



Liiketoimintasuunnitelma erikoistuneelle ravintola-alan yritykselle

Case: Carajillo

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Ravintola
Opinnäytetyö
2012
Jenni Hänninen

Lahden ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-alan ko.

HÄNNINEN, JENNI:

Liiketoimintasuunnitelma erikoistuneelle
ravintola-alan yritykselle

Case: Carajillo

Ravintola-alan suuntautumisvaihtoehdon opinnäytetyö, 33 sivua, 0 liitesivua

Kevät 2012

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö on liiketoimintasuunnitelma ravintola-alan pienyritykselle, jonka kilpailuvalttina on erottuvuus. Liiketoimintamalleja on useita, ja tämän työn tavoitteena on tuottaa yrityksen liiketoimintasuunnitelman runko, tähdäten mahdollisiin perustamistoimiin tulevaisuudessa. Opinnäytetyöstäni rajasin pois yrityslaskennan, sillä liiketoimintasuunnitelmaa tullaan mahdollisesti käyttämään noin kymmenen vuoden kuluttua. Tehdyt laskelmat eivät enää pitäisi paikkaansa yritystä perustettaessa.

Opinnäytetyö on muodoltaan toiminnallinen, ja sen tuotoksena syntyy liiketoimintasuunnitelma erottuvalle ravintola-alan yritykselle opiskelijan omaan käyttöön.

Opinnäytetyön teoriaosuus muodostuu keskeisten käsitteiden avaamisesta ja ravintolatoimialan yrityksen perustamista koskevista asioista, kuten rahoituksesta. Teoria muodostuu yrityksen perustamisesta ja suunnittelussa huomioon otettavista asioista.

Opiskelijan oma tuotos muodostuu teorian ja liikeidean yhdistämisestä toimivaksi kokonaisuudeksi.

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, erottuvuus, kilpailuetu

Lahti University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism and Hospitality Management.

HÄNNINEN, JENNI: Title: A business plan for specialized restaurant enterprise

Case: Carajillo

Bachelor's Thesis in Hotel and Restaurant Management
pages of appendices

33 pages, 0

Spring 2012

ABSTRACT

This thesis is a business plan for a small enterprise in the restaurant business, which will use specialization as a competitive advantage. There are many models for a business plan and the aim of this work is to make a good outline of an executable business plan, for possible implementation in the future. In this thesis the business calculations have not been included since those will be used in ten years. Those calculations made today would be useless because of the economic changes in the intervening 10 years.

This is a functional thesis and it creates a business plan for a specialized enterprise in the restaurant business. The work is created for the student's own use.

The theory part of this thesis consists of an exploration of central concepts and practical matters of establishing an enterprise, for example, financing issues. The theory is formed of matters concerning founding and planning an enterprise.

The student's own output consists of combining the theory and business idea into a workable solution.

Key words: Business plan, specialization, competitive advantage

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITELTY.	
2.1	Liiketoimintasuunnitelma Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	
2.2	Ravintolatoimen lainsäädäntö Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	
2.3	Liikeidea	5
2.4	Johtaminen	6
2.5	Markkina-analyysi	8
2.6	SWOT-analyysi	9
3	RAHOITUS	10
3.1	Oma pääoma	10
3.2	Vieras pääoma	10
3.3	Starttiraha	10
3.4	Finnvera	11
3.5	Pankkilaina	12
4	YRITYSMUODOT	13
4.1	Henkilöyritykset	13
4.2	Pääomayritys	15
5	EROTTUVUUS	18
6	CARAJILLO	20
6.1	Liikeidea	20
6.2	Markkina-analyysi	21
6.3	SWOT-analyysi	25
6.4	Erottuvuus Carajillossa	27
6.5	Rahoituksen mahdollisuudet	28
6.6	Yritysmuodon valinta	29
7	YHTEENVETO	30
	LÄHTEET	32

1 JOHDANTO

Halusin opinnäytetyössäni käsitellä liiketoimintasuunnitelmaa pienelle kahvilabaarille, jonka voisin ajan myötä toteuttaa omana yrityksenäni. Liiketoimintasuunnitelman tekemisen toteutan nuoren yrittäjän näkökulmasta ja omaan yritysvisioon pohjautuen. Liiketoimintasuunnitelmassa yrittäjä selvittää paperille ideansa yrityksestään ja sen toiminnasta (Puustinen 2004, 61). Toiminnallisen opinnäytetyöni tarkoitus on erilaistuneen pienyrityksen liiketoimintasuunnitelman toteuttaminen teoriassa.

Ajatukseni kahvilabaarin perustamisesta alkoivat jo paljon nuorempana, kun näin kummitätini yrittäjänä ja esikuvana. Ideaani tukee mielestäni tällaisten iltakahviloiden puutos, varsinkin Lahdessa. Visioni on pieni erikoistunut ravitsemisalan yritys, joka tarjoaa levähdys- ja rentoutumispaikan jo hieman aikuistuneemmalle segmentille. Kilpailuvalteiksi muodostuvat tuotteet erikoisista raaka-aineista niin juoma- kuin kahvilatuotteissa. Näen selkeän erottautumisen liikeidean yrityksen onnistumisen avaintekijänä.

Ravintoloiksi luetaan kaikki ruoka- ja juomapalvelua tarjoavat yritykset. Tällaiset yritykset tuovat ihmiselle lisäarvoa jokapäiväiseen elämään, ruoan, elämysten ja juoman merkeissä. (Hemmi, Häkkinen & Lahdenkauppi 2008, 9.) Tavoitteeni on luoda mahdollisimman valmis liiketoimintasuunnitelma pienelle ravitsemisalan yritykselle, joka olisi perustamista vaille valmis. Pois opinnäytetyöstäni haluan kuitenkin sulkea varsinaiset rahoituslaskelmat, koska se ei ole vielä mielestäni ajankohtaista, sillä yrityksen haluaisin perustaa noin 5–8 vuoden kuluttua valmistumisestani. Tämä on merkittävä aika talouden näkymien kannalta.

Liiketoimintasuunnitelma ja erilaistuneen liiketoiminnan suunnittelu on kiinnostanut minua, koska ravintola-alalle on erittäin vaikeaa keksiä kokonaan uutta konseptia. Mielestäni se alkaa jopa olla melko mahdotonta, mutta vanhoja ideoita yhdistämällä sekin voi onnistua. Yksi suuri motivaation lähde on myös halu tulla yrittäjäksi. Mielestäni opinnäytetyö oli hyvä mahdollisuus saada alustava liiketoimintasuunnitelma tehtyä tulevaisuutta ajatellen.

2 LIKETOIMINTASUUNNITELMA

2.1 Liiketoimintasuunnitelma

Jokaisella yrityksellä on oma liiketoimintasuunnitelman, ja sama malli ei sovi kaikille. Liiketoimintasuunnitelma perustelee, täsmentää ja analysoi liikeideaa. Hyvän liiketoimintasuunnitelman avulla suunnitellaan, opastetaan ja seurataan, kuinka yritys toimii. Suunnitelma toimii yrittäjän apuvälineenä ja opastajana mahdollisesti vielä perustamistoimien jälkeenkin, kuten liiketoiminnan laajenusvaiheessa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 24.)

Liiketoimintasuunnitelma laaditaan siis ennen yrityksen perustamista, sillä sitä käytetään apuvälineenä ja oppaana, jotta yritys rakentuu suunnitelman pohjalta eikä poikkeaa siitä erityisemmin. Liiketoimintasuunnitelma tulisi koota vaiheittain, jotta perustettava yritys rakentuisi ns. perustuksiaan myöten oikein.

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen usein alkaakin peruskysymyksistä, joita ovat mm. Kenelle? Miksi? Miten? Millä hinnalla? Onko muilla sama idea? Nämä kysymykset vastaavat liiketoimintasuunnitelmassa yrittäjän visiota, millaiseksi hän haluaa yrityksen rakentaa. (Sammallahti 2009, 21.)

Liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä olla erilaisia analyysejä, jotka arvioivat ja keräävät tietoa mm. asiakkaista, kilpailijoista ja liiketoimintaympäristöstä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi SWOT-analyysi, asiakassegmentointi ja markkina-analyysi. (Puustinen 2004, 62.)

2.2 Ravintolatoimen lainsäädäntö

Ravintolatoimintaa säätelee Suomen laki. Ravintolaa perustettaessa huomioon otettavat lait koskevat pääasiassa anniskelua ja elintarvikkeita, joista yrittäjän on oltava tietoinen ja otettava itsenäisesti selvää.

Anniskelutoiminnan aloittamiseen yrittäjä tarvitsee anniskeluluvan, jota tulee hakea. Anniskelulupaa tulee hakea kirjallisena anniskelupaikan sijaintikunnan aluehallintovirastosta. Anniskelulupa voidaan myöntää toistaiseksi, määräajaksi tai tilapäisesti, sillä aluehallintovirasto katsoo, mikä on yrittäjän tarve

anniskeluluvulle. Anniskelulupa voidaan lain nojalla myöntää täysi-ikäiselle hakijalle, joka ei ole konkurssissa ja jolla on täydet toimintaoikeudet. Lisäksi laki edellyttää alkoholijuomien anniskeluun vaadittavaa luottamusta ja tarvittavat taloudelliset ja ammatilliset ominaisuudet.

Yrittäjän tulee varata lupahakemuksen käsittelyyn noin 1–2 kuukautta aikaa, sillä käsittelyt ovat aikaa vieviä. Anniskelulupa on henkilökohtainen ja paikkasidonnainen; On nimittäin lainvastaista harjoittaa alkoholin anniskelua vanhentuneella tai edellisen yrittäjän hakemalla anniskeluvalla tai omalla anniskeluvallaan toisessa liikeillassa.

Toistaiseksi voimassa oleva anniskelulupa tarkoittaa sitä, että lupa on voimassa ennalta määräämättömän ajan, jos esimerkiksi liike- tai kerhotilassa myydään alkoholituotteita. Määräaikainen anniskelulupa voidaan myöntää enintään vuodeksi kerrallaan. Lupa myönnetään, jos anniskelu on luonteeltaan määräaikaista tai kun yrittäjän edellytyksiä tai liiketoimintaa on syytä tai toisesta seurattava.

Tilapäinen anniskelulupa on voimassa enintään kuukauden, ja se voidaan myöntää tapahtumia tai tilaisuuksia varten. Vaatimukset luvan saamiseksi ovat samat kuin määräaikaissakin luvassa. Lupaa käsiteltäessä punnitaan tilaisuuden luonnetta, paikan sopivuutta anniskeluun ja anniskelujärjestelyjen toteuttamista. Lupa voidaan evätä, jos tilaisuus voidaan luokitella perhetapahtumaksi, tai jos siihen osallistuu huomattava määrä lapsia ja nuoria. Tilapäistä lupaa haettaessa tulee tilaisuuden ohjelma ja anniskelualan pohjapiirustus liittää hakemukseen.

Anniskelua harjoittavassa yrityksessä tulee olla ammattitaitoista henkilökuntaa tarpeeksi, jotta anniskelun valvonta ja järjestyksenpito toteutuu tehokkaasti. Alkoholin tarjoilemisessa ei saa käyttää henkilöä, joka on alle 18-vuotias ja hänellä ei ole tarvittavaa ammatillista koulutusta ammattioppilaitoksesta tai oppisopimusta. Yrittäjän on muistettava, että mikäli nuori on hankkinut ammatillisen koulutuksen ja suorittanut harjoittelunsa, häntä voidaan pitää työkelpoisena anniskelua harjoittavassa toimipisteessä. (Aluehallintovirasto 2009).

Ravintolatoiminnan aloittamisen edellytyksenä elintarvikelain mukaan on elintarvikehuoneistosta tehtävä ilmoitus, ja elintarvikehuoneiston on oltava lainsäädännön vaatimusten mukainen. Elintarvikelaissa on määriteltynä elintarvikehuoneisto, joka pääasiassa tarkoittaa huoneistoa, rakennusta, sellaisen osaa tai ulko- ja sisätiloja, joissa ruoan kanssa ollaan tekemisissä, varastoidaan, pakataan ja tarjoillaan tai muuten käsitellään.

Elintarvikehuoneiston ilmoituksessa on oltava seuraavat tiedot:

- 1) elintarvikealan yrittäjän nimi, kotikunta ja yhteystiedot
- 2) yrittäjän yritys- ja yhteisötunnus tai henkilötunnus
- 3) elintarvikehuoneiston nimi ja osoite
- 4) harjoitettava toiminta ja sen laajuus
- 5) toiminnan aloittamisajankohta
- 6) tieto omavalvontasuunnitelmasta.

(Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2011.)

2.3 Liikeidea

Liikeidea on yrittäjän idea mahdollisesti toteutuvasta liiketoiminnasta. Liikeidea siis voi olla hyvä tuote tai viihdyttävä palvelu, mutta monesti tavallinenkin tuote voi olla menestyvä liikeidea. Kaiken ratkaisee tässä tapauksessa fakta, että kysyntää on enemmän kuin tarjontaa. Hyvä liikeidea on sellainen, jolla saadaan taloudellista voittoa, mutta samalla yrittäjän ponnistukset pysyvät kohtuullisuuden rajoissa. Liikeidean tulisi tuoda asiakkaalle lisäarvoa ja helpottaa tämän elämää, esimerkiksi silloin, kun se säästää asiakkaalta vaivaa, rahaa tai aikaa.

Kilpailijoihin nähden yrityksen etu voi olla erikoistuminen, mutta myös tavanomaisemmat edut, kuten sijainti, laatu, rahoitus ja erikoisuudet, saavat asiakkaat valitsemaan juuri tietyn yrityksen palvelut ja tuotteet. (Puustinen 2004, 41–43.)

Liikeidea voi perustua myös muille asioille. Ideassa tulee kuitenkin olla sellaista, mistä asiakas on valmis maksamaan. Tällainen idea on mm.: omaan osaamiseen perustuva liikeidea, joka ilmentää yrittäjän hankkimaa koulutusta ja työpaikalta hankittu tietotaito tai jopa harrastuksesta syntynyttä ideaa. Esimerkiksi jonkin jo olemassa olevan tuotteen kehittäminen eteenpäin omien kokemusten ja tietotaidon avulla voi olla toimiva liikeidea.

Jäljittelystrateginen liikeidea on taas valmiin liikeidean lainaamista ja kehittämistä omiin tarkoituksiin. Idea voi syntyä yrittäjälle messuilla, ulkomailla, tuote-esittelyssä tai vaikka naapurin menestyvää yritystä seuraamalla.

Jäljittelystrategian toteuttaminen on mahdollista vain, jos markkinoinnin kohdemaassa tuotteelle ei ole haettu patenttia tai mallisuoja.

Yritysidea voi perustua myös markkinoiden tutkimiseen. Markkinoilla saattaa olla vielä täyttämättömiä markkinarakoja, joita kilpailijat eivät ole huomanneet. Kun markkina-aluea aletaan tämän yritysidean kannalta kartoittaa, tulee yrittäjän huomioida mm. seuraavat asiat: mihin suuntaan kuluttajien tarpeet ovat kehittymässä, mihin kuluttajat aikovat tulevaisuudessa varansa laittaa, ja miten

näiden kulutustottumukset muuttuvat ja kehittyvät. Arvomaailma ja lainsäädäntö tulee myös ottaa huomioon.

Tuotekehitystä tapahtuu jatkuvasti yrityksissä, sillä sen tavoitteena on löytää erityisen hyvin yrityksen tarkoitukseen sopivat tuotteet. Yrityksen tarkoitukseen sopimattomat tuotteet voidaan kuitenkin myydä toisille yrityksille, mikäli ne ovat tuotekehityksessä pidemmälle vietyjä kehitysprojekteja. (Isokangas & Kinkki 2002, 256–257.)

2.4 Johtaminen

Maailmassa toimii monenlaisia yrityksiä, joiden johtamisen tarve on myös erilainen. Erittäin pienet yritykset toimivat itse yrittäjän kokopäiväisellä työpanoksella, kun taas suuret yritykset tarvitsevat omat johtoportaanensa eri asioiden läpiviemiseksi yrityksessä. Isoissa yrityksissä johtamisen tulee olla järjestelmällistä ja yhtenäistä, jotta yritys voi toimia tehokkaasti ja olla kilpailukykyinen markkinoilla.

Johtamismuotoja voidaan nimetä kolme, jotka tukevat toisiaan: strateginen, operatiivinen ja suorituksen johtaminen.

Strateginen johtaminen täsmentää yrityksen kolme peruselementtiä: vision, arvot ja perustehtävän.

Perustehtävä kertoo koko yrityksen henkilöstölle, miksi yritys on olemassa. Perustehtävällä sijoitetaan yritys olemassa olevaan toimintaympäristöön ja määritellään yrityksestä saatu hyöty. Perustehtävän tulisi olla myös henkilöstölle motivoiva tekijä, sillä tehokas työntekijä tietää, mitä tekee ja miksi, ja näkee kokonaiskuvan selkeänä.

Visiota voidaan kutsua myös unelmaksi siitä, kuinka yrittäjä haluaa yrityksensä toimivan ja näkyvän ulospäin. Visio on myös osa strategista johtamista. Vision avulla kuvataan sitä tulevaisuutta, millaisena yritys ja sen toiminta halutaan nähdä. Visio antaa koko yrityksen henkilöstölle suunnan, sille miten toimitaan, jotta päästään tarvittavaan kasvuun, kehitykseen tai haluttuun muutokseen.

Arvot asettavat yrityksen toiminnan peruspilarin. Ne kertovat, kuinka asiakkaisiin, henkilökuntaan, sidosryhmiin ja yhteiskuntaan suhtaudutaan. Arvot ovat yritykselle erittäin tärkeitä, sillä ne usein näkyvät myös ulospäin yrityksestä, vaikkei sitä täysin tiedostaisikaan. (Laurent 2006, 8–10.)

Operatiivisella johtamisella tarkoitetaan strategian toimeenpanevaa voimaa. Operatiivisesta johtamisesta vastaavat suorittavan työn läheisimmät esimiehet. Tämä johtamismuoto ei päättää pyrkimyksestä ja tavoitteesta vaan siitä, millä keinoin niihin päästään.

Operatiivista johtamista eteenpäin vievällä esimiehellä on suuria vastuita, joihin lukeutuvat kaikki markkinoinnista toiminnan laillisuuteen. Esimiehellä tulee siis olla hallussaan monenlaista osaamista, jotta johtaminen on oikeudenmukaista ja päämäärätietoista. (Suomen Yrittäjät 2012.)

Operatiivisen johtamisen tukena toimii päivittäisjohtaminen, joka on pääsääntöisesti työsuorituksen johtamista päivittäin. Se varmistaa tuotteen ja palvelun tuottamisen asiakkaalle laadukkaana ja strategiaan sekä palvelumalliin pohjautuen.

2.5 Markkina-analyysi

Markkina-analyysissä yrittäjä hahmottaa ympäristön, jonne on tuomassa omaa yritystään ja osaamistaan. Yrittäjä tietää jo, mitä on ajatellut tekevänsä, mutta ympäröivät tekijät on myös otettava huomioon, jotta liiketoimintaa osataan harjoittaa oikeassa suhteessa kilpailijoihin, liiketoimintaympäristöön ja asiakkaisiin nähden.

Ensin yrittäjän on nimettävä toimiala, jonne yritys kuuluu. Millaiset esimerkiksi toimialan kannattavuus ja kausivaihtelu ovat? Yrittäjän tulisi myös osata nimetä muutamia trendejä, ja hänellä tulisi olla jonkinlainen ajatus alan tulevaisuudesta. Tässä vaiheessa yrittäjä ei saa kompastua omaan nokkeluuteensa siinä mielessä, että hän katsoo vain positiivisia asioita. Toimialan huonot puolet olisi syytä oppia näkemään.

Asiakassegmentointi kuuluu olennaisena osana markkina-analyysiin. Yrittäjän on hyvä maalaillla kuvia siitä, millaisia ihmisiä yrityksessä on asiakkaina.

Asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen ja tuotteiden yhdistäminen niihin tarpeisiin voi olla hankalaa ilman kunnollista asiakassegmentointia. Yrittäjän tulisi nimetä ne asiakassegmentit, jotka ovat hänen pääkohteensa markkinoilla, sillä kaikkia ei voi saada kerralla ja samalla idealla.

Kilpailijoiden tuntemus kertoo paljon yrittäjästä. Hyvä yrittäjä tuntee kilpailijansa ja heidän maineensa ja muistaa tarkkailla myös heidän toimiaan. Yrittäjän olisi hyvä ainakin aluksi tehdä vaikka SWOT -analyysjä pahimmista kilpailijoistaan ja heidän tuotteistaan. Harva yritys pääsee jokaisella osa-alueella kiitettävälle tasolle, joten yrittäjän on hyvä tietää myös kilpailijoidensa vahvat puolet.

Lyhyehkö arvio toimintaympäristöstä on myös paikallaan, sillä yritys vaikuttaa aina omaan ympäristöönsä. Viranomaisten ja muiden yritysten vaikutusta toimintaympäristöön tulee pohtia, samoin kuin omaa vaikutustaan. Yrityksellä usein on työllisyys- ja ympäristövaikutuksia.

Markkina-analyysin viimeisenä osana yrittäjän tulee pohtia, mitkä ovat markkinoille tuloa rajoittavat tekijät. Tällaisia tekijöitä voivat olla yrityksen suuret

alkuinvestoinnit, hintakilpailun raakuus, toimialan ruuhkautuminen tietyllä paikkakunnalla ja esimerkiksi liikeidean vanhentuminen. (Puustinen 2004, 62–64.)

2.6 SWOT-analyysi

Liiketoimintasuunnitelman voi päättää yrittäjän ja yrityksen SWOT -analyysiin. Analyysin nimi rakentuu englannin kielen sanoista strengths eli vahvuudet, weaknesses eli heikkoudet, opportunities eli mahdollisuudet ja threats eli uhkat. Jokaista sanaa edustaa yksi nelikentän osa.

Vahvuudet (Strengths)	Heikkoudet (Weaknesses)
Mahdollisuudet (Opportunities)	Uhkat (Threats)

Kuva 1. SWOT -analyysin nelikenttä.

Vahvuuksilla usein kuvataan yrityksen ja itse yrittäjän positiivisia ominaisuuksia ja resursseja, jotka ovat käytössä, ja joita jo osataan hyödyntää. Heikkoudet kuvastavat taas niitä piirteitä, jotka yrityksessä ovat heikompi tasoisia mutta kehityskelpoisia osa-alueita. Mahdollisuudet usein kuvaavat yrityksen kasvuun ja kehitykseen viittaavia voimia ja positiivisia kehitysmahdollisuuksia ja muutoksia. Uhkiin tulisi pohtia niitä asioita, jotka horjuttavat liiketoimintaa tai ovat kasvun kannalta hidastavia, kuten kilpailijat, talouden kriisit ja muut uhkiksi koettavat asiat. (Puustinen 2004, 69.)

3 RAHOITUS

Yritystä perustettaessa, tulee yrittäjän myös ajatella rahallista puolta. Mistä yrittäjä kerää varallisuuden toimivan idean toteuttamiseen? Raha ratkaisee monia asioita varsinkin ravintola-alalla, jonka perusinvestoinnit ovat suuria.

3.1 Oma pääoma

Oman pääoman muodostaa yrittäjän ja osakkaiden panostama raha ja sijoitukset, pääasiallisesti osakeyhtiöissä. Omalle pääomalle maksetaan aina korvausta eli osinkoa, kun yrityksen omistajat niin päättävät. Osinkoa maksetaan usein vain silloin, kun yritys tekee voittoa markkinoilla. Omaa pääomaa pidetään tärkeänä, koska se on yrityksen pesämuna ja perusturva. Pankit usein lainaavat rahaa, kun yritys on vakaavarainen. Oma pääoma tietenkin lisää vakavaraisuutta. Lisäksi oma pääoma tuo turvaa yritykselle, kun ajat ovat vaikeat.

3.2 Vieras pääoma

Lainat ovat yritykselle vierasta pääomaa, jota erilaiset rahoittajat ja pankit tarjoavat. Usein puhutaan niin suurista summista, että yrityksellä pitää olla hyvät vakuudet lainanantajalle esitettäväksi. Jos omat vakuudet eivät kuitenkaan riitä, lainaa voi saada takaajien avulla. (Puustinen 2004, 72–73.)

Lainoja on mahdollista saada pankeista ja erilaisilta rahoitusorganisaatioilta.

3.3 Starttiraha

Starttiraha on rahaa, jota työ- ja elinkeinotoimisto myöntää aloittaville yrittäjille. Starttirahan tarkoituksena on edistää uusien yritysten syntymistä ja

elinkeinonharjoittajan työllistymistä. Starttiraha voidaan myöntää lähes kaikille: työttömälle työnhakijalle sekä palkkatyöstä, opiskelusta tai kotityöstä siirtyvälle täyspäiväiselle yrittäjälle.

Starttiraha on veronalainen tuki, joka on yrittäjän ”leipäraha”. Tällä tarkoitetaan rahaa, joka on yrittäjälle itselleen henkilökohtaisiin kuluihin, eikä raha ole suoranaisesti yritykselle.

Starttirahaa voi saada enintään kymmeneksi kuukaudeksi. Yrittäjälle maksetaan ensimmäiset kuusi kuukautta noin 650 € ja työ- ja elinkeinotoimiston harkinnan mukaan vielä neljä kuukautta, mikäli yrittäjä vielä tarvitsee starttirahaa. (Työ- ja elinkeinotoimisto 2012.)

3.4 Finnvera

Finnvera on suomen valtion omistama riskirahoittaja, joka luotottaa elinkelpoisia pk-yrityksiä. Rahaa on mahdollista saada erilaisiin tarpeisiin, kuten yrityksen perustamiseen, laajentamiseen tai jo toimivan yrityksen ostamiseen. Jotta Finnveralta rahaa saisi, Finnvera arvioi yrityksen toiminnan kannattavuuden yritystutkimuksen avulla ja yrittäjän kanssa tiiviin yhteydenpidon avulla. Finnveran pääasiallisia tuotteita yrittäjille ovat investointi- ja käyttöpääomalaina, yrittäjälaina ja lisäksi pien- ja naisyrittäjälaina. (Puustinen 2004, 80.)

Naisyrittäjälaina on tarkoitettu naisten suurimmaksi osaksi omistamalle ja naisen johtamalle yritykselle. Yritys voi olla aloittava tai jo toimiva yritys, kunhan se työllistää maksimissaan viisi henkilöä. Naisyrittäjälainoja voidaan Finnveran mukaan myöntää melkeinpä kaikille naisyrityksille, ottamatta lukuun maa- ja metsätaloutta sekä rakennusurakointia. Finnvera voi myöntää naisyrittäjälainaa yhteensä 35 000 euroon asti yrittäjää kohden yhdessä tai useammassa erässä, ja sitä voidaan täydentää starttirahalla.

Yrittäjäpariskuntien, miesten ja pidempää maksuaikaa tarvitsevien tulee hakea Finnveralta joko yrittäjälainaa tai pienlainaa. Pienlaina on suuruudeltaan sama

kuin naisyrittäjälaina, mutta yrittäjälainaa myönnetään jopa 85 000 euroon saakka. Yrittäjälainaa voi hakea yksityinen henkilö ilman jo toimivaa yritystä. Muut lainat on suunnattu vain yrityksille.

Investointi- ja käyttöpääomalaina on tarkoitettu sekä uusille että jo toimiville yrityksille investointeihin, käyttöpääomatarpeisiin ja muuhun omistujärjestelyitä helpottavaan rahoittamiseen. Näillä lainoilla ei periaatteessa ole ylärajaa, mutta niiden hinta määräytyy Finnveran luokitusjärjestelmän avulla. Kokomarginaali siis vaihtelee 1,0 – 4,0 prosenttiyksikön välillä, mutta pääasiallisesti mitä isompi riski ja pienempi yrittäjän pääoma, sitä suurempi marginaali. (Finnvera 2012.)

3.5 Pankkilaina

Pankit myöntävät erilaisia ja eripituisia lainoja, lyhytaikaisia lainoja käyttöpääomaa varten ja pitkäaikaisia lainoja investointeihin. Pankkilaina vain on usein kalliimpi kuin julkisen sektorin korkotuetut lainatuotteet, ja pankkien vaatimat vakuudet ovat tiukemmat.

Pankkilainassakin on oma etunsa – joustavuus. Pankinjohtaja varmistaa lainakelpoisuutta reaalivakuuksien avulla. Tällaisia voivat olla yrittäjän henkilökohtainen omaisuus arvopapereineen ja asuntoineen sekä yrityksen arvokkaat koneet ym. omaisuus. Lainan saanti helpottuu vakuuksien ollessa kunnossa, mutta yrittäjän on mahdollista saada myös vakuusapua esim. Finnveralta.

Pankit arvostavat aloittavan yrityksen kohdalla tarkasti laadittua liiketoimintasuunnitelmaa. Jos yrittäjä on tuntematon, voi hyvä liikeidea tuoda rahoituksen. Pankkilainan hinta on kuitenkin suurempi ongelma kuin sen saaminen. Aloittelevalle yrittäjälle pankkilaina ei ole paras mahdollinen vaihtoehto, sillä pienlainoissa marginaalit ovat samalla tasolla kuin yksityishenkilön kulutusluotoissa, eli todella korkealla. Marginaalit voivat olla 3-5 prosenttiyksikköä eli yli Euriborin. (Puustinen 2006, 84.)

4 YRITYSMUODOT

Yritysmuodon valitseminen on tärkeää, sillä se on kasvun ja kehityksen pohja.

Jokainen yritys on ainutlaatuinen. Siksi yritysmuoto on myös mietittävä jokaiselle yritykselle erikseen. Valintaa mietittäessä tulee ottaa huomioon, millaiset lähtökohdat yrityksellä on. Kuinka monta yrittäjää on perustamassa yritystä, millainen elämäntilanne yrittäjällä on, entäpä varallisuus, riskinottohalu tai verotukselliset kysymykset? (Puustinen 2004, 94.)

4.1 Henkilöyritykset

Henkilöyrityksissä yrittäjällä on henkilökohtainen vastuu. Yritystoiminnan ollessa pientä yrittäjällä on keskeinen rooli yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa. Toiminta kulminoituu yhteen tai useampaan henkilöön, jotka antavat yritykselle merkittävän työpanoksen, omistavat ja toimivat yrittäjinä. Henkilöyrityksissä yrittäjän roolia on korostettu. (Isokangas & Kinkki 2002, 181.)

Toiminimen perustamiseen riittää ilmoitus kaupparekisteriin. Perusilmoitus tehdään maistraatissa, Patentti- ja rekisterihallituksessa tai paikallisessa rekisteritoimistossa. Kyseisissä paikoissa on saatavilla lomakkeet perusilmoituksen tekemiseksi. Ilmoitus on myös tulostettavissa Patentti- ja rekisterihallituksen Internet-sivuilla. Perusilmoituksesta on maksettava etukäteen käsittelymaksu.

Yrittäjällä on kuitenkin vastuita, joita toiminimen saaminen edellyttää. Yrittäjä nimittäin tekee sitoumukset ja sopimukset omalla nimellään. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että hän vastaa liiketoiminnastaan yrityksen omaisuudella ja omalla omaisuudellaan. Yrittäjä voi kuitenkin nostaa yrityksestään varoja parhaimmaksi näkemällään tavalla. Tämä voi kostautua, sillä mahdolliset velkojat voivat periä velkojaan ulosoton kautta, jolloin yrittäjän omaisuuskin voidaan ulosmitata. (Suomen Yrittäjät 2012.)

Yrittäjä, jonka yritys on toiminimen alaisena, maksaa vain ansiotuloveroprosentin verot. Yrittäjälle se on hyvin edullista, kunhan muistaa pitää yrityksen juoksevista kuluista huolen. Jos yrittäjän veroprosentti nousee pysyvästi yli 30:n, yritysmuodon vaihtamista tulisi harkita, sillä veroprosentti on kovin suuri.

Avoim yhtiö on toiminimen kaltainen henkilöyhtiö, jossa kuitenkin on oltava vähintään kaksi jäsentä, jotka sopivat yrityksen perustamisesta yhteisen tarkoituksen saavuttamiseksi. Avoimen yhtiön osakkaana voi olla tavallinen, oikeuskelpoinen henkilö ja myös alaikäinen henkilö yhdessä holhoojansa kanssa. Alaikäisen osakkaan holhooja ottaa vastuun tämän tekemistä toimista. Yksi henkilö ei voi perustaa avointa yhtiötä, ja muiden yrittäjien erotessa tai kuolemantapauksen sattuessa voi avointa yhtiötä pyörittää yksi henkilö mutta enintään vuoden.

Avointa yhtiötä perustettaessa yhtiösopimus on tarpeen tehdä mieluiten kirjallisena, vaikka sopimus voi olla myös vapaamuotoinen ja suullinen. Yhtiösopimuksessa sovitaan tavoitteista ja jokaisen osakkaan vastuista ja velvollisuuksista.

Kaupparekisteriin on tehtävä ilmoitus ennen avoimen yhtiön toiminnan aloittamista. Vaikka yhtiö syntyykin jo yhtiösopimuksen kautta, kaupparekisteri-ilmoitus on kuitenkin tehtävä, ja se lähinnä vahvistaa liiketoiminnan aloittamisen ajatusta.

Pääoma avoimessa yhtiössä muodostuu osakkaiden panostuksista, jotka voivat olla erilaisia ja erisuuruisia. Osakas voi sijoittaa yhtiöön perinteisesti rahaa mutta myös tavaraa tai vain työpanoksensa. Yhtiön oma pääoma on osakkaiden vapaassa käytössä, mutta nostetut varat voidaan käsitellä voitonjakona, pääoman palautuksena tai osakaslainana. Yhtiön ei kuitenkaan tarvitse tehdä mitään erikoistoimenpiteitä, vaikka osakkaan pääoma menisikin miinuksen puolelle, sillä osakkaat ovat rajattomassa vastuussa yhtiön velvoitteista. (Suomen Yrittäjät 2012.)

Avoim yhtiö on oiva ratkaisu esimerkiksi yrittäjäperheelle, joka tuntee toisensa hyvin ja jolla on vähän pääomaa.

Kommandiittiyhtiö muistuttaa avointa yhtiötä, mutta sen kaikki osakkaat eivät ole tasavertaisia, vaan osakkaita on kahdenlaisia, vastuunalaisia ja äänettömiä osakkaita.

Vastuunalainen osakas usein panostaa yritykseen vain työpanoksensa, ja hän on oikeutettu tekemään itsenäisiä päätöksiä yhtiötä koskevissa asioissa.

Vastuunalainen osakas on henkilökohtaisesti vastuussa yhtiön sitoumuksista. Äänettömällä osakkaalla ei ole oikeutta osallistua päätöksentekoon, eikä hänellä ole kielto-oikeutta vastuunalaisen osakkaan päätöksiin. Äänetön osakas ei myöskään ole vastuussa yrityksestä henkilökohtaisella pääomallaan. Äänetön osakas siis vain sijoittaa yritykseen pääomaa ja kerää mahdollista voitto-osuutta, jonka hän voi myös menettää osittain tai kokonaan.

Myös kommandiittiyhtiö syntyy kirjallisella sopimuksella osakkaiden kesken. Sopimus on kutakuinkin samansisältöinen kuin avoimessa yhtiössä, mutta se sisältää määritelmän äänettömän osakkaan voitto-osuudesta. Verotusperiaate on myös sama kuin avoimessa yhtiössä. (Isokangas & Kinkki 2002, 186.)

4.2 Pääomayritykset

Pääomayrityksissä omistajan ja yrittäjän roolit hämärtyvät. Yrittäjällä ei ole enää niin keskeinen rooli, sillä varsinkin suurimmissa pääomayrityksissä yritys mielletään omaksi yksikökseen, ja omistaminen ja yrittäminen ovat linjautuneet kahdeksi haaraksi. Omistajat eivät silloin välttämättä johda yritystä, vaan he ovat palkanneet ammattilaiset tekemään sen puolestaan.

Pääomayrityksissä on usein kyse varsin suurista yrityksistä, joten niiden rahoitukseen tarvitaan usein monia pääomia, jotka on hankittu useita eri tahoilta.

Pääomayhtiössä sijoittajalla ei ole henkilökohtaista vastuuta yrityksen edesottamuksista. Henkilökohtainen omaisuus on siis suojattuna velkojien ulottumattomiin, mikä on ratkaiseva tekijä ja rahoitus on helpompaa löytää. (Isokangas & Kinkki 2004, 187–188.)

Osakeyhtiö on menestyvälle yritykselle kannustavin vaihtoehto. Osakeyhtiö on ainoa yhtiömuoto, joka tekee selvän eron yrityksen varojen, velkojen ja yrittäjän henkilökohtaisen omaisuuden sekä vastuiden välille. Osakeyhtiö kannustaa riskinottoon, sillä yrittäjä ei menetä konkurssissa muuta kuin pääoman, jonka on jo sijoittanut yritykseen, ellei yrittäjä ole taannut yrityksen velkoja omalla henkilökohtaisella omaisuudellaan. (Puustinen 2004, 100.)

Osakeyhtiö perustetaan perustamissopimuksella, jonka osakkeenomistajat tekevät kirjallisena ja allekirjoittavat. Perustamissopimuksessa ilmenee osakkeiden määrä. Perustamissopimuksessa tulee olla merkittynä nämä asiat:

Päivämäärä

Osakkeenomistajat ja jokaisen osakkeet

Osakkeesta yhtiölle maksettavan maksun määrä

Milloin osake tulee maksaa

Hallituksen jäsenet sekä tilintarkastaja/tarkastajat mikäli heitä on useampi.

Yhtiön johdon ja tilintarkastajien työt ja toimikausi alkavat allekirjoitushetkenä. Perustamissopimuksessa on myös mainittava mahdollinen toimitusjohtaja, jos sellainen yhtiölle on määrätty. Yhtiö voi kuitenkin toimia ilmankin.

Osakeyhtiö syntyy rekisteröimällä se Patentti- ja rekisterihallituksessa. Yhtiö on rekisteröitävä kaupparekisteriin viimeistään kolmen kuukauden sisällä perustamissopimuksen allekirjoittamisesta sillä uhalla, että yhtiön perustaminen raukeaa. Ennen rekisteröitymistä yhtiö ei voi tehdä sitoumuksia tai hankkia oikeuksia. (Suomen Yrittäjät 2012.)

Uuden osakeyhtiön perustamiseen osakkaat tarvitsevat vähintään 8000 euroon sijoituksen, josta saadaan yhtiön pääoma. Pääomavaatimuksen tavoitteena on vahvistaa yrityksen uskottavuutta, mikä tarkoittaa sitä, että yrityksellä on varallisuutta, josta voidaan ulosmitata tarpeen tullen.

Osakeyhtiöllä on myös raportointi- ja tilintarkastusvelvollisuus. Suomessa kaikkien osakeyhtiöiden on joka vuosi luovutettava kopio tilinpäätöksestä ja osasta muita asiakirjoja kaupparekisteriin, jossa ne ovat julkista tietoa.

Yrittäjä voi nostaa osakeyhtiöstä palkkatuloja ja sen lisäksi pääomatuloja eli osinkoja. Osinkojen verokohtelu on yrittäjälle edullista. Se tarjoaa mahdollisuuden verosuunnitteluun, jonka ansiosta menestyvä yrittäjä voi ansaita pienemmällä verorasituksella kuin menestyvä palkansaaja. (Puustinen 2004, 100-101.)

Osuuskunnan tarkoituksena on jäsenten taloudenpidon helpottaminen tai taloudellisen toiminnan harjoittaminen elinkeinon tukemiseksi käyttämällä hyväksi yhteisön palveluja. Osuuskunnan jäseninä voivat olla yritykset ja yksityiset henkilöt. Osuuskuntaa on oltava perustamassa vähintään kolme henkilöä tai yhteisöä.

Kun osuuskuntaa perustetaan, laaditaan sille säännöt, ja osapuolet sopivat osuuskunnan osuusmaksusta. Osuusmaksu on jäsenten maksama peruspääoma osuuskunnalle, ja se on jokaiselle jäsenelle samansuuruinen. Jäsenen erotessa osuuskunnasta, hän saa maksamansa täyden osuusmaksun takaisin. Jäsenmäärä ja pääoma ovat siis osuuskunnassa ennalta arvaamattomia, ja nämä voivat vaihdella koko toiminnan ajan. Osuuskunta syntyy rekisteröimällä toiminta kaupparekisteriin.

Osuuskunnan kokous on toiminnan ylin ja päättävä elin, johon jokainen osuuskunnan jäsen voi osallistua. Jokaisella luonnollisella jäsenellä on kokouksessa käytettävissään yksi ääni, toisin kuin osakeyhtiössä. Yhteisöjäsenellä voi olla oikeus käyttää useampikin ääni, mikäli niin on osuuskunnan säännöissä määrätty. Suuressa osuuskunnassa jäsenten lukumäärän takia päätöksen teko voi olla hankalaa, joten heidän on mahdollista perustaa edustajisto, joka valitaan demokraattisilla vaaleilla.

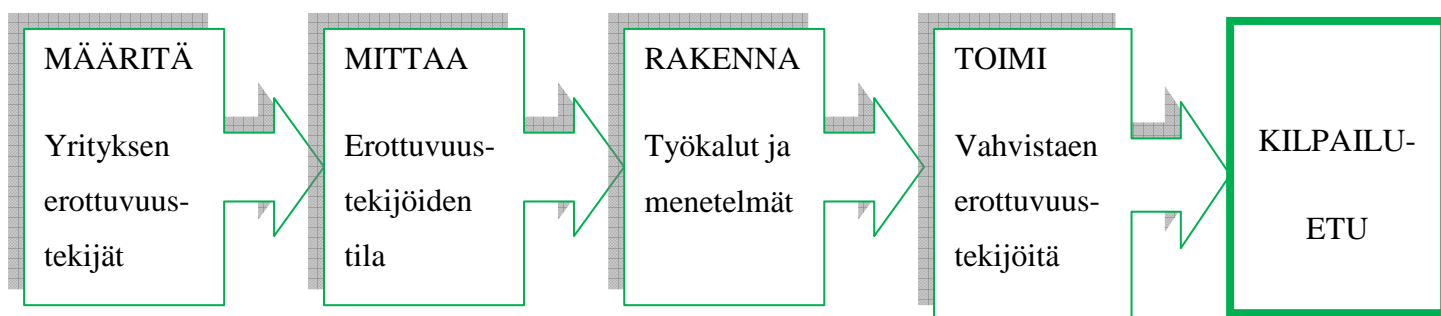
Suomen lain mukaan osuuskunnalla on oltava hallitus, joka edustaa osuuskuntaa, hoitaa kirjanpidon ja varojenhoidon sekä valvoo yhtiön etuja. Osuuskunnalla tulee myös olla tilintarkastaja tai useampi, mikäli osuuskunta on suuri ja monialainen. (Isokangas & Kinkki 2004, 191–193.)

5 EROTTUVUUS

Erottuvuus on brändin kannalta tärkeää. Se luo yritykselle kilpailuedun, jonka asiakkaan kuuluisi kokea yrityksen ylivoimaiseksi hyveeksi kilpailijoihin nähden. Kilpailuetua pitäisikin pyrkiä toteuttamaan ja keksimään strategisen johtamisen kautta siten, että erottuvuuden merkitys on korostettua yrityksen menestyksen kannalta.

Yrityksen elinehtona ovat jatkuvat investoinnit, mikäli se pyrkii kilpailuetuun erottavuudessa. Investoinnit voivat olla huomattavia, sillä erottavuuteen kuuluu monenlaisia asioita, joita tulee kehittää koko ajan. Tällaisia asioita ovat mm. viestintä ja markkinointi, tuottavuus, laadunvarmistus ja tuotekehitys. Satsaus on kuitenkin ollut kannattava, mikäli asiakas näkee erottuvuuden suotuisana tekijänä yrityksen brändissä ja tuotteisissa.

Useita erottuvuustekijöitä omaava yritys saavuttaa helpommin kilpailuetua kuin vähemmän erottuva, mutta ongelmaksi voi muodostua erottuvuustekijöiden hallinta. Muutama erottuvuustekijä on hyvästä, jos ne erottavat yrityksen tarpeeksi selkeästi kilpailijoista. Jokainen tietää, että kolme asiaa kerrallaan on helpompi hallita ja kehittää kuin kolmeakymmentä. Siksi muutamaan erottuvuustekijään keskittymällä yrityksen strategia on helpompi laatia ja toteuttaa.



Kuva 1. Erottuvan kilpailuedun rakentaminen.

Yrittäjän tulee myös huomioida mahdolliset erottautumisen kustannukset ja pyrittävä terveeseen liiketoimintaan, joka tuottaa yrittäjälle positiivista

kassavirtaa. Yrittäjän valitessa mahdollisista erottuvuustekijöistä tulee hänen tarkkaan miettiä ja harkita, mitkä ideat ovat kannattavia oman kustannustason kannalta ja ennen kaikkea asiakkaan maksuvalmiutta silmällä pitäen. Kun erottuvuustekijät ovat kannattavia sekä yrittäjälle että asiakkaalle, hyöty on suuri, sillä asiakas on valmis maksamaan ainutlaatuisiksi kokemastaan tuotteesta ja yritykseen jää tuotteesta vielä rahaa yritykseen.

Pärjätäkseen kovenevassa kilpailussa yrityksen on tehtävä valintoja suuntaan ja toiseen. Yrityksen brändi on tiiviisti sidoksissa erottautumisstrategiaan. Brändilupauksiin tiivistyy se, mistä yritys tunnetaan ja mikä sen erottaa muista. Erottautuminen perustuu aina innovaatioon. Yritykset usein hakevat erottautumistekijöitä tuotteillaan, mutta tuotteiden kokoaikainen kehittäminen ja innovointi on kuluttavaa. Investoinnit uusiin mielenkiintoisiin tuotteisiin eivät tuo kilpailuetua tai erottautumistekijöitä yritykselle, jos yritystä jäljitellään ja tuotteiden hinta markkinoilla painuu alas. Tutkimukseen ja kehitykseen satsaaminen ovat markkinoilla pysymisen ehto mutta eivät erottautumisen ja kilpailuedun löytämisen ehtoja. (Taipale 2007, 11–19.)

6 CARAJILLO

Valitsin yrityksen nimeksi Carajillon, joka on espanjaa ja tarkoittaa espressokahvia grappamaisen viinapaukun kera, sillä juuri kahvin ja alkoholin anniskelua haluaisin yhdistää omassa yrityksessäni. Lisäksi espanjan kieli on hyvin kaunis ja lähellä suomalaisia, kiitos suomalaisten kovan kiinnostuksen Espanjaa kohtaan.

Seuraavat analyysit ja pohdinnat sitoutuvat nykyaikaan. Analyysit ja pohdinnat on suoritettava uudestaan, kun liiketoimintaa aloitetaan 5–10 vuoden päästä.

6.1 Liikeidea

Carajillon liikeideaksi nimeäisin kahvilabaarin, joka tarjoaa erikoiskahveja ja erilaisia alkoholijuomia, juomasekoituksia ja kahvilatuotteita asiakkailleen viihdyttävässä ympäristössä. Carajillon ovet olisivat aina avoinna janoisille ja piristystä kaipaaville kaupunkilaisille, jotka arvostavat iloista ilmapiiriä ja lähellä tuotettuja raaka-aineita.

Carajilloon haluaisin palkata nuorta, innokasta ja luovaa väkeä, joka haluaa tuoda särmää ja huumoria palveluun. Palvelun tulisi olla mielestäni asiakkaille mielenkiintoista, yksilöllistä ja kuuntelevaa. Palvelussa perimmäisenä tarkoituksena myynnin lisäksi olisi saada asiakas löytämään ja kokemaan uusia makuja ja elämyksiä Carajillon tiskillä.

Tuotteina Carajillossa olisivat tietenkin erikoiskahvit ja erilaiset miedot ja voimakkaat alkoholituotteet mutta myös lähitiloilla tuotetut marjat, yrtit, kasvikset ja hedelmät. Tuotteiden tuoreus varmistettaisiin juurikin sillä, että perusraaka-aineet olisivat kausittain vaihtuvia ja ne olisivat lähellä tuotettuja ja saatavilla. Kausittain vaihtuvat raaka-aineet toisivat vaihtelua myös asiakkaiden arkeen, kun syksyllä olisi tarjolla omenaiset herkut niin juoma- kuin kahvilatuotteissakin, kun taas joulua kohden voisi mennä taas mausteisiin kuten kaneliin ja erilaisiin pähkinöihin.

Carajillon ovet olisivat avoinna aamukahvittelijoista iltarientäjiin. Kahvilan ja baarin parhaat ominaisuudet näkyvät mielestäni myös aukioloajoissa. Parhaat kahvitteluajat vaihtuvat melko sulavasti illan parhaisiin anniskeluaikoihin.

Carajillon liikeidea perustuu omaan ideaan ja toisaalta jäljittelyideaan. Omaa ja erilaista on yhdistää periaatteessa kaksi erilaista liikeideaa yhdeksi, mutta jäljittelystrategiaa on käytetty hyväksi, molempien, kahvilan ja baarin, erilaisten ideoiden hyväksikäyttämisessä. Molemmista ideoista on yritetty poimia parhaat ja toisiaan tukevat toiminnot luovassa mielessä.

6.2 Markkina-analyysi

Carajillo toimisi ravintolatoimialan piirissä. Vuonna 2010 kokonaismyynnillistä kasvua on ollut koko maassa anniskeluravintoloissa, joilla on A- ja B-oikeudet, noin 2 %. Myynnit tuoteryhmittäin koko maassa ovat olleet pääasiallisesti kahvia ja ruokaa, jota koko myynnistä oli 49,5 %. Mikä ilahduttavinta, mallasjuomien myynti tuoteryhmittäin oli 17,3 % ja muiden alkoholijuomien myynti 25,4 %. Mahdollisuuksia ainakin tuntui olevan vuonna 2010 melko hyvin koko maassa, mutta ajat ovat muuttuneet. Nykyinen nk. talousahdinko on jo syönyt ravintoloissa käytettävän rahan määrää, enkä näe, että muutamaan vuoteen markkinoille tulo olisi kannattavaa. (Mara ry 2010.)

Ravintola-alan tulevaisuus kuitenkin näyttää mielestäni valoisalta, kunhan tämän hetken taloudelliset vaikeudet, jotka vaikuttavat kotitalouksiin, hieman helpottavat. Tällä hetkellä vaikuttava trendi on lähiruoka, jonka olen myös itse sisäistänyt tähän liiketoimintasuunnitelmaan. En usko, että lähiruoka-ajattelu on väistymässä, vaan se mielestäni korostuu koko ajan lisää. Muita ruokaan ja juomaan liittyviä trendejä ovat aidot maut ja konstailemattomuus. Ruoassa pitää siis näkyä selvästi raaka-aineet, joita siinä on käytetty. Samoin raikkautta ja keveyttä korostetaan koko ajan enemmän ruokatuotteessa. Tietynlainen juurille palaaminen on nyt suuri ruokatrendi. (Heikkilä, L. Vitriini 8/2008.)

Carajillon asiakassegmentit ovat selkeitä: nuoret ja nuorekkaat kaupunkilaiset sekä miehet ja naiset, jotka arvostavat palvelun yksilöllistämistä juuri heidän tarpeidensa ja toiveidensa täyttämiseksi. Asiakkaat arvostavat myös

konstailematonta ja lähellä tuotettua maukasta ruokaa ja juomaa. Seuraava taulukko selventää kolme pääasiakassegmenttiä.

Asiakas	Ikä, sukupuoli, arvot	Millaisia tuotteita/palveluita	Ostokäyttäytyminen
Kahvittelija	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 27–40 ▪ nainen/mies/pariskunta ▪ Arvostaa monipuolisuutta ja helppoutta ▪ Pitää itseään trendikkäänä 	<p>Ostaa usein kahvia ja jotain makeaa purtavaa. Silloin tällöin innostuu kokeilemaan juomasekoituksia ystäviensä kanssa. Arvostaa yksilöllistä palvelua.</p>	<p>Yrityksen näkökulmasta tuo leivän yrittäjän pöytään. Haluaa nauttia seurasta kahvikupposen äärellä ostoskierroksen ja asioiden hoidon lomassa. Valmis maksamaan palvelusta.</p>
Siiderisieppo/Bissebiisoni	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 23–37 ▪ nainen/mies ▪ Arvostaa helppoutta ja tunnelmaa ▪ Pitää itseään ”jalat maassa” -tyyppinä ▪ Haluaa kuitenkin näkyä kaupungilla oikeissa paikoissa 	<p>Haluaa hengähdyspaikan arjen keskellä erilaisiin tilanteisiin, kuten kavereiden kanssa illanviettoon tai omaksi iloksi</p>	<p>On hieman ”perusjamppa”. Tilaa aina samaa olutta tai siideriä, kun ei tiedä vaihtoehdoista tai on kaavoihin kangistunut. Osaa kuitenkin pitää hauskaa porukassa. Arvostaa työntekijöiden neuvoja ja tuotetietämystä.</p>

			Juo useamman kuin yhden illan aikana. Joskus tilaa myös suolaista evästä.
Yrityspertti /-paula	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 35- ▪ Nainen/mies ▪ Usein viihdyttää asiakkaitaan ja arvostaa helppoa ja sujuvaa palvelua ▪ Arvostaa omien asiakkaidensa hyvää palvelemista 	Haluaa viihdyttää asiakkaitaan rennossa mutta samaan aikaan tasokkaassa paikassa, joka ilmentää mahdollisesti juuri hänen yrityksensä arvoja.	Tarjoaa asiakkailleen parasta ja ajattelee ennen kaikkea heidän viihtyvyyttään. Yrityskortti vinkuu.

Taulukko 1. Pääasiakassegmentit kahvilabaari Carajillossa

Pahimpina kilpailijoina Lahden ydinkeskustassa näen osan baareista kuten Hämeenmaan yksiköt Public Cornerin ja ravintola Amarillon baaripuolen. Lisäksi kahvila-asiakkaista kilpailevat Sinuhen kahvilat keskustassa ja Robert's Coffee.

Amarillon ja Public Cornerin suurimpia etuja on SOK:n antaman tuki. Ihmisiä nykyään liikuttaa hyvinkin paljon erilaiset kanta-asiakkuusohjelmat, joissa kerrytetään hyvää itselle tai saadaan alennuksia. Myös näiden kahden ravintolan sijainnit Lahdessa ovat erinomaiset. Ne ovat lähellä ostoskeskuksia ja yökerhoja. Palvelu on kuitenkin Amarillossa suhteellisen tavanomaista ja tunteita herättämätöntä, ainakin baarialueella. Lisäksi asiakassegmentti on paljon nuorempi kuin Carajillon tavoittelemat pääasiakassegmentit. Public Cornerilla taas tuntuu olevan erittäin hyvä maine sekä palvelun että tuotteiden monipuolisuuden osalta. Erottavana tekijänä kuitenkin on melko raskas metallimusiikki, joka ei kaikkia miellytä.

Sinuhen kahvilat keskustassa kilpailevat myös päiväaikaan liikkuvista asiakkaista mutta erilaisella tyyllillä. Sinuhe on melko perinteinen itsepalvelukahvila, jossa on kahvilinjasto. Palvelu tällä mallilla jää hyvin vähäiseksi, mikä on todella hyvä asia, jos asiaa pohditaan Carajillon kannalta. Nopeat kahvinjuojat toivottavasti pysyvätkin Sinuhen kahviloissa ja nautiskelijat vaihtavat osoitteensa Carajilloon pysyvästi. Sinuhen kahviloilla on kuitenkin leipomom vahvuus takanaan, ja heidän on helpompaa tarjota mitä erilaisimpia kahvilatuotteita asiakkailleen.

Carajillon perustaminen toisi positiivisen muutoksen toimintaympäristöön ainakin kilpailun monipuolistumisena. Kahvilabaaria Lahdessa ei vielä olekaan, ja se toisi tervettä kilpailua molemmille ravintolaryhmille. Toinen positiivinen asia olisi muutama uusi ja erilainen harjoittelupaikka ravintola-alan ammattioppilaitoksille ja tietenkin muutama uusi työpaikka.

Tällä hetkellä markkinoille tuloa estäviä tekijöitä on liian monta, kuten yrittäjän kokemuksen puute ja rahoitus. Siksi olenkin suunnitellut ensin hankkivani kokemusta muutaman vuoden ennen suunnitelmien täytäntöönpanoa.

Kokemuksen hankkiminen ja markkinoiden tarkastelu vielä muutaman vuoden on mielestäni tarpeellista, sillä vanhan sanonnankin mukaan: ”Kukaan ei ole seppä syntyessään”. Kokemuksia siis kannattaa kartuttaa muiden palveluksessa, ennen kuin hyppää hullunrohkeana toimialalle, joka muuttuu ja jossa kilpailu asiakkaista on kovaa. Verkostoituminen ja suhteiden luominen noin viiden vuoden ajan voi tuoda suuren muutoksen nuoren yrittäjän elämään.

6.3 SWOT

Tässä osiossa pohdin omia yrittäjän ominaisuuksiani ja tulevan yrityksen ominaisuuksia.

Vahvuudet (Strengths) Nuoruuden into Innovatiivisuus Palveluhenkisyys Paineensietokyky Ongelman ratkaisukyky Työelämään suuntautuminen	Heikkoudet (Weaknesses) Kokemuksen puute (käytäntö) Rahan puute Verkostojen niukkuus
Mahdollisuudet (Opportunities) Osaaminen myös ruohonjuuritasolla Kokemuksia alaisena Koulutuksen antama valmius	Uhkat (Threats) Vahvat kilpailijat Jääkö haaveeksi?

Näen itseni nuoruuden intoa puhkuvana, yritteliäänä ihmisenä, joka on koko nuoren ikänsä toiminut palvelualalla hieman joka paikan höylänä. Ihmisten kanssa työskennellessä olen joutunut moniin stressaaviin tilanteisiin, jotka vaativat nopeaa ongelmanratkaisukykyä ja ennen kaikkea paineensietokykyä. Näen ne yrittäjälle tärkeinä ominaisuuksina, sillä yrityksen johtaminen on nuoralla tanssimista ja erilaisten asioiden yhteen sovittamista.

Mahdollisuuksiin luen koulutuksen antaman valmiuden ja laajan tietopohjan, jotka tulevat kuitenkin vielä kehittymään käytännön työssä. Koulutus on tarjonnut hyvät eväät työelämään ja erilaisia näkemyksiä siitä, mitä ravintola-alalla tarvitaan. Moni asia on selkiytynyt opiskeluvuosina, aivan perusasioista vaativampiinkin esimiestason tehtäviin. Myös kokemukseni alaisena on saanut minut tajuamaan monia asioita johtamisesta, myös sen, millaiseksi johtajaksi haluan ja millaiseksi en. Alaisena mutta kuitenkin esimiestehtäviä opiskelevana

henkilönä olen huomannut monia virheitä, joita nykyiset johtavassa asemassa olevat henkilöt tekevät, ja joihin en itse halua sortua ajatellen tulevia omia työntekijöitäni. Omiin vahvuuksiini lukisin myös osaamiseni ravintolan perustehtävissä, niin tiskinurkkauksessa kuin tarjoilijana. Kun on laaja käsitys töistä, joita ravintolassa tehdään, jotta jokainen osa-alue toimisi, oppii arvostamaan jokaisen työpanosta ja kiittämään tehdystä työstä.

Uhkana näen tulevaisuudessa mahdollisesti mukavuusalueelle jämähtämisen, jolla tarkoitan jäämistä jonkun muun yrityksen johtotehtäviin. Yrittäjäyys kiinnostaa, mutta riskin ottaminen on aina riskin ottamista. Jos löydänkin hyvän motivoivan työpaikan, jääkö oma yritys vain haaveeksi? Toisena uhkana on kilpailijoiden vahva asema Lahdessa, etenkin SOK:n koko ajan kasvava vaikutus kuluttajien käyttäytymiseen, investoimalla uusiin toimipaikkoihin. Jääkö Lahteen tilaa uudelle yrittäjälle, jos osuuskauppa alkaa monopolisoida markkinoita eri toimialoilla?

6.4 Erottavuus ja strategia Carajillossa

Yrityksen strategia on erottuvuutta korostava strateginen johtaminen. Erottavuudella halutaan tehdä selkeä pesäero kilpailijoihin, ja strateginen johtaminen sopii ravintola-alan muuttuviin tilanteisiin.

Carajillon arvot perustuvat asiakkaisiin, ihmisiin ja maanläheisyyteen. Arvot luovat yritysilmapiiriä ja viestivät millainen yritys on. Carajillon arvoja tulevat olemaan asiakaslähtöisyys, innovatiivisuus, vastuullinen liiketoiminta ja erikoistuneisuus sekä kannattavuus. Nämä asiat ovat tärkeitä erikoistuneelle ravintola-alan yritykselle, jonka elinehtona on tuoda markkinoille erilaisuutta sekä pyrkiä kehittämään tuotteitaan ja palveluitaan jatkuvasti.

Vision Carajillon eteenpäin viemiseksi voi tiivistää yhteen lauseeseen: Haluamme olla urbaanin seikkailijan ykkösvaihtoehto levähdyskeiteina, jolla on tarjottavanaan uusia tuulahduksia.

Visiota kunnioittaen erottuvuustekijät Carajillossa perustuvat uusien tuotteiden etsimiseen ja kehittämiseen sekä palvelun yksilöllistämiseen. Investointeja ja hankintoja tuotekehityksessä on tehtävä jatkuvasti, ja oltava uskalias kokeilemaan uusia tuotteita, esimerkiksi kahvien ja alkoholijuomien suhteen. Asiakkaalle on tultava selväksi, että raaka-aineet ja muut tuotteet ovat Carajillossa omaa luokkaansa, joita ei muualta löydy. Kehittymisen tahdin on oltava melko kiivas, sillä ravintola-alalla uusien tuotteiden suojaaminen mahdollisilta kopioijilta on hankalaa ja lähes mahdotonta. Asiakaskin voi olla ravintolatyöntekijä kilpailevassa yrityksessä. Palvelun taso on pidettävä korkeana mutta kuitenkin rennon huolettomana, sillä nykyisin palvelua arvostellaan niin puskaradiossa kuin julkisessa mediassakin. Asiakaspalvelun tulee siis olla Carajillossa yksilöllistettyä ja jouhevaa mutta samalla asiakasta opastavaa. Ihminen kaipaa opastusta varsinkin ravintolaympäristössä. Jos ravintolaan on helppoa tulla, asiointi käy vaivattomasti ja tuote on asiakasta miellyttävä, on palveluprosessi onnistunut.

Erottuvuutta on myös pyrittävä korostamaan henkilöstölle. Ollakseen erilainen tulee yrityksen myös motivoida työntekijöitään ajattelemaan asioita normaalista

kaavasta poiketen. Työntekijöissä on myös oiva resurssi uusien ideoiden ja tuotekehityksen kannalta, joten uusien asioiden kokeiluun vapaa-ajallakin tulisi kannustaa. Motivoitunut työntekijä on tehokas työntekijä.

6.5 Rahoituksen mahdollisuudet

Tulevaisuuden rahoitusta ja investointia on hyvä pohtia jo nykyhetkessä, vaikkei se olisikaan ajankohtaista. Rahoitusmahdollisuuksia kun on monia ja monenlaisia, on niiden tuomia mahdollisuuksia hyvä punnita ajoissa. Liiketoiminnan aloittamisessa piilee kuitenkin aina riskejä, joten niiden tiedostaminen ja puntaroiminen maksaa vähemmän kuin väärin tehty rahoitussuunnitelma.

Starttirahan hakeminen olisi mielestäni jokaiselle aloittavalle yrittäjälle ensimmäinen askel rahoituksen kokoon keräämisessä. Starttirahalla yrittäjä maksaa oman leipänsä, mikäli ensimmäiset kuukaudet menevät yrityksen pystyssä pitämiseen, mikä on erittäin todennäköistä ravintola-alalla. Starttiraha, mikäli sellainen myönnetään, toisi mielenrauhaa yrittäjälle omasta taloudesta kaiken yrityksen perustamisesta aiheutuvan stressin keskelle.

Omana mahdollisuutenani näen myös naisyrittäjälainan, jota myöntää Finnvera. Lainaa on mahdollista saada 35 000 euroon asti, jolla pääsisi jo jonkinlaiseen alkuun. Laina-aika on 5 vuotta. Riippuen yritysmuodosta yrittäjä saattaa joutua vastaamaan henkilökohtaisesti lainastaan, mikäli ei pysty sitä takaisin maksamaan. Naisyrittäjälaina voisi sopia minulle yrittäjänä, koska laina ei ole valtavan suuri ja maksuaikaakin on kohtuullisesti. Oman pääoman sijoittaminen tulisi tietenkin kysymykseen, mikäli päätös kääntyy naisyrittäjälainaan.

Oman pääoman sijoittaminen Carajilloon tulisi omasta mielestäni tietenkin kyseeseen. Mahdolliset kertyneet säästöt ja jokainen suvulta liikenevä euro tulitisiin panostamaan omaan elinkeinoon riskeistä huolimatta.

6.6 Yritysmuodon valinta

Yritysmuodon valinta on tärkeä päätös jokaisen yrittäjän elämässä, sillä yritysmuoto säätelee paljolti yrityksen toimintaa. Toiminimellä yrityksen perustaminen voi aluksi olla aivan järkevä ratkaisu. Yrityksen alkaessa mahdollisesti menestyä tulevat verotuksessa rajat vastaan, eikä yrittäminen toiminimellä ole enää kannattavaa.

Yrittäjänä haluaisin tiimin, jolla on samanlainen käsitys vallalla olevista markkinoista ja intohimoa liiketoimintaan. Avoimen yhtiön perustamiseen tarvitaan vähintään kaksi ihmistä, joten liikekumppanin löytäminen olisi myös ehtona yrityksen perustamiselle. Avoin yhtiö tukee ravintola-alaa, koska osakas voi sijoittaa yhtiöön rahaa mutta myös työpanoksen tai tavaroita. Ainoana miinuksena avoimessa yhtiössä näen sen, että mikäli toinen osakas eroaa, on yritysmuotoa muutettava.

7 YHTEENVETO

Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen tärkein työkalu (Ahonen, Koskinen & Romero 2003, 23). Tämä toteamus on mielestäni täyttä totta. On mahdotonta lähteä soitellen sotaan, mitä liiketoimintaan tulee. Hyvä suunnitelma antaa mahdollisuuksia niin rahoittajien kuin mahdollisten kumppaneiden ja sidosryhmien kanssa. Ennen suunnitelmaa tulee yrittäjällä olla ideoita ja unelmia yrityksestä tai monestakin. Vasta liiketoimintasuunnitelma antaa kuvan ideasta, joka on mahdollista toteuttaa ja jakaa muiden kanssa. Yritystä vain ei vielä ole olemassa.

Liiketoimintasuunnitelma myös pakottaa tulevaisuuden yrittäjän miettimään omia ideoitaan ja niiden toimivuutta. Yrittäjän on mahdollista turvallisesti liiketoimintasuunnitelman avulla maalaila skenaarioita tapahtumista, asiakkaista, sidosryhmistä ja muista liiketoimintaan vaikuttavista asioista, sillä sehän on vasta suunnitelma. Yrittäjälle selkeytyy idean mahdollisuudet ja riskit, kun asioita tutkii ja analysoi. Toivottavasti yrittäjän mielikin seestyy siinä määrin, että hän tietää, kannattaako ideaan panostaa liiketoimintasuunnitelmaa enemmän ja viedä suunnitelma toteutukseen asti.

Tätä liiketoimintasuunnitelmaa kootessani olen tullut siihen tulokseen, että Carajillon perustamiseen on vielä pitkääkin pidempi matka. Kuvitteellisten tuloslaskelmien ja tuloksen ennustamisen poisrajaaminen oli mielestäni järkevää, sillä talouden näkymät ovat heikohkot tällä hetkellä ja toteuttamisajankohta vielä vuosien päässä. Lisäksi liiketoimintasuunnitelman hienosäätö on ajankohtaista vasta yrityksen perustamisen hetkillä, toivottavasti noin 5–8 vuoden päästä. Ideat voivat vielä vuosien saatossa kypsyä, siksi jätin työni tällaiseksi kuin se nyt. Joku voisi kutsua sitä raakileeksi. Onnistuin mielestäni kuitenkin maalaamaan kuvan siitä, millaisen yrityksen joskus haluan perustaa, mikä oli perimmäinen tavoitteeni.

Opinnäytetyön tekeminen on mielestäni ollut omalla tavallaan hauska projekti. Itseäni kuitenkin kritisoin siitä, että olen tehnyt palkallista työtä, ehkä jopa opinnäytetyönkin kustannuksella. Liika on liikaa, niin töissä kuin opiskelussakin. Olen kuitenkin mielestäni saanut konkreettisen kuvan liiketoimintasuunnitelman

tekemisestä ja ravintola-alan perustamistoimista. Tämä tuotos auttaa minua tulevaisuudessa pohtimaan liiketoimintasuunnitelmaa eteenpäin ja hiomaan tästä kivistä vielä timantin. Ari Pitkämäen sanoin haluan lopettaa tämän työni: ”Liiketoimintasuunnitelman keskeisin merkitys ei ole kirjoitettu suunnitelma vaan asioiden jatkuva miettiminen” (Pitkämäki 2000, 89).

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2003. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restamark.

Hemmi, M., Häkkinen, U., Lahdenkauppi, M. 2008. Avec asiakaspalvelu ravintolassa. Helsinki: WSOY.

Isokangas, J., Kinkki, S. 2004. Yrityksen perustoiminnot. Helsinki: Werner Söderström Oy.

Laurent, B. 2006. Päivittäisjohtaminen matkailu- ja ravintola-alalla. Helsinki: WSOY oppimateriaalit Oy.

Meretniemi, Irma & Ylönen, Hanna 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus

Puustinen, T. 2004. Avain omaan yritykseen. Keuruu: Otava.

Sammallahti, T. 2009. Konseptisuunnittelun supersankari. Helsinki: Books On Demand GmbH.

Taipale, J. 2007. Brändi liiketoiminnan ytimessä – erotu tai unohda koko homma. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Walker, J.R. 2007. The restaurant: From concept to operation. New Jersey: John Wiley & Sons, INC

Elektroniset lähteet:

Aluehallinto virasto. 2009. Lääninhallituksen alkoholihallinto 2009.

[Viitattu 28.4.2012] Saatavissa

<http://www.laaninhallitus.fi/lh/etela/sto/home.nsf/pages/F1860E24576685A3C2257538002916B7?opendocument>

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2011. Elintarvikehuoneistossa käsiteltävä liha 2011. [Viitattu 24.4.2012] Saatavissa

http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus_ja_myynti/elintarvikelainsaadanto/elintarvikehuoneistossa_kasiteltava_liha/

Finnvera 2012. Tuotteet – Pienyrittäjälaina. JA Tuotteet – Yrittäjälaina.

[Viitattu 28.3.2012] Saatavissa <http://www.finnvera.fi/Tuotteet>

Heikkilä, L. 2008 Ruokatrendejä nyt ”ilmassa”. Vitriini 8/2008, 40-41.[Viitattu 20.4.2012] Saatavissa: http://www.mara.fi/files/vit08_8_4041.pdf. Luettu: 5.11.2010.

Mara Ry 2012. Tilastotietoja alalta 2011.

[Viitattu 25.4.2012] Saatavissa

<http://www.mara.fi/ext/cms3/attachments/tilastotietoja-alalta-2011.pdf>

Työ- ja elinkeinotoimisto 2012. Yrittäminen – Starttiraha 2011. [Viitattu 5.4.2012] Saatavissa

http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp

Suomen Yrittäjät 2012. Yritystoiminnan ABC – Yritysmuodot ja liiketoiminta.

[Viitattu 5.4.2012] Saatavissa [http://www.yrittajat.fi/fi-](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/yritysmuodot_ja_liiketoiminta/osakeyhtio/)

[FI/yritystoiminnanabc/yritysmuodot_ja_liiketoiminta/osakeyhtio/](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/yritysmuodot_ja_liiketoiminta/osakeyhtio/)

Suomen Yrittäjät 2012. Minustako yrittäjä? Perustamistoimet –

Elinkeinoharjoittaja. [Viitattu 5.4.2012] Saatavissa

<http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/perustamistoimet/elinkeinoharjoittaja/>

LITTEET