuajoista lähtien jotta, tuotekehitys ei päätyisi siihen, kun markkinoille on saatu kehiteltyä myyntituote. Asiakkaiden sekä kuluttajien tarpeet voivat muuttua tai tuote ei olekaan ollut kysynnän tähtituote. Kilpailijoiden tuotteet kehittyvät ja kilpailuympäristö muuttuu kaiken aikaa. Osana liiketoiminnan strategista kehittämistä yrityksen tulee kehittää tuotteitaan ja palvelujaan vastaamaan muuttuvia markkinatarpeita. (Yrityssuomi 2012.)

On hyvä tuntea tuotteensa hyvin ja tietää sen hintarakenne. Ilman järkevää kulurakennetta ei tuotetta saada hinnoiteltua markkinoille kannattavaksi. Jos tuotteen sisäänostohinta on jo korkea yritykselle, on vaikea sitä hinnoitella markkinoille kannattavaksi tuotteeksi joka kattaisi siihen kohdistuvat kulut sekä tuotteesta saisi vielä katetuotto euroja. Tuote on myös hinnoiteltava siten että asiakkaat haluavat sen juuri sinulta eikä kilpailevilta yrityksiltä. Markkinointimielessä hyvä tuote on sellainen joka menee kaupaksi ja saa asiakkaat palaamaan. (Yrityssuomi 2012.)

Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä, on hyvä kertoa myös tuotteistaan tai palveluista. Rahoitusta hakiessa, saat selvennettyä sen, mitkä ovat juuri sinun tuotteesi ja kuinka ne tuovat rahaa yritykseen. Tärkeimmät asiat ovat juuri kulurakenne ja katetuotto yrityksen kannattavuuden vuoksi. Tuotteensa kannattaa myös taulukoida sekä tehdä niitä koskevia laskelmia. (Yrityssuomi 2012.)

Tarjoamasi tuote tai palvelu on riippuvainen toimialan tuntemuksestasi, ammattitaidostasi ja osaamisestasi. Onnistuaksesi yrittäjänä sinun täytyy tietää, mikä on markkinatilanne, ketkä ovat asiakkaasi, mitkä ovat heidän tarpeensa ja mitä asiakkaasi odottavat sinulta ja tarjoamaltasi tuotteelta tai palvelulta. Yritä tarkastella asioita asiakkaasi näkökulmasta. Kun osaamisesi ja tuotteesi ovat tasapainossa, saavutat etumatkaa kilpailijoihin asiakkaan silmissä. (uusyrityskeskus (2007–2011).)

4.2 Palvelu ja hinta

”Hyvä palvelu on usein pienestä kiinni: työntekijät hymyilevät, kyselevät kuulumisia, ojentavat auttavan käden. Heillä on ymmärrystä siitä, mitkä asiat ovat merkityksellisiä asiakkaalle.” (ISS 2008.) Hyvä palvelu koostuu monista eri tekijöistä, jotka tehdään asiakkaan auttamiseksi. Hyvällä palvelulla pystytään myymään asiakkaalle lisätuotteita tai voi saada asiakkaan palaamaan yritykseen. Palvelua käytetään kilpailukeinona esimerkiksi silloin, kun palvelusta ei makseta erikseen, minkä vuoksi se on voimakasvaikutuksinen kilpailukeino. Asiakas voi palata takaisin hyvän asiakaspalvelun tai elämyksien vuoksi. (Lahtinen ym. 1996, 2.)

Markkinoinnissa tuotteen tai palvelun hinta vaikuttaa olennaisesti myyntiin ja sen kaupaksi menemiseen markkinoilla. Mikä on yrityksen liikeidea ja kenelle yritys on segmentoitu vaikuttaa paljon hintojen muodostumiseen yrityksessä. Hintapäätökset tarkoittavat päätöksentekoa siitä, mitä hinnoitteluperiaatetta ja menetelmää yritys soveltaa päättäessään tuotteen hinnasta. Tuotteen oikea hinnoittelu on yrityksen tärkeimpiä tekijöitä, koska se vaikuttaa siihen, paljonko yritys tienaa euroja. Hintaa voidaan käyttää myös aktiivisesti kilpailukeinona yritysten välillä ja sillä voidaan helposti hinnoitella kilpailijat pois. Tämä on hintastrategista päätöksentekoa tuotteen perushintatasosta ja hinnanmuutoksista. (Lahtinen ym. 1996, 152.)

5 ASIAKKAAT, MARKKINOINTI JA KILPAILU

5.1 Asiakkaat

Yrittäjän on hyvin tärkeää tuntea omat asiakkaansa. Yrittäjän tulee ottaa myös selvää mitä tuotteiden ja palvelujen ominaisuuksia asiakaskunta arvostaa tai mitä asiakkaat eivät pidä erityisen tärkeänä. On järkevää segmentoida asiakkaansa, eli ryhmitellä asiakaskunta. Asiakaskunnan voi hyvin ryhmittää esimerkiksi sijainnin, sukupuolen, iän, tulotason, asuinalueen, koulutuksen tai jonkin muun kriteerin mukaan.

Alussa olisi hyödyllisintä keskittyä asiakasryhmiin, jotka todennäköisemmin ostavat tuotteen tai palvelun. (Uusyrittäjäkeskus 2007–2011.)

Asiakas on yrityksen tärkein suhdeverkoston toimija. Ilman asiakkaita ei ole markkinoita. Tämän vuoksi yrityksen täytyy olla hyvin kiinnostunut mitä asiakas haluaa ja miten asiakas kokee yrityksen toiminnan. Asiakastyytyväisyys on yrityksen toiminnalle yksi tärkeimmistä kriteereistä. Tästä syystä laatuun, asiakkaiden odotuksiin sekä palveluun on panostettava, jotta asiakastyytyväisyys täytyisi. Asiakkaalta saatu palaute on yleensä myös kehittävin. Silloin saadaan suora palaute, mitkä asiat ovat onnistuneet tai missä olisi parannettavaa. (Lahtinen ym. 1996, 2.)

Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat yrityksen omat toimenpiteet, asiakkaan saamat kokemukset, palveluviestintä ja yrityksen imago. Jos asiakas kokee, ettei odotukset täyty, saattaa seurauksena olla asiakkaan pettymys sekä yrityksen mielikuvien heikentyminen. (Lahtinen ym. 1996, 265.)

Kaikille yrityksille ja etenkin palvelualan yrityksillä parasta markkinointia tekevät tyytyväiset asiakkaat. Tieto hyvästä palvelusta, tuotteesta tai esimerkiksi hintatasosta kulkevat eteenpäin. Näin muodostuu positiivinen kuva yrityksestä ja saadaan mahdollisesti lisää asiakkaita. Haastavinta on, ettei yritys pysty itse vaikuttamaan, mitä asiakkaat kertovat eteenpäin, siksi on panostettava aina laatuun. (Selinheimo 1994, 62.)

5.2 Markkinointi

Markkinoinnin suunnittelu tulee aloittaa samanaikaisesti liikeidean rakentamisen ja liiketoiminnan suunnittelun yhteydessä. Ensiksi tulee selvittää onko potentiaalisia asiakkaita yritykselle sekä löytyykö kysyntää. Ilman asiakkaita ei hyväkään yritysidea ole elinkelpoinen markkinoilla. Kunnolliseen markkinointiin kannattaa panostaa sekä valita yritykselle parhaiten sopivat markkinointikanavat. (Selinheimo 1994, 50.)

Markkinointisuunnitelman tuloksellisuutta olisi hyvä seurata jatkuvasti ja varautua muutoksiin, jotka saattavat aiheutua virheellisistä tulkinnoista tai kilpailutilanteen muutoksista sekä asiakkaiden tarpeiden muutoksista. (Selinheimo 1994, 50.)

Markkinointiin käytetyt rahat kannattaa mieltää sijoitukseksi, jotka poikivat rahaa jossain vaiheessa takaisin yritykselle. Markkinointiin on hyvä asettaa joitakin tavoitteita, jotka olisi mitattavissa tuloksellisuudessa. Tavoitteiden määrittämisessä on valittava keinot millä tuloksellisuus markkinoinnissa tullaan saavuttamaan.

Markkinointi on päätöksen tekoa ja päätöksien toteuttamista, jonka päämääränä on kannattavuus ja asiakkaiden tyytyväisyys. Hyvä markkinointi on sellaista, että asiakkaan odotukset täyttyvät ja kokevat yrityksen kilpailevia yrityksiä paremmaksi. (Lahtinen, Isoviita, Hytönen 1996, 2.) Markkinointi on onnistunut, kun asiakas sekä myyjä on tyytyväisiä. Markkinointi on myös tapa toimia. Tämä koskee varsinkin palvelualan yrityksiä joidenka ohjenuorana ovat palveluhenkisyys ja tulossuuntaisuus. (Lahtinen 1996, 4.)

5.3 Kilpailijat

Kilpailevat yritykset on hyvä kartoittaa kilpailijatutkimuksen avulla. Näin saadaan selvitettyä ketkä ovat pahimpia kilpailijoitanne. Tutkimalla kilpailevia yrityksiä voidaan saada tietoa heidän tuotteidensa tai palveluidensa vahvuudet ja heikkoudet. Tutkimalla kilpailevaa yritystä voidaan parhaiten vertailla miten heidän tuotteensa erottuvat tuotteistanne. (Lahtinen, Isoviita, Hytönen 1996, 260.)

”Kun tiedetään mitkä yritykset ovat kilpailijoitanne ja mitkä ovat heidän tuotteensa, strateginen suunnittelu helpottuu ja tiedätte mihin osa-alueisiin teidän kannattaa

panostaa vahvistaaksenne markkina-asemaanne.” (Promate 2015.) Yrityksen markkinoinnissa on otettava huomioon, ketkä ovat yrityksen suurimpia kilpailijoita markkinoilla. On hyvä tietää millä tavoin kilpailijat toimivat, jotta yrityksen markkinointi onnistuisi mahdollisesti kilpailijoita paremmin ja saataisiin etulyöntiasema markkinoilla. (Lahtinen ym. 1996, 260.)

Yritystä ja liikeideaa suunnitellessa on hyvä kartoittaa kilpailijansa kilpailija analyysia käyttäen. Kilpailija-analyysissä selviää, mitkä yritykset ovat yrityksesi isoimpia kilpailijoita ja mitkä ovat heidän tuotteensa markkinoilla. Sen avulla voit kartoittaa kilpailijoiden vahvat että heikot puolet sekä tiedät millä keinoin kilpailijat markkinoivat. Millä keinoin kilpailijat reagoivat ja onko markkinoilla vielä tilaa kaltaisellesi yritykselle. (Lahtinen ym. 1996, 261.)

6 KIRJANPITO JA TALOUDELLINEN SUUNNITTELU

6.1 Kirjanpito

Kirjanpidon tarkoituksena on erottaa yrityksen taloudenpito muista talousyksiköistä kuten yrittäjän kotitalouden tai tavarantoimittajien Taloudenpidosta. Kirjanpito on siis yrityksen ulkoista laskentatointia. Kirjanpidon periaatteena on yrityksen kulujen vähentäminen sen tuotosta, jolloin erotuksesta saadaan yrityksen tuottama voitto, jonka perusteella yritystä verotetaan. (Selinheimo 1994, 70.)

Taloushallintoa tehdään tilitoimistoissa sekä esimerkiksi virastojen ja yritysten omilla talousosastoilla. Taloushallinto ulkoistetaan yhä useammin tilitoimiston hoidettavaksi, koska siten yritys voi keskittyä omaan ydinliiketoimintaansa saaden tilitoimistolta käyttöönsä kaikki tarvitsemansa taloushallintopalvelut. (ammattinetti 2015.)

Jokaisen toiminnassa olevan yrityksen on pidettävä kirjanpitoa, koska se on laissa määritetty. Yleensä kirjanpito kannattaa ulkoistaa kirjanpidon ammattilaisen tehtäväksi. Alkavalla yrittäjällä ei välttämättä ole aikaa eikä ammattitaitoa tehdä huolellista kirjanpitoa vaikka yrittäjän tulisi silti tietää kirjanpidon periaatteet. Kirjanpidon voi hoitaa myös itse, mutta silloin liiketoiminnan tulisi olla suppea, jotta kirjanpidolle jää aikaa. (Selinheimo 1994, 70.)

Kirjanpito perustuu siihen että jokaisesta liiketapahtumasta on oltava tosite. Tositteita ovat esimerkiksi myyntilasku, ostolasku, kuitti hankinnoista ja vakuutusmaksun pankkisiirtolomake. Tositteita tulee säilyttää koko tilikauden ajan. (Selinheimo, 1994, 71.) Yrityksen tilikausi kestää normaalisti 12 kuukautta eli kokonaisen kalenterivuoden. Kuitenkin alkavan yrityksen tilikausi saattaa vaihdella yhden kuukauden mittaisesta jaksosta tai korkeintaan 18 kuukauteen. Yrittäjän on itse huolehdittava, että kirjanpito on ajan tasalla ja että tositteet ovat tallessa.

6.2 Talous

Oman yrityksen perustamisessa vaaditaan huolellista sekä taloudellista suunnittelua, jotta yrityksen talous olisi kannattavaa. Taloudellinen suunnittelu tarkoittaa kattavien laskelmien tekemistä sen tuloista, menoista, markkinoinnista ja sen kannattavuudesta. Laskelmat pohjautuvat liikeideaan, jotka muutetaan euroiksi. Näitä laskelmia kutsutaan tulo- ja menoarvoiksi eli budjeteiksi. Tärkeimpiä budjetti-arvioita ovat investointibudjetti sekä rahoituslaskelma. Budjetoinnilla testataan myös liikeidean kannattavuus. (Selinheimo 1994, 19.)

Laskelmia tehdään yritystä varten, mutta myös mahdollisia rahoittajia varten. Laskelmat auttavat tarkastelemaan yrityksen kannattavuutta myös jatkossa, jotta nähdään ollaanko päästy tarvittaviin tuloksiin sekä mitä tulisi muuttaa. Taloudelliset laskelmat tehdään suoraan liiketoimintasuunnitelmaan, jotka voidaan esittää rahoittajalle yrityslainaa haettaessa. (Ammattinetti 2011.)

Moni aloittava yrittäjä aliarvioi ajan, joka kuluu ennen kuin liikeidea alkaa tuoda rahaa yritykseen. Tällainen ongelma johtuu monesti siitä, että alkavat yrittäjät yliarvioivat tuloja ja aliarvioivat menoja. Yrittäjäksi aikovalla on taipumus unohtaa, että toiminnan alkuvaiheessa on usein vain menoja. Tulot, jos ne ovat tullakseen, tulevat myöhemmin. Yrittäjä ei välttämättä näe kaikkia kustannuksia, kun silmissä siintävät tulevat voitot. Liiketoimintaan voi sisältyä piilokustannuksia, joita yrittäjä ei välttämättä ole havainnut. Yrittäjä saattaa luulla voivansa valmistaa ja tarjota tuotteita halvemmalla kuin mihin hän lopulta pystyy. Tällöin taloudelliset laskelmat voivat pettää. Usein alkuvaiheessa yrittäjä sitoo myös liikaa pääomaa laitehankintoihin ja toimitiloihin. Siksi rahoitussuunnitteluun on kiinnitettävä erityistä huomiota. (Ammattinetti 2011)

Liikeidean purkaminen numeroiksi sekä euroiksi on helpointa aloittaa laatimalla investointibudjetti. Näin saadaan selville, kuinka paljon alku- ja sijoituspääomaa yritystoiminta tarvitsee aloittaakseen. (Selinheimo 1994, 20.) Investointibudjetti ei kuitenkaan yksin kerro yrityksen alkuun tarvittavan rahamäärän suuruutta. Sen lisäksi tulee varata käyttöpääomaa, jolla yritys maksaa juoksevia kuluja toiminnan ensimmäisinä kuukausina. (Selinheimo 1994, 21.)

Toiminnan aloittamisen vaativa pääoman tarve saadaan laskemalla yhteen investointibudjetti ja käyttöpääoman tarve. On oltava realistinen pääomatarpeen arvioinnissa. On parempi laskea mieluummin menot liian suuriksi lainaa hakiessa, jolloin lisälainan tarvetta ei tulisi. Kun pääoman tarve on selvillä, tehdään rahoituslaskelmia, eli mietitään mistä lähteitä tarvittava rahoitus saadaan. (Selinheimo 1994, 21.)

7 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Ravintola Potka sijaitsee Tampereella kauniissa pyynikin maisemissa kävelymatkan päässä Pyynikintorista, Aleksanterin kirkosta sekä Pyynikin uimahallista.

Ravintola Potka on erikoistunut valmistamaan laadukkaita ja maukkaita liha ruokia sekä käyttämällä myös vähemmän käytettyjä ruhonosia, joista valmistetaan suussa sulavia annoksia klassisesti pitkään kypsentämällä ja hauduttamalla. Tarkkaan suunnitellut lisukkeet, kypsennysliemistä valmistetut kastikkeet sekä tuoreet raaka-aineet kruunaavat makunautinnon. Huolella suunniteltu menu sekä tarkkaan valitut viinit sekä oluet yhdistettynä rentoon palveluun takaavat onnistuneen elämyksen.

Pyrimme käyttämään annoksissamme vain ensiluokkaista lihaa sekä tuoreita, herkullisesti valmistettuja kasviksia. Teemme ruokaa rakkaudella ja suurella intohimolla, jota haluamme tarjota kaikille, ruokaa rakastaville. Potka toivottaa tervetulleeksi kaikki hyvää ruokaa rakastavat ihmiset, jotka haluavat varmasti mureata lihaa tai vain maistella meidän suussa sulavia alku-, pää-, jälkiruoka annoksia. Toivotamme myös asiakkaat tervetulleeksi maistelemaan Nokian panimon tuotteita sekä istumaan iltaa viinilasien ääressä hyvässä seurassa.

7.1 Tietoa yrityksestä

Ravintola Potka on yhtiömuodoltaan osakeyhtiö (Oy) ja sen omistaa ravintoloitsija Matti Hulpio. Yhtiössä ei tällä hetkellä ole yhtiökumppaneita. Yrityksen nimeksi on valittu Ravintola Potka. Nimellä haluttiin tuoda mielikuva maistuvasta, mureasta lihasta, joka irtoaa luusta lihaa nostaessa. Nimi tuli olla myös helposti lausuttava sekä muistettava. Potka nimisiä ravintoloita Suomessa ei ole. Nimi potka kuvastaa hyvin ravintolamme tapaa valmistaa annoksia. Yksi meidän sisäheittotuotteistamme tulee olemaan ravintolan nimikko annos, karitsan potka talon tapaan.

Ravintola kartoittaa vielä toimintaansa ennen perustamistaan. Huolellinen henkilöstösuunnitelma tullaan tekemään, kun yrityksen tarpeet ovat kartoitettu sekä saadaan lopullinen selvyys henkilökunnan tarpeista. Aluksi on mietitty palkattavaksi ainakin yksi täysipäiväinen työntekijä, jonka vastuu alueeksi jää salipuolen tehtävät ja

organisointi. Tarpeen mukaan tullaan käyttämään vuokrausfirman kautta työskenteleviä ammattilaisia. Jos tarve näyttää sekä asiakkaita riittää alusta asti, voidaan palkata vuokrausfirman kautta työskentelevä työntekijä, joka on osoittautunut hyväksi työntekijäksi, Ravintola Potkan kirjoille. Vuokrausfirman kautta haetaan henkilöä, joka voi toimia tarvittaessa niin keittiön kuin salin puolella.

7.2 SWOT

TAULUKKO 1. Swot analyysi

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> -Erialaistuminen kilpailijoista -Keskittyminen hadutettuihin ruokiin -Edulliset raaka-aineet -Edulliset listahinnat -Sijainti -Paljon kokemusta alalta 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sijainti -Markkinointi -Uusi ravintola -Suppea juomalista -Kasvisruoka tarjonta -Ei yhtiökumppania
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> -Kanta-asiakkaat -Saada mainetta -Liittyä rotisseurs järjestöön -Yhteistyö viereisen baarin kanssa -Laajentaa olut ja viinivalikoimaa -Hankkia asiantuntemusta 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> -Jäljittelijät -Lama -Ketjut -Kilpailun kasvu -Raaka-aineiden kallistuminen -Laina korkojen suuri kasvu

Swot analyysistä ilmenee (taulukko 1), että yrityksen suurimpiin vahvuuksiin kuuluvat erilaistuminen kilpailijoista hieman toisenlaisen konseptin avulla kun kilpailijoilla on. Myös yrityksen edulliset raaka-aineet ovat katetuotoltaan suuria, mutta silti listahinnat voivat olla edullisia. Yrityksellä tulee olemaan paljon mahdollisuuksia yrityksen kasvun myötä, jolloin voidaan panostaa enemmän markkinointiin sekä saada kanta-asiakkaisiin. Mahdollisuuksia voivat olla myös yhteistyösopimukset tai kasvattaa tarjontaa. Ravintolan heikkouksia saattavat olla sijainti sekä pieni markkinointi budjetti. Suurimpia uhkia tulevat varmasti olemaan suuri kilpailu ravintola-alan yritysten välillä sekä suurien ketjujen kanssa kilpaileminen näkyvyydestä. Myös raaka-aineiden kallistuminen vaikuttaa ravintolan katetuottoihin, jos hintatasoa ei nosteta myös yrityksessä.

7.3 Liiketilat

Yrityksen liiketila tulee sijaitsemaan Tampereen Pyynikillä osoitteessa Pirkankatu 1. Liikehuoneisto sijaitsee avain pyynikin torin tuntumassa vanhassa arvokiinteistössä. Kiinteistössä on juuri valmistunut putki saneeraus sekä uusia saneeraus kohteita ei ole luvassa lähiaikoina. Myytävässä kiinteistössä on toiminut aikaisemmin ravitsemustoimintaa sekä kiinteistön ilmastointi on ravintolan mukainen. Kiinteistöstä löytyy myös kaksi kunnostettua asiakas wc:tä. Liiketila sijaitsee rakennuksen kulmauksessa ensimmäisessä kerroksessa. Liiketila sijaitsee vilkkaan kadun varrella sekä paikalle on erittäin hyvät liikenneyhteydet. Lähistöllä on myös paljon autoille parkkipaikkoja.

Kiinteistö on juuri sopiva ravintolan sijainnille sekä soveltuvat hyvin tarpeisiimme. Tiloihin saa remontoitua haluamansa näköisen sisustuksen sekä suuria remontteja kiinteistö ei vaadi. Suurin kiinteistöön tehtävä remontointi tulee olemaan toimivan ravintolakeittiön rakentaminen. Ravintolan ruokailutilan ehostus vaatii enemmän maalaus- sekä pintapuolen remontointia. Salista saadaan näyttävän näköinen sisustamalla huoneisto oikeanlaisilla ruokailuryhmillä. Sisustukseen lisätään vielä tauluja sekä yhdistelemällä haluttuja värisävyjä.

7.4 Yrittäjä kokemus

Minulla ei ole aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä mutta oma yritys sekä oma ravintola on aina kiinnostanut minua. Aloitin siksi restonomi opinnot TAMK:issa, jotta saisin tarvittavia tietoja ja taitoja yrityksen perustamisesta. Restonomi opinnot pitävät sisällään paljon opetusta yrittäjyydestä, esimiestoiminnasta, laskennasta, markkinoinnista sekä monipuolisesti myös viineistä ja ruoista. Restonomiopintoihin kuuluu myös esimies harjoittelu, yrityksen perustamista sekä johtamistilanteita. Tamk:in restonomiopinnot valmentavat hyvin yrittäjyyteen, siellä käydään paljon läpi tarvittavia tietoja yrityksen perustamisesta aina yritysverotukseen asti.

Restonomiopintoja tukee ravintola-alalta saatu laaja kokemus ja näkemys ravintoloissa työskentelystä ja niiden toiminnasta. Olen myös ehtinyt toimia keittiöesimiehenä pienessä bistro tyyllisessä ravintolassa ja seurannut läheltä ravintolan omistajan

toimintaa ravintolan pyörittämisestä. Koulutuksen ja alan kokemuksen puolesta osaan itse suunnitella helposti ruokalistat sekä tehdä laskelmat niistä. Tiedän myös kuinka ravintola-alan yrityksen vaatimukset täytetään omavalvonnasta lähtien sekä saan tarvittavaa tietoa ja apua ravintola-alalla työskenteleviltä tuttaviltani.

Minun vahvimpia puoliani omassa työssäni ovat, järjestelmällisyys, kyky työskennellä paineen alaisena sekä ahkeruus. Olen myös hyvin luova sekä ideoiva, joka auttaa ruokalistoja suunnitellessa. Olen oppinut olemaan taloudellisessa työssäni, joka varmasti auttaa omassa yrityksessäni vähentämään syntyvää hävikkiä sekä minimoimaan raaka-aineista syntyvät tappiot. Olen myös luonteeltani periksi antamaton sekä kunnianhimoinen, joka auttaa varmasti oman yrityksen menestymiseen.

Pyrin jatkuvasti kehittämään omaa työskentelyäni eteenpäin ja saamaan lisää tietoa yrityksen perustamisesta ja tuottavan ravintolan arjesta. Ruoka, viinit sekä oluet kuuluvat intohimoihini ja haluan jatkuvasti oppia niistä lisää. Olisin valmis panostamaan omaan yritykseeni kaiken osaamiseni sekä tietoni jotta yritys toimisi hyvin sekä tekisi voittoa.

7.5 Tuotteet

Ravintola Potka on hinnoitellut tuotteensa normaalia hyvätasoista ravintolaa hieman edullisemmaksi. Tuotteilla on hyvät katteet, mutta silti pystytään hinnoittelemaan keskimääräistä halvemmaksi. Suurimmalla osalla tuotteista on halvat sisäänostohinnat joilla pystytään kattamaan myös arvokkaiden raaka-aineiden hintakustannukset esimerkiksi kampsimpukoiden sekä muiden kalliiden raaka-aineiden korkean sisäänosto hinnan. Ravintola Potka käyttää paljon pääruokien pääraaka-aineina edullisia vähemmän käytettyjä ruhonosia, joista saadaan paljon katetuottoja.

Pääruokien myynti on ravintolan kantava voima, jotka tuovat paljon katetta ravintolalle, muttei ole asiakkaalle liian kalliita ostettaviksi. Kaikki pääruoat hinnoitellaan alle 20 euron verolliseen hintaan. Alkuruoat ovat tällä hetkellä katteeltaan heikompia, johtuen muutamasta kalliimmasta raaka-aineesta, mutta tuottavat silti hyvin kate euroja sekä tuotteet pystytään hinnoittelemaan 6-8 euron listahinnoiksi. Jälkiruoat on pyritty

hinnoittelemaan edullisiksi, jotta niitä myytäisiin mahdollisimman paljon, näin tuoden hyvää lisämyyntiä ravintolalle hyvien katteiden ja edullisten raaka-aineiden ansiosta.

Myös juomatarjonta on hinnoiteltu sopivan hintaiseksi, jotta juoman menekki olisi mahdollisimman suuri yhdessä ruokien kanssa. Potka tarjoaa myös hieman edullisempia viinejä, jotka ovat kuitenkin laadukkaita ja sopivat hyvin ruokien seuraksi. Viinien edullisemmat hinnat mahdollistavat viinien myynnin myös pulloittain. Haluamme saada asiakkaalle vaikutelman että koko pullo tulee halvemmaksi kuin laseittain tilaaminen. Olut valikoimassa käytetään Nokian panimon tuotteita erityisesti keisari tuoteperhettä. Ravintola pyrkii tekemään yhteistyötä Nokian panimon kanssa saaden näin hyvän sopimushinnan tuotteista. Yhteistyössä kumpikin mainostaa toisiaan.

Ravintola potkan listahinnat ovat edullisia verrattuna moniin hyvä tasoihin ravintoloihin. Katerakenne muodostuu raaka-aineiden halvasta sisäänostohinnasta, niiden jalostamisesta sekä tavoitellusta listahinnasta. Annoksien kateprosentiksi pyritään saamaan 60-70% välille, jolloin tuotteiden myyntihinta kattaa raaka-ainekulut, työvoimakustannukset ja tuottaa hyvin kate-euroja ravintolaan.

TAULUKKO 2. Tuotteiden keskimääräisiä verollisia listahintoja sekä katerakenne.

<p>Alkuruoka Paistettua kampsimpukkaa, kukkakaalipyretä, pekonia ja punajuurta. Listahinta: 8 EUR Ainekustannukset: 3 EUR Katetuotto: 5 EUR/62,5 %</p>
<p>Pääruoka Karitsanpotkaa, punaviinikastiketta, pekoni-perunafondant ja juurespyreetä. Listahinta: 18 EUR Ainekustannukset: 5,8 EUR Katetuotto: 12,2 EUR/67,8 %</p>
<p>Jälkiruoka Mustikkatartaletti, vaniljavaahto ja vadelma granitea Listahinta: 5 EUR Ainekustannukset: 1,1 EUR Katetuotto: 3,9 EUR/78 %</p>
<p>Viini 16 cl Robert Mondavi pinot noir Listahinta: 5,5 EUR Ostohinta: 3,26 EUR Katetuotto: 2,2 EUR/40 %</p>
<p>Olut Keisari tumma 0,5 l Listahinta: 4,5 EUR Ostohinta: 2,07 EUR Katetuotto: 2,43 EUR/54 %</p>
<p>Virvoike Pepsi 0,33 l Listahinta: 3,5 EUR Ostohinta: 0,7 EUR Katetuotto: 2,80EUR/80 %</p>

7.6 Palvelu ja asiakkaat

Ravintola potka tarjoaa ravintola palveluita sekä herkullista ruokaa. Ravintola potka on erikoistunut käyttämään pääruuissaan pitkään ja hartaasti haudutettua liharuokia ja pyrkii myös käyttämään vähemmän käytettyjä ruhonosia ja valmistamaan niistä herkullisia annoksia. Tarjolla on myös maukkaita alku- sekä jälkiruokia sekä maistuvia viinejä sekä virvokkeita.

Monet ravintolat mielletään kalliiksi sekä hienompiin ravintoloihin on iso kynnys mennä illallistamaan. Ravintola Potkan tarkoituksena on madaltaa kynnystä tulla herkuttelemaan sekä saamaan samanlaisen kokemuksen hieman edullisemmin. Myös monet ravintolat tarjoavat asiakkailleen kallista fileettä tai hampurilaisannoksia ja ruokalistat toistavat toisiaan. Potka pyrkii käyttämään vähemmän käytettyjä raaka-aineita ruokalistallaan edullisesti sekä tarjoamaan jotain uutta asiakkailleen, kuitenkin niin että asiakas tietää mitä hän saa.

Ravintola potka on suunnannut palvelunsa kaikille ruokaa rakastaville asiakkaille jotka käyvät joko usein tai harvoin syömässä ravintolassa. Asiakaskuntaan kuuluvat lähinnä aikuiset, mutta lapsiperheetkin ovat toki tervetulleita. Asiakaskunta koostuu paljon myös asiakkaista, jotka haluavat syödä takuu mureita haudutettuja pääruokia ja jotka arvostavat eläimen kaikkia ruhonosia.

Asiakkaat valitsevat pitkälti tuotteen ja paikan mielihalujensa pohjalta. Osalle asiakkaista hintataso on merkitsevä sekä tuotteen laatu. Kun ravintolassa on hyvä hinta/laatu suhde, riittää asiakkaita. Jotkut asiakkaat haluavat taas kokea uusia ravintoloita ja makuelämyksiä, kun uuden ravintolan avajaiset tulevat tietoon, se tuo varmasti paikalle uteliaita ja potentiaalisia asiakkaita. Toiset asiakkaat valitsevat paikan sijainnin perusteella, jos ravintola on lähellä tai sinne ovat hyvät liikenneyhteydet. Myös parkkipaikkojen sijainti saattaa olla ratkaiseva tekijä. Ravintola Potka sijaitsee hyvien liikenneyhteyksien varrella sekä vierestä liikennöi usea TKL:n linja-auto. Pyynikin tori on vain kävelymatkan päässä, mistä löytyy myös paljon pysäköinti paikkoja.

Potentiaaliset asiakkaat sijaitsevat koko Tampereen seudulla. Kuitenkin suurin asiakaskunta sijaitsee aivan Tampereen keskustan tuntumassa sekä pyynikin seudulla. Pyynikintori on myös tiheästi asutettua seutua, joten läheltä löytyy paljon asiakkaita.

Hintataso, sijainti, tunnettavuus sekä annoksien laadukkuus tulee olemaan Ravintola potkan kantava voima. Asiakaskuntaan (taulukko 3) kuuluvat paljon ravintoloissa syövät kulinaristit, iltaa viettävät kaveriporukat, romanttista illallista haluavat pariskunnat, opiskelijat, teatteriporukat kuin turistitkin. Kanta-asiakaskunnan kartoittaminen ja saaminen rakentuu ajan myötä selkeämmäksi kuin ravintola on saanut jalansijan sekä kartoittanut toimintansa tulosta sekä sen kehityskohtia.

TAULUKKO 3. Asiakasanalyysi

<p>Kulinaristit Hyvää ruokaa ja juomaa rakastavat herkuttelijat, jotka käyvät usein ravintoloissa. Arvostavat hyviä raaka-aineita ja haluavat kokea erilaisia maku kokemuksia</p>
<p>Kaveriporukat Varsinkin miespuoliset haveriporukat jotka haluavat mennä herkuttelemaan takuu mureita liha-annoksia. Myös pienet yritysasiakasryhmät ovat potentiaalisia asiakkaita.</p>
<p>Pariskunnat Pariskunnat jotka haluavat käydä ulkona syömässä, nauttia tunnelmallista iltaa viinilasin ääressä sekä nauttia romanttisen illallisen rauhallisessa ja hyvässä ravintolassa</p>
<p>Teatteriryhmät Koska lähistöllä sijaitsee sekä pyynikin kesäteatteri että Tampereen Työväen Teatteri. Voivat teatteriporukat tulla syömään ennen tai jälkeen esityksen</p>
<p>Lähiasiakkaat Asiakkaat jotka sijaitsevat lähialueella. Koska lähistöllä ei ole paljon kilpailua ja tarjonta on suppea sekä suurin osa ravintoloista sijaitsee keskustassa. On alueella paljon potentiaalisia asiakkaita.</p>
<p>Opiskelijat Koska lähistöllä asuu myös paljon opiskelijoita ja ravintolan hinta-taso on halpa. Voivat opiskelijatkin tulla syömään hyvin normaalia ravintolakäyntiä halvemmalla sekä ravintola voisi antaa alennusta opiskelijakortilla annoksista.</p>

7.7 Markkinointi

Asiakkaat kuulevat tuttaviltaan ja ystäviltään hyvistä ravintolakokemuksista. Kun ravintola saa tyytyväisiä asiakkaita, suosittelevat he ravintolaa ystäville ja sukulaisille saaden näin hyvää ulkoista markkinointia. He haluavat myös tutustua paikkaan ja tarjontaan. Monet asiakkaat etsivät internetistä ruokablogien sekä yrityksen omien kotisivujen välityksellä tietoa enemmän tarjonnasta sekä muiden kokemuksista kyseisestä yrityksestä. Myös sosiaalinen media on tärkeä ja ilmainen markkinointiväline yritykselle. Ilmaisjakelulehtien mainoksien avulla saadaan välitettyä tieto uudesta

ravintolasta vähemmän web selainta käyttäville asiakkaille. Mainoslehtiöitä jakamalla saadaan myös tietoutta uudesta ravintolasta ja sen avajaisista.

Asiakkaille täytyy saada tieto uudesta ravintolasta. Asiakkaille tieto saadaan parhaiten tekemällä huolellinen markkinointisuunnitelma, jonka pohjalta voidaan lähteä toteuttamaan markkinointia asiakasryhmille. Markkinointi täytyy toteuttaa laajalti ja huolellisesti, jotta saadaan tavoitettua kaikki asiakaskunnat.

Markkinointi toteutetaan aluksi sosiaalisen median välityksellä sekä yritys luo oman web kotisivun, josta saa tietoa yrityksestä sekä sen tarjonnasta. Sivut sisältävät myös kuvia ravintolan miljööstä sekä kuvia annoksista. Web sivuilta löytyy myös hinnasto sekä ajankohtainen menu ja menu suositukset. Ravintola Potka pitää myös omia facebook sivuja sosiaalisessa mediassa ja pyrkii päivittämään sivujaan ajankohtaisista tarjouksista sekä tuotteista. Potka tulee käyttämään myös jonkin verran jakeluesite mainontaa. Aluksi myös suullinen mainonta on hyvin tärkeä osa, joka toteutuu tyytyväisten asiakkaiden välityksellä sekä tuttavien mainonnalla. Markkinointia tullaan kehittämään sekä siihen pyritään panostamaan enemmän voimavaroja yritystoiminnan alettua sekä kun saadaan selville kokonaisbudjetti.

Markkinoin asiakkaille makuelämyksiä. Haluan saada heidät palaamaan uudelleen asiakkaaksi ja tuomaan tuttavansa mukana. Pyrimme palvelemaan asiakkaan aina hyvin sekä luomaan rennon kotoisan tunnelman. Lupaamme asiakkaalle takuu mureita sekä maukkaita liha-annoksia jotka saavat seurakseen tarkkaan valittuja lisukkeita sekä haudutusliemistä valmistettuja kastikkeita.

7.8 Kilpailu

Tampereen keskustassa ja sen lähistössä on paljon ravintoloita, kuitenkin Pyynikintorille ei ole montaa ravintolaa keskittynyt. Pyynikin alue on kuitenkin hyvin vaurasta sekä kilpailu vähäistä. Lähistöllä sijaitsee suuria asiakas joukkoja, jotka pyritään saamaan ravintola potkan asiakkaiksi.

Lähistöllä olevista kilpailijoista isoimmaksi uhkaksi lukeutuu Ravintola Heinätori, Pyynikintorin läheisyydessä sekä Gastropub Tuulensuu ja oluhuone Esplanadi,

Tampereen pääkirjasto metson vieressä. Myös Ravintola Frankly Tampereen työväenteatterin läheisyydessä on yksi kilpailijoista. Kaikilla näistä kilpailijoista on omat vahvuutensa ja hieman erilaiset asiaskunnat. kaikille näille ravintoloista on kertynyt paljon kokemusta sekä yritystoiminta on harjaantunutta.

1. Ravintola Heinätori on näistä kaikista lähin kilpailija. Se mielletään laadukkaaksi ja hyväksi ruokaravintolaksi. Heinätorin liiketilat ja miljöö ovat ihanteelliset ja se on saanut paljon kiitosta ja mainetta ravintolana. Ravintola heinätori toteuttaa myös paljon juhlatilaisuuksia.
2. Ravintola Frankly on pitkään toiminut ravintola, joka on saanut mainetta hyvänä ruokaravintolana Tampereen keskustan tuntumassa. Tampereen työväen teatteri on tuonut Franklyyn paljon asiakkaita ja sen tunnettavuus on hyvä.
3. Gastrohub tuulensuu on ehkä maineikkain näistä kilpailijoista. Se on saanut tunnustusta niin Suomen parhaat ravintola listauksessa kuin sen laajasta rommitarjonnasta sekä asiakaspalvelusta.
4. Oluthuone Esplanadi vahvuutena on sen oman olutpanimon tuotteet sekä aurinkoinen terassi Hämeenpuistossa, pääkirjaston vieressä. Ravintola on myös parantanut ruokatarjontaansa laajemmaksi.

TAULUKKO 4. Kilpailija-analyysi

<p>Ravintola Heinätori</p> <p>Kuvaus Laadukas pitkän historian omaava tasokas ravintola, joka on toiminut pyynikin torilla sijaitsevassa arvokiinteistössä pitkään. Heinätori toimii myös juhlien viettopaikkana. Ravintola järjestää niin häätilaukset kuin ristiäiset. Tilat ovat siis vuokrattavissa. Hintataso on normaalin korkea tasoisen a la carte ravintolan hintaluokkaa.</p> <p>Kilpailijan vahvuudet Pitkä maine hyvä tasoisena ruokaravintolana. Kauniit liiketilat ja sen näkyvyys. Laaja viinilista. Monipuolinen ruokatarjonta. Juhlien järjestäminen. Pitkät aukioloajat.</p> <p>Kilpailijan heikkoudet Mielletään kalliiksi. Hintava viinilista. Juhlallinen sisutus voi nostaa kynnystä tulla syömään ilman pöytävarausta.</p>

Kuinka erotut kilpailijasta

Ruokatarjonta on eri tyyppistä ja hintarakenteeltaan edullisempaa valmistaa.

Ruokalistahinnat sekä viinihinnasto on edullisempaa.

Ravintolan sisutus pyritään saamaan rennommaksi, jotta kynnys tulla syömään ilman pöytävarausta madaltuisi.

Asiakaskunta on laajempi koska pyrimme saamaan myös opiskelijat sekä lähiasiakkaat asiakaskunnaksi.

Ravintola Frankly**Kuvaus**

Hyvätasoinen ravintola joka tarjoaa lounasta sekä a la carte annoksia. Ravintola on toiminut pitkää hallituskadun kulmauksessa lähellä Tampereen työväenteatteria. Ruoka ja viinitarjonta on laaja sekä tarjolla on myös lounas kuin a la carte menuja.

Kilpailijan vahvuudet

Pitkä historia ravintolana ja sen tunnettavuus.

Sijainti suhteessa Tampereen Työväen Teatteriin.

Laaja juoma- sekä ruoka tarjonta.

Kasvisruoka tarjonta.

Lounas.

Kilpailijan heikkoudet

Laaja ruokalista.

Paljon pihviannoksia pääruoka tarjonnassa.

Isot raaka-ainekulut.

Arvokkaat raaka-aineet, kalliit listahinnat.

Ruokalista miltei sama jo monta vuotta.

Uusiutuminen.

Kuinka erotut kilpailijasta

Uusi erilainen ravintola.

Ruokatarjonta on erilainen sekä hintarakenteeltaan edullisempi.

Ei kalliita filee tuotteita.

Ei lounas tarjontaa

Pienempi ruokalista, helpompi hallita sekä pystyy panostamaan annoksiin paremmin.

Ravintola Tuulensuu**Kuvaus**

Gastropub joka on saanut paljon mainetta niin ruoan kuin juomienkin osalta. Tuulensuu toimii illanvietto paikkana, jossa on laaja valikoima oluita sekä rommeja. Tuulensuu tarjoaa myös herkullista pubi ruokaa.

Kilpailijan vahvuudet

Laaja olut, rommi ja virvoke tarjonta.

Listaus Suomen parhaat ravintolat listalla.

Tunnettavuus.

Sijainti keskustan lähistöllä.

Rento tunnelma sekä ilmapiiri.

Sikaritarjonta

Kilpailijan heikkoudet

Asiakaskunta voi rajoittua Gastropub asiakkaisiin

Kuinka erotut kilpailijasta

Liikeidea hyvin erilainen.

Keskittynyt ruokaravintolana olemiseen.

Selkeä linja ja keskittyminen haudutettaviin ruhonosiin.

Ravintola Oluthuone Esplanadi

Kuvaus

Ravintola Eplanadi sijaitsee Tampereen pääkirjasto Metson vieressä. Esplanadi on ravintola Plevnan omistuksessa ja siellä tarjotaan Plevnan panimon oluita. Esplanadi on Gastropub tyylinen illanvietto paikka jossa on myös tarjolla laaja ruokalista.

Kilpailijan vahvuudet

Oman panimon tuotteet ja suuri juomavalikoima.

Sijainti.

Terassi kesäisin.

Kabinetti tila.

Biljardi mahdollisuus.

Kilpailijan heikkoudet

Sama asiakaskunta kuin Gastropub tuulensuulla.

Gastropub Tuulensuun läheisyys.

Ruokalistalla paljon burgereita ja leipiä.

Kuinka erotut kilpailijasta

Liikeidea hyvin erilainen.

Ruokatarjonta parempi.

Ei leipiä ja burgereita

Asiakaskunta eri tyyppistä.

7.9 Kirjanpito ja talous

Ravintola Potka tekee alustavaa kirjanpitoa tuotteistaan, määristä, myynneistä sekä laskuista. Asiat kirjataan huolellisesti sille varattuun kansioon sekä kaikki laskut ja kuormakirjat säästetään ja arkistoidaan. Ravintola Potka tulee käyttämään myös ulkoista kirjanpitäjää, joka hoitaa tilinpäätökset sekä tarkistaa kirjanpidon kaikki osa-alueet kuntoon. Vielä ei ole tietoa, paljonko yritys tulee tarvitsemaan kirjanpitoa ja mitä kirjanpito firmaa yritys tulee käyttämään. Kirjanpitoon on kuitenkin varattu n. 70–150 € kuukautta kohden.

Suunnittelua ja kehittelyä yrityksen toiminnasta työstetään vielä paljon. Suunnittelu tapahtuu aluksi näin omien ideoiden pohjalta sekä liiketoimintasuunnitelmaa päivitetään niin usein kun mahdollista. Yrityksen täytyy vielä laskea kaikille annoksilleen hinnat, jotta saadaan realistinen kuva hinnoista ja kustannuksista. Liiketoimintaa täytyy vielä kartoittaa kokonaisuutena jotta saadaan tietoon kaikki tarvittavat taloudelliset asiat. Kartoittaminen selkeyttää remontoinnin, todellisen lainan-, sekä pääoman tarvetta.

Yritykselle on kuitenkin tehty alustavia laskelmia niin budjetoinnista sekä liiketuloksen arvioituista tuloksista. Monelle ruokalistan annokselle on tehty annoshintalaskelmia,

jotta tuotteen kulurakenne sekä katetuotot saataisiin selville. Näiden avulla pystyttiin myös arvioimaan liiketuloksen syntyä sekä tarvittavaa rahoituksen määrää. Laskelmat esitetään työn liitteissä.

LÄHTEET

Ammattinetti.2015. Luettu 12.01.2015.

<http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/6d91ff7ac0315a8d0144dd9038a77bb1>

Ammattinetti. 2011. Luettu 12.01.2015.

http://media.ammattinetti.fi/Yrityksen_perustajan_opas_2011_TEM.pdf

ISS. 2008. Luettu 14.01.2015.

<http://www.fi.issworld.com/fi-FI/media-news/news/2014/12/03/hyva-palvelu-tahtaa-dialogiin-asiakkaan-kanssa>

Lahtinen, J., Isoviita, A.,Hytönen, K. 1996. Markkinoinnin kilpailukeinot. Kokkola: Avaintulos OY.

Onnistamo. 2011 .Luettu 18.12.2014.

<http://onnistamo.fi/tagit/liikeidea>

Osaaminen. 2008 .Luettu 10.12.2014.

<http://www.uef.fi/fi/aducate/osaamisella-omiin-tavoitteisiin>

Promate. 2015. Luettu 15.11.2014.

<http://www.promate.fi/kilpailijatutkimus.php>

Selinheimo, R. 1994. Ammatiksi yrittäjä. Helsinki: WSOY

Suomen riskienhallintayhdistys. 2013. Luettu 22.02.2015

<http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>

Uusyrittäjäkeskus. 2007-2011. Luettu 10.12.2014.

https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=product_services

Uusyrittäjäkeskus. 2007-2011. Luettu 10.12.2014.

https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=customer_markets

Yrittäjät. 2014. Luettu 18.12.2014.

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/minustakoyrittaja/valmis-yrittajaksi/>

Yrityssuomi. 2012. Luettu 12.01.2015.

<https://www.yrityssuomi.fi/tuote-ja-palvelukehitys>

LIITTEET

Liite 1. Investointi ja rahoituslaskelmat

Investointibudjetti
Koneet ja laitteet 10 000
Kalusteet 2 000
asennus/korjaustyöt 2 000
muut investoinnit 500
Yhteensä 14 500
Käyttöpääoma
Perustamiskulut 14 500
Vuokrat 3 kk 5 100
Palkat 3 kk 9 600
Palkkojen sivukulut 3 840
Tavaravaraston hankinta 3 000
Markkinointikulut 1 000
Tilitoimiston veloitus 3 kk 1 000
Muut 500
Käyttöpääoman tarve yhteensä 38, 540

Rahoituslaskelma
Pääoman tarve yhteensä 38 540
Oma rahoitus 10 000
Muut sijoitukset 5 000
Vieras pääoma 40 000
Toiminnan kannattavuuslaskelma vuosi
Tavoitetulos 20 000
+poistot/ lainojen lyhennykset 2 000
=rahoitustarve 22 000
+korot/rahoituskulut 1 000
=Käyttötarve 23 000
+Kiinteät kulut
Palkat +sivukulut 50 000
vuokrat 15 000
-raaka-ainekäyttö 35 000
-markkinointi 1 000
-sähkö 2 000
-kirjanpito 2 000
-korjaukset 500
-Muu 2 000
Yhteensä 120 500

Liite 2. Tulosbudjetti

TULOSBUDJETTI						
					€	%
Ravitsemismyynti (ALV 22%/17%)					16 800	14
MYYNTITUOTOT YHTEENSÄ					136 800	114
LIKEVAIHTO					120 000	100 %
- Raaka-ainekäyttö (i ALV)					35 000	29 %
MYYNTIKATE					85 000	70 %
- Palkat ja palkkiot					36 000	30 %
- Henkilösivukulut					14 400	12 %
PALKKAKATE					34 600	29 %
- Toimitila-, kiinteistö- ja kalustokulut					10 000	8 %
- Käyttötarvikekulut					600	0,5 %
- Markkinointikulut					1 000	0,8 %
- Muut liiketoiminnan kulut					2 760	2 %
KÄYTTÖKATE					20 240	16 %
- Poistot					5 500	4,5 %
LASKENTAKAUDEN TULOS					14 740	12 %

Liite 3. Annoshintalaskelman yläkortti

Karitsan potkaa punaviinikastikkeella

Yläkortti / **TUOTE:**

OP	YKS.	OH	PH%	RAAKA-AINEET	KP	KH	YHT. €
0,500	kg			Karitsanpotka	0,500		4,65
0,100	L			Kastike	0,100		1,27
0,100				Pekoni-peruna fondant	0,100		0,34
0,060				Juurespyree	0,060		0,15
				Mausteet %:	2 %		0,13
						Verollinen raaka-ainehinta	€ 6,54

KUSTANNUSLASKELMA / ANNOS

Verollinen raaka-ainehinta	6,54
poistetaan ALV 14 %	0,80
Veroton raaka-ainehinta	5,79
Tavoitekate %	65
Tavoitekate €	
Veroton myyntihinta	16,53
lisätään ALV 14 %	2,31
RUOKALISTAHINTA	18,68

liite 4. Annoshintalaskelman alakortti

Alakortti / TUOTE:

Karitsan potka

OP	YKS.	OH	PH%	RAAKA-AINEET	KP	KH	YHT. €
4,000	kg	9,58		Karitsan potka	4,000	9,58	38,30
1,000	pnt	2,38		Timjami	1,000	2,38	2,38
1,000	pnt	2,17		Rosmariini	1,000	2,17	2,17
0,111	kg	4,89	10	Valkosipuli	0,100	5,43	0,54
0,100	l	9,01		Liha fondi	0,100	9,01	0,90
0,300		4,00		Punaviini	0,300	4,00	1,20
				Mustapippuri			
				Laakerinlehti			
0,300	kg	1,07		Porkkana	0,300	1,07	0,32
0,300	kg	1,96		Palsternakka	0,300	1,96	0,59
0,300	kg	2,96		Shalottisipuli	0,300	2,96	0,89
				Mausteet %:	3 %		1,42
Hinta yhteensä							48,71

Raaka-aineita
 Kypsennyshävikki
 Valmista
 Annoskoko
 Annoksia

7,400	kg / l
15	%
6,290	kg / l / kpl
0,600	kg / l / kpl
10	kpl

Hinta / kg, l, kpl	7,74
Hinta / annos	4,65

