



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Liiketoimintasuunnitelman laatimisprosessi:

## Olutravintola

Pesälä, Heidi

2015 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Leppävaara

## Liiketoimintasuunnitelman laatimisprosessi: Olutravintola

Pesälä Heidi  
Hotelli- ja ravintola-alan  
liikkeenjohto  
Opinnäytetyö  
Elokuu, 2015

Pesälä, Heidi

### Liiketoimintasuunnitelman laatimisprosessi: Olutravintola

Vuosi 2015 Sivumäärä 25

---

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on laatia toimiva ja realistinen liiketoimintasuunnitelma olutravintolasta, jonka työn tekijä voi tulevaisuudessa perustaa. Tavoitteena on saada aikaan selkeä liiketoimintasuunnitelma, jossa on otettu huomioon jokainen yksityiskohta.

Työ on jakautunut kolmeen eri osioon. Alkuun työssä käsitellään ravintola-alan toimintaympäristöä. Tämän tarkoituksena on saada selville millainen matkailu- ja ravintola-ala on nykypäivänä ja mitkä ovat alan ominaispiirteitä. Työn toinen osio käsittelee yrittäjäksi ryhtymisen keskeisiä piirteitä. Tällä osiolla on keskeinen merkitys liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa, sillä siinä käydään perusteellisesti läpi yrittäjäksi ryhtymistä sekä ravintolan liikeidea eli olutta.

Työn kolmas osio käsittelee liiketoimintasuunnitelman suunnitteluprosessia. Tämä sisältää työn lähtötilanteen eli mistä työn idea on syntynyt ja miten sitä on lähdetty viemään eteenpäin. Toinen vaihe on suunnitteluvaihe eli mitä menetelmiä on käytetty suunnitelmaa tehtäessä. Lisäksi tämä osio sisältää tiivistelmän liiketoimintasuunnitelman sisällöstä. Osiossa on myös arvioinnit työstä. Arvioijina on ollut kaksi ulkopuolista yrittäjää sekä työn tekijä. Arviointien avulla pystyttiin näkemään kuinka hyvin liiketoimintasuunnitelman laatimisessa on onnistuttu.

Liiketoimintasuunnitelma sisältää yksityiskohtaiset suunnitelmat ravintolasta, sijainnista, tuotteista, palveluista ja kilpailijoista. Suunnitelman painopisteiksi nousivat kilpailukeinot verrattuna alueen muihin ravintoloihin sekä asiakaskunnan saaminen ja asiakasvirran ylläpitäminen. Liiketoimintasuunnitelma tarkentuu lähempänä ravintolan perustamisen ajankohtaa. Suunnitelma on ainoastaan tekijän omaan käyttöön.

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, olut, yrittäjäyys

Pesälä, Heidi

**Business Plan Process: A Beer Restaurant**

Year	2015	Pages	25
------	------	-------	----

---

The purpose of this operative thesis is to create functional and realistic business plan of a beer restaurant which can be established in the future. The objective is to provide an explicit plan that includes an analysis of all necessary details.

The report is divided into three sections. The first section is about the operational environment of the restaurant business. Its objective is to clarify the present state of the business area and its features. The second section covers entrepreneurship. This section is essential when it comes to establishing a business plan since it covers a thorough description of becoming an entrepreneur and the business idea which is beer.

The third section of the report focuses on the planning process of a business plan. This includes the baseline of the work. From where the idea of the plan originates and how it has been forwarded from the start. This section also incorporates the planning process. It explains which methods have been used when planning. Additionally this section includes a short description of the content of the business plan. This section also covers the evaluations of the work. Two objective entrepreneurs and the author of the report have operated as reviewers. With the evaluations it was possible to get an impression of the success of the author with the final result of the work.

A business plan consists of detailed plans about the restaurant, location, products, services and rivals. The ways to compete the rivals in the area and to ensure customer flow were main focus of the work. The plan will be enhanced to be more detailed closer to the date of establishment of the business. The plan is intended only for the use of the author.

Keywords: beer, business plan, entrepreneurship

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Ravintola-alan toimintaympäristö.....	7
2.1	Matkailu- ja ravintola-ala nykypäivänä.....	7
2.2	Ravintola-alan ominaispiirteet.....	7
2.3	Luvat, ilmoitukset ja säädökset anniskeluravintolassa .....	9
3	Yrittäjäksi ryhtymisen keskeiset piirteet .....	10
3.1	Yritystoiminnan päätekijät .....	10
3.2	Yrityksen perustaminen .....	11
3.3	Liikeideana olut .....	12
4	Liiketoimintasuunnitelman suunnitteluprosessi .....	18
4.1	Lähtötilanne.....	18
4.2	Suunnitteluvaihe .....	19
4.3	Liiketoimintasuunnitelman sisältö .....	20
4.4	Arviointi.....	21
5	Johtopäätökset ja yhteenveto .....	22
	Lähteet .....	23
	Liitteet.....	24

## 1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on liiketoimintasuunnitelma olutravintolasta. Valinta perustuu haaveeseeni perustaa oma olutravintola, jonka pääpaino on erikoisoluissa sekä viihtyisässä, rennossa ja tunnelmallisessa ilmapiirissä. Haluan paikan olevan sellainen, johon asiakkaat haluatulla yhä uudelleen. Pidän itse erilaisista oluista ja olen huomannut, että erikoisolutet kasvattavat suosiotaan kuluttajien keskuudessa.

Opinnäytetyöni on toiminnallinen työ, sillä suunnittelen täysin uuden yrityksen alusta alkaen. Opinnäytetyö jakautuu kahteen eri osaan. Ensimmäinen osa käsittelee teoriaa yrittäjyydestä ravintola-alalla sekä taustaa ravintola-alaan ja tuotevalikoimaan eli olueen liittyen. Toinen osa on itse liiketoimintasuunnitelma, joka tulee vain tekijälle käyttöön. Liiketoimintasuunnitelma sisältää vaiheet, jotka liittyvät juomaravintolan perustamiseen.

Työn empiirinen osio keskittyy havainnoimaan sitä millaisia olutravintoloita on Helsingissä tarjolla sekä miten tuleva olutravintola pystyy eroamaan kilpailijoista ja millaisia uusia elämyksiä sillä on tarjota asiakkaille. Työn painopisteiksi nousi kaksi eri asiaa. Ensimmäinen on kilpailukeinot verrattuna muihin ravintoloihin. Toinen on miten saan haluamani asiakaskunnan ja miten pidän yllä asiakasvirtaa.

Opinnäytetyöllä on yksi tarkoitus. Se on luoda toimiva ja realistinen liiketoimintasuunnitelma, jota voin myöhemmin käyttää perustaessani kyseistä yritystä. Tämä suunnitelma näyttää todeksi myös sen, että olen oppinut koulutusohjelmaltani kaiken olennaisen ja osaan hyödyntää sitä työelämässä.

Opinnäytetyöni tavoitteet ovat laatia käytännöllinen, toimiva ja selkeä liiketoimintasuunnitelma. Työn täytyy toimia rakenteellisesti hyvin, olla johdonmukainen sekä selkeästi jäsenelty, jotta lukijan on helppo seurata raportin etenemistä.

Toinen tavoitteeni on oppia kaikki oleelliset ja tärkeimmät asiat ravintolan perustamiseen liittyen. Lisäksi on osattava ottaa huomioon jokainen pienikin seikka ja yksityiskohta, jotta suunnitelma olisi mahdollisimman täydellinen. Kolmas tavoitteeni on pysyä itselle laaditussa aikataulussa.

## 2 Ravintola-alan toimintaympäristö

Tässä luvussa tarkastellaan ravintola-alan toimintaympäristöä, johon opinnäytetyöni liittyy. Luvussa käydään läpi matkailu- ja ravintola-alaa nykypäivänä. Lisäksi kerrotaan ominaisimmista piirteistä, jotka liittyvät ravintola-alalla työskentelyyn. Viimeisenä kerrotaan luvista, ilmoituksista ja säädöksistä, jotka liittyvät anniskeluravintolaan. Tässä kerrotaan millaisia lupia tarvitaan, mihin ne kohdentuvat ja mistä ne juontavat juurensa.

### 2.1 Matkailu- ja ravintola-ala nykypäivänä

Matkailu- ja ravintola-ala on kansainvälinen ja koko ajan kasvava toimiala. Toimiala luo hyvinvointia ja tarjoaa töitä kaikkialla Suomessa. Sen työpaikat ja verotulot pysyvät myös aina Suomessa. 140 000 työntekijää ympäri Suomen on työllistynyt matkailualalle. Reilu miljoonasta yksityisellä palvelualalla työskentelevästä suomalaisesta yli 11 prosenttia työskentelee matkailualalla. Toimialan työntekijöistä 30 prosenttia on nuoria eli alle 26-vuotiaita. (Matkailu- ja ravintola-ala lyhyesti 2015.)

Matkailu- ja ravintola-ala on yleistynyt ja saanut suosiota viimeisinä vuosikymmeninä. Tästä kertoo työvoiman määrän kasvu vuosina 1995-2013, jolloin nousu oli peräti 34 prosenttia. Samaan aikaan muiden toimialojen työntekijöiden määrä laski. Matkailu- ja ravintola-ala tuo paljon verotuloja Suomen valtiolle sekä kunnille. Verotulot ovat vuoden aikana 5,2 miljardia euroa, joka on 5,4 prosenttia kaikista verotuloista. 3,8 prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta on matkailualalta. Toimiala on lisäksi ainut vientiala, joka maksaa arvonlisäveroa Suomeen. (Matkailu- ja ravintola-ala lyhyesti 2015.)

2000-luvulla ulkomaisten matkailijoiden määrä Suomessa on lähes kaksinkertaistunut. Suomi on maailmalla yhä enemmän kiinnostava matkakohde ja turisteja virtaa Suomeen tasaiseen tahtiin. Vuonna 2014 Suomessa kävi 7,6 miljoonaa matkailijaa, näistä suuri osa oli venäläisiä ja nykyään myös aasialaiset matkailijat ovat yhä kiinnostuneempia Suomesta. Pitkällä aikavälillä näyttää siltä, että matkailun kasvu on positiiviseen suuntaan. (Matkailu- ja ravintola-ala lyhyesti 2015.)

### 2.2 Ravintola-alan ominaispiirteet

Ravintola-alaa määrittelevät muutamat ominaispiirteet, joita voidaan yhdistää suurimpaan osaan ravintolayrityksissä. Aloituskynnys on yleensä matalalla perustettaessa ravintolaa, sillä vaatimukset koulutuksen suhteen eivät ole kovin korkealla. Jos hankkii jonkin verran taustatietoa yrityksen pyörittämisestä ja on liikeidea ravintolan konseptista, yrityksen voi laittaa pystyyn. Tällöin ei ole kumminkaan takeita ravintolan menestymiselle. Ravintolan perustami-

seen ei tarvita myöskään kovin suurta pääomaa. Tämä tietenkin riippuu siitä millaista konseptia yrittäjä on suunnitellut. (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 20.)

Kilpailu ravintola-alalla on kovaa. Yrityksiä syntyy tämän tästä, mutta niitä myös samalla kaa-tuu. Tarjontaa on todella paljon jokaiseen lähtöön. Lähestulkoon kuka tahansa löytää ravinto-loiden valikoimasta itselle parhaimman vaihtoehdon. Jotta ravintola menestyy, sen täytyy löytää omat kilpailukeinot, joilla eroaa muista parhaalla mahdollisella tavalla. Menestyvän yrityksen takana on monta eri asiaa henkilökunnasta tuotekonseptiin asti. Vaikka ravintola löytäisi itselleen ne tärkeät ja parhaimmat kilpailutekijät, alalla syntyy silti lisää koko ajan uusia yrityksiä, jotka nousevat kilpailijoiksi. Ravintolayrittäjän on osattava sopeutua muutok-siin ja olla valmis toimimaan myös niiden mukaisesti, jotta säilyttää asemansa markkinoilla. (Ahonen ym. 2009, 20.)

Ravintola-ala on työvoimavaltaista. Ala pohjautuu palveluun ja se vaatii tarpeeksi työvoimaa. Työvoima on kallista, jonka takia yrityksen kuluista suuri osa on henkilöstökuluja. Voittomar-ginaalit ovat lisäksi matalia. Yleensä vain suuret ravintolaketjut voivat alalla rikastua. Pienet yritykset harvemmin rikastuvat, mutta saavat kuitenkin toimeentulonsa yrityksestä. Tästä johtuen ravintolan perustamiseen tarvitaan paljon omaa tahtoa ja intohimoa alaa kohtaan. Harvempi suunnittelee ravintolan perustamista haaveenaan rikastuminen. (Ahonen ym. 2009, 20.)

Ammattitaitoinen henkilökunta on myös olennainen osa ravintolaa. Henkilökunnan pätevyys vaihtelee suuresti. Yrittäjän on palkattava, perehdytettävä ja jatkuvasti koulutettava henki-lökuntaansa ajan tasalle, jotta yrityksen laatu pysyy hyvänä. Suuri ongelma tässä on se, että yrityksen johtaja ei välttämättä ole tiskin takana, joten se ei pysty seuraamaan henkilökun-tansa jokapäiväistä työskentelyä ja ei näin ole perillä heidän tasaisesta ammattitaidostaan. Ammattitaitoisen henkilökunnan lisäksi tuotteella on suuri merkitys ravintolayritykselle. Tuot-teen laadun ja ominaisuuksien avulla yritys joko menestyy tai kaatuu kokonaan. (Ahonen ym. 2009, 21.)

Ravintola-alan ominaisuuksiin kuuluu myös dynaamisuus ja suhdanneherkkyys. Ala muuttuu jatkuvasti, sillä asiakkaiden mieltymykset myös vaihtelevat. Suuressa osassa on erilaiset ruo-katrendit, jonka mukaan tulee uusia yrityksiä markkinoille. Tällöin vanhojen yritysten on pys-tyttävä kilpailemaan, joten hekin joutuvat esimerkiksi muuttamaan tai lisäämään jotain ruo-kalistoille. Talous myös vaihtelee suuntaan ja toiseen, ja tämä vaikuttaa ravintolatoimintaan. Ravintoloiden palvelut eivät ole välttämättömyys ihmisille, joten huonossa taloustilanteessa ihmiset eivät käytä ravintoloiden palveluja niin paljon. Ravintola-alalla on myös harmaata taloutta enemmän kuin muilla aloilla. (Ahonen ym. 2009, 21-22.)

Matala teknologiataso on myös yleistä ravintoloissa. Ravintolan pyörittämiseen riittää välttämättömyydet, kuten keittiöön tekniset kalusteet. Taitava kokki osaa käyttää hyödykseen ihan perinteisiä laitteita, joten uusinta uutta teknologiaa ei tarvita. (Ahonen ym. 2009, 22.)

Ravintola-alalla työskenteleville työ on suhteellisen fyysistä. Päivät ovat pitkiä ja työajat epä säännöllisiä. Työssä rasitetaan paljon kehoa niin fyysisesti kuin henkisesti. Ravintola-työskentely voi olla myös sesonkiluonteista, joten työntekijällä ei ole aina täysin varmuutta työn jatkuvuudesta, joka luo lisää stressiä. Työntekijöitä ravintola-alalla ei arvosteta välttämättä niin paljon kuin joillain tietyillä aloilla, vaikka arvostus on jo viime vuosina kasvanutkin. Lisäksi palkat ovat keskiarvo palkkatasoa alhaisempia. Ravintolatyö on kaikin puolin vaativaa, siinä on paljon riskejä niin työntekijälle kuin yrittäjällekin. (Ahonen ym. 2009, 23.)

### 2.3 Luvat, ilmoitukset ja säädökset anniskeluravintolassa

Anniskeluravintolan perustamiseen tarvitaan paljon eri lupia. Ne kohdentuvat eri asioihin, kuten tuotteisiin, palveluun, musiikkiin ja toimitilaan. Lupien hankkiminen on iso työ, mutta kun kaikki hoitaa järjestyksessä ja ajallaan, niin lupaviidakosta selviää.

Ensimmäiset luvat kohdistuvat ravintolan perustamiseen. Yrittäjän täytyy tehdä perustamisilmoitus kaupparekisteriin ja Verohallinnolle. Näiden avulla yritys saa Y-tunnuksen ja voi aloittaa toimintansa. Lisäksi yrittäjä tarvitsee elinkeinoluvan, jotta saa harjoittaa luvanvaraista elinkeinoa. (Yrityksen perustaminen 2015.)

Toimitilaan kohdistuu myös erilaisia lupia. Rakennusvalvontaviranomaiselta tarvitaan lupa, jotta liiketila täyttää rakennustekniset vaatimukset. Ravintolan on sovittava ravintolakäyttöön ja oltava kaikin puolin turvallinen, jotta vahinkoa ei synny työntekijöille tai asiakkaille. Toimitilaan kohdistuva lupa koskee myös ulkotarjoilualuetta. Siihen tarvitaan lupa maanomistajalta eli kunnalta tai taloyhtiöltä. Ulkotarjoilualueen on sijaittava ravintolan välittömässä läheisyydessä ja vaatimuksena on, että lastenrattailla ja pyörätuoleilla on esteetön kulku tarjoilualueen ohi. Lisäksi, jos poliisi katsoo, että ulkotarjoilualue aiheuttaa yleisiä järjestyshäiriöitä tai turvattomuutta, se voidaan kieltää. Pelastussuunnitelma on myös tärkeä laatia pelastusviranomaisille, sillä sen avulla osataan toimia hätätilanteissa oikein ja turvallisista menetelmin. (Yrityksen perustaminen 2015.)

Musiikinkäyttöön kohdistuu myös omat lupansa. Ravintolayrittäjä tarvitsee luvat Teostolta ja Gramexilta soittaakseen musiikkia ravintolassa. Teosto ja Gramex myyvät lupia ja keräävät tekijänoikeuskorvaukset niiden esittäjille. Näillä luvilla suojellaan alkuperäisiä esittäjiä. Jos ravintolan ulkotarjoilualueella halutaan soittaa musiikkia, tarvitaan lupa ympäristöviranomai-

selta. Lupa tarvitaan siksi, jotta voidaan suojella alueen ympäristöä mahdollisilta häiriöiltä. Musiikki ei saa aiheuttaa häiriöitä muun muassa alueen asukkaille. (Ravintola-alan opas 2015.)

Luvat kohdistuvat myös tuotteisiin. Anniskeluravintolassa kyseessä on alkoholituote. Alkoholin tarjoilemista varten tarvitaan anniskelulupa. Alkoholien myynti ei siltikään ole rajatonta. Se sidotaan aika- ja tilarajoitteisiin. Alkoholituotteita saa myydä ainoastaan anniskelupassin omaava henkilö. Anniskelulupa juontaa juurensa kieltolaista. 1800-luvun puolivälissä oli raittiusliike nimeltä Kohtuuden ystävät. Heidän tavoitteena ei ollut täydellinen raittius, vaan alkoholin kohtuukäyttö. Kuitenkin 1880-luvulla Kohtuuden ystävät vaihtoivat nimensä Raittiuden ystäviksi eli he tavoittelivat absoluuttista raittiutta. He kokivat alkoholin pahuutena ja demonina, joka aiheutti epäonnea kotiin. Tämän seurauksena 1900-luvun alussa alkoholin täyskiellon kannatus nousi ja 1919 syntyi kieltolaki. Ensimmäinen kieltolaki oli kuitenkin laadittu vuonna 1907, mutta silloinen Venäjän hallitus ei hyväksynyt lakia. Kieltolaki kumottiin 5.4.1932. Syynä oli rikollisuuden lisääntyminen ja esimerkiksi kalastus ei ollut niin kannattavaa kuin salakuljetus. Alkoholien anniskeluun on liittynyt myös voimakas ja radikaali valvonta. Sota-aikana Alkon asiakkaita tarkkailtiin ja henkilökohtaiset viinakortit kuuluivat järjestelmään. Alkolla oli myös etsiviä, jotka tarkkailivat ihmisiä ja heidän alkoholikäytöstään. Tarkkailujärjestelmästä luovuttiin vuonna 1957, mutta viinakortti poistui lopullisesti vasta 1970-luvun lopussa. Vuonna 1969 keskiolut vapautettiin Alkoista tavallisiin kauppoihin. Tämän jälkeen vuosina 1970-1980 keskiolut hävisi ravintoloista kokonaan. 1980-luvun lopulla oluen suosio räjähti nousuun ja ravintoloiden listoillekin kohosi yhä useampia oluita. Oluen kokonaismyynin nousi yli kaksinkertaiseksi, joka aiheutti lisää alkoholista juontuvia sairauksia ja kuolemia. Tämän jälkeen alettiin jakaa anniskelulupia. (Yle 2015.)

### 3 Yrittäjäksi ryhtymisen keskeiset piirteet

Tämä luku sisältää opinnäytetyön teoreettisen pohjan eli yrittäjäksi ryhtymisen keskeiset piirteet. Luvussa käsitellään yritystoiminnan päätekijöitä sekä keskeisiä seikkoja, jotka liittyvät yrityksen perustamiseen. Lisäksi on myös osio, joka on ”liiketoimintana olut”. Tässä perehdytään oluen historiaan, myymiseen sekä erilaisiin oluttyyleihin. Tämä kappale antaa teoreettisen pohjan liiketoimintasuunnitelman muodostumiselle.

#### 3.1 Yritystoiminnan päätekijät

Yritystoiminta luokitellaan toiminnaksi, jossa yrittäjä ottaa riskejä saadakseen tulosta ja voittoa. Yrityksiä on monilla eri toimialoilla ja niiden koot vaihtelevat pienistä kansainvälisiin suuryrityksiin. Kaikilla yrityksillä on kuitenkin samanlainen toimintamalli. (Isokangas & Kinkki 2009, 35.)

Yrityksen toiminta lähtee liikkeelle asiakkaiden tarpeista. Toisin sanoen, jollain on joku tarve tietylle tuotteelle ja palvelulle, ja hän on valmis maksamaan siitä, että saa sen. Yritystoiminnassa on kolme olennaista asiaa, liikeidea, kannattavuus ja riskit. Omaeräisyys ja jäljittelemättömyys ovat menestyvän yrityksen toiminnan takana. (Isokangas & Kinkki 2009, 54.)

Yrittäjällä on oltava selkeä ajatus siitä, että mihin hän pyrkii yrityksen toiminnalla. Liikeidea vastaa kysymyksiin mitä, kenelle ja miten. Liikeideaan kuuluu myös yrityskuva eli imago, jonka avulla yritystä markkinoidaan kohderyhmälle. Vaikka yrityksen tarjoama palvelu tai tuote olisi loistava, sille täytyy löytyä myös kysyntää markkinoilla. Markkinointi on hyvä kohdentaa tietyille asiakasryhmälle, tällöin heidät on helpompi saavuttaa oikeiden markkinointikanavien kautta. Liikeideassa on myös tärkeää ottaa huomioon yrityksen toimintatavat eli kuinka yritys toimii saavuttaakseen tavoitteet sekä menestystekijät eli mitkä ovat ne tekijät, joilla yritys tulee menestymään. (Isokangas & Kinkki 2009, 55-56.)

Hyvän liikeidean lisäksi yrityksen on varmistettava kannattavuutensa. Ilman sitä yrityksen toiminta ei voi jatkua kovin pitkään. Yrityksen tuotoilla on saatava katettua kaikki kulut, mutta lisäksi yritystoiminnan lähtökohtana on saavuttaa voittoa. Yrityksen alkutaipaleella yritys harvemmin tuottaa voittoa, mutta se on otettava huomioon tehtäessä rahoitussuunnitelmaa. (Isokangas & Kinkki 2009, 58.)

Riskit ovat lisäksi olennainen osa yritystoimintaa. Ikinä yritys ei voi 100-prosenttisella varmuudella tietää, että yritystoiminta tulee olemaan kannattavaa. Yritys joutuu tekemään suuria päätöksiä esimerkiksi tuotemäärien hankkimisessa etukäteen, ilman tietoa niiden kaupaksi menemisestä. Yrityksen toimintaympäristö muuttuu jatkuvasti eri trendien ja taloustilanteen mukaan. Yrityksen kannattaa seurata toimintaympäristön ja trendien muutoksia ja yrittää ennakoida niitä. Riskeihin kuuluu myös vahinkoriskit. Ne ovat yllättäviä asioita, jotka voivat kohdentua toimintaan, henkilöstöön tai omaisuuteen. Näiden kaikkien riskien takia on ensisijaisen tärkeää hallita riskejä. On hyvä laatia suunnitelma tätä varten. Suunnitelmassa kartoitetaan mahdolliset riskitekijät ja mitkä ovat toimintatavat silloin, kun jotain tapahtuu. (Isokangas & Kinkki 2009, 59-60.)

### 3.2 Yrityksen perustaminen

Yrittäjäksi ryhtymiseen on monia eri syitä. Joku haluaa toteuttaa itseään, kehittää uutta tuotetta, kehittää ammattitaitoaan tai jollain voi olla tahto päästä parempaan työskentelyilma- piiriin. Myös työttömyys ja uhka siitä voivat olla syy ryhtyä yrittäjäksi. Yrittämisestä on eri muotoja. Ne voidaan luokitella seuraaviin: franchising, oman yrityksen luominen alusta lähtien, yrityksen ostaminen, konsultiksi ryhtyminen. (Isokangas & Kinkki 2009, 250.)

Yrittäjyyteen vaaditaan tiettyjä tarvittavia ominaisuuksia. Henkilöllä täytyy olla voimakas motivaatio, kunnianhimoa sekä alan osaamista. Tärkeää on myös koulutus ja kokemus, niin menestys on paremmin taattu. Yrittäjät voidaan luokitella kolmeen eri ryhmään. Näitä ovat käsityöläisyrittäjä, jolle keskeistä on hyvän tuotteen valmistus, klassinen yrittäjä, joka arvostaa voittoa ja toimeentuloa, sekä toimitusjohtajayrittäjä, jolle tärkeää on korkea asema ja status. (Isokangas & Kinkki 2009, 251.)

Yrittäjälle tarvittavien ominaisuuksien lisäksi tarvitaan hyvä ja kannattava liikeidea. Liikeidean pitää olla toteuttamiskelpoinen, jolla voidaan saada tulosta ja menestyä. Liikeidean täytyy olla myös kilpailukykyinen muihin samankaltaisiin verrattuna, jotta sillä on mahdollisuuksia markkinoilla. (Ahonen ym. 2009, 12.)

Yrityksen perustamisen kannalta olennaisena tekijänä on raha. Yrittäjä tarvitsee rahoituksen rahoittaakseen investoinnit sekä muut tarpeelliset asiat, kuten käyttöpääoman. Yrittäjälle on myös tärkeää hoitaa kunnolla suhteet sidosryhmiin, joiden avulla yritys saadaan toimimaan mallikkaasti. (Ahonen ym. 2009, 13.)

Kun edellä mainitut tekijät ovat kunnossa, yrittäjän on laadittava liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelma kattaa kaikki tiedot yrityksestä, sen tavoitteista, käynnistämisestä, jatkamisesta ja kehityksestä. Suunnitelmassa paneudutaan eri osatekijöihin, joilla voidaan hahmottaa eri toimintamalleja. Suunnitelma auttaa yrittäjää pohtimaan yrityksen osa-alueita, kuten tuotetta, palvelua, kilpailijoita, markkinointia ja rahoitusta. Lyhyesti sanottuna liiketoimintasuunnitelma on yrityksen vision kirjoittaminen käytännön muotoon. (Ahonen ym. 2009, 26.)

### 3.3 Liikeideana olut

Benjamin Franklin sanoi aikanaan: ”Olut on todiste siitä, että Jumala rakastaa meitä ja haluaa meidän olevan onnellisia.” Tämä kertoo tiivistettynä oluen suosiosta ihmisten keskuudessa kautta aikain. Oluen historia juontaa juurensa yli 5000 vuoden taakse Lähi-itään ja Egyptiin. Ei ole tarkkaa aikaa, milloin olut on ensimmäisen kerran kehitetty, mutta näiltä ajoilta on ensimmäiset todisteet. Jo siihen aikaan oli olemassa useita erilaisia oluita. Yksi esimerkki on sikaru, jota käytettiin lääkitsemisessä ja uskonnollisissa seremonioissa. Tähän aikaan olutta on valmistettu sen ravitsemuksellisten ominaisuuksien vuoksi, mutta sitä arvostettiin myös päihtymystarkoituksessa. Olutta alettiin valmistaa siksi, että ei ollut turvallista juoda kovin käsittelemätöntä likaista vettä. (Kenning & Jackson 2007, 7.)

#### *Oluen historia Suomessa*

Suomenkin oluthistoria on pitkä, yli 2000 vuoden ajan Suomessa on viljelty ohraa, jota käytetään oluen valmistamiseen. Kalevalassa on runo oluen syntymisestä, jonka alku menee: ”Oh-rasta oluen synty, humalasta julkijuoman, vaikk’ ei tuo ve’että synny eikä tuimatta tuletta.” Olut on jättänyt suuren merkityksen historiaan ja kulttuuriin. Suomessakin oluen juominen tunnettiin turvallisempänä vaihtoehtona kuin saastuneen juomaveden juominen. Ensimmäinen teollinen panimo oli Stora Bryggeriet, joka perustettiin vuonna 1756 Helsinkiin. Sinebrychoff on perustettu vuonna 1819, Hartwall vuonna 1836 ja Olvi vuonna 1878. Vuosina 1919-1932 alkoholin kieltolaki vaikutti suuresti oluen tuotantoon ja panimoiden määrään. Näistä vuosista eteenpäin panimoiden määrä on kasvanut Suomessa aina tähän päivään asti. Nykyään pienpanimot ovat saavuttaneet suuren suosion kuluttajien keskuudessa ja niitä on yhä enemmän. (Korpinen & Nikulainen 2014, 15-17.)

### *Oluen myynti*

Kauan aikaa sitten suurin osa panimoista oli todella pieniä panimoita, jotka valmistivat oluita ainoastaan yhdelle pubille tai ravintolalle. Näitä kutsutaan ”talon panimoiksi”. Näiden jälkeen tulivat oikeat pienpanimot. Ne myyvät tuotantoaan eri jälleenmyyjille, kuten pubeille ja ravintoloille. Oluen tuotanto tästä on kehittynyt eteenpäin sopimustuottajiin. He järjestävät rahoituksen, palkkaavat oikean henkilön eli konsultin ja valmistuttavat tämän avulla halua- maansa olutta tehtaassa. Tätä ei pidetä niin hyväksyttävänä tapana oman panimon omistaneiden keskuudessa, vaikka se on tuottanut muutamia hyviä oluita. Maailmalla on monia todella suuria valtakunnallisia panimoita, jotka jyräävät olutteollisuudessa. Heille pääpaino on perinteisissä oluissa, mutta viime vuosina he ovat alkaneet kehittää myös erikoisuuksia. Tämä on heille vaikeaa sen takia, koska valmistuserät ovat suuria eikä takuuta ole menekistä. Pienpanimoiden on helpompaa kehittää uusia erikoisuuksia, sillä valmistuserät ovat pieniä. (Jackson 1993, 8-9.)

### *Oluttyylit*

Oluet voidaan jakaa kahteen eri päätyyliin. Nämä kaksi ovat pintahiivaoluet sekä pohjahiivaoluet. Pintahiivaoluet sekä pohjahiivaoluet voidaan lisäksi jakaa useampaan eri alilajiin. Jokainen näistä olutlajeista on erimakuinen, erivärinen, erivahvuinen ja sopii erilaisiin tarkoituksiin. (Korpinen & Nikulainen 2014, 23.)

### *Pintahiivaoluet*

Pintahiivaoluet ovat iältään paljon vanhempia kuin pohjahiivaoluet. Aikoinaan pintahiivaoluet olivat eniten suosiossa koko maailmassa. Nykyään ne eivät ole enää niin suosittuja, sillä globaali oluttuotanto on jyrännyt ne. Viime aikoina pienpanimobuumi on lisääntynyt ja kasvatta-

nut suosiotaan asiakkaiden keskuudessa. Pintahiivaoluet voidaan jakaa eri alaryhmiin perustuen niiden maantieteelliseen sijaintiin. Nämä alaryhmät ovat brittiläiset, amerikkalaiset ja saksalaiset pintahiivaoluet, belgialaiset pintahiivaoluet, portterit, stoutit sekä vehnäoluet. (Korpinen & Nikulainen 2014, 23.)

Brittiläiset, amerikkalaiset ja saksalaiset pintahiivaoluet voidaan myös jaotella omiin oluttyyleihin. Tunnetuin ja yleisin brittiläinen oluttyyli on bitter ale. Bitterin hallitsevin elementti maun ja tuoksun puolesta on karvaus. Sen väri vaihtelee kullasta kuparinruskeaan ja vahvuus on yleensä hieman alle tai hieman yli 5 %. Bitter ale voidaan luokitella myös eri ryhmiin. Näitä ovat miedoin eli ordinary bitter, keskivahva eli best bitter ja vahvin eli premium bitter. Ne ovat muuten samanlaisia, mutta vahvuus vaihtelee niiden välillä. (Korpinen & Nikulainen 2014, 23.)

Bitter on myydyin ale-tyylinen olut Englannissa. Se on parhaimmillaan silloin, kun se on juuri pumpattu tynnyristä ja sitä nautitaan hyvässä seurassa. Miedoin bitter on paras vaihtoehto seurustelujuomaksi. (Jackson 1993, 73.)

Toinen tunnettu brittiläinen oluttyyli on klassinen pale ale. Sen väri vaihtelee myös kullasta kuparinruskeaan, aivan kuten bitter ale. Bitter alella ja pale alella ei ole kovin suuria eroavaisuuksia. Sen ero on enimmäkseen nimi, joka juontaa siitä, onko bitter pullotettua vai ei. English pale ale on taas amerikkalaisten keksimä termi pale alelle. Sillä he erottavat oluen omasta American pale alesta. Ero näiden kahden oluen välillä on se, että American pale ale ei ole yhtä maltainen kuin English pale ale. Lisäksi kyseinen olut on humaloitu amerikkalaisilla humalalajikkeilla. American pale alet ovat vahvuudeltaan 4,5-5,5 % välillä ja niiden väri on pääosin vaalea meripihka. Jos amerikkalainen pale ale on tummempaa, maltaisempaa ja miedompaa, niin sitä kutsutaan nimellä amber ale.

Muita tunnettuja ale-oluita on golden ale ja blond ale. Niiden nimi tulee siitä, että ne ovat vaaleita tai kullankeltaisia. Ne ovat yleisimpiä Britteinsaarilla sekä Pohjois-Amerikassa. Vahvuudeltaan ne ovat 4-5 %. Yksi suosituimpia brittiläisiä oluttyylejä on mild ale. Sen väri vaihtelee tummanruskeasta mustaan ja maultaan se on maltainen ja paahtunut. Vahvuudeltaan olut on 3-4 %. Lisäksi on olemassa brown ale, jonka maku on pähkinämäinen tai toffeemainen ja väri vaihtelee punaruskean eri sävyissä. Old ale on vahva ale-olut ja pitkään ikäännytetty. Se on tumma ja maltainen ja vahvuudeltaan 6-9 %. Muita vahvoja ale-oluita on English strong ale sekä Barley wine. English strong ale on pitkään kypsytetty ja vahvuus on 5,5-9 %. Väri on meripihkan ja tummanpunaruskean välimaastossa ja maku on makean maltainen. Osittain maussa voi huomata viinimäisiä vivahteita. Barley wine on vahvuudeltaan 9 % ylöspäin ja sen väri vaihtelee kuparista tummanpunaruskeaan. Maultaan Barley wine on täyteläinen, makean maltainen ja hedelmäinen. Nämä kyseiset vahvat oluet sopivat loistavasti talvisiksi kausioluiksi.

Tästä syystä johtuen niillä on myös toinen nimitys, winter warmer. (Korpinen & Nikulainen 2014, 24-25.)

Yksi brittiläinen oluttyyli on Indian pale ale. Se juontaa nimensä siitä, kun 1700-luvun lopussa brittiläistä alea haluttiin kuljettaa Intiaan brittiläisten asukkaiden iloksi. Olut valmistettiin vahvemmaksi, jotta se säilyisi pitkän merimatkan ajan. Indian pale ale on suosittua amerikkalaisissa pienpanimoissa. Ne ovat vahvuudeltaan 6-7 % ja maultaan kukkaisia, sitrushedelmäisiä ja mäntyisiä. (Korpinen & Nikulainen 2014, 25.)

Muita brittiläisiä pintahiivaoluita ovat Irish ale ja Scotch ale. Irish alet ovat väriltään punertavia ja rungoltaan kevyitä. Maku on hieman karamellimainen. Scotch alet ovat makean maltaisia, pähkinämäisiä sekä karamellimaisia. Skotlannissa valmistetut kyseiset oluet ovat hieman miedompia, kuin Amerikassa valmistetut 7 % Scotch alet.

Saksalaisia pintahiivaoluita ovat Kölsch ja Alt. Kölsch on peräisin Kölnin alueelta Saksasta. Se on väriltään kultainen ja maultaan hedelmäinen ja suhteellisen voimakkaasti humaloitu. Maku muistuttaa hieman saksalaista pohjahiivaolutta eli lageria. Alt on valmistettu Dusseldorfien alueella. Se on maltainen, punaruskea, hedelmäinen ja voimakkaasti humaloitu. Vahvuudeltaan se on lähellä 5 %. (Korpinen & Nikulainen 2014, 26.)

Belgialaistyyppisiä pintahiivaoluita ovat Belgialainen ale, luostarioluet, Saison, Biere de garde sekä Sour ale. Belgialainen ale on yleinen nimitys pintahiivaoluelle, joka on valmistettu Belgiassa. Niiden väri vaihtelee vaaleasta tummaan ja suodatetusta suodattamattomaan. Yhteinen piirre belgialejen välillä on mausteisuus, hedelmäisyys ja hiivaisuus. Tummemmat belgialeet ovat erityisesti makeita ja miedosti humaloituja. Vahvemmat belgialeet eli yli 7 % voivat olla nimeltään Belgian strong ale. (Korpinen & Nikulainen 2014, 26-27.) Yksi tunnetuimpia, suosituimpia ja rakkaimpia belgialeja varsinkin belgialaisten keskuudessa on De Koninck. Se on peräisin vuodelta 1833. Parhaimmillaan De Koninck on tynnyrioluena, jonka ansiosta lasiin muodostuu muhkea vaahto. Väri on ruosteenkarvainen ja se on pehmeää ja helposti juotavaa. Maku on kevyesti paahdetun maltainen ja mausteisen hedelmäinen. (Jackson 1993, 117.)

Luostarioluet, toiselta nimeltään abbey beer tai abbey ale, on belgialainen ale, jonka nimi juontaa juurensa aikaan, kun oluita valmistettiin vuosisatoja sitten luostareissa. Yksi tunnetuimmista luostarioluista on trappistioluet. Luostarioluet voidaan jakaa alaryhmiin niiden tyylin ja vahvuuden mukaan. Tumma ja makea ale, jonka vahvuus on 6,5 % - 8,0 %, on nimeltään dubbel tai abbey dubbel. Tätä olutta vaaleampi, kuivempi ja vahvempi, on nimeltään tripel tai abbey tripel. Quadrupel on näitä kahta olutta vieläkin vahvempi ja runsasmakuisempi. Vahvuus voi olla peräti 10 % tai enemmänkin. Enkel on kaikista miedoin luostariolut. (Korpinen & Nikulainen 2014, 27.)

Saisonit kuuluvat myös belgialaisiin oluisiin. Niiden nimi tulee sijainnin sekä valmistusajan kohdan mukaan. Ne ovat peräisin Belgian ranskankielisestä eteläosasta ja ne valmistettiin ennen kesää sen takia, koska kesällä kuumuus esti niiden valmistamisen. Saisonit ovat luonteeltaan hedelmäisiä ja mausteisia sekä vaaleita. Vahvuus on välillä 5-7 %. Biere de garde on sukua saisonille. Sen nimi tulee siitä, että sitä säilöttiin kesän yli. Biere de garde on vahvaa 6-8 %, mutta karamellimaista olutta ja sen väri on vaalea tai puolittumma. (Korpinen & Nikulainen 2014, 27.)

Sour ale on viimeinen belgialaistyyppisistä oluista. Sen nimi tulee sen maun ja ominaisuuksien mukaan. Makua ja tuoksua yhdistää kirpeä happamuus. Happamuus syntyy käymisen jälkeen lisätyistä maitohappobakteereista tai villihiivoista. Sour ale on runsaan maltainen ja hedelmäinen. Sen alta löytyy myös kaksi alalajia, jotka ovat ruskea ja punainen flaamilainen hapan ale. (Korpinen & Nikulainen 2014, 28.)

Muita tunnettuja pintahiivaoluita ovat portterit ja stoutit sekä vehnäoluet. Portterit ovat brittiläinen oluttyyli, jonka nimi on todennäköisesti peräisin lontoolaisista tavarankantajista. Portterien väri on tummanpunaruskean ja mustan välimaastossa. Ne ovat keskitäyteläisiä ja kevyen paahtuneen makuisia. Alkoholiprosentti vaihtelee niissä, mutta vahvimmat portterit eli imperial porter ovat vahvuudeltaan yli 7 %. Stoutit ovat vahvoja oluita ja viittaavat vahvoin porttereihin. Ne eroavat toisistaan siten, että stoutiin käytetään paahtuneempia maltoita. Ne ovat myös väriltään tummempia ja niiden mausta ja tuoksusta erottaa selkeämmin paahtuneisuuden kuin portterissa. Stoutit voidaan jakaa useampiin alalajeihin. Ne ovat dry stoutit eli miedot ja kevyet 4-5 & oluet, esim. tunnettu Guinness, sweet stoutit eli makeammat ja pehmeämmät ja 4-6 % oluet. Lisäksi on olemassa foreign stout, joka on vahvuudeltaan 6-8 % ja maultaan makeampi ja runsasmakuisempi. Vahvin portterien ja stoutien olut on imperial stout tai toiselta nimeltään imperial Russian stout. Nämä oluet ovat erittäin täyteläisiä ja tummia, mausta voi löytää piirteitä kahvista, paahtuneisuudesta, suklaasta ja jopa viinistä. Nämä ovat vahvuudeltaan yleensä yli 8 %.

Vehnäoluet ovat myös yksi maailmalla suosittu oluttyyli. Sen valmistuksessa käytetään puolet vehnää ja puolet ohraa. Oluen väri voi olla vaalean ja tummanruskean välillä. Vahvuus on 5,0-5,5 %. Vehnäoluita on muutama alalaji, jotka ovat hefeweizen, kristallweizen, dunkelweizen, weizenbock, berliner weisse, witbier sekä vehnäale. Näiden oluiden ominaisuudet ja maut vaihtelevat jonkin verran, mutta yleisin ja tunnettu ominaisuus vehnäoluissa on sen banaanimaisuus, neilikkamaisuus sekä pippurisuus. Myös hiilihappoisuus ja melko runsas vaahtoaminen ovat yleinen tekijä. Esimerkiksi eroavaisuuksia löytyy dunkelweizenista, joka on karamellimaisempi ja suklaamaisempi, berliner weissesta, joka on kirpeän hapan sekä witbierista,

joka on maustettu usein curacao-appelsiinin kuorella ja korianterilla tai pomeranssinkuorella ja paratiisihedelmän siemenillä. (Korpinen & Nikulainen 2014, 30.)

### *Pohjahiivaoluet*

Pohjahiivaoluet ovat toinen päätyyli oluissa. Nekin voidaan lajitella muutamaan eri alalajiin. Ensimmäinen on vaalea lager. Vaalea lager on yksi eniten valmistettu olut nykypäivänä maailmassa. Sitä löytyy kaikkien ravintoloiden sekä kauppojen valikoimista. Sen väri voi vaihdella lähes värittömästä syväkullankeltaiseen. Maku on useimmiten kevyt ja mieto. Vaalean lagerin vahvuus vaihtelee 4-6 % välillä, mutta miedompiakin versioita löytyy. Runsaampi vaalea lager on nimeltään premium lager. Ne ovat täysmallasoluita sekä tummempia väriltään. Näitä vahvemmat ja alkoholimaisemmat lagerit ovat nimeltään malt liquor ja strong pale lager. Saksan Dortmundissa valmistettuja vaaleita lagereita kutsutaan nimellä dortmunder, dortmunder export ja Baijerissa valmistettua vaaleaa lageria kutsutaan nimellä helles. Kyseiset oluet ovat väriltään kullankeltaisia ja vahvuudeltaan 5-6 %. Spezial on Baijerissa valmistettua 5,5-6,0 % vahvaa lageria. Baijerin alueella tavallista voimakkaammin humaloidut lagerit ovat kellerbierit. (Korpinen & Nikulainen 2014, 31.)

Toinen tunnettu pohjahiivaolut maailmalla on pilsner. Ne ovat tavallaan vaaleita lagereita, mutta eroavat voimakkaasti humaloidun ominaisuutensa vuoksi. Tsekkiläiset pilsnerit ovat runsaan maltaisia, melko voimakkaasti humaloituja ja syväkullankeltaisia. Saksalaiset pilsnerit ovat kevytrunkoisempia, kuivempia ja vaaleampia.

Lisäksi on olemassa puolittumia lagereita sekä tummia lagereita. Ne ovat väriltään tummempia ja niitä yhdistää maun pohjalta karamellimainen makeus ja lievä paahtuneisuus. Makuvi-vahteina voi löytyä myös suklaamaisuutta ja pähkinäisyyttä. Savuoluet ovat myös yksi oluttyyli. Ne ovat tummahkoja ja niiden nimi tulee savuisesta mausta. Bockit ovat maltaisia sekä vahvoja lagereita. Nekin voidaan jakaa useampaan alalajiin, jotka ovat vaaleat täyteläiset heller bockit, kevätkaudella tarjottavat vaaleat maibockit, talvikauteen kuuluvat karamellimaisen ja makean maltaiset dunkler bockit, erityisen vahvat tummat ja karamellimaisen luumumaiset doppelbockit sekä ensin jäädytetyt ja sitten sulatetut eisbockit. (Korpinen & Nikulainen 2014, 32-33.)

Muita pohjahiivaoluita on höyryolut. Se on valmistettu korkeamassa lämpötilassa. Se on väriltään meripihkainen ja siinä yhdistyy alen hedelmäisyys ja lagerin pyöreä maltaisuus. Muita erikoisia oluita maailmalla on lambic ja sahti. Lambic on belgialainen erikoisuus, joka valmistetaan panimon ilmassa leijuvien bakteerien ja villihiivojen avustuksella. Lambicin maku vaihtelee sen iän ja sekoittamisen mukaan. Täysin sekoittamaton lambic voi olla vaalea, kuiva ja kirpeän hapan, jossa ei ole yhtään hiilihappoja. Parin vuoden ikäiset lambicit, joita on sekoi-

tettu, ovat hiilihappoisempia ja monimuotoisempia, nimeltään gueuze tai geuze. Lambiciin voidaan lisätä erilaisia hedelmiä tai marjoja, jolloin niiden maku muuttuu. Perinteisesti lambic, johon on lisätty vadelmaa, on framboise ja lambic, johon on lisätty kirsikoita, on kriek. Nykyään lambiciin lisätään monia erilaisia hedelmiä tai marjoja ja ne ovat sen ansiosta myös makeampia kuin tavalliset lambicit. Lambiciin voidaan lisätä myös sokeria, jolloin sen nimi on faro. Toinen erikoinen olut on sahti. Sahti käytetään lehtihivalla ja viljoina on ohraa ja ruista, vaihtelevasti kauraa tai vehnää. Kataja on yleisin mauste sahdissa. (Korpinen & Nikulainen 2014, 33-34.)

#### 4 Liiketoimintasuunnitelman suunnitteluprosessi

Tässä luvussa kuvataan, miten liiketoimintasuunnitelma on toteutettu alusta loppuun asti. Luvussa käsitellään lähtötilanne eli kuinka idea on syntynyt ja miten ideaa on lähetty toteuttamaan eteenpäin käytännön tasolla. Tämän jälkeen kuvataan myös suunnitteluvaihe eli kuinka liiketoimintasuunnitelma suunniteltiin tarkalleen ja millaisia menetelmiä käytettiin suunnittelun toteuttamiseksi. Luku sisältää myös oman kappaleen liiketoimintasuunnitelman sisällöstä tiivistettynä. Lopuksi on arviointiosuus, jossa on asiantuntija-arviot kahdelta eri yrittäjältä sekä oma arviointi työn onnistumisesta.

##### 4.1 Lähtötilanne

Liikeidea syntyi omista kiinnostuksen kohteista sekä opiskelusta että työkokemuksesta ravintola-alalla. Olut eri tyylessään on kasvattanut paljon suosiotaan kuluttajissa ja asiakkaat ovat yhä laatutietoisempia ja kiinnostuneempia erilaisista oluttyyleistä. Lisäksi liikeideaan sisältyy suurelta osin viihdepuoli, jota ei ole vielä löytynyt muista Helsingin alueen ravintoloista, joten tästä johtuen päätös oli yhdistää nämä kaksi ideaa ja luoda mielenkiintoinen ja toimiva palvelukonsepti sekä laatia realistinen liiketoimintasuunnitelma.

Työn tekemistä varten opiskeltiin paljon ravintola-alasta sekä sen keskeisistä piirteistä. Lisäksi käytettiin hyödyksi paljon internetiä sekä sosiaalista mediaa, sillä ne ovat tänä päivänä suuri tekijä ajankohtaisen tiedon etsinnässä sekä yritysten markkinoinnissa. Internetistä löytää paljon ajankohtaista tietoa erilaisista ravintoloista, artikkeleita uusista ravintoloista ja trendeistä sekä muutoksista, joita ravintola-alalla tapahtuu. Sosiaalinen media antaa taas oivan lähteen tutkia kuluttajien kiinnostuksen kohteita sekä arvosteluja erilaisista ravintoloista.

Kiertely pidemmällä aikavälillä erilaisissa anniskeluravintoloissa Helsingin eri alueilla on antanut paljon lisätietoa eri alueiden ja eri ravintoloiden palveluista, tuotteista sekä asiakaskun-

nasta. Tämän jälkeen pystyttiin rakentamaan selkeä suunnitelma ravintolan sijainnista, sen tarjoamista palveluista sekä asiakaskunnasta.

Työtä varten opiskeltiin lisäksi yrittäjyyttä, ravintolan perustamista sekä liiketoimintasuunnitelman laatimista eri kirjallisista ja sähköisistä lähteistä. Tiedon keruu näistä aiheista sekä niiden ymmärtäminen ovat erittäin tärkeää, jotta voi lähteä laatimaan liiketoimintasuunnitelmaa yrityksestä. Teoreettinen pohja antoi hyvät valmiudet lähteä suunnittelemaan työn sisältöä objektiivisesti ja realistisesti.

#### 4.2 Suunnitteluvaihe

Liiketoimintasuunnitelman laatimista varten on käytetty eri menetelmiä, jotta työstä saatiin selkeä sekä realistinen suunnitelma olutravintolan perustamiselle. Menetelmät opettivat paljon ravintola-alasta sekä sen toimintaympäristöstä. Menetelminä on käytetty havainnointia sekä päiväkirjaa.

Havainnointi toteutettiin tutustumalla eri juomaravintoloihin Helsingin eri alueilla. Havainnoinnin tarkoituksena oli selvittää toimivaa sijaintia yritykselle sekä kartoittaa asiakkaan näkökulmasta, millainen olutravintola on viihtyisä, menestyvä ja kaikin puolin toimiva. Havainnoinnin avulla saatiin tutkittua ravintoloiden tuote- ja viihdetarjontaa sekä millaisia asiakkaita olutravintoloissa käy ja mitkä ovat heidän kiinnostuksen kohteita. Havainnointi antoi paljon näkemystä ja osviittaa ravintolan liiketoiminnan suunnitteluun.

Päiväkirja oli sitä varten, jotta pystyttiin seuraamaan ravintola-alan tapahtumia joka päivä ja saamaan selville millaisia muutoksia ja trendejä ravintoloissa on. Päiväkirjassa keskityttiin yleisesti ravintola-alaan sekä olutravintoloihin Helsingissä. Tätä varten keräiltiin eri lehtiä, joissa oli artikkeleita alasta sekä seurattiin sosiaalista mediaa ja internetin eri sivustoja.

Havainnoinnin sekä päiväkirjan kirjoittamisen avulla saatiin laadittua selkeä suunnitelma ravintolan tarjoamista tuotteista, palveluista, sijainnista ja asiakaskunnasta. Näiden pohjalta laadittiin SWOT-analyysi, joka kartoittaa ravintolan vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. SWOT-analyysi antaa liiketoimintasuunnitelman laatijalle objektiivisemmän näkökulman sekä realisoi tekijälle liiketoimintasuunnitelman sisältöä. Lisäksi työhön laadittiin laskelma ensimmäisen vuoden tulosbudjetista, jonka pohjalta nähdään, kuinka paljon ravintolan tarvitsee tuottaa, jotta toiminta on kannattavaa. Työssä on myös laadittu laskelma pääoman tarpeesta ravintolan perustamiseen ja suunnitelma rahoituksen hankkimisesta. Työtä varten on opiskeltu lisäksi ravintola-alaan liittyvistä luvista sekä säännöksistä ja niistä on laadittu tekijälle lista, jotta kaikki pykälät lakia huomioiden on otettu huomioon.

#### 4.3 Liiketoimintasuunnitelman sisältö

Liiketoimintasuunnitelma sisältää tarkat tiedot olutravintolan liikeideasta ja kaikista yksityiskohdista, jotka liittyvät kyseisen ravintolan perustamiseen. Liiketoimintasuunnitelman sisällysluettelo löytyy liitteistä (Liite 1). Liiketoimintasuunnitelmassa käydään läpi omat valmiuteni yrittäjäksi. Sen avulla pystyn oppimaan omista vahvuksistani ja heikkouksistani ja tarkastelemaan onko minulla tarvittavia ominaisuuksia yrittäjäksi ryhtymiseen. Seuraavaksi suunnitelmassa kerrotaan lyhyesti ja ytimekkäästi liikeidea eli mitä palvelua tarjotaan, kenelle ja missä sekä mitkä ovat ne tärkeät kilpailutekijät. Tämän jälkeen on strategiset ratkaisut ja tavoitteet. Näihin sisältyy toiminta-ajatus, arvot, visio, strategiat ja tavoitteet. Näiden avulla konkretisoidaan tarkemmin yrityksen liikeidea ja sen tarkoitusta sekä päämäärää.

Liiketoimintasuunnitelma sisältää kilpailija-analyysin. On tärkeää tuntea kilpailijansa, jotka sijaitsevat samalla alueella kuin oma ravintola. On tiedettävä heidän tuotteista ja palveluista sekä millaiset vahvuudet ja heikkoudet heillä on. Näin pystytään kilpailemaan heidän kanssaan ja pohtimaan omia kilpailukeinoja, joilla varmistetaan omalaatuisuus sekä menestyminen.

Seuraava osio liiketoimintasuunnitelmassa on kohderyhmä/asiakaskunta. Tämä osio käy läpi tulevaa asiakaskuntaa, heidän ominaisuuksiaan sekä ostotottumuksiaan. Tämä on hyödyllinen osio, sillä sen perusteella pystyy perehtymään asiakaskuntaan ja myös tarkemmin heidän kiinnostuksensa kohteisiin ja tarjoamaan heitä miellyttävää palvelua sekä tuotteita. Kohderyhmän määrittäminen vaikuttaa myös yrityksen sijainnin valitsemiseen.

Liiketoimintasuunnitelma sisältää yrityksen sijainnin ja perustelut tähän. Ravintolan tiloista on kerrottu myös tarkemmin ottaen huomioon kaikki seikat asiakaspaikkojen määrästä lähtien. Sisustus on suunniteltu myös valmiiksi.

Seuraavaksi liiketoimintasuunnitelmassa käsitellään tuotevalikoima suhteellisen yksityiskohteisesti. Hinnoittelu on myös laadittu etukäteen valmiiksi tuotteille. Suunnitelma sisältää tarakan selosteen viihdepuolesta sekä palveluista, joita ravintolalla on tarjota.

Suunnitelma sisältää tiedon tarvittavista työntekijöistä sekä millaisia ominaisuuksia heiltä vaaditaan. Ravintolan aukiolojen mukaan on laskettu tarvittava määrä työntekijöitä sekä työvuorot on suunniteltu valmiiksi. Tämän ansiosta pystytään laatimaan budjettilaskelmia.

Yksi tärkeä asia liiketoimintasuunnitelmassa on markkinointisuunnitelma. Se kattaa tiedon siitä, kuinka markkinointi toteutetaan kyseiselle yritykselle ja mitkä ovat ne tärkeimmät väylät markkinoinnin toimivuuteen.

Lisäksi suunnitelma sisältää laskelmat ja tarkat arviot rahoituksen tarpeesta ja suunnitelmat niiden hankkimiseen. Laskelmat on laadittu pääoman tarpeeseen, jonka avulla rahoituksen suunnittelu onnistui. Laskelmiin on laadittu myös ensimmäisen vuoden tulosbudjetti. Sen avulla näkee, paljon yritys tuottaa tulosta vuoden aikana. Tämän avulla näkee myös yritystoiminnan kannattavuuden.

Suunnitelmassa on laadittu SWOT-analyysi tarkastelemaan lähemmin yrityksen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Tämän lisäksi on luoteltu, mitä vakuutuksia ja lupia yrityksen tarvitsee hankkia, jotta yritys saa toimiluvan markkinoilla.

#### 4.4 Arviointi

Ensimmäinen arviointi on kauneudenhoitoalanyrittäjältä, joka pyörittää omaa kauneudenhoitosalonkia. Hän kirjoitti työn olevan erittäin analysoiva ja hyvin perehtyneesti toteutettu liiketoimintasuunnitelma. Hänen mielestään opinnäytetyön tekijä on valveutunut ja motivoitunut työtä kohtaan. Liikeidea sisältöineen hän piti mielenkiintoisena. Kritiikkiä tuli myös työstä. Hänen mielestä työssä oli hieman toistoa eri osa-alueissa. Lisäksi hän suositteli kiinnittämään huomiota vakuutusasioihin eri kohteet huomioon ottaen. Toinen mainittava seikka oli, että kirjanpidosta ei ollut erikseen tarkennusta.

Toinen työn arvioija on kirjanpitäjäyrittäjä, jolla on oma tilitoimisto. Hänen mielestään liiketoimintasuunnitelma olutravintolasta on hyvä, siinä on otettu riittävästi huomioon ravintolan sijainti, asiakasryhmät sekä viihtyvyys. Rahoituksen suunnittelussa on monipuolisesti selvitetty eri vaihtoehtoja. Budjetin suunnittelussa on luotettu myynnin kasvuun ehkä liikaa kesän aikana. Hän on myös ehdottanut toista yritysmuotoa, sillä jos myynti kasvaa oletettua enemmän, verotus kiristyy. Lisäksi hän mainitsee, että suunnitelmassa ei ole otettu huomioon tuloveron vaikutusta.

Minun mielestäni olen tehnyt työn hyvin ja onnistunut laatimaan pätevän liiketoimintasuunnitelman. Olen perehtynyt kattavasti matkailu- ja ravintola-alaan sekä yrittäjyyteen teoreettisesta näkökulmasta. Olen lisäksi perehtynyt paljon yrityksen liikeideaan eli olueen ja oppinut siitä rutkasti eri asioita. Näiden tietojen pohjalta olen saanut laadittua toimivan ja onnistuneen liiketoimintasuunnitelman olutravintolalle. Työssä on kuitenkin muutamia miinuspuolia, jotka joudun mainitsemaan. Kaikkia asioita en voinut täysin selkeästi käydä läpi, sillä ravintolaa ei vielä ole olemassa. Olen myös samaa mieltä toisten arvioijien kanssa, että työstä puuttuu pari olennaista asiaa, jotka on edellä mainittu. Kuitenkin pääpiirteittäin työ sisältää kaiken tarpeellisen tiedon ja kaikki tarvittavat asiat on otettu perehtyneesti huomioon. Olen iloinen ja tyytyväinen suorituksestani, sillä prosessi sekä lopputulos ovat onnistuneet.

## 5 Johtopäätökset ja yhteenveto

Opinnäytetyön tarkoitus oli laatia toimiva ja realistinen liiketoimintasuunnitelma, jota voi käyttää myöhemmin perustaessa kyseistä ravintolaa. Tavoitteina oli laatia käytännöllinen, toimiva ja selkeä liiketoimintasuunnitelma, joka toimii rakenteellisesti hyvin, on johdonmukainen sekä selkeästi jäsennelty, jotta lukijan on helppo seurata raportin etenemistä. Toinen tavoite oli oppia kaikki oleelliset ja tärkeimmät asiat ravintolan perustamiseen liittyen. Kolmas tavoite oli pysyä itselle laaditussa aikataulussa.

Työssä on lähestulkoon onnistuttu tavoitteissa. On laadittu selkeästi jäsennelty liiketoimintasuunnitelma, joka toimii rakenteellisesti hyvin sekä on johdonmukainen. Lisäksi on opittu kaikki oleellisimmat ja tärkeimmät asiat ravintolan perustamiseen liittyen. Havainnoitiin, kuinka paljon on yksityiskohtaisia asioita, joihin täytyy kiinnittää huomiota. Tämä jopa yllätti suuresti, vaikka tiedossa oli, että ravintolan perustaminen ei ole mikään helppo juttu. Kolmas tavoite ei täysin onnistunut. Suunnitelmissa oli työn valmiiksi saaminen kevään aikana, mutta työn tekeminen venyi pidemmälle. Tämä johtui erinäisistä seikoista, mutta valmistui kumminakin ajallaan niin, ettei vaikuttanut valmistumiseen määrääjassa.

Opinnäytetyö on luotettava, sillä se on ymmärrettävä, selkeä ja läpinäkyvä. Toisien sanoen toisen henkilön on mahdollista seurata jäljeltä ja toteuttaa samankaltainen prosessi. Lisäksi työn on arvioinut kaksi asiantuntevaa yrittäjää, jotka antoivat niin positiivista että negatiivista palautetta, joka luo luotettavuutta. Työstä on paljon hyötyä itselleni, sillä tulevaisuudessa voin perustaa kyseisen yrityksen markkinoille. Muutamiin asioihin joudun vielä kiinnittämään tarkemmin huomiota, jotta liiketoimintasuunnitelma olisi täydellinen rahoitusta hakiessa. Muuten kaikin puolin työ on onnistunut tavoitteissaan ja tarkoituksessaan. Lisäksi työn tekijä on onnistunut osoittamaan, että on oppinut koulutusohjelmaltaan kaiken olennaisen ja on valmis hyödyntämään sitä työelämässään.

## Lähteet

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2009. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restamark.

Isokangas, J. & Kinkki, S. 2009. Yrityksen perustoiminnot: Basic Business Operations. Helsinki: WSOY.

Jackson, M. 1993. Olutkirja. Jokaisen oluenystävän käsikirja. Gummerus Kustannus.

Kenning, D. & Jackson, R. 2007. Olutmaailma: yli 350 perinteistä olutmerkkiä. Parragon Books.

Korpinen, S. & Nikulainen, H. 2014. Suomalaiset pienpanimot. Saarijärvi: Kirjakaari.

## Sähköiset lähteet

Firmaxi 2015. Ravintola-alan opas. Viitattu 5.6.2015.  
<http://www.firmaxi.kokkola.fi/doc/ravintolaopas.pdf>

Mara 2015. Matkailu- ja ravintola-ala lyhyesti. Viitattu 5.6.2015.  
<http://mara.fi/matkailu-ja-ravintola-ala-lyhyesti/>

Mara 2015. Yrityksen perustaminen 2015. Viitattu 5.6.2015.  
<http://www.mara.fi/ext/cms3/attachments/yrityksen-perustaminen-2015.pdf>

Yle 2015. Aikamatka arkeen: Alkoholinkäyttö. Viitattu 5.6.2015.  
<http://oppiminen.yle.fi/historia-suomi/arjen-historiaa/aikamatka-arkeen-alkoholinkaytto>

## Liitteet

Liite 1 Liiketoimintasuunnitelman sisällysluettelo .....	25
--	----

Liite 1 Liiketoimintasuunnitelman sisällysluettelo

1	Omat valmiudet yrittäjyyteen .....	<b>Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.</b>
2	Liikeidea .....	6
3	Strategiset ratkaisut ja tavoitteet .....	7
	3.1 Toiminta-ajatus.....	7
	3.2 Arvot.....	7
	3.3 Visio .....	7
	3.4 Strategiat .....	8
	3.5 Tavoitteet .....	8
4	Kilpailijat .....	9
5	Kohderyhmä/Asiakaskunta .....	10
6	Yrityksen sijainti ja toimitilat .....	11
7	Tuotevalikoima .....	13
8	Hinnoittelu .....	14
9	Viihdepuoli / palvelu .....	14
10	Henkilöstö .....	15
11	Yritysmuoto .....	16
12	Rahoitus.....	16
13	Markkinointi.....	17
14	SWOT-analyysi .....	18
15	Budjetti ja laskelmat .....	19
	15.1 Pääoman tarve.....	19
	15.2 Ensimmäisen vuoden tulosbudjetti.....	21
16	Yritystoiminnan aloittaminen .....	24
	Lähteet .....	26
	Kuvat .....	28
	Kuviot .....	29
	Taulukot .....	30
	Liitteet.....	31