



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Juhlapalvelun liiketoimintasuunnitelma

Tavia, Virve

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Juhlapalvelun liiketoimintasuunnitelma

Virve Tavia
Palvelujen tuottamisen ja johtami-
sen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2011

Tavia, Virve

Juhlapalvelun liiketoimintasuunnitelma

Vuosi 2011 Sivumäärä 37

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa toimiva liiketoimintasuunnitelma uudelle juhlapalvelulle, joka aloittaa toimintansa jo olemassa olevan ravintola Wanhan Makasiinin yhteydessä Lappeenrannassa. Opinnäytetyön tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle kattava kuva siitä, mitä toimenpiteitä palvelun tuottamisen aloittaminen vaatii ja millainen on alueen juhlapalveluiden markkina- ja kilpailutilanne.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsiteltäviä keskeisiä asioita ovat liiketoimintasuunnitelma ja sen osat, juhlapalvelu käsitteenä ja juhlapalvelun toiminta tilaisuuden suunnittelun ja toteutuksen osalta sekä kilpailija-analyysin teko. Teoriaosassa on käytetty apuna liiketoimintasuunnitelmasta, liiketoiminnasta sekä yrityksen perustamisesta kertovia teoksia ja valmiita liiketoimintasuunnitelmia. Lisäksi lähteinä on käytetty juhlapalveluista ja hotelli- ja ravintola-alan perusteista kertovaa kirjallisuutta.

Opinnäytetyön empiirisen osan aineisto on peräisin pääosin toimeksiantajan haastatteluista, jotka toteutettiin teemahaastatteluina. Tarkoituksena oli saada selville toimeksiantajan ajatukset perustettavasta liiketoiminnasta sekä arvot ja visiot. Tutkijan tehtävänä oli suunnitella strategiat ja vaadittavat toimenpiteet liiketoiminnan aloittamiselle sekä ottaa selvää alueen muista toimijoista.

Opinnäytetyön tuloksena on liiketoimintasuunnitelma perustettavalle juhlapalveluyritykselle ja kilpailija-analyysi alueella jo toimivista yrityksistä, joiden oletetaan kilpailevan samoista asiakkaista perustettavan yrityksen kanssa. Opinnäytetyö tulee toimimaan toimeksiantajan apuvälineenä uutta liiketoimintaa perustettaessa. Opinnäytetyön juhlapalvelutoimintaa käsittelevä osuus ja liitteet luovat pohjaa juhlapalvelun käytännön toteutukseen ja toimivan palvelun tuottamiseen.

Tavia, Virve

Business plan for catering service

Year	2011	Pages	37
------	------	-------	----

The aim of this thesis was to create an operational business plan to a new catering service that will start functioning at the premises of the already existing restaurant Wanha Makasiini in Lappeenranta. The goal of the thesis was to produce, at the request of Wanha Makasiini, a full scale picture of all actions that the new service requires. In addition, the aim was to survey the market and competing situation of the local catering services.

The main issues presented in the theoretical part of the study are the making of the business plan and determining its different parts as well as discovering the concept of catering services. Also the analysis of the actions related to planning and organizing the actual event and competition is an essential part of the thesis. The theoretical part is based on different already existing business plans as well as on literature covering business, business plans and establishing enterprises. In addition to that, literature on catering and basics of hotel and restaurant business were used as sources.

The empirical part of the study is mainly based on interviews with restaurant manager. These interviews were organized as theme interviews. The purpose was to discover the ideas, visions and values Wanha Makasiini has in terms of the business to be established. The task of the interviewer was to plan the strategies and measures that are needed in order to be able to start this business. In addition, one of the tasks was to clarify the amount of other operators functioning in the same field.

The outcome of this thesis is a business plan created for a new catering service and a competition analysis of the already functioning catering companies in the area that are considered to compete for the same clients with the company that is to be established. This study will serve as a guide for Wanha Makasiini when establishing the new company. The section of the thesis that considers the catering services creates a foundation for the practical realization of the catering service and for the production of a functional service.

Key words business plan, catering service, competitor analysis

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Opinnäytetyön taustaa.....	6
1.2	Pääongelma ja alaongelmat	6
1.3	Aikaisemmat opinnäytetyöt.....	7
2	Ravintola Wanha Makasiini ja J3 Ravintolat Oy	8
3	Liiketoimintasuunnitelma ja sen osat	10
3.1	Lähtökohtatilanne	10
3.2	Yritysidean esittely.....	11
3.3	Toimintaympäristöanalyysi.....	11
3.4	Yrityksen keskeiset valinnat ja kilpailukeinot	12
3.5	Yrityksen resurssit	13
3.6	Liiketoimintasuunnitelman riskien arviointi	13
4	Juhlapalvelu, tilaisuuden suunnittelu ja toteutus.....	14
5	Kilpailija-analyysi	16
6	Empiirisen aineiston hankinta ja analysointi	17
7	Lappeenrannan alueen kilpailija-analyysi.....	18
8	Ravintola Wanhan Makasiinin juhlapalvelun liiketoimintasuunnitelma	19
8.1	Lähtökohtatilanne	19
8.2	Yritysidean esittely.....	20
8.3	Toimintaympäristöanalyysi.....	22
8.4	Keskeiset valinnat	23
8.5	Resurssit.....	24
8.6	Liiketoimintasuunnitelman riskit	25
9	Yhteenveto ja johtopäätökset	26
10	Pohdinta	28
	Lähteet	29
	Kuvat ja kuviot	31
	Taulukot	31
	Liitteet.....	32

1 Johdanto

Tässä luvussa kerrotaan opinnäytetyön taustoista ja esitellään sen pää- ja alaongelmat. Lisäksi listataan tämän opinnäytetyön aiheeseen liittyviä aiemmin tehtyjä opinnäytetöitä ja tutustutaan opinnäytetyön toimeksiantajaan, ravintola Wanhaan Makasiiniin ja sen taustalla toimivaan J3 Ravintolat Oy:öön.

1.1 Opinnäytetyön taustaa

Tämän opinnäytetyön aiheena on liiketoimintasuunnitelman laatiminen catering-palvelulle, joka perustetaan ravintola Wanhan Makasiinin yhteyteen, ja joka ainakin alkuun operoi ravintola Wanhan Makasiinin tiloista käsin. Tavoitteena on perustaa juhlapalvelu, jonka huoleksi asiakas voi jättää juhliensa toteuttamisen kokonaisuudessaan. Opinnäytetyö perehtyy joihinkin liiketoimintasuunnitelman osiin tarkemmin kuin toisiin toimeksiantajan tarpeiden mukaan. Toimeksiantaja toivoi tietoa muun muassa alueen kilpailutilanteesta, jolloin voidaan päättää, missä mittakaavassa toimintaa ryhdytään toteuttamaan. Lisäksi toimeksiantajan toiveena oli alueen vuokrattavien juhlatilojen kartoittaminen, koska ravintola Wanha Makasiini halutaan pitää normaalisti auki.

Aihe on minulle mieleinen ja kiinnostava, sillä olen työskennellyt juhlapalveluyrityksessä pääkaupunkiseudulla. Juhlapalveluyrityksessä työskentely on rankkaa, mutta palkitsevaa ja vaihtelevaa. Lisäksi liiketoimintasuunnitelman teko ja yrityksen perustamiseen perehtyminen ovat hyvä lopetus restonomiopinnoille, sillä tulevaisuudessa on mahdollista, että olen itse oma työnantajani.

Yrittäjillä ei ole kokemusta juhlapalvelutoiminnasta, joten opinnäytetyö toimii heille hyvänä pohjana toiminnan aloittamiselle. Lisäksi liiketoimintasuunnitelmaa voidaan käyttää toiminnan kehittämisen apuvälineenä tulevaisuudessa, kunhan sitä jaksetaan tarpeen vaatiessa päivittää.

1.2 Pääongelma ja alaongelmat

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitä ravintola Wanhan Makasiinin toiminnan laajentaminen catering-palveluihin vaatii, ja onko se kannattavaa nykyisessä markkina- ja kilpailutilanteessa. Valmis opinnäytetyö toimii liiketoimintasuunnitelmana uudelle palvelulle.

Tämän opinnäytetyön pääongelmana on, millainen on juhlapalvelun liiketoimintasuunnitelma, jonka avulla toimeksiantaja voisi laajentaa nykyistä liiketoimintaansa.

Opinnäytetyön teoriaosan alaongelmat ovat seuraavat:

- Millainen on liiketoimintasuunnitelma? (Luku 3)
- Mikä on juhlapalvelu? (Luku 4)
- Miten tehdään kilpailija-analyysi? (Luku 5)

Opinnäytetyön empiirisen osan alaongelmat ovat seuraavat:

- Millainen on alueen juhlapalveluiden markkina- ja kilpailijatilanne? (Luku 7)
- Mitä toimia ja investointeja juhlapalvelujen tuottamisen aloittaminen vaatii ravintola Wanhalta Makasiinilta? (Luku 8)

1.3 Aikaisemmat opinnäytetyöt

Opinnäytetöinä on tehty viime vuosina paljon erilaisten ravintola-alan yritysten liiketoimintasuunnitelmia. Alla olevassa taulukossa on listattu muutamia niistä sekä muita tämän opinnäytetyön aihetta sivuavia opinnäytetöitä.

Tekijän nimi ja vuosi	Opinnäytetyön nimi
Vikman, Minja. 2009	Liiketoimintasuunnitelma kesäravintolalle
Lehtonen, Niko. 2009	Liiketoimintasuunnitelma perustettavalle lounas- ja juhlapalveluravintolalle
Rajala, Jutta & Salmi, Jussi. 2009	Liiketoimintasuunnitelman laatiminen uudelle ravintola-alan yritykselle
Toivanen, Minna. 2007	Hyvä liiketoimintasuunnitelma
Kytölä, Terhi. 2009	Yrityksen liiketoimintasuunnitelma: Case: Nelli-min Ruokapalvelut
Crockatt, Elsa & Hyökki, Sini. 2010	Liiketoimintasuunnitelman laatiminen kestävän kehityksen arvoja noudattavalle kahvila-ravintolalle
Kuusela, Tomi. 2010	Liiketoimintasuunnitelma: Perustettava Ravintola Oy
Ryynänen, Minna. 2009	Kahvilan liiketoimintasuunnitelma: yrityksen perustaminen ravintola-alalle
Kovanen, Marjo. 2009	Ravintola Makunautinnon liiketoimintasuunnitelma
Pietiläinen, Sini. 2010	Yrityksen perustaminen ravitsemisalalle
Riikonen, Helena. 2010	Catering-palvelun kehittäminen ravintola Huilin toimintaan
Hannula, Piia-Marika. 2009	Catering-palvelun tuotteistaminen yritysmarkki-

	noille: Case
Koivula, Jaakko. 2009	Pitopalvelutoiminnan ongelma-alueiden kartoitus
Tiusanen, Anu. 2009	Pitopalvelun tuotteistaminen ja markkinointi, case: Cafe Charlotta

Taulukko 1: Aikaisemmat opinnäytetyöt

Opinnäytetöinä on tehty paljon liiketoimintasuunnitelmia niin ravintoloille kuin muillekin yrityksille. Catering-palveluille liiketoimintasuunnitelmia ei kuitenkaan ole juuri tehty. Helena Riikosen opinnäytetyö (2010) ”Catering-palvelun kehittäminen ravintola Huilin toimintaan” käsittelee samaa aihetta erilaisesta näkökulmasta. Tämä opinnäytetyö palvelee nimenomaan toimeksiantajan tarpeita ja analysoi Lappeenrannan alueen kilpailutilannetta juhlapalvelujen näkökulmasta.

2 Ravintola Wanha Makasiini ja J3 Ravintolat Oy

Ravintola Wanha Makasiini (Kuva 1) on toukokuussa 2009 Lappeenrannan satamaan avattu à la carte-ravintola.



Kuva 1: Ravintola Wanhan Makasiinin logo

Ravintola sijaitsee historiallisen linnoituksen kupeessa osoitteessa Satamatie 4 - nimensä mukaisesti punatiilisessä vanhassa makasiinirakennuksessa. Makasiinirakennuksen tarina alkaa jo 1910-luvulta, jolloin se toimi sepän pajana. Vuosien saatossa rakennuksessa on ollut monenlaista toimintaa, kunnes 1980-luvulla se remontoitiin ravintolakäyttöön.

Ravintolassa on kaksi erillistä salia (Kuva 2), kaksi kabinettiä sekä kesäaikaan ahkerassa käytössä oleva terassi. Kabinetteja ja rakennuksen takaosassa sijaitsevaa Ankkuri-salia voi varata yksityiskäyttöön.



Kuva 2: Ravintolan pääsali

Wanha Makasiini tarjoaa asiakkailleen lämminhenkisen tunnelman, makuelämyksiä ja ystävällistä palvelua. Keittiössä kokit taikovat kaikki annokset alusta asti itse ja tarvittavat raaka-aineet pyritään mahdollisuuksien mukaan hankkimaan lähialueen tuottajilta. Ravintoloitsijoiden omistautuminen asialleen ja paikan mahtava yhteishenki takaavat asiakkaille unohtumattomia palveluelämyksiä - henkilökunnasta näkee, että se viihtyy työssään. Wanha Makasiini pystyy tarjoamaan asiakkailleen räätälöityjä palveluja, ja ravintolan viinikabinetissa (Kuva 3) onkin järjestetty muun muassa viininmaistajaisia.

Lappeenrannan on vilkas kesäkaupunki, ja kesäkuukaudet ovatkin ravintolan sesonkiaikaa. Kesällä ravintola on auki kello 11-23 päivittäin. Sesongin ulkopuolella ravintola on auki arki-iltoisin ja viikonloppuisin pidempään.



Kuva 3: Ravintolan viinikabinetti

Ravintola Wanhan Makasiinin taustalla on kolmen yrittäjän yhteinen J3 Ravintolat Oy. Yrittäjistä kaksi työskentelevät ravintolassa keittiömestarina ja ravintolapäällikkönä. Jokaisen omistajan vahvuudet ovat ravintolayrittäjyyden kannalta eri osa-alueilla. Tarkemmat esittelyt yrittäjistä löytyy liiketoimintasuunnitelmasta.

3 Liiketoimintasuunnitelma ja sen osat

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen, koko yritystoiminnan kattava esitys. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen vaatii yrittäjältä yksityiskohtaista perehtymistä kaikkiin liiketoiminnan osa-alueisiin, kuten lähtökohtien ja markkinoiden arviointiin, talouslaskentaan sekä riskien ja mahdollisuuksien analysointiin. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on, että aloittava yrittäjä joutuu ajattelemaan yritystoimintaansa kokonaisuutena, jossa kaikki toiminnot vaikuttavat kaikkeen. Toimintojen on tuettava toinen toistaan ja niiden on oltava yhdensuuntaiset. (Ruuska, Karjalainen & Johnsson 2001, 4-5.)

Liiketoimintasuunnitelman malleja on monenlaisia, joista yrittäjän on valittava itseään parhaiten palveleva malli. Ahonen, Koskinen ja Romero (2009, 35) ovat kirjassaan Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen tehneet liiketoimintasuunnitelman mallin juuri ravintolayrityksen tarpeisiin. Koska tämä opinnäytetyö ei tähtää täysin uuden yrityksen perustamiseen, vaan jo olemassa olevan laajentamiseen, olen valinnut tarkastelun kohteeksi hieinan erilaisen liiketoimintasuunnitelman mallin.

3.1 Lähtökohtatilanne

Liiketoimintasuunnitelman alussa kerrotaan yritystoiminnan perustamisen taustoista ja motiiveista. Tässä kohdassa kerrotaan, mitkä ovat toiminnan lähtökohdat ja miksi yritys perustetaan. Myös yrityksen toimeenpanijat kannattaa esitellä suunnitelman alussa. Toimeenpanijoita ovat kaikki yrityksen perustamisessa konkreettisesti mukana olevat henkilöt tai tahot. (Ahonen ym. 2009, 46.)

Toimeenpanijoiden perustietojen lisäksi liiketoimintasuunnitelman alkuun on hyvä kirjata toimeenpanijoiden voimavarat eli vahvuudet. Vahvuuksien kirjaaminen auttaa hahmottamaan myös mahdolliset puutteet liiketoiminnan eri osa-alueilla. Parhaassa tapauksessa toimeenpanijoiden voimavarat tasapainottavat toinen toisiaan. Toimeenpanijoiden voimavarat voidaan jakaa henkisiin (esimerkiksi ammattitaito, motivaatio, talousosaaminen), taloudellisiin (varat, velat, vakuudet), fyysisiin (kiinteistöt, kalusto, patentit) ja sosiaalisiin (suhdeverkosto, yhteistyökumppanit) voimavaroihin.

3.2 Yritysidean esittely

Toiminta-ajatus määrittää liiketoiminnan perussuunnan ja sille rakentuvat liiketoiminnan suunnitelmat ja tavoitteet. Toiminta-ajatus kertoo, mitä varten yritys on markkinoilla. Liikeidea tarkoittaa sen, kuinka toiminta-ajatusta toteuttamalla saadaan aikaan kannattavaa toimintaa - mitä, miten, kenelle ja millä imagolla. Liikeidea on konkreettinen kuvaus yrityksen keinoista menestyä ja tehdä tulosta valitulla toiminta-alueella. Parhaimmillaan liikeidea on jotain vain tälle yritykselle ominaista, ainutlaatuisen ylivoimaista osaamista (Ahonen ym. 2009, 25).

Yrityksen arvot ovat ne eettiset periaatteet, jotka johdattavat yritystä kohti visiotaan (Ahonen ym. 2009, 24). Arvot kuvaavat sitä, mikä on oikein ja mikä väärin ohjaten yrityksen kaikkea päätöksentekoa sekä toimintatapoja ja -malleja. Arvot voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoiisiin arvoihin riippuen siitä, kohdistuvatko ne yrityksen henkilöstöön vai asiakkaisiin. Visio on näkemys yrityksen tulevaisuudesta, mihin kaikki suunnitelmat tähtäävät. Visio vastaa kysymykseen ”millaiseksi haluamme tulla”. Visio kertoo siitä, missä toivottavasti ollaan tietyssä ajankohdassa tulevaisuudessa (Ahonen ym. 2009, 24).

Yrityksen tavoitteet ovat välietappeja matkalla kohti vision toteutumista. Strategiset valinnat ohjaavat tavoitteiden saavuttamista. (Ahonen ym. 2009, 25.) Tavoitteiden toteutumiseksi asetetaan yleensä aikarajat, jolloin yritystoiminnan kehitystä on helpompi seurata. Strategiat ovat yritystoiminnan työkaluja, joiden avulla linjataan toimintasuunnitelmat vision saavuttamiseksi. Niiden avulla määritellään keinot, joilla kilpailijat voitetaan. Strategiset valinnat ovat yrityksen toimintaa kuvaavia linjavetoja, jotka tehdään aluksi periaatetasolla ja sisällytetään sitten kaikkeen toimintaan. Strategiset valinnat koskevat liiketoiminnan eri osa-alueita kuten asiakkaita, markkinointia, hinnoittelua ja henkilöstöä.

3.3 Toimintaympäristöanalyysi

Toimintaympäristön analysointi pitää sisällään alueen markkinoiden, kilpailijoiden ja potentiaalisten asiakkaiden kartoituksen. Näiden kolmen osa-alueen analysointi antaa yrittäjälle tietoa omasta toimialastaan ja markkinatilanteesta valitulla alueella. Kilpailija-analyysi on käsitelty tarkemmin opinnäytetyön luvussa 5.

Markkinatiedon hankkiminen on yritykselle hyvin tärkeää, sillä toimiala elää jatkuvassa muutoksessa. Alueen markkinoiden tunteminen antaa yritykselle hyödyllistä tietoa liiketoiminnan suunnitteluun ja tulevaisuuden toimien arvioimiseen. Ahosen ym. (2009, 48) mukaan markkina-analyyseissä tarkastellaan riittävän kattavasti ravintola-alan keskeisiä tunnuslukuja, jolloin saadaan yleiskuva markkinoiden tilasta ja tulevaisuuden näkymistä. Kokonaismarkkinoiden

kautta nähdään yrityksen, sen tuotteiden ja tuotemerkin asema tärkeimpiin kilpailijoiden ja heidän tuotteisiinsa ja merkkeihinsä verrattuna (Lotti 2001, 49).

Jo yritystoimintaa aloittaessa ja liikeideaa hioessa on hyvä määritellä ne asiakkaat ja asiakasryhmät, jotka halutaan tavoittaa. Asiakasryhmällä tarkoitetaan yksittäisiä asiakkaita, joilla on samantyyppiset tarpeet ja jotka ostavat samankaltaisia tuotteita ja palveluja. On tärkeää tietää, minkä tyyppisestä asiakasryhmästä on kyse, kun tarjotaan tuotteita ja palveluja. (Koppinen, Kumpulainen, Lehto, Manninen, Mustonen, Niskanen, Pettilä, Salmi & Viitala 2002, 278.) Esimerkiksi yksityisasiakkaat käyttävät palveluja yleensä vapaa-ajallaan ja maksavat omalla rahalla. He haluavat usein neuvotella tarkemmin yksityiskohdista, ja ovat tarkempia kustannuksista kuin yritysasiakkaat.

3.4 Yrityksen keskeiset valinnat ja kilpailukeinot

Tässä alaluvussa kuvataan muun muassa, mitä tuotteita ja palveluita yritys tarjoaa asiakkailleen ja mihin hintaan. Yrityksen tuotepalvelupaketti pitää sisällään juoma-/ruokatuotteen, palvelutuotteen, muut mahdolliset tuotteet ja hinnoittelun. Tuotepalvelupaketin koostumus ja sen osien merkitys vaihtelevat liikeidean mukaan (Ahonen ym. 2009, 68). Liiketoimintasuunnitelmaan eritellään ja kuvataan lyhyesti merkittävimpien tuotteiden sisällöt.

Oikeanlainen hinnoittelu on yksi yritystoiminnan vaikeimmista tehtävistä. Hinnan on oltava sellainen, että asiakkaat ovat valmiita ostamaan tuotteita pyydetyllä hinnalla ja samalla yrittäjän on pärjättävä saamallaan voitolla. Hyvän hinnoittelun perustana on, että molemmat osapuolet ovat tyytyväisiä päätökseen. (Raatikainen 2006, 87.) Juhlapalveluyrityksen hinnoittelussa ehkä suurimpana haasteena on tilaisuuden suunnitteluun ja toteutukseen käytetyn työn hinnoittelu. Tilaisuuden aikana tehdyt työtunnit ovat vain pieni osa tilaisuuden vaatimasta työpanoksesta. Myös muut hinnoitteluun liittyvät asiat, kuten alennus- ja tarjouspolitiikka, kanta-asiakashinnoittelu, hinnoittelu kilpailuetuna ja hintojen kehitys kannattaa kirjata liiketoimintasuunnitelmaan.

Uuden yrityksen on tärkeää tehdä itsensä tunnetuksi halutun asiakaskunnan keskuudessa. Markkinointia, sen kanavia ja budjettia on tärkeää pohtia jo liiketoimintaa aloitettaessa. Hyvä markkinointisuunnitelma on yksinkertainen, joustava ja ennen kaikkea toteutettavissa. Markkinointiviestintää ovat suhdetoiminta eli PR (Public Relations), mainonta, myynninedistäminen ja varsinainen myyntityö. Suhdetoiminnalla pyritään vaikuttamaan eri sidosryhmien asenteisiin ja mielipiteisiin yrityksestä. Mainonnalla tuodaan yritys kohdeasiakkaiden tietoisuuteen. Myynninedistämistä ovat muun muassa koulutus, erilaiset kannustusjärjestelmät, alennukset ja sponsorointi - tavoitteena lisämyynti, tuotetuntemuksen lisääminen ja asiakaskunnan laajentaminen. Tällä kaikella pyritään onnistuneeseen myyntityöhön, joka ravintola-alalla

on tiiviisti liitoksissa asiakaspalveluun. Henkilöstön ammattitaito ja innostuneisuus ovat merkittäviä tekijöitä hyvän asiakaspalvelutilanteen toteutumisessa.

Vaikka sijainti on ravintola-alan yrityksille usein tärkeä kilpailuvaltti, puhuttaessa juhlapalvelusta sillä ei ole suurta merkitystä. Juhlapalvelussa ajatuksena on joka tapauksessa viedä palvelu muualle - joko asiakkaan omiin tiloihin tai vuokrattuun tilaan. Keskeinen sijainti kohdeasiakkaisiin nähden lyhentää kuitenkin kuljetusmatkoja ja siten vaikuttaa muun muassa hinnoitteluun ja aikatauluihin.

3.5 Yrityksen resurssit

Yrityksen resursseja ovat esimerkiksi pääoma, laitteet ja henkilöstö. Liiketoimintaa aloitettaessa ongelmana on usein rahoituksen puute. Yritystoiminnan alkuvaiheessa, ennen kuin se vielä tuottaa mitään, on yksinomaan menoja. Alussa tarvitaan pääomaa - siis rahaa - jotta toiminta olisi mahdollista. (Ahonen ym. 2009, 104.) Liiketoimintasuunnitelmaan sisällytetään suunnittelulaskelmat, joissa yrityksen liikeidea puetaan numeroiksi sekä pääoman tarve, joka voidaan jakaa investointeihin (liiketila, yritystoiminta, kalusto) ja käyttöpääomaan (perustamiskulut, markkinointi, palkat). Lisäksi liiketoimintasuunnitelman tähän osaan on hyvä laskea myynti- ja tulosenusteet, suunnitella mahdollisten lainojen takaisinmaksu sekä laatia talouden seurantasuunnitelma.

Palveluyritykselle henkilöstö on tärkeä voimavara ja samalla kilpailukeino. Pääoma ja laitteet ovat kaikkien saatavilla, joten palvelun laatu ja ammattitaito voivat olla ratkaisevia tekijöitä asiakkaan päätöksenteossa. Henkilöstön merkitys näkyy myös siinä, että henkilöstökulujen merkitys juhlapalveluyrityksen kannattavuusrakenteessa on suuri. Kulujen kokonaismäärä riippuu ratkaisevasti henkilöstön käytön tehokkuudesta. Jotta toiminta olisi tehokasta, on tehtävien työtuntien määrän vastattava mahdollisimman hyvin tarvetta eli myynnin määrää. (Määttä, Nuutila & Saranpää 2004, 223.) Liiketoimintasuunnitelmaan on hyvä sisällyttää henkilöstön osalta ainakin organisaation kuvaus, miehityssuunnitelma ja henkilöstökulut sekä suunnitelmat henkilöstön koulutuksesta ja seurannasta. Ahosen ym. (2009, 98) liiketoimintasuunnitelman mallissa on tässä osiossa kerrottu myös yrityksen sidosryhmistä ja niiden vaikutuksesta yrityksen toimintaan.

3.6 Liiketoimintasuunnitelman riskien arviointi

Yritystoimintaan kuuluu aina riskejä. Riski on epäsuotuisaksi koetun tapahtuman mahdollisuus, johon liittyy usein taloudellisia menetyksiä (Ahonen ym. 2009, 114). Riskit tulee arvioida mahdollisimman tarkasti ja objektiivisesti, jotta niiden ennaltaehkäiseminen ja tarvittaessa korjaaminen on realistista. Liiketoiminnan arvioitavia riskejä ovat liikeriskit ja vahinkoriskit.

Liikeriskit voidaan jakaa kahdenlaisiin: markkinariskeihin, jotka johtuvat usein markkinatilanteen muuttumisesta, ja rahoitusriskeihin, jotka liittyvät yritykseen sijoitettuun ja siinä pyöritettävään pääomaan. Vahinkoriskit eroavat liikeriskistä siinä, että ne kohdistuvat yleensä tiettyyn kohteeseen eivätkä yrityksen koko liiketoimintaan (Ahonen ym. 2009, 114). Vahinkoriskit kohdistuvat henkilöstöön, toimintaan tai omaisuuteen.

Kun riskit on tunnistettu ja arvioitu, selvitetään miten riskejä on mahdollista hallita. Yrityksen toimintaa suunnitellaan ja ohjataan siten, että riskien toteutuminen on mahdollisimman epätodennäköistä tai ainakin mahdollisimman vähän taloudellista tappiota tuottavaa. Toimenpiteet ja vastuut kirjataan liiketoimintasuunnitelmaan.

Riskien arvioinnin jälkeen voidaan tehdä SWOT-analyysi, jonka avulla voidaan tarkastella tehtyä liiketoiminnan suunnitelmaa kokonaisuudessaan. Se auttaa jäsentämään toimintaa ja vähentämään riskejä, jotka väistämättä kuuluvat yritystoiminnan luonteeseen. Analyysi on kaiken edellä tehdyn kriittinen arvio. (Ahonen ym. 2009, 118.)

4 Juhlapalvelu, tilaisuuden suunnittelu ja toteutus

Opetushallituksen määritelmän mukaan catering- eli suurtalous- ja ruokapalvelualalla tuotetaan ruokapalveluja kodin ulkopuolella tapahtuvaa päivittäistä ruokailua sekä edustus- ja tilaustarjoilua varten (Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL 2008, 6). Catering-alalla tarkoitetaan siis kaikkea ateriapalvelua, vaikka Suomessa termi yleensä yhdistetään nimenomaan juhla- tai pitopalvelutoimintaan.

Pitopalvelu-nimitystä on Suomessa yleisesti käytetty palvelutoiminnasta, jossa on kysymys lähinnä kodin juhlien järjestämisestä kotona tai muissa tiloissa (Määttä ym. 2004, 8). Juhlapalvelulla tarkoitetaan yleensä laajempaa tilaustarjoilua, jossa yritys tarjoaa asiakkailleen palveluita juhlien järjestämisessä ja organisoinnissa. Juhlapalveluyritys järjestää juhlataivasta alusta loppuun asti, jolloin asiakkaalle myydään samalla lisää vapaa-aikaa. Ruokien ja juoman lisäksi juhlapalvelu vastaa yleensä vähintään juhlatilan somistuksesta, mutta tarvittaessa myös esiintyjistä, tilan vuokraamisesta ja muustakin kuin tarjoiluhenkilökunnasta. Kaiken suunnittelun perustana ja toteutuksen lähtökohtana ovat asiakkaan toiveet, budjetti ja juhlapalvelutilan mahdollisuudet ja rajoitukset. Juhlapalvelujen suunnitteleminen ja toteuttaminen vaatii mielikuvitusta ja elämyksellisyyttä, mutta myös erittäin paljon vankkaa ammattitaitoa ja tietoa raaka-aineista, omavalvonnasta ja hygieniasta, kannattavuudesta ja ruoanvalmistuksen sekä tarjoilun perusteista. (Koppinen ym. 2002, 298.)

Tilaisuuden suunnitteleminen alkaa poikkeuksetta asiakkaan lähettämästä tarjouspyynnöstä. On paljon asiakkaita, jotka ottavat tarjouksia monilta eri yrityksiltä ja valitsevat niistä joko laadukkaimman tai edullisimman. Kokenut juhlapalveluiden myyjä pystyy erottamaan nämä

hintaseuraajat selvistä potentiaalisista asiakkaista. (Määttä ym. 2004, 12.) Heitä varten kannattaa olla valmiina muutama valmiiksi hinnoiteltu menuehdotelma, jossa kuitenkin mainitaan, että tilaisuus halutaan räätälöidä asiakkaan toiveiden mukaan. Näin kallista työaikaa ei kulu jokaiseen tarjouspyyntöön vastaamiseen kohtuuttomasti, mutta kaikki asiakkaat tulee palveltua.

Perusteellinen suunnittelu on tilaisuuden toimivuuden kannalta erittäin tärkeää. Esimerkiksi juhlapaikkaan kannattaa tutustua jo ennen varsinaisen suunnittelun aloittamista ikävien yllätysten välttämiseksi. Kaikkialla ei välttämättä ole edes vesipistettä. Kun asiakkaan kanssa on sovittu tilaisuuden yksityiskohdista, voidaan hänellä lähettää lopullinen tarjouskirje, mikäli ensimmäiseen tarjoukseen on toivottu muutoksia. Tarjouksesta on käytävä ilmi ainakin seuraavat asiat:

- juhlapalveluyrityksen yhteystiedot
- asiakkaan yhteystiedot ja viittaus asiakkaan yhteydenottoon
- tilaisuuden luonne, ajankohta ja paikka
- esitys tilaisuuden kulusta, mikäli juhlapalvelun järjestettäväksi on jätetty muutakin kuin tarjoilu ja somistus
- ehdotus tai ehdotukset tarjoilusta hintoineen
- hinnat (tarjoilut annoksittain tai kaikkineen sekä kulut henkilökunnasta, mahdollisesti erikseen veloittavista astioista tai liinoista, esiintyjistä, kuljetuksista jne.) ja maksuehdot
- tilauksen ja vierasmäärän vahvistamisen päivämäärä

Kun asiakas on hyväksynyt tarjouksen, lähetetään hänelle vielä tilausvahvistus, jossa käy ilmi kaikki sovitut asiat. Tilausvahvistuksen pohjalta tehdään tilaisuudesta tilausmääräys eli orderi. Tilausmääräyksestä henkilökunnan on helppo tarkistaa sovitut asiat ja aikataulut. Orderin pohjalta tehdään työsuunnitelma, jotta kaikki on valmista ajoissa ja tilaisuus sujuu jouhevasti alusta loppuun asti. Työsuunnitelmaa tehdessä mietitään valmiiksi viimeisetkin yksityiskohdat, kuten kattauksessa käytettävät astiat, sekä tilataan tarjottavien ruokien raaka-aineet, juomat, somistukseen tarvittavat materiaalit sekä mahdollisesti alihankkijoilta tarvittavat tuotteet (astiat, liinavaatteet). Tarjottavien esivalmistus, valmistus ja kuljetus suunnitellaan juhlapaikan ja menun mukaan. On otettava huomioon juhlapaikan takatilojen koko, keittiön varustelu tai sen puute sekä kylmäsäilytystilojen määrä. Ruokatuotannon suunnittelu ja seuranta ovat tärkeitä asiakkaiden odotukset täyttävien ruokapalvelujen toteuttamisessa sekä laadun että kannattavuuden näkökulmasta. Ruokatuotannon eri vaiheita koskeva suunnittelu minimoi mahdollisia toteuttamiseen liittyviä ongelmia ja epäonnistumisia. (Määttä ym. 2004, 61.) Elintarvikelainsäädännön vaatimukset ja ruoan turvallisuus on aina otettava huomi-

oon. Alkoholilainsäädäntö koskee myös pitopalveluyrityksiä, ja siihen on hyvä tutustua perusteellisesti (Liite 1).

Juhlapalvelutilaisuuden tarjoilu on suunniteltava hyvissä ajoin, jotta voidaan arvioida, kuinka monta työntekijää tarvitaan, sekä kalusteiden ja rekvisiitan määrä. Jos juhlapaikalla ei ole tarvittavia astioita, laseja, ruokailuvälineitä tai pöytäliinoja, otetaan nämä juhlapalveluyrityksen omista varastoista mukaan tai tilataan vuokraamoista (Määttä ym. 2004, 106). Tilaisuudessa tarvittavien astioiden ynnä muiden pakkaamista helpottaa niin sanottu roudauslista (Liite 2), johon on helppo tilausmääräystä tehdessä merkitä kaikki tarpeellinen.

Kun tilaisuus on hyvin suunniteltu, juhlapaikkaan on tutustuttu etukäteen ja aikataulussa on tarpeeksi joustovaraa, pitäisi itse toteutuksen paikan päällä sujua kohtuullisen vaivattomasti. Mahdollisia ongelmakohtia on hyvä miettiä etukäteen ja mikäli ongelmia ilmenee, ne pyritään hoitamaan mahdollisimman huomaamattomasti ja niistä otetaan opiksi. Haasteellisia tilanteita voivat olla esimerkiksi vieraiden liian aikainen saapuminen, aikataulu- tai henkilömäärän muutokset sekä ennalta ilmoittamattomat erikoisruokavaliot.

Juhlapaikalta lähdetään sopimuksen mukaan joko siinä vaiheessa, kun asiakas ei enää koe tarvitsevansa henkilökuntaa tai viimeisenä loppusiivouksen jälkeen. Juhlapaikka jätetään siihen kuntoon, missä se on saapua paikalle ollut, ellei vuokratilan ehdoissa nimenomaan mainita siivouksen kuuluvan hintaan. Juhlapalveluyritys vie mukanaan kaiken, minkä on paikalle tuonutkin, ja siivoaa omat jälkensä - sekä tarvittaessa myös asiakkaan jäljet. Tilaisuuden jälkeen asiakasta laskutetaan ennalta sovittujen ehtojen mukaisesti ja pyydetään palaute tilaisuudesta.

5 Kilpailija-analyysi

Uuden yrityksen on tärkeää tietää, millaisessa ympäristössä ja markkinatilanteessa se toimii. Kilpailutilanteen ja kilpailijoiden tunteminen on yksi tärkeimmistä asioista uudelle yritykselle, sillä se on oleellinen osa liiketoimintaympäristöä. Kilpailija-analyysi antaa yritykselle tärkeää tietoa alueen ja toimialan kilpailutilanteesta, ja mahdollisuuden arvioida kilpailijoiden tulevia toimia. Kilpailija-analyysin tehtävänä on selvittää samoilla markkinoilla toimivien kilpailijoiden asema, vahvuudet ja heikkoudet (Ahonen ym. 2009, 152). Kilpailija-analyysi tehdään aina osaksi uuden yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa. Tässä opinnäytetyössä kilpailija-analyysia tarkastellaan hieman tarkemmin, joten se on erotettu liiketoimintasuunnitelmasta.

Kilpailija-analyysissä voidaan tarpeesta riippuen vertailla erilaisia asioita. Tarkkaa ja syvällistä tietoa haluttaessa pyritään selvittämään yrityksen asiat mahdollisimman tarkkaan, esimerkiksi taloustiedot viimeisiltä vuosilta ja toiminnan kehitys. Tietoa kilpailija-analyysia varten yrityksestä riippuen saadaan muun muassa tilinpäätöksistä, itse havainnoimalla ja Internetis-

tä. Analyysi voidaan myös suorittaa vertailemalla vain fyysisiä ominaisuuksia. Täytyy kuitenkin muistaa, että arviointi perustuu aina tekijänsä omaan subjektiiviseen kokemukseen. Arvio tehdään mahdollisimman neutraalisti ja totuudenmukaisesti (Ahonen ym. 2009, 66).

Kattavan kilpailija-analyysin tekemisen helpottamiseksi on kehitetty erilaisia työkaluja ja malleja. Niistä kenties tunnetuin on Michael Porterin vuonna 1987 kehittämä malli, joka on toiminut pohjana muille kilpailija-analyysimalleille. Porterin analyysimalli perustuu kilpailijan tämän hetkiseen strategiaan, valmiuksiin, tuleviin päämääriin ja oletuksiin, joiden pohjalta luodaan kilpailijalle reaktioprofiili. Reaktioprofiili auttaa ymmärtämään ja ennustamaan kilpailijan toimintaa ja toimia. Porterin malli toimii pohjana useille muille käytetyimmille analyysimalleille.

6 Empiirisen aineiston hankinta ja analysointi

Empiirinen aineisto tähän opinnäytetyöhön on hankittu liiketoimintasuunnitelman osalta haastattelemalla opinnäytetyön toimeksiantajaa. Haastattelut ovat olleet erittäin vapaamuotoisia, ja niissä on keskusteltu aiheesta liiketoimintasuunnitelman teoriarunkoa apuna käyttäen. Tavoitteena oli saada mahdollisimman kattava kuva toimeksiantajan ajatuksista uutta palvelua ajatellen.

Haastattelut on toteutettu ravintola Wanhan Makasiinin tiloissa 19.10.2010 ja 1.12.2010. Lisäksi aiheen tiimoilta on oltu sähköpostitse kirjeenvaihdossa. Vastaukset kirjattiin suoraa kannettavalle tietokoneelle ranskalaisia viivoja apuna käyttäen. Haastattelujen analysointi on aloitettu jo haastattelujen aikana, koska haastattelu on kulkenut keskustelemaan sävyyn ja monia kysymyksiä on pitänyt muotoilla uudelleen sekä vastauksia tarkentaa.

Kilpailija-analyysia varten aineistoa on kerätty Kymen telealueen puhelinluettelosta (2011) sekä Internetistä. Lisäksi toimeksiantajan kanssa on keskusteltu yrityksistä, joiden hän kokee kilpailevan samoista asiakkaista uuden juhlapalvelun kanssa. Aluksi kartoitettiin Lappeenrannan ja lähialueen pito- ja juhlapalveluyrityksiä. Puhelinluettelosta yrityksiä löytyi 15 kappaletta (Liite 3). Lisäksi Internetin hakupalveluissa pitopalvelun osaksi toimintaansa mainitsee pari kymmentä yritystä. Pienimuotoista pitopalvelutoimintaa harjoittavat yritykset rajattiin suoraa pois joukosta. Jäljelle jääneitä yrityksiä arvioitiin Internet-sivujen ja tutkijan sekä toimeksiantajan tietojen ja kokemusten mukaan. Perusteena käytettiin muun muassa sitä, onko yrityksellä kunnolliset Internet-sivut. Tarkempaan tarkasteluun valittiin yrityksiä, joiden juhlapalvelutoiminta on kokonaisvaltaista, ja jotka kykenevät järjestämään suuria tilaisuuksia. Juhla- ja pitopalveluiden arviointi on vaikeaa, koska yrityksissä ei voi vieraila paikan päällä kuten esimerkiksi ravintoloissa.

7 Lappeenrannan alueen kilpailija-analyysi

Tämän liiketoimintasuunnitelman oheen tehdyn kilpailija-analyysin on tarkoitus antaa catering-toiminnan aloittajalle jonkinlainen kuva alueella toimivista potentiaalisista kilpailijoista. Analyysi on tehty päällisin puolin, koska yrityksen luotto omaan toimintaan ja imagon kantaamiseen on vahva, eikä analyysin tuloksilla ole vaikutusta siihen, aloitetaanko juhlapalvelutoiminta vai ei. Tavoitteena on löytää ne yritykset, jotka kilpailevat tai joilla on mahdollisuus kilpailla samoista asiakkaista perustettavan yrityksen kanssa. Koska kilpailijoiden tulevista toimista ei tarvita tietoa, riittää analyysiin tiedot kilpailijayritysten resursseista.

Alla olevaan taulukkoon on kerätty perustietoja kilpailevista yrityksistä Fonectan yrityshakupalvelusta ja yritysten omilta Internet-sivuilta. Taulukon tiedot ovat osin yrityshakupalvelun arvioita. Tiedot koskevat yritystä kokonaisuutena - liikevaihto- ja henkilöstöluokkatiedoissa on siis huomioitu myös yrityksen muu ravintola-alan toiminta.

	Juhla-Avain Oy	Piparitähdet	Serra Catering (Ysituote Oy)	Aalef Oy	Orvokki Catering Ay
Perustamisvuosi	2002	1999	1999	1994	2005
Liikevaihto	Ennuste 0,9 milj. €	0,4-1 milj. €	686 000 € vuonna 2009	1,7 milj. € vuonna 2009	0,2-0,4 milj. €
Yhtiömuoto/omistus pohja	Osakeyhtiö, yksityinen	Yksityinen	Osakeyhtiö, yksityinen	Osakeyhtiö, Lappeenrannan teknillisen yliopiston oppilaskunta LTKY	Avoin yhtiö
Henkilöstöluokka	1-4 hlöä	5-9 hlöä	5-9 hlöä	n. 20 hlöä	1-4 hlöä
Oheispalvelut	Laaja verkosto moniin eri toimijoihin	Musiikki, omat tilat	Ei tietoa	Ei tietoa	Ei tietoa
Internet-sivut	www.juhla-avain.fi	www.piparitahdet.fi	www.ysituote.fi/catering	www.aalef.fi	www.orvokkicatering.fi
Muu toiminta, erityistä	Säräpirtti Lemillä, avainasiakastilin avaus Internetissä	Lounaskahvila, -ravintola ja kahvila Imatralla	Karelia Lines (sisävesilaiva ja laivaravintola)	Ravintola Kurniekka	Lounasravintola

Taulukko 2: Potentiaaliset kilpailijat

Lappeenrannan alueella ei varsinaisesti toimi ainuttakaan pelkästään juhlapalvelutoimintaa harjoittavaa yritystä. Vaikka moni yritys operoi catering-palveluiden puolella eri nimellä, liittyy liiketoimintaan aina muutakin ravintola-alan toimintaa. Tästä voi päätellä, etteivät yritykset koe pelkkää juhlapalvelutoimintaa tarpeeksi kannattavaksi.

Juhla-Avain on panostanut Internet-sivuihinsa huomattavasti muita enemmän, mikä on juhlapalvelulle selkeä valttikortti, koska mitään fyysistä paikkaa ei ole esitellä. Sivut ovat pelkästään juhlapalvelun, ja yritykseen kuuluvalla Säräpirtillä on omat sivut. Piparitähdet toimii lähinnä Imatran alueella, missä sillä on toimitiloja kaupungintalolla ja kulttuurikeskuksessa. Kaupunkien välimatka on kuitenkin niin pieni, että yritystä voidaan pitää perustettavan juhlapalvelun kilpailijana. Serra Catering ja Aalef eivät juuri mainosta catering-palvelujaan - Internet-sivut kertovat lähinnä, että kyseistä toimintaa on. Yritykset panostavatkin selkeästi enemmän muuhun toimintaansa. Serra Cateringin voidaan sanoa olevan nimenomaan juhlapalvelu, ja se on tyyllisesti todennäköisesti lähellä perustettavaa juhlapalvelua. Aalefin catering-toiminta on pääosin tilaisuuksien ruokapuolesta vastaamista ilman oheispalveluja, mutta yrityksellä on kokonsa puolesta resursseja suurtenkin juhlien järjestämiseen, jolloin sitä voidaan pitää potentiaalisena kilpailijana. Orvokki Catering on näistä yrityksistä lähinnä perinteistä pitopalvelua. Yrityksellä on kuitenkin hyvät Internet-sivut esimerkkimenuin.

Sijainnin, julkisten tietojen ja tutkijan sekä toimeksiantajan kokemusten perusteella näistä viidestä aktiivisimmin perustettavan juhlapalvelun kanssa samoista asiakkaista kilpailevat Juhla-Avain ja Serra Catering. Molemmat yritykset ovat myös ilmeeltään lähempänä perustettavan yrityksen linjaa kuin perinteistä pitopalvelua. Juhla-Avain on selkeästi erillään Säräpirtin toiminnasta, jolloin sitä voidaan pitää pelkkänä juhlapalveluna. Serra Cateringin vauhtia kesäaikaan hidastaa Ysituotteen muu toiminta, jolle kesä on sesonkiaikaa. Toisaalta tilanne on sama Wanhan Makasiinin juhlapalvelulla. Serra Cateringilla on myös paljon samoja yrityskontakteja kuin J3 Ravintoloiden omistajilla.

8 Ravintola Wanhan Makasiinin juhlapalvelun liiketoimintasuunnitelma

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön valmis tuotos, joka on liiketoimintasuunnitelma perustettavalle juhlapalvelulle, joka ainakin aluksi tulee toimimaan à la carte -ravintolan tiloista käsin. Liiketoimintasuunnitelma mukailee teoriaosassa esitettyä liiketoimintasuunnitelman rakennetta.

8.1 Lähtökohtatilanne

Ravintola Wanha Makasiini on toiminut Lappeenrannan satamassa toukokuusta 2009 alkaen. Ravintola on lunastanut paikkansa kaupungissa, ja nyt toimintaa halutaan lähteä laajentamaan myös juhlapalveluihin. Ajatuksena on alun perinkin ollut juhlapalvelutoiminnan aloittaminen, mutta makasiinirakennuksen edellisen yrittäjän kanssa tehdyssä sopimuksessa oleva vuoden toimintakielto on lykännyt toiminnan aloittamista. Ravintolan omistajilla on paljon kontakteja lappeenrantalaisiin yrityksiin ja juhlapalvelulle uskotaan olevan tilausta.

Liikeidean takana ovat ravintola Wanhan Makasiinin omistajat Jani Hiltunen, Janne Junttila ja Janne Mäenpää. Jani Hiltunen toimii Wanhan Makasiinin ravintolapäällikkönä. Hän on sali- ja baaritoimintojen ammattilainen ja kokenut esimies. Jani Hiltusella on alalta 16 vuoden työkokemus, joista yli puolet hän on toiminut esimiestehtävissä.

Janne Junttila toimii ravintolan keittiömestarina ja vastaa keittiön toiminnasta sekä yhdessä Jani Hiltusen kanssa ruokalistasuunnittelusta. Janne Junttilalla on kahdeksan vuoden kokemus Royal Rukan keittiötoimintojen johtamisesta. Hänellä on vahvat mielipiteet ja filosofiat ruoan suhteen.

Janne Mäenpää toimii Etelä-Karjalan suurimman mainostoimiston, Mediakolmion, toimitusjohtajana ja on yksi sen omistajista. Hän ei työskentele ravintola Wanhassa Makasiinissa. Janne Mäenpäällä on hyvät suhteet yritysmaailmassa, joita hän osaa myös hyödyntää. Hän on määrätietoinen ja eteenpäin pyrkivä, ja hänellä on vuosien kokemus yrittämisestä.

8.2 Yritysidean esittely

Toiminta-ajatus

Juhlapalvelun toiminta-ajatuksena on suunnitella ja toteuttaa asiakkaalle ikimuistoinen ja laadukas tilaisuus ammattitaidolla. Juhlapalvelu tukee ravintolan toimintaa ja tuo henkilöstölle lisää työtunteja.

Liikeidea - mitä, kenelle, miten ja millä imagolla?

Juhlapalvelun kohderyhmään kuuluvat pääosin yritykset - yksityisasiakkaita unohtamatta. Yrityisasiakkaat ovat valmiita maksamaan kokonaisvaltaisesta palvelusta, jolloin he säästävät aikaa, mutta saavat luotettavasti hyvin toteutetun tilaisuuden tarpeidensa mukaan.

Asiakkaille tarjotaan saman katon alta kaikki, mitä he juhliinsa tarvitsevat. Juhlapalvelua toteutetaan räätälöidysti asiakkaan tarpeiden mukaan. Tilaisuus voidaan toteuttaa kokonaan tilan vuokrauksesta ja juhlan suunnittelusta aina esiintyjän kiittelyyn ja loppusiivoukseen asti tai toimittaa esimerkiksi pelkät tarjoilut henkilökuntineen tai ilman. Wanhan Makasiinin valtina on, että palvelu voidaan räätälöidä täysin asiakkaan toiveisiin ja tarpeisiin sopivaksi.

Ravintola Wanhan Makasiinin juhlapalvelu tekee asiat aina paremmin kuin muut alalla toimijat. Tilaisuudet suunnitellaan luovasti ja innovatiivisesti, ja ammattitaitoinen henkilökunta toteuttaa laadukkaan palvelun. Wanhalla Makasiinilla ei kangistuta kaavoihin ja tyydytä tut-

tuun ja turvalliseen, vaan juhlapalvelun tarjoamat tuotteet ja palvelut nostetaan tarpeen tullen aivan uudelle tasolle.

Ravintola Wanha Makasiini tunnetaan hyvästä, laadukkaasta ruoasta, rennosta ja hyväntuulista palvelusta sekä kodikkaasta tunnelmasta. Juhlapalvelu jatkaa luontevasti samalla imagolla ollen tyylikäs, muttei tippaakaan jäykkä.

Arvot

Laadukkuus - Laatu on avainsana koko yrityksen toiminnassa. Asiakkaan odotukset täytetään - tai mieluiten jopa ylitetään.

Hyvä palvelu - Juhlapalvelun asiakas saa aina ammattitaitoista, hyväntuulista ja rentoa palvelua. Jokainen asiakas on erityinen.

Hyvä tuote - Juhlapalvelun perustana on toimiva ruokatuote. Ruoka valmistetaan alusta loppuun itse sydämellä ja ammattitaidolla, ja yhdistetään tilaisuudessa toimivaksi kokonaisuudeksi laadukkaan juomatuotteen kanssa.

Henkilöstön viihtyvyys - Wanha Makasiini on työpaikka, johon halutaan tulla töihin.

Yrittäjähenkisyys - Juhlapalvelun työntekijät ja omistajat puhaltavat yhteen hiileen. Kaikki tuntevat paikan omakseen, ja kohtelevat ja panostavat siihen kuin omaansa.

Visio

Ensimmäisenä toimintavuotenaan juhlapalvelu tavoittaa kohderyhmänsä ja toteuttaa tasaisesti catering-palveluja pitkin vuotta. Toiminta on tuottavaa ja henkilökunta kokee paikan omakseen.

Kolmanteen toimintavuoteensa mennessä juhlapalvelu on vakiinnuttanut paikkansa Kaakkois-Suomen alueella ja saanut kanta-asiakkaita, jotka antavat kaikki juhlansa ja tilaisuutensa Wanhan Makasiinin hoidettavaksi.

Tavoitteet

Tavoitteena ensimmäisen vuoden aikana on, että juhlapalvelu saa kohtuullisen määrän erilaisia tilaisuuksia. Juhlapalvelutoiminnan ansiosta työtunteja riittää myös kesäsesongin ulkopuolella. Juhlapalvelu ei tee tappiota ja sen hyvä maine tunnetaan kaupungissa.

Kolmantena toimintavuotenaan Wanhan Makasiinin juhlapalvelu on Etelä-Karjalan suurin alan toimija. Juhlapalvelun tulos on positiivinen ja liikevaihto on kasvanut tasaisesti. Catering-toimintaa pyöritetään erillisestä keittiöstä käsin, jolloin ravintolan keittiön käyttöä ei tarvitse suunnitella ja aikatauluttaa niin tarkasti.

Strategiat

Palvelustrategia - Asiakaspalvelu on juhlapalvelulle keino erottua kilpailijoista, sillä toimivan palvelukonseptin ja ihmissuhdetaitojen kopioiminen on vaikeampaa kuin tuotteiden kopioiminen. Palvelu on aina hyvää, lämminhenkistä, ammattitaitoista ja asiakkaan yksilölliset tarpeet huomioon ottavaa.

Henkilöstöstrategia - Juhlapalvelun menestymisen keinot pohjautuvat ammattitaitoiseen ja motivoituneeseen henkilökuntaan. Yrityksessä ymmärretään, että henkilöstö on sen suurin voimavara, joten työntekijöistä halutaan pitää hyvää huolta ja heitä koulutetaan tarpeen vaatiessa.

Tuotestrategia - Juhlapalvelu haluaa tarjota ravintola Wanhan Makasiinin laatua eri ympäristössä. Asiakkaan toiveita kuunnellaan ja reseptiikka voi poiketa kovastikin ravintolan linjasta. Ruokatuote on kuitenkin aina alusta asti itse valmistettu ja laadukas. Ruokatuote yhdistetään toimivaksi kokonaisuudeksi juomatuotteen kanssa.

8.3 Toimintaympäristöanalyysi

Kilpailijat ja kilpailutilanne

Lappeenrannan alueella toimii useita kymmeniä catering-yrityksiä. Suurin osa yrityksistä kuitenkin harjoittaa lähinnä pienimuotoisempaa pitopalvelutoimintaa, eikä niitä voi varsinaisesti kutsua juhlapalveluiksi. Varsinaisia kilpailijoita on muutamia. Kilpailijoiden analysointi on haastavaa, koska liiketoimintaa ei ole sidottu tiettyyn paikkaan. Esimerkiksi tilausmääriä tai kilpailijan heikkouksia ja vahvuuksia on vaikea arvioida.

Markkinat

Lappeenrannassa on 72 000 asukasta. Kaupunki on Etelä-Karjalan elinkeinoelämän ja kulttuurin keskus, joka kehittyy jatkuvasti. Sijainti aivan Venäjän rajassa takaa varsinkin itään suuntautuvaa vientiä harjoittavien yritysten keskittymisen alueelle. Vuonna 2009 Lappeenrannassa oli 4 123 yritystoimipaikkaa. Lappeenrannan toimialakatsauksen (Lappeenrannan kaupunginkanslian julkaisuja 2010) mukaan alueen yritysten liikevaihto kasvoi vahvasti 2010 alkuvuoden

aikana. Kaupan sekä majoitus- ja ravitsemistoiminnan osuus alueen koko henkilöstömäärästä on noussut korkeammaksi kuin valtakunnallisesti, mikä kuvastaa Lappeenrannan vahvistunutta roolia Kaakkois-Suomen kaupan keskuksena ja venäläisten ostosmatkakohteena.

Lappeenrannan yrityskentässä varsinkin Venäjän läheisyys ja itään suuntautuva vienti saattavat lisätä erilaisten yritysjuhlien ja -tilaisuuksien järjestämistä. Wanhan Makasiinin vahvuutena ulkomaalaisvieraita ajatellen on laadukas ruoka ja vahvat skandinaaviset maut.

Kohdeasiakkaat

Juhlapalvelun kohdeasiakkaita ovat ensisijaisesti yritykset - yksityisasiakkaita unohtamatta. Asiakas haluaa selvittää juhlista ilman kuukausien stressiä ja on valmis maksamaan tasokkaasta ja luotettavasta palvelusta. Asiakas toivoo tyylikästä, mutta rentoa meininkiä ja osaa arvostaa varta vasten suunniteltua ja räätälöityä tilaisuutta, jossa jokainen yksityiskohtakin on mietitty loppuun saakka.

8.4 Keskeiset valinnat

Tuotepalvelupaketti

Juhlapalvelun ruokatuote jatkaa ravintola Wanhan Makasiinin linjaa. Ruoka on laadukasta, maistuvaa ja alusta asti itse tehtyä. Mahdollisuuksien mukaan käytetään lähellä tuotettuja raaka-aineita ja hyödynnetään sesonkituotteita.

Juomatuote linkittyy tiiviisti ruokatuotteeseen. On tarjottavana juomana sitten viini, olut, alkoholittomat tuotteet tai vaikka erilaiset cocktailit, juoma ja ruoka täydentävät toisiaan ja luovat täydellisen kokonaisuuden.

Asiakas saa juhlapalvelussa aina yksilöllistä palvelua. Tilaisuuksien suunnittelu toteutetaan asiakkaan toiveiden pohjalta. Tarjoilu- ja keittiöhenkilökunta on ammattitaitoista, joustavaa, hyväntuulista ja -näköistä. Oli tilaisuuden luonne millainen hyvänsä, asiakaspalvelusta välittyy Wanhan Makasiinin lämminhenkinen ja välitön tunnelma sekä vieraanvaraisuus.

Hinnoittelu

Juhlapalvelun hinnoittelu noudattaa hyvää keskitasoa. Hinta-laatu-suhde on kohdallaan, asiakkaan on koettava saavansa rahoilleen vastinetta. Hinnoittelussa noudatetaan ravintola Wanhan Makasiinin linjaa. Ravintolan tuotteille on laskettu kateprosentit, joita noudatetaan myös juhlapalvelun puolella.

Tilaisuuksien suunnittelulle ja mahdollisille neuvotteluille määritellään tuntihinta. Henkilökunnan työtunneista veloitetaan paikalla olon mukaan - esivalmisteluihin ja logistiikkaan kulunut aika sisällytetään joko tähän tuntiveloitukseen tai ruokatuotteen hintaan.

Tarjouksessa eritellään tarkasti tilaisuuden järjestämisestä koituvat kustannukset. Ruokatuote, juomat, henkilöstökulut, kuljetuskustannukset, somisteet, pöytäliinat ja katteet veloitetaan erikseen. Näin asiakas näkee, mistä hän maksaa.

Markkinointi

Juhlapalvelun markkinointi perustuu pitkälti suhdetoimintaan. Omistajatahoilla on laaja suhdeverkko kaupungin alueella. Moni juhlapalvelun potentiaalinen asiakas on jo ravintola Wanhan Makasiinin kanta-asiakas.

Onnistuneet ja asiakkaan odotukset ylittäneet tilaisuudet ja juhlat kuuluvat puskaradiona taholta toiselle, jolloin hyvällä palvelulla saadaan aikaiseksi ilmaista mainosta. Varsinaisessa mainonnassa luotetaan mainostoimistoon - Wanhan Makasiinin ilmoitusten ja mainosten yhtenäinen ilme jää ihmisten mieliin ja osuu saman tien silmiin.

Sijainti

Juhlapalvelu toimii ainakin aluksi ravintola Wanhasta Makasiinista käsin. Ravintola sijaitsee satamassa Lappeenrannan keskustan välittömässä läheisyydessä. Liiketoimintasuunnitelman liitteenä on lista alueen vuokrattavista juhlatiloista (Liite 4). Perinteisten juhlatilojen ja yritysten omien tilojen lisäksi Wanhan Makasiinin juhlapalvelu haluaa toteuttaa tilaisuuksia uusissa ja erikoisissakin ympäristöissä.

8.5 Resurssit

Tilat ja laitteet

Ravintola Wanhan Makasiinin keittiö ja muut tilat toimivat uuden juhlapalvelun pääpaikkana ainakin aluksi. Keittiö on pieni, mutta toimiva, ja hyvällä menu- ja aikataulusuunnittelulla se palvelee myös juhlapalvelun tarpeita häiritsemättä ravintolan toimintaa. Tilojen puolesta suurin ongelma lienee säilytystila, jota vanhassa makasiinirakennuksessa ei juuri ole.

Ravintolan astiasto ei ole niin suuri, että siitä riittäisi myös juhlapalvelun tarpeisiin, mutta valmiiksi on olemassa lasipakkeja sekä ruoan lämpö-/kylmäkuljetuslaatikoita. Ravintolalla on logoin varustettu pakettiauto, jolla kuljetukset on helposti hoidettavissa.

Investoinnit

Juhlapalvelun toiminta saadaan alkuun tekemällä lähinnä astiahankintoja. Esimerkkilaskelma (Liite 5) on tehty siten, että kolmen ruokalajin illallinen on mahdollista järjestää näillä varusteilla noin 140 vieraalle. Astiaston, lasien ja aterimien lisäksi on hankittava lisää kuljetuspakkeja sekä tarjoiluastioita ja -ottimia. Kuljetuslaatikoita sekä muutama lämpöhaude on olemassa jo valmiiksi. Liinavaatteita, somisteita ja astiaston täydennystä mietitään tarpeen mukaan myöhemmin.

Henkilöstö

Ravintola Wanhan Makasiinin henkilökunta toteuttaa myös juhlapalvelun toimintaa. Wanhassa Makasiinissa on vakituisesti töissä ravintolapäällikön ja keittiömestarin lisäksi kaksi tarjoilijaa ja yksi kokki. Kesällä ja muihin sesonkiaikoihin ravintolassa työskentelee huomattavasti enemmän väkeä. Vuodenajasta riippumatta ekstrahenkilökuntaa on saatavilla, kiitos ravintolapäällikön hyvien suhteiden. Lisää vakituista henkilökuntaa ei palkata ainakaan ennen kuin nähdään, miten uusi palvelu ottaa tuulta siipiensä alle.

Juhlapalvelun työntekijä on hyväntuulinen, aito alan ammattilainen, jolla ei hymy hydy tiukassakaan paikassa. Hän selvittää tilanteen kuin tilanteen parhain päin, eikä asiakas koskaan poistu tilaisuudesta pettyneenä. Työntekijän valttina on joustavuus ja hyvä tilannetaju - koskaan ei tiedä, mitä tulee vastaan ja ratkaisuja on keksittävä myös ongelmiin, jotka eivät välttämättä kuulu varsinaisesti tilaisuuden järjestämiseen. Työntekijä haluaa osaltaan luoda asiakkaille elämyksiä, jotka jäävät positiivisina muistoina mieliin pitkäksi aikaa.

8.6 Liiketoimintasuunnitelman riskit

Markkinariskit

Juhlapalvelun vetovoima on voitu arvioida väärin tai taloustilanne voi heiketä, eikä kysyntää palvelulle olekaan niin paljon kuin on toivottu ja oletettu. Koska palvelun tuottaminen aloitetaan valmiin ja jo toimivaksi todetun palvelun lisäksi, voidaan laajentamisen tarvetta ja juhlapalveluun panostamisen määrää arvioida rauhassa.

Ravintolan toiminnan ja juhlapalvelun yhteen sovittaminen voi olla haastavaa eikä välttämättä onnistu ainakaan kesäaikaan, minkä seurauksena ei ole, mitä myydä juhlapalveluasiakkaille ja yritys saa negatiivista huomiota. Selvitetään, onko juhlapalvelun tiukan paikan tullen mahdollista käyttää jotain muuta keittiötilaa.

Vahinkoriskit

Ravintola-alalla vahinkoriskit ovat yleisiä. Rasvaiset, märät lattiat, kuumat tasot ja välineet sekä hektinen työympäristö lisäävät vahinkoriskien mahdollisuutta.

Riskien hallinta

Vahinkoriskit pyritään minimoimaan ja ennaltaehkäisemään noudattamalla kaikessa toiminnassa työturvallisuutta.

Swot-analyysi

Vahvuudet	Heikkoudet
Ravintolan hyvä maine on juhlapalvelun etu	Ravintolan keittiön kapasiteetti ei riitä sekä ravintolalle että juhlapalvelulle
Näkyvä toimija alalla	Kokemuksen puute
Laadukas tuote	Aikataulutus varsinkin kesällä
Omistajien panostus ja intohimo sekä hyvät kontaktit	Henkilökunnan saatavuus ajankohdasta riippuen
Juhlapalvelutoiminnan aloittaminen ei vaadi kovin suuria investointeja	
Ammattitaitoinen ja Makasiinin näköinen henkilökunta	
Mahdollisuudet	Uhat
Erottuminen kilpailijoista	Talouden tilanne on melko epävakaa
Alueen yritysten kasvu itään suuntautuvan viennin myötä	Kohdeasiakkaat eivät välttämättä löydä juhlapalvelua
Suhdemarkkinointi	Juhlapalveluiden tarve alueella on yliarvioitu
	Uusia kohdeasiakkaista kilpailevia yrityksiä perustetaan

Kuvio 1: SWOT-analyysi

9 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä toimiva ja toteutuskelpoinen liiketoimintasuunnitelma juhlapalvelulle, joka perustetaan jo valmiiksi olemassa olevan ravintolan yhteyteen, ja joka ainakin aluksi tulee myös toimimaan ravintolasta käsin. Valmis liiketoimintasuunnitelma tulee toimimaan toimeksiantajan apuvälineenä uutta toimintaa käynnistettäessä. Lisäksi

opinnäytetyössä on selvitetty alueen kilpailutilannetta ja käsitelty juhlapalvelutoiminnan teoriaa, koska toimeksiantajalla ei ole kokemusta catering-palveluiden tuottamisesta.

Juhlapalvelutoiminta on tilaajan omissa tai vuokratuissa tiloissa järjestettävän tilausruokailun ja siihen liittyvän oheistoiminnan tuottamista. Juhlapalvelu on pitopalvelua monipuolisempi ja kokonaisvaltaisempi palvelu, joka asiakkaan niin halutessa järjestää juhlat avaimet käteen -periaatteella. Juhlapalvelu myy konkreettisen palvelun ohessa asiakkaalle siis myös vapaa-aikaa.

Hyvä liiketoimintasuunnitelma sisältää kaikki yrityksen perustamisen ja liiketoiminnan aloittamisen kannalta oleelliset asiat, kuten yritysidean strategioineen, analyysin toimintaympäristöstä sekä yrityksen resurssit listattuna ja kilpailukeinot alati muuttuvilla markkinoilla. Lisäksi liiketoimintasuunnitelmassa pohditaan yritystoiminnan riskejä ja pyritään keksimään keinot niiden välttämiseksi.

Kilpailija-analyysi on oleellinen osa liiketoimintasuunnitelmaa ja antaa tärkeää tietoa toimintaympäristöstä uutta yritystä perustettaessa. Varsinkin ravintola-alalla kilpailijoiden tunteminen on ehdotonta, koska alalla on kysyntään nähden paljon toimijoita. Kilpailija-analyysiin kerätään tietoja, joista koetaan olevan eniten hyötyä. Analyysiin kerättävän tiedon määrä ja laatu riippuvat siitä, millaisia tietoja yrityksestä halutaan saada ja kuinka syvälinen analyysi halutaan tehdä.

Lappeenrannan alueella on useita pitopalvelutoimintaa harjoittavia yrityksiä. Suurimmalle osalle yrityksistä pitopalvelu on kuitenkin vain ylimääräinen palvelu esimerkiksi lounasravintolan ohessa. Varsinaisia juhlapalveluita on muutama ja ne loogisesti valikoituivat joukosta potentiaalisimmiksi kilpailijoiksi. Wanhan Makasiinin väki luottaa omaan liikeideaansa ja ravintolan imagoon, ja uskoo ravintolasta tuttuun laatuun ja tunnelmaan perustuvalla juhlapalvelulle olevan tilausta.

Ravintola Wanha Makasiini on itsessään hyvin toimiva yksikkö. Juhlapalvelun perustaminen ravintolatoiminnan oheen ei vaadi kovin suuria investointeja niin kauan, kun voidaan käyttää samaa keittiötilaa ravintolan kanssa ja tilausten aikataulu on sellainen, ettei se häiritse ravintolan toimintaa. Koska keittiössä on kaikki laitteisto ruoanvalmistusta varten, on toiminnan aloittamiseksi hankittava lähinnä astiastoa ja kuljetuskalustoa. Koska toiminta on mahdollista aloittaa hieman tunnustellen, voidaan lisähankintoja tehdä tarpeen vaatiessa. Somistukseen tarvittavat tuotteet voi myös osittain vuokrata tai ostaa juuri tiettyä tilaisuutta varten ja veloittaa suoraa tilaajalta. Henkilökuntaa tilaisuuksiin riittää ravintolan työntekijöistä, ekstrapyöntekijöistä sekä alueella asuvista ja alalla työskentelevistä tutuista ja ystävistä. Kesä on Wanhalle Makasiinille kiireistä aikaa - ravintola on usein aamusta iltaan täynnä ja juhlapal-

velun tilaisuuksien toteuttaminen tällöin haastavaa ellei mahdotonta. Yritysten valikoituminen kohdeasiakkaiksi johtui osaltaan siitä, että yritykset useimmiten järjestävät tilaisuuksia muulloin kuin kesäkuukausina. Mikäli kysyntä muodostuu korkeaksi, on mietittävä muita ratkaisuja juhlapalvelun ruokatuotteen toteuttamista varten.

10 Pohdinta

Opinnäytetyön aihe lähti tutkijan tarpeesta ja toiveesta tehdä työ, josta on jollekin todellista hyötyä. Toimeksiantajalla oli tarjota aiheeksi catering-toiminnan aloittamiseen liittyvä alueen markkina- ja kilpailutilanteen kartoitus ja liiketoimintasuunnitelman teko. Koska toimeksiantajalla ei ole kokemusta juhlapalvelutoiminnasta, käsitellään työssä myös juhlapalvelutoimintaa päällisin puolin.

Opinnäytetyön tekeminen tuntui aluksi haastavalta opinnoissa olleen pitkän tauon takia sekä siksi, että oli vaikea päättää, kuinka syvällisesti mitäkin aihealuetta työssä käsitellään. Aikataulutusta meni uusiksi monta kertaa prosessin aikana ja lopulta tuli kiire saada työ valmiiksi. Tekstin tuottaminen sujui kohtuullisen helposti - aloittaminen oli selkeästi ongelmallisinta. Monien liiketoimintasuunnitelmamallien joukosta piti muokata sellainen, joka parhaiten palveli tarkoitustaan juuri tässä opinnäytetyössä. Liiketoimintasuunnitelmasta on tarkoituksella jätetty pois varsinaiset rahoitusta koskevat kohdat.

Tärkeimpänä motivoijana työn tekemisen kannalta on ollut aihe, joka on mielenkiintoinen ja mieleinen. Työharjoittelu ja työskentely pääkaupunkiseudulla toimivassa juhlapalvelussa on antanut hyvän kuvan juhlapalvelutoiminnasta. Työ on raskasta niin henkisesti kuin fyysisesti ja hyvän suunnittelun merkitys on suuri. Toivon opinnäytetyöstä olevan hyötyä myös käytännön toiminnan aloittamisessa.

Opinnäytetyön tekeminen on antanut minulle katsauksen liiketoiminnan perustamiseen. Prosessin aikana olen saanut paljon uutta tietoa käytännön asioista sekä ymmärtänyt, että kaikki liiketoiminnan osa-alueet on suunniteltava valmiiksi ennen toiminnan aloittamista. Myös kilpailijoiden tuntemisen merkitys on suuri. Vaikka yrityksen tuominen markkinoille on kohtuullisen helppoa, siellä pysyminen ja tuloksen tekeminen ei ole itsestään selvää.

Opinnäytetyön tekeminen oli haastava ja aikaa vievä prosessi, jonka aikana tuli niin epätoivon kuin onnistumisenkin hetkiä. Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekeminen oli kuitenkin pal-kitsevaa ja olen lopputulokseen tyytyväinen. Uskon työstä olevan hyötyä toimeksiantajalle ja olen halukas vastaisuudessa myös muokkaamaan ja tarkentamaan tuotosta tarpeen vaatiessa.

Lähteet

Kirjat

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

Crockatt, E. & Hyökki, S. 2010. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen kestävän kehityksen arvoja noudattavalle kahvila-ravintolalle. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Hannula, P-M. 2009. Catering-palvelun tuotteistaminen yritysmarkkinoille : Case. Opinnäytetyö. Seinäjoen ammattikorkeakoulu.

Hepo-oja, M. 2004. Juhlapalveluyrityksen liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL. 2008. Ravitsemispalvelualan ammattilaisen oma opas. Helsinki: Yliopistopaino.

Koivula, J. 2009. Pitopalvelutoiminnan ongelma-alueiden kartoitus. Opinnäytetyö. Satakunnan ammattikorkeakoulu.

Koppinen, S., Kumpulainen, E., Lehto, M., Manninen, L., Mustonen, P., Niskanen, N., Pettilä, L., Salmi, K. & Viitala, M. 2002. Peti & safka: Hotelli- ja ravintola-alan perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kovanen, M. 2009. Ravintola Makunautinnon liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kurkela, J. 2009. Kilpailija-analyysi Lahden keskustan suosituimmista baareista ja yökerhoista. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu.

Kuusela, T. 2010. Liiketoimintasuunnitelma : Perustettava Ravintola Oy. Opinnäytetyö. Seinäjoen ammattikorkeakoulu.

Kymenlaakson puhelinluettelo. 2011. Fonecta.

Kytölä, T. 2009. Yrityksen liiketoimintasuunnitelma : Case: Nellimin Ruokapalvelut. Opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Lehtonen, N. 2009. Liiketoimintasuunnitelma perustettavalle lounas- ja juhlapalveluravintolalle. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Juva: WS Bookwell.

Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää, T. 2004. Juhlapalvelu: Suunnittele ja toteuta. Porvoo: WSOY.

Pietiläinen, S. 2010. Yrityksen perustaminen ravitsemisalalle. Opinnäytetyö. Seinäjoen ammattikorkeakoulu.

Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakaari.

Pitkäniemi, S. 2007. Kilpailija-analyysi Keravan ruokaravintoloista. Opinnäytetyö. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia.

Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita.

Rajala, J. & Salmi, J. 2009. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen uudelle ravintola-alan yritykselle. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Riikonen, H. 2010. Catering-palvelun kehittäminen ravintola Huilin toimintaan. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Ruuska, M., Karjalainen L. & Johnsson, R. 2001. Miten laaditaan hyvä liiketoimintasuunnitelma. Kuopio: Finnvera Oyj.

Ryynänen, M. 2009. Kahvilan liiketoimintasuunnitelma : yrityksen perustaminen ravintolalalle. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu.

Tiusanen, A. 2009. Pitopalvelun tuotteistaminen ja markkinointi, case: Cafe Charlotta. Opinnäytetyö. Saimaan ammattikorkeakoulu.

Toivanen, M. 2007. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu.

Vikman, M. 2009. Liiketoimintasuunnitelma kesäravintolalle. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Sähköiset lähteet

Aalef Oy. Haettu 17.4.2011. www.aalef.fi.

Dieta Oy. Haettu 22.4.2011. www.dieta.fi.

Fonecta Finder. Haettu 17.4.2011. www.finder.fi/yrityshaku.

Juhla-Avain Oy. Haettu 17.4.2011. www.juhla-avain.fi.

Lappeenrannan kaupunki. Haettu 22.4.2011. www.lappeenranta.fi

Piparitähdet. Haettu 17.4.2011. www.piparitahdet.fi.

Pitopalvelu Orvokki Catering Ay. Haettu 17.4.2011. www.orvokkicatering.fi.

Poliisi. 2011. Haettu 18.5.2011. www.poliisi.fi.

Wanha Makasiini. 2010. www.ravintolawanhamakasiini.fi.

Ysituote Oy. Haettu 17.4.2011. www.ysituote.fi/catering.

Julkaisemattomat lähteet

Hiltunen, J. 2010. Toimeksiantajan haastattelut 19.10.2010 ja 1.12.2010. Ravintola Wanha Makasiini/J3 Ravintolat Oy. Lappeenranta.

Kuvat ja kuviot

Kuva 1: Ravintola Wanhan Makasiinin logo	8
Kuva 2: Ravintolan pääsali	9
Kuva 3: Ravintolan viinikabinetti.....	9
Kuvio 1: SWOT-analyysi	26

Taulukot

Taulukko 1: Aikaisemmat opinnäytetyöt.....	8
Taulukko 2: Potentiaaliset kilpailijat.....	18

Liitteet

Liite 1: Yleistä alkoholin anniskelusta ja pitopalvelutoiminnasta	33
Liite 2: Roudauslista	34
Liite 3: Lappeenrannan alueen pito- ja juhlapalvelut puhelinluettelossa	35
Liite 4: Vuokrattavia juhlatiloja	36
Liite 5: Laskelma astiahankinnoista	37

Liite 1: Yleistä alkoholin anniskelusta ja pitopalvelutoiminnasta

Alla oleva teksti on suora lainaus sivustolta www.poliisi.fi. Uutinen on Pohjanmaan poliisilaitoksen 28.1.2011 kirjaama ja liittyy poliisin valtakunnalliseen pitopalveluliikkeiden toiminnan yhteydessä tapahtuvan alkoholin anniskelun valvomiseen alkuvuonna 2011.

”Alkoholijuomia saa anniskella se, jolle on myönnetty aluehallintoviraston myöntämä anniskelulupa. Alkoholista ei ilman anniskelulupaa saa nauttia esimerkiksi ravitsemisliikkeessä, missä yleisölle pidetään saatavana ruokaa tai virvokkeita. Yksityistilaisuuksissa, joista tilaisuuden järjestäjä on ennalta tehnyt ilmoituksen poliisille, on alkoholin nauttiminen sallittua. Juhlapaikaksi yksityistilaisuudelle sopii tila, jossa ei ole omaa ravintolatoimintaa. Juhlapaikka ei saa olla sellainen julkinen huoneisto jossa pidetään maksua vastaan saatavana ruokaa, eli esimerkiksi ravintola.

Pitopalvelutilaisuuksissa, jotka järjestetään asiakkaan omissa tiloissa tai muissa tiloissa, jotka eivät ole anniskelualueita tai ravitsemisliikettä, tulee alkoholijuomien hankinnassa ja tarjoilussa ottaa huomioon alkoholilain välittämistä koskevat säännöt. Alkoholilain mukaan alkoholijuomien välittäminen palkkiota vastaan on kielletty. Näin ollen alkoholilakia rikotaan, jos pitopalveluyritys hankkii järjestäjän pyynnöstä tilaisuuteen alkoholijuomia ja perii niiden toimittamisesta tai tarjoilusta palkkion. Ongelmia ei yleensä synny, jos tilaisuuden järjestäjä itse hankkii alkoholijuomat tilaisuuteen ja pitopalveluyritys hoitaa niiden tarjoilun muun tarjoilun yhteydessä. Pitopalveluyritys saa laskuttaa tilaisuuden järjestäjää henkilökunnan käytöstä esimerkiksi tuntiveloituksen mukaan.

Jos pitopalveluyrityksellä on hallinnassaan huoneisto, jossa yritys säännöllisesti harjoittaa maksullista pito- tai juhlapalvelutoimintaa, on kyseessä ravitsemisliike, jossa tapahtuvaan alkoholitarjoiluun tulee hankkia anniskelulupa. Pitopalveluyritykselle on siis sallittua huolehtia alkoholitarjoilusta kokonaisuudessaan omassa hallinnassa olevassa tilassa, jos sillä on tarvittava, aluehallintovirastolta anottu anniskelulupa.

Anniskelulupaa anotaan aluehallintovirastolta.”

Liite 2: Roudauslista

Mitä, missä, milloin?

Alkuruokalautanen		Tarjotin	
Pääruokalautanen		Tarjoiluvati	
Keittolautanen		Tarjoilulautanen	
Jälkiruokalautanen		Kulho	
Kahvikuppi		Korotusosa	
Aluslautanen		Ottimet	
		• kauha	
Kuohuviinilasi		• pihdit	
Valkoviinilasi		• salaattiottimet	
Punaviinilasi		Jääpala-astia	
Vesilasi		Vesikannu/karahvi	
Konjakkilasi			
Likööriasi		Kahvinkeitin	
Shottilasi		Vedenkeitin	
		Sokerikko	
Alkuruokahaarukka		Kermakko	
Alkuruokaveitsi		Kahvi	
Alkuruokalusikka		Tee	
Haarukka		Sokeri/makeutusaine	
Veitsi		Maitokahvi/kerma	
Lusikka			
Kakkuhaarukka			
Jälkiruokalusikka			
Kahvilusikka			
Servetti iso			
Servetti pieni			
Pöytäliina			
• cm x cm			
• cm x cm			
• cm x cm			
Maljakko			
Kynttilänjalka			
Tuikkukuppi			
Menukyltti			
Cooler			
Pullonavaaja			
Tölkkinavaaja			
Sakset			
Teippi			
Tussi/kynä			
Carita-liinaa			
Tiskiharja			
Kiillotusliina			
Käsitiskiaine			
Saippua			
Käsipyyhkeitä			

Tyhjiin kohtiin voi lisätä tuotteita/tavaroita. Roudauslistaa on hyvä päivittää, mikäli listassa huomaa puutteita.

Liite 3: Lappeenrannan alueen pito- ja juhlapalvelut puhelinluettelossa

Pito- ja juhlapalvelu Kari ja Rauni Sintonen
Kauppakatu10
53100 Lappeenranta

Pitokoski Tmi
Kotilonkatu 12
53950 Lappeenranta

Pitopalvelu Cafe Galleria Ky
Koulukatu 15

Lappeenrannan Linnoituksen Pitopalvelu
Katariinantori 4

Pitopalvelu Lounas Keidas
Oksasenkatu 2
53100 Lappeenranta

Pitopalvelu Orvokki Catering
Puusepäntie 1
Joutseno

Pitopalvelu Pekurinen Eija Biija
Kellomäentie 1
54920 Taipalsaari

Pitopalvelu Pikantti
Joutseno

Pitopalvelu Piparitähdet
Virastokatu 2
Imatra

Serra Catering
Satamatie 3

Lappeenrannan Palvelukeskussäätiö

Aalef Catering
Laserkatu 6
53850 Lappeenranta

Kenttätöpinä Oy

Kuurmanpohjan Rajakeidas
Kuurmanpohjantie 570
55100 Imatra

Lounas-Kahvila Rinnekulma
Myllymäenkatu 27
53100 Lappeenranta

(Kymenlaakson puhelinluettelo 2011.)

Liite 4: Vuokrattavia juhlatiloja

Aholan Nuorisoseuratalo

Aholantie 752
JOUTSENO
Puh. 040 704 9194

**Armilan ja Kourulanmäen VPK:n palo-
kunnantalo**

Myllymäentie 56
53100 LAPPEENRANTA
Puh. 05 416 1151

Heituinlahden Nuorisoseuratalo

Tuohikontintie 1266
Savitaipale
Puh. 0500 918 321

Honkalahden työväentalo

Huvitie 7
54100 JOUTSENO
Puh. 05 453 4074

Hytin VPK:n talo

Hytintie 88
54310 HYTTI
Puh. 0400 926 484

Jängyn Erän maja

Nyrhiläntie
53850 LAPPEENRANTA
Puh. 050 554 3754

Konnunsuon juhlatalo

Hirsisaarentie 27
54190 KONNUNSUO
Puh. 050 545 1127

Korvenkylän seuratalo

Kurenmäentie 2
55300 RAUHA
Puh. 050 553 6688

Korvenkylän työväentalo

Työväentie 6
55300 RAUHA
Puh. 050 373 4480

Lamposaaren Työväentalo

Puh. 050 541 1215

Lauritsalan työväentalo

Hakalinkatu 1
53300 LAPPEENRANTA
Puh. 0400 541 720
www.juhlatalo.net

Lemin Nuorisoseuratalo Tapiola

Lemin keskusta, Lemi
Puh. 050 5143 753

Luumäen kirkonkylän Nuorisoseuratalo

Luumän kirkonkylä
Puh. 0500 220 520

Skinnarilan Hovi

Skinnarilankatu
Puh. 05-621 2059

Suokumaan seuratalo

Suokumaantie 927
54100 JOUTSENO
Puh. 0400 513 185

Tirilän Työväentalo

Onninkatu 6
53500 LAPPEENRANTA
Puh. 0400 665 267
www.tirilantyovaentalo.net

Väljjoen Nuorisoseuratalo Männistö

Väljjoen kylä, Savitaipale
Puh. 050 3694 389

Liite 5: Laskelma astiahankinnoista

Tämän listan hinnat on kerätty Dieta Oy:n verkkokaupan listahintoja. Verkkokaupan sarjoista on pyritty valitsemaan tuotteet, joiden hinta on tarjonnan keskitasoa. Hinnat euroina (€).

Alkuruokalautanen H 23cm	150 x 6,14 = 921
Pääruokalautanen H 30cm	150 x 10,78 = 1617
Keittolautanen	150 x 6,48 = 972
Jälkiruokalautanen H 20,25cm	150 x 5,65 = 847,50
Kahvikuppi	150 x 4,61 = 691,60
Aluslautanen	150 x 2,90 = 435
Sokerikko	10 x 4,80 = 48
Kermakko	10 x 7,75 = 77,50
Valkoviinilasi	150 x 3,77 = 565,50
Punaviinilasi	150 x 3,71 = 556,50
Kuohuviinilasi	150 x 2,30 = 345
Vesilasi/On the rocks	150 x 1,05 = 157,50
Konjakkilasi	100 x 1,36 = 136
Likööriasi	60 x 1,69 = 371,80
Alkuruokahaarukka	150 x 2,51 = 376,50
Alkuruokaveitsi	150 x 3,62 = 543
Alkuruokalusikka	150 x 2,51 = 376,50
Haarukka	150 x 2,88 = 432
Veitsi	150 x 4,08 = 612
Lusikka	150 x 2,88 = 432
Kakkuhaarukka	150 x 2,80 = 420
Jälkiruokalusikka	150 x 2,51 = 376,50
Kahvilusikka	150 x 1,86 = 279
Kuljetuslaatikko GN 1/1	5 x 52,95 = 264,75
Lämpöhaude	2 x 59,10 = 118,20
Alv. 0 % yhteensä	11 972,35
+ alv. 23 %	~ 2753,65
Yhteensä	~ 14 726