



JAH BAR

Heidi Stellberg

Opinnäytetyö

Kevät 2013

Tampereen Ammattikorkeakoulu

## SISÄLLYSLUETTELO

SISÄLLYSLUETTELO .....	2
1 TIIVISTELMÄ .....	3
2 LÄHTÖKOHTATILANNE.....	4
2.1 Yritystoiminnan taustat .....	4
2.2 Omistaja ja taustat .....	4
3 TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	6
3.1 Markkinatilanne .....	6
3.2 Asiakkaat.....	6
3.3 Kilpailija-analyysi .....	7
4 VISIO JA TAVOITTEET .....	8
5 LIIKEIDEA JA STRATEGIA .....	9
6 SWOT-ANALYYSI .....	10
7 MARKKINOINTISUUNNITELMA .....	12
7.1 Markkinoinnin kuvaus .....	12
7.2 Markkinoinnin organisointi ja budjetti.....	13
8 TUOTANTOSUUNNITELMA .....	14
9 HENKILÖSTÖSUUNNITELMA JA –BUDJETTI.....	16
10 TALOUSSUUNNITELMA .....	18
10.1 Pääoman tarve ja rahoitus .....	18
10.2 Kannattavuuslaskelma.....	19
11 TULOSBUDJETTI .....	22
11.1 Ensimmäisen toimintavuoden tulosbudjetti .....	22
11.2 Toisen vuoden tulosbudjetti .....	23
12 RISKIEN ARVIOINTI.....	25
12.1 Turvallisuus .....	25
12.2 Taloudelliset riskit ja uhat .....	26
LÄHTEET.....	27

## 1 TIIVISTELMÄ

Ravintola Jah Bar on uudenlainen yritys Tampereen katukuvaan. Jah Barin tarkoituksena on tuoda musiikkia ihmisten tietoisuuteen, mutta täysin eri genren: reggae ja suomi rap. Jah Bar on ensimmäinen ja ainoa tällä teemalla pyörivä yritys Tampereella. Ravintola tarjoaa perinteisen pubikulttuurin uudella konseptilla. Pääosassa toimii musiikki ja ravintolan ulkoasu suunnitellaan yhteistyössä musiikkialan ammattilaisten kanssa, jotta asiakas saa parhaan mahdollisen kokemuksen, joka aistille.

Ravintola aukeaa keskeiselle paikalle Tampereen keskustaan, jonka läheisyydestä löytyy niin ostoskeskuksia, hotelleja, puistoja kuin muitakin musiikkikeskuksia, kuten Ratinan stadion. Ratinalla järjestetään säännöllisesti musiikkitapahtumia, joissa osassa Jah Bar haluaa olla osaltaan mukana.

Ravintola Jah Bar on suunnattu nuorille aikuisille, jotka kiinnittävät huomiota ekologisuuteen ja ympäristöstään huolehtimiseen ja haluavat tehdä sen rennolla tavalla hyvästä musiikista samalla nauttien. Jah Bar haluaa tarjota olohuonemaisen kokemuksen, jossa voi rentoutua ja ottaa rennosti. Ulkoasun, akustiikan ja markkinoinnin suunnitteluun on käytetty paljon aikaa, mutta Jah Bar haluaa myydä itse itsensä rennon ja hyvän imagon merkeissä.

## 2 LÄHTÖKOHTATILANNE

### 2.1 Yritystoiminnan taustat

Ravintola Jah Bar on keuruulaislähtöisen nuoren perustama yritys. Tarkoituksena on vuokrata liiketila Tampereelta (Hatanpään valtatie 8). Tiloihin täytyy tehdä remonttia, jotta se vastaa Jah Barin tarpeita, mutta muuten tilat ovat loistavat tämän kaltaisen yrityksen perustamiseen.

Jah Barin on tarkoitus tuoda tamperelaisille uusi musiikkimaailma, jonka perustana toimivat musiikkityylit reggae ja suomi rap. Tämänlainen yritys on ensimmäinen ja ainoa laatuaan Tampereella. Vastaavanlaisia yrityksiä on esimerkiksi Turussa muutama ja ravintolat ovat nuorten keskuudessa hyvin suosittuja. Ruokatarjoilua ravintolassa tulee olemaan pienen baarinaposteltavan muodossa, mutta pääasiassa Jah Bar keskittyy juoman ja musiikkielämyksen tarjoamiseen.

### 2.2 Omistaja ja taustat

Yrittäjä Heidi Stellberg on lukion jälkeen hankkinut itselleen hotelli- ja ravintola-alan restonomin koulutuksen ja työskennellyt useissa alan yrityksissä. Omakohtainen kiinnostus musiikkiin ja varsinkin rakkaus reggaeen synnytti myös idean Jah Barista. Lisäksi Tampereen ravintola-tarjontaa analysoituaan huomasi puutteen.

Vuosien yhteistyö musiikkialan ammattilaisten kanssa ja elämäntyylin muuttuminen ovat olleet suuressa osassa Jah Barin kehittämisessä. Ilmastonmuutos ja kansan valveutuminen maapallon asioiden suhteen on herättänyt uudenlaisen arvostuksen ekologisuuteen, rauhaan ja ympäristöystävällisyyteen varsinkin nuorien keskuudessa. Tätä voi nykypäivänä sanoa jo ehkä trendiksi, vaikka se on hyvin lähellä hippiaatetta. Myös reggae ja rastafari-uskovaiset uskovat näihin edellä mainittuihin asioihin. Näitä vaikutteita käytetään myös hyvin paljon nykypäivän musiikissa.

Ekologisuus ja rauhan edistäminen ovat myös aina olleet hyvin tärkeitä Jah Barin yrittäjälle ja näiden asioiden ajaminen on myös Jah Barin toiminnassa tärkeää. Valinnat perustetaan aina sille, että ne olisivat hyvin ympäristöystävällisiä ja tietysti yritykselle kannattavia. Jah Bar haluaa tarjota asiakkailleen olohuonemaisen kokemuksen, jossa soi aina hyvä musiikki ja illan istujaisista voi nauttia hyvällä omallatunnolla ja rauhassa.

Yrittäjällä on omaa pääomaa 30 000 euroa. Lisäksi hallussa on hygieniaosaamiskortti, anniskelupassi, järjestyksenvalvojakortti, vastaavan oikeudet sekä yrittäjä on osallistunut Punaisen ristin järjestämään ensiapukoulutukseen. Yritysmuotona Jah Barissa toimii toiminimi sillä yrittäjä toimii yksin ja näin päätöksenteko pysyy hallussa koko ajan. Lisäksi verotus on näin yksinkertaisempaa.

### 3 TOIMINTAYMPÄRISTÖ

#### 3.1 Markkinatilanne

Jah Barin markkinaympäristönä toimii pääasiassa Tampereen pääseutu (asukkaita 215 168, joista keskustan alueella asuu 66 182) (Tilastokeskus 2013.) Tampere on suosittu opiskelijakaupunki ja tämän vuoksi asukasluku on jatkuvasti nousussa. Tampere on myös tapahtumien keskus ja se houkuttelee matkailijoita ja vierailijoita niin lähikaupungeista kuin kauempaakin.

Jah Barin lähettäviltä löytyy niin erilaisia turistikohteita kuin päivittäisen kaupankäynnin yrityksiä. Tien toiselta puolelta löytyy kauppakeskus Koskikeskus, joka houkuttelee paljon nuoria ja turisteja. Tärkeimpänä tietenkin muutaman kilometrin päästä löytyy Ratinan stadion, jossa järjestetään paljon erilaisia musiikkitapahtumia. Kesäisin nuorison suosiossa olevat kauniit puistot Koskipuisto ja Sorin aukio houkuttelevat varsinkin nuoria ja lisäksi Koskipuisto toimii kokoontumispaikkana niin vappuna kuin muinakin juhlapäivinä. Vain muutaman korttelin päästä löytyy niin rautatieasema, kuin linja-autoasemakin.

#### 3.2 Asiakkaat

Jah Bar houkuttelee asiakkaikseen nuoria opiskelijoita, sekä Jah Barin edustaman elämäntyylin edustajia. Kesäaikana asiakasmäärien oletetaan nousevan, sillä monet erilaiset kesätapahtumat houkuttelevat paljon turisteja ja varsinkin nuoria.

Jah Barin potentiaalisimpia asiakkaita ovat nuoret, musiikin harrastajat, sekä hip hop-, ja reggae-kulttuurista kiinnostuneet. Asiakkaat tahtovat istua rauhassa, nauttia musiikista ja hyvästä palvelusta. Tätä Jah Bar tarjoaa, ja paljon enemmän.

### 3.3 Kilpailija-analyysi

Ravintolamaailmasta Tampereelta löytyy Jah Barille kilpailijoita, mutta tähän tyylin keskittyvänä ravintolana se on ainoa. Musiikin sanansaattajina suurimpia kilpailijoita ovat Yo-talo ja Klubi/Pakkahuone, mutta ne ovat klubeja ja yökerhoja, johon Jah Baria ei voi lukea. Ydinkilpailijoiksi voisi lukea Yo-talon, Klubin ja Vastavirta-klubin. Heillä on samat oletetut asiakkaat ja markkinat. Klubi ja Vastavirta-klubi sijaitsevat Tullintorin aukiolla, joka on taas esimerkiksi lähempänä rautatieasemaa kuin Jah Bar. Toisaalta ne sijaitsevat hieman kauempana ydinkeskustasta. Sijainti on siis niiden vahvuus, että heikkous. Lisäksi nämä ovat hyvin nuorten tietoisuudessa ja mainostavat itseään paljon musiikilla. Yo-talo sijaitsee taas lähempänä ydinkeskustaa. Sen musiikkitarjonta vaihtelee paljon laidasta laitaan, eivätkä he edusta mitään tiettyä genreä. Yo-talo on enemmän illanviettopaikka, eikä juurikaan koko päivän istuskeluravintola.

Marginaalikelpailijoiksi voi lukea Vikkulan, Cafe European ja Sohon. Vikkula ja Cafe Europa hyötyvät erityisesti sijainnistaan ja olohuonemainen tunnelma on myös hyvin samanlainen kuin Jah Barilla. Vikkula tosin on hieman piilossa ja maanalainen sijainti ei varmasti houkuttele aurinkoisella säällä. Cafe Europa taas on ihmisten tietoisuudessa enemmän kahvila, ja monet viettävätkin siellä päivät istuskellen kahvikupposen ääressä. Tunnelmaltaan Cafe Europa on hyvin samanlainen kuin Jah Bar, mutta Europa ei ole mikään musiikkiravintola. Soho ei välttämättä ensimmäisenä tule mieleen Jah Barin kilpailijoita miettiessä, mutta Soho on panostanut myös musiikilliseen tarjontaan ja pieni pubi luo intiimin tunnelman. Urheilun yhdistävä tekijä asiakkaissa on samanlainen kuin musiikki Jah Barissa. Soho on sijainniltaan hieman syrjässä, joka ehdoton heikkous.

#### 4 VISIO JA TAVOITTEET

Jah Barin visio on olla hyvin toimeen tuleva, hyvin omaleimainen ravintola. Mahdollisuudet Jah Barille ovat rajattomat ja yrityksen uudistaminen ajan mittaan on mahdollista ja suotavaa. Liikeidea tietysti pysyy samana, sekä sanoma ja tunnelma, mutta suuressa kaupungissa pieni uudistaminen ajan kuluessa on suotavaa. Esimerkiksi ruokailemismahdollisuus pidetään mielessä. Jah Barin tavoitteena on olla opiskelijoiden ja nuorten aikuisten tietoisuudessa jatkuvasti ja ekologisen ajattelutavan sanansaattaja. Tietenkin tärkeintä, eli musiikin jakamista, unohtamatta.



## 5 LIIKEIDEA JA STRATEGIA

Ravintola Jah Bar on suunnattu nuorille, valveutuneille aikuisille, reggaen ja suomenrapin rakastajille sekä opiskelijoille. Jah Bar haluaa olla luotettava, asiansa osaava ja reilu, rauhallisen tunnelman tarjoava olohuone. Suurimmassa roolissa tämän imagon luomisessa on tietenkin ystävällinen ja osaava henkilökunta. Jah Barin tuotteita ovat publi, juomat sekä erilaiset tapahtumat ja iltaohjelmat. Jah Bar tuo muuten hyvin samantyyppiseen Tampereen pubitarjontaan raikkaan uuden tuulahduksen erilaista tunnelmaa.

Jah Barin sydän ja kivijalka on tietenkin sen henkilökunta, joka valikoidaan huolella. Ravintolan teeman ollessa hyvin vahvasti jatkuvasti esillä, on tärkeää myös henkilökunnan jakaa Jah Barin sanoma. Tietenkin kaikki lähtee yrittäjistä eli henkilökunnan esimiehestä. Esimiehen tulee olla reilu, mutta tiukka. Kun henkilökunta viihtyy, asiakkaatkin viihtyvät. Lisäksi yhteistyö paikkakunnan muiden yrittäjien kanssa on suotavaa, jos kannattavia kytköksiä on mahdollisuus tehdä. Yrittäjyyden ja turismin tukeminen on tärkeää ja erityisesti paikkakunnan tai lähikuntien pientuottajien tukeminen on Jah Barin sydäntä lähellä. Ravintola kuitenkin panostaa luomuun ja lähiruokaan ja tämä pidetään mielessä niin juomalistojta, kuin myöhemmin mahdollisia ruokalistojta miettiessä.

## 6 SWOT-ANALYYSI

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Erilaisuus – kokonaan uudenlainen ajattelutapa pubimaailmaan</li> <li>-Selkeä liikeidea ja teema</li> <li>-Sijainti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Erilaisuus – liian erilainen ajattelumaailma saattaa verottaa asiakaskuntaa</li> <li>-Rajattu genre</li> </ul>
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Uudistaminen ja muokkaaminen aina mahdollista</li> <li>-Jatkuvasti kasvava asukasmäärä</li> <li>-Kesäturistit</li> <li>-Ekologisuus-trendi ja tietoisuuden lisääntyminen</li> <li>-Laajentaminen mahdollista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Uudistamisen lomassa oman liikeidean unohtaminen</li> <li>-Markkinoiden kilpailu</li> <li>-Trendien muokkaantuminen</li> </ul>

Jah Barin ehdoton vahvuus on sen erilaisuus. Uudenlainen ajattelutapa houkuttelee erilaisia ihmisiä ja varsinkin uutuudenviehätystä tulee käyttää markkinoinnin valttina. Toisaalta liikeidea on niin erilainen, että se saattaa myös karsia rankasti asiakaskuntaa. Ympäristöystävällisyyttä ja ekologisuutta ei saa korostaa liikaa, ettei se ahdistaa asiakasta. Siihen tulee vain rohkaista ja se tulee tehdä mahdollisimman helpoksi. Liikeidea ja teema ovat asiakkaalle selkeitä, mutta rajattu genre on niin heikkous kuin vahvuus. Sijainti on suuri vahvuus myös Ratinalla tapahtuvia musiikkitapahtumia ajatellen. Keskeinen sijainti helpottaa myös Jah Barin löytämistä ja tuomista asiakkaiden tietoisuuteen.

Toiminimen alla toimiminen helpottaa Jah Barin muokkaamista ja uudistamista mikä ajan mittaan on melkein välttämätöntä ja suotavaa. Tämä pidetään mielessä myös siinä mielessä, että ruokailun mahdollisuutta arvioidaan ajan mittaan. Aina uudistaessa ja muokatessa pitää kuitenkin aina pitää mielessä liikeidea, jottei se unohdu ja muutu sekavaksi. Massaan mukautuminen ei ole Jah Barille vaihtoehto. Lisäksi ekologisuus ja ympäristöystävällisyys ovat kasvavia trendejä eikä niitä ihan helposti unohdeta, sillä maapallon tilan parantuminen on hyvin epätodennäköistä, mutta mahdollista.. Uhiksi

kuitenkin on luettavissa markkinoiden kilpailu ja kasvaminen joka on jatkuvaa isossa kaupungissa. Markkinoita on seurattava jatkuvasti.

## 7 MARKKINOINTISUUNNITELMA

### 7.1 Markkinoinnin kuvaus


Jah Bar ei aio käyttää markkinointiin paljoa rahaa, vaan luottaa puskaradioon ja erityisesti sosiaaliseen mediaan. Facebook, Twitter, omat nettisivut yms. sekä ravintolan oma blogi, jotta asiakkaille saadaan ”läheisempi” suhde ravintolaan. Näin asiakkaat voivat seurata ravintolan tapahtumia ja tunnelmaa reaaliajassa. Blogia saa siis päivittää kaikki ravintolan henkilökunnasta, työajalla. Blogiin lisätään kuvia, mainoksia, sekä muistutuksia tulevista keikoista ja tapahtumista. Jah Bar ei käytä flyereita tai julisteita, koska niiden käyttö usein vain roskaavat kaupunkia. Myös markkinoinnissa siis muistetaan ympäristöystävällisyys. Ravintolan ulkoständit ja muut ulkomainokset tehdään kaikki käsityönä henkilökunnan toimesta. Lehtimainontaa Jah Bar ei käytä, koska ravintola kokee että se ei ole markkinoinnin väline, joka saavuttaisi kohdeyleisön.

Varsinkin lanseerauksessa hyödynnetään kaikki suhteet musiikkialan osaajiin ja ystäviin. Katusoitolla ja ”puistokonserteilla”, joissa on mukana ravintolan henkilökuntaa, saadaan hyvin huomiota. Näiden toteutuksessa pidetään kuitenkin huoli siitä, ettei häiritä ketään, eikä aiheuteta turhaa häiriötä. Kitara, bongorummut, muutama laulaja ja hyvä fiilis. Muuta ei tarvita. Näillä saadaan kiinnitettyä huomio, tutustuttua mahdollisiin asiakkaisiin ja luotua suhteita. Hyvä tunnelma ja iloiset ihmiset houkuttelevat samanlaisia ihmisiä. Tähän valitaan huolella oikeanlaiset ihmiset, jotka osaavat luoda avoimen iloisen tunnelman.

Tärkein kesätapahtuma Tampereella Jah Barin kannalta on elokuussa järjestettävä Blockfest. Blockfest on hiphop-kulttuurille omistettu kaupunkifestari ja se on järjestetty ensimmäisen kerran 2008. Vuonna 2012 Blockfest keräsi yli 20 000 kävijää. (Stara 2012.) Tämä festari houkuttelee paljon Jah Barin kannalta erittäin potentiaalisia asiakkaita. Toinen tärkeä tapahtuma Jah Barin kannalta on heinäkuussa järjestettävä kaupunkifestivaali Tammerfest. Tammerfest on järjestetty vuodesta 1995 ja vuonna 2011 se keräsi yhteensä yli 80 000 kävijää. (Tammerfest 2013.)

## 7.2 Markkinoinnin organisointi ja budjetti

Markkinoinnin päävastuu on yrittäjällä. Yrittäjä suunnittelee myös markkinoinnin budjetin. Ravintola säästää suuren summan kun se ei käytä lehtimainoksia. Paras markkinointi saavutetaan sosiaalisessa mediassa kuten Facebook ja Twitter ja nämä ovat ilmaisia. Myös omien nettisivujen ja blogin avaaminen on ilmaista. Julisteita teetetään muutamia avajaisia varten, mutta pääasiassa panostetaan puistokonsertteihin ja katusoitantaan. Näiden soittajien palkat sovitaan heidän kanssaan, mutta kaikki suhteet käytetään mahdollisimman hyvin hyödyksi. Ensimmäisenä vuonna markkinointiin varataan noin 5000 euroa, joka kattaa hyvin markkinoinnin sekä lanseerauksen. Yritykselle teetetään myös mainoskynät, vihreät.

<p>Tuote:</p> <p>HALLO grip: 01 3500 H1 Yellow, 01 3500 I1 Orange, 01 3500 J1 Red, 01 3500 P1 Green, 01 3500 D1 Light Blue, 01 3500 F1 Dark Blue.</p> <p>Hintaluokka: 0,66 - 1,05 eur / kpl</p> <p>Tuotekoodi: hallo_grip</p>	
---	---

(Eriplast 2013.)

## 8 TUOTANTOSUUNNITELMA

### Asiakkaat

- opiskelijat, nuoret, reggaesta ja suomi rapista kiinnostuneet, ekologisesti ajattelevat ja ympäristöstään valveutuneet.

### Tuote

- pubituotteita, pientä syötävää, erikoisjuomat (esimerkiksi luomu-olut), iltahjelmat
- A-oikeudet

### Palvelu

- ammattimaisesti valmistettuja ja tarjoiltuja alkoholijuomia, erikoiskahveja

### Miten

- ammattitaidosuudella, ystävyydellä, aitoudella
- laadukkaista raaka-aineista
- sopivaan hintaan
- ekologisuus mielessä

### Milloin

- Ma - to 12 – 02, pe – la 12 – 03, su 12 – 02. Kesällä avaaminen klo 10.

Nämä edellä mainitut seikat määrittelevät tuotantosuunnitelman linjan. Ensin neuvotellaan tilan vuokraamisesta ja vuokrasuhteesta. Vuokrasuhde pyritään aloittamaan 1.7.2013. Remontin tekemiseen varataan kuukausi aikaa, joten uuden ravintolan toiminta voidaan aloittaa 1.8. Remontti on pääasiassa pintaremonttia, joten kuukausi riittää hyvin. Vaikka vuokrasuhde alkaakin jo 1.7., pyritään vuokran maksaminen aloittamaan vasta liiketoiminnan alettua, eli suunnitelmien mukaan 1.8. Vuokraa maksetaan 4200 € ja vuokra sidotaan indeksiin. Vuokran maksun tarkistuspäiväksi määritellään vuosittain 1.8. ja vuokrasuhde on voimassa toistaiseksi.

Remontti on pääasiassa pintaremonttia, mutta tiettyjä kalusteita ja varusteita tarvitaan. Kylmiöitä pitää asentaa takahuoneeseen, ja vesipisteitä niin takahuoneeseen kuin saliinkin. Astianpesuun vaadittavat välineet tulee asentaa takahuoneeseen. Astiasto uusitaan kokonaan, mutta se hankitaan kirpputoreilta. Pöytiä ja tuoleja käydään

katsomassa kierrätyskeskukselta, mutta jos niitä ei löydy ne hankitaan esimerkiksi Suomen ravintolakaluste Oy:n kautta, jotka välittävät myös käytettyjä kalusteita. Seinät maalataan ja baaritiski asennetaan. Lisäksi musiikkilaitteisto tulee hankkia, ja tähän otetaan mukaan suunnittelemaan musiikkialan ammattilaisia. Sosiaalitilat ovat kunnossa, mutta ne vaativat pientä pintaremonttia.

Tavarantoimittajien kanssa käydään tiukkoja neuvotteluja. Juomatilaukset tehdään Hartwallilta ja Sinebrychoffilta. Juomatukkujen kanssa neuvotellaan myös lasista ja muista baariin tarvittavista materiaaleista. Myös työpaidat ja pienet etuessut tulevat juomatukuilta. Juomatukkujen toimitus on 3 kertaa viikossa, Hartwall tiistaisin ja perjantaisin, Sinebrychoff keskiviikkoisin. Molemmilta juomatukuilta suositaan luomutuotteita ja pienpanimoiden tuotteita. Esimerkiksi Hartwallilla on Teerenpelin tuotteita, joka on pienpanimo ja heilläkin on luomuolut.

## 9 HENKILÖSTÖSUUNNITELMA JA –BUDJETTI

Yrittäjän lisäksi Ravintola Jah Bariin tarvitaan aluksi yksi vakituinen työntekijä, sekä joitakin tuntityöläisiä, lähinnä viikonloppuiltoihin. Työntekijöiden kanssa noudatetaan Mara-alan työehtosopimusta. Jah Bar haluaa kannustaa alalle uusia ammattilaisia ja kouluttaa opiskelijoita mielellään heidän työssäoppimisjaksoillaan. Heille työssäoppimispaikan tarjoamalla koulututtuu heistä samalla mahdollisia päteviä kesälomansijaisia.

Yhden kokoaikaisen vakituisen työntekijän palkka mara-alan työehtosopimuksen 1.6.2013 mukaan (0-2 vuotta työkokemus) on 1726 / kuukausi tai 10,86/h. Tämän lisäksi tulee työnantajalle maksettavaksi sivukuluja, joidenka kerroin on 1,6.  $1726\text{€} \times 1,6 = 2761,6 \text{€}$ . Sivukulut sisältävät varsinaisen työpalkan lisäksi, sairausajanpalkan, lomakorvauksen, työttömyysvakuutuksen, ryhmähenkivakuutuksen, tapaturmavakuutuksen, eläkemaksut ja työvaatteet.

Vuodessa tämä yksi työntekijä tulee maksamaan  $12 \times 2492,8 = 33\,139,2 \text{€}$ .

Esimerkki normaalin viikon työaikataulusta: yrittäjä itse hoitaa viikon iltavuorot (19-02.30/03.30) pitäen maanantain ja tiistain vapaata. Vakituinen työntekijä hoitaa taas viikon aamuvuorot (11-19), pitäen keskiviikon ja torstain vapaan. Aukkoja täyttämään palkataan tuntityöläinen, joka työskentelee myös perjantai ja lauantai-iltaisina. Lisäksi perjantai-, ja lauantai-illalle tarvitaan tuntityöläisiä hoitamaan blokkaus. Järjestyksenvalvonnan hoitaa Tamperelainen turva-alan yritys, joka velottaa Ravintola Jah Baria tehtyjen työtuntien mukaan.

Luultavasti melko pian Ravintola Jah Bar työllistää myös toisen kokoaikaisen ja muutaman osa-aikaisen. Ensimmäinen puolivuotta näyttää suunnan, mihin aikaan tarvitaan eniten työntekijöitä. Ravintola Jah Barin henkilöstöstrategia pohjautuu pehmeisiin arvoihin. Jah Bar haluaa työllistää paikkakuntalaisia, ja sitoutua pitkäaikaisiin työsuhteisiin, sekä sitouttaa työntekijöitä yritykseen tarjoamalla heille vastuuta työssään. Välillisesti Jah Bar työllistää myös muita paikkakuntalaisia yrittäjiä,



mm. tilitoimisto ja alkuremontintekijät. Pankkiyhteydet Ravintola Jah Barilla on Tampereen Pop-pankissa.

## 10 TALOUSSUUNNITELMA

## 10.1 Pääoman tarve ja rahoitus

**PÄÄOMAN TARVE**

<b>Investoinnit</b>	euroa
+ maa-alueet	<u>0</u>
+ rakennukset	<u>12600</u>
+ koneet	<u>25000</u>
+ laitteet ja kalusteet	<u>25000</u>
+ asennukset, muutostyöt yms.	<u>30000</u>
+ muut investointiluonteiset kulut	<u>5000</u>
<b>= INVESTOINNIT YHTEENSÄ</b>	<u>97600</u>
<b>Käyttöpääoma</b>	
+ kulut ennen toiminnan aloittamista	<u>6000</u>
+ ensimmäisten toimintakuukausien tulot	<u>60000</u>
+ tarvittavat käteisvarat	<u>30000</u>
<b>= KÄYTTÖPÄÄOMA YHTEENSÄ</b>	<u>96000</u>
+ INVESTOINNIT	<u>97600</u>
+ KÄYTTÖPÄÄOMA	<u>96000</u>
+ KUSTANNUSYLITYSVARAUS 30%	<u>62580</u>
<b>= PÄÄOMAN TARVE YHTEENSÄ</b>	<u>256180</u>

**RAHOITUS**

Pääoman tarve on 256180

järjestettävän seuraavasti:

+ OMA RAHOITUS	<u>30000</u>
+ VIERAS RAHOITUS	<u>227600</u>
+ AVUSTUKSET	<u>0</u>
<b>= RAHOITUS YHTEENSÄ</b>	<u>257600</u>

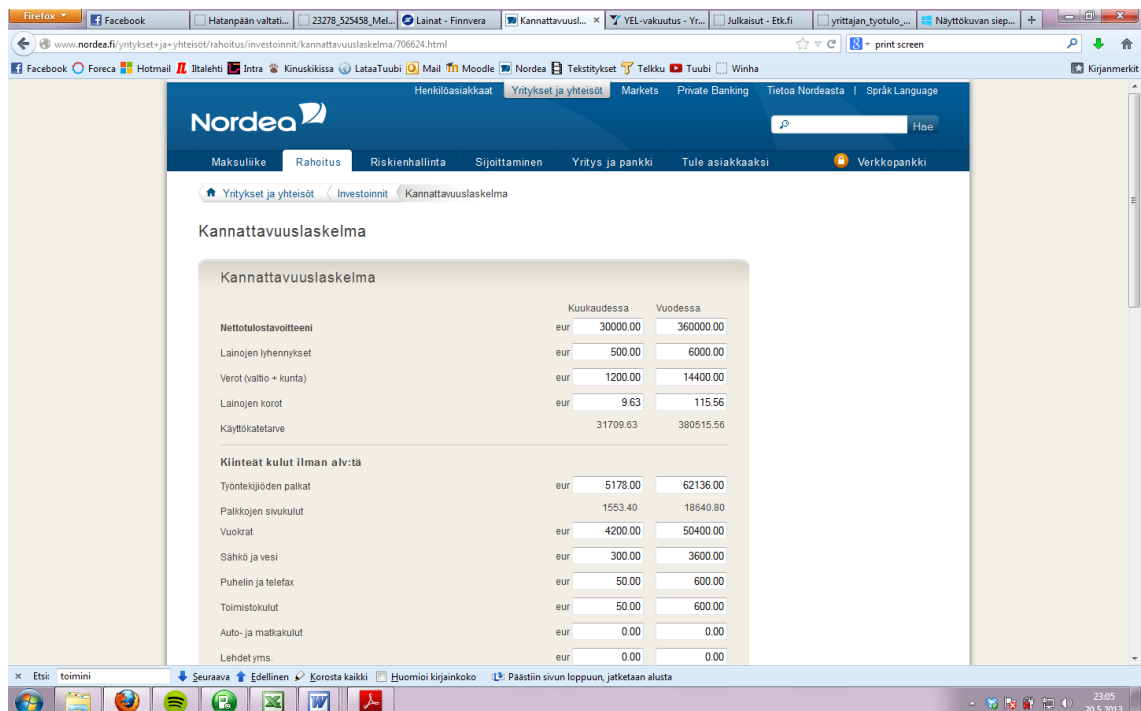
Vieras rahoitus haetaan seuraavasti:

Luotonantaja	euroa	Luottoaika	korko-%
<u>Finnvera</u>	<u>35000</u>	<u>5 vuotta</u>	<u>0,297</u>
<u>Finnvera</u>	<u>180000</u>	<u>10 vuotta</u>	<u>0,3</u>
<u>TE-toimisto</u>	<u>12600</u>	<u>5 vuotta</u>	<u>2,8</u>

Investointeihin on laskettu kolmen kuukauden takuuvuokra liiketilasta. Koneiden uusintaan ja laite ja astiasto hankintoihin on budjetoitu molempiin 25 000 euroa. Remonttiin ja remonttimiehiin on varattu 30 000 euroa. Remontti sisältää uudet kalusteet ja laitteet, sekä maalauksen / tapetoinnin. Viemäröintiä ja ilmastointia joudutaan mahdollisesti päivittämään, samoin sammutusjärjestelmää. Muihin investointiluotoisiin kuluihin kuuluvat esimerkiksi tavarantoimittajien takuumaksut / takuutalletukset, sekä ATK- ja musiikkilaitteet ja ohjelmistot.

Omaa rahoitusta yrittäjältä löytyy 30 000 €. 5 vuoden laina-ajalla haetaan maksimi määrä naisyrittäjälainaa, 35 000 euroa, jonka korko on sidottu 6 kuukauden euriboriin. Lisäksi Finnveralta haetaan investointi- ja käyttöpääomalainaa 180 000 euroa 10 vuoden laina-ajalla. (Finnvera 2013.) Työ- ja elinkeinotoimistolta haetaan starttirahaa, joka on keskimäärin 700 euroa kuukaudessa ja se myönnetään 18 kuukaudelle eli yhteensä tukea saadaan 12 600 euroa. Starttirahan luottoaika on 5 vuotta ja sen korko on 2,8 %. (Mol, 2013.)

## 10.2 Kannattavuuslaskelma



The screenshot shows a web browser window with the URL [www.nordea.fi/yritykset-ja-yhteisot/rahoitus/investoinnit/kannattavuuslaskelma/706624.html](http://www.nordea.fi/yritykset-ja-yhteisot/rahoitus/investoinnit/kannattavuuslaskelma/706624.html). The page displays a 'Kannattavuuslaskelma' (Profitability Statement) for a business. The table compares monthly (Kuukaudessa) and annual (Vuodessa) figures for various financial items. The currency is Euro (eur).

	Kuukaudessa	Vuodessa
Nettotulostavoiteeni	eur. 30000.00	360000.00
Lainojen lyhennykset	eur. 500.00	6000.00
Verot (valtio + kunta)	eur. 1200.00	14400.00
Lainojen korot	eur. 9.63	115.56
Käyttökatearve	31709.63	380515.56
<b>Kiinteät kulut ilman alv:tä</b>		
Työntekijöiden palkat	eur. 5178.00	62136.00
Palkkojen sivukulut	1553.40	18640.80
Vuokrat	eur. 4200.00	50400.00
Sähkö ja vesi	eur. 300.00	3600.00
Puhelin ja telefax	eur. 50.00	600.00
Toimistokulut	eur. 50.00	600.00
Auto- ja matkakulut	eur. 0.00	0.00
Lehdet yms.	eur. 0.00	0.00

	eur	6000,00	72000,00
Lainojen lyhennykset	eur	6000,00	6000,00
Verot (valtio + kunta)	eur	1200,00	14400,00
Lainojen korot	eur	9,63	115,56
Käyttökatearve		31709,63	380515,56
<b>Kiinteät kulut ilman alv:tä</b>			
Työntekijöiden palkat	eur	5178,00	62136,00
Palkkojen sivukulut		1553,40	18840,80
Vuokrat	eur	4200,00	50400,00
Sähkö ja vesi	eur	300,00	3600,00
Puhelin ja telefax	eur	50,00	600,00
Toimistokulut	eur	50,00	600,00
Auto- ja matkakulut	eur	0,00	0,00
Lehdet yms.	eur	0,00	0,00
Korjaukset ja puhtaanapito	eur	250,00	3000,00
Kirjanpito	eur	300,00	3600,00
Markkinointi ja edustus	eur	416,66	4999,92
Koulutus	eur	0,00	0,00
Yrittäjän eläkevakuutus (YEL)	eur	352,65	4231,80
Muut vakuutukset	eur	400,00	4800,00
Yrittäjän työttömyyskassamaksu	eur	5,00	60,00
Kiinteät kulut yhteensä		13055,71	156668,52
Myyntikatearve		44765,34	537184,08
Aine- ja tarvikkeet	eur	6000,00	72000,00

Markkinointi ja edustus	eur	416,66	4999,92
Koulutus	eur	0,00	0,00
Yrittäjän eläkevakuutus (YEL)	eur	352,65	4231,80
Muut vakuutukset	eur	400,00	4800,00
Yrittäjän työttömyyskassamaksu	eur	5,00	60,00
Kiinteät kulut yhteensä		13055,71	156668,52
Myyntikatearve		44765,34	537184,08
Aine- ja tarvikkeet	eur	6000,00	72000,00
Liikevaihto		50765,34	609184,08
Anonnisävero 24 %		12183,68	146204,18
Kokonaismyynti tal -laskutus		62949,02	755388,26

**Merkitse tähän laskutuskauden pituus:**

kuukautta vuodessa.	<input type="text" value="12"/>
päivää viikossa.	<input type="text" value="7"/>
tuntia päivässä.	<input type="text" value="8"/>

**Laskutustavoite on edellisen perusteella:**  
 Laskutustavoite on edellisen perusteella:  
 62949 euroa kuukaudessa  
 2248 euroa päivässä  
 281 euroa tunnissa

Tässä kannattavuuslaskelmassa on ajateltu seuraavaa:

- Pyrkä realistiseen päiväkohtaiseen myyntiin (on edelleen korkea, kuluja pitäisi pystyä tiputtamaan vielä )
- Työntekijöiden palkkoihin on laskettu kolmen kokoaikaisen hengen palkat.

- Puhelimeen on pyritty löytämään jokin kiinteä hintainen sopimus operaattorin kanssa, joka tarjoaa laitteet liittymän mukana.
- Korjaukset ja puhtaanapito kohtaan on ajateltu siivoustarvikkeiden kulutus (pesuaineet, wc-paperit, käsipaperit)
- Koulutukseen ei ole budjetoitu mitään, vaikka ravintola kannustaakin siihen. Jah Bar neuvottelee tavarantoimittajien kanssa maksuttomista koulutuksista.
- Markkinointiin on laskettu 5000 euroa vuodessa (erittely markkinointi luvussa)
- Vakuutuksissa on otettu kaikkein tärkeimmät (vahinko, palo, vastuu, tuotanto, sairaus)
- Lainojen lyhennyksessä on ajateltu lyhennettävän 35 000 € naisyrittäjä lainaa viidessä vuodessa. Yrittäjälainaan saa kolme lyhennysvapaata vuotta, jotka Ravintola Jah Bar haluaa hyödyntää ainakin kahtena ensimmäisenä vuotena.
- Jos asiakkaan kertaostoksen keskihinta on 6 euroa, pitäisi näitä kertyä noin 350 kappaletta. Tämä myynti ei ehkä toteudu päivittäin, mutta viikonloppujen selkeästi isompi juomamyynti tasaa viikolla heikompaa myyntiä.
- Vakuutusmaksut määräytyvät vakuutettavan työtulon perusteella. Ensimmäistä kertaa yrittäjäksi ryhtyvä saa yrittäjän eläkevakuutus-maksusta 22 prosentin alennuksen neljän vuoden ajan. Alle 53-vuotiaan alkavan yrittäjän YEL-maksu vuonna 2013 on 17,55 %. YEL-maksu on laskettu 30 000 euron työtulon mukaan. (Yrittäjät 2013.)

## 11 TULOSBUDJETTI

## 11.1 Ensimmäisen toimintavuoden tulosbudjetti

<b>TULOSBUDJETTI</b>		
	€	%
Ravitsemismyynti (ALV 22%/17%)	755 388	
+ muu myynti (ALV 22%/17%/8%/0%)	0	
<b>MYYNTITUOTOT YHTEENSÄ</b>	<b>755 388</b>	
- Myynnin oikaisuerät	0	
<b>LIIKEVAIHTO</b>	<b>609 184</b>	<b>100%</b>
+ Liiketoiminnan muut tuotot	0	
<b>LIIKETOIMINNAN TUOTOT YHTEENSÄ</b>	<b>609 184</b>	
- Raaka-ainekäyttö (i ALV)	150 000	
- Ulkopuoliset palvelut	150 000	
<b>MYYNTIKATE</b>	<b>309 184</b>	
- Palkat ja palkkiot	20 712	
- Henkilösivukulut	12 427	
<b>PALKKAKATE</b>	<b>276 045</b>	
- Toimitila-, kiinteistö- ja kalustokulut	58 800	
- Pesula- ja siivouskulut	3 000	
- Käyttötarvikekulut	3 000	
- Musiikki- ja viihdekulut	30 000	
- Markkinointikulut	5 000	
- Muut liiketoiminnan kulut	0	
<b>KÄYTTÖKATE</b>	<b>176 245</b>	
- Poistot	24 400	
<b>LIIKETULOS</b>	<b>151 845</b>	
+ Rahoitustuotot	0	
- Rahoituskulut	115	
<b>TULOS RAHOITUSERIEN JÄLKEEN</b>	<b>151 730</b>	
- Välittömät verot	0	
<b>LASKENTAKAUDEN TULOS</b>	<b>151 730</b>	

Tulosbudjetissa myynti on laskettu kannattavuuslaskelman perusteella. Ulkopuolisiin palveluihin on laskettu viikonloppuisin tarvittava ulkopuolinen järjestyksenvalvonta. Palkoissa on yhden kokoaikaisen työntekijän palkka. Toimitilakuluissa on liiketilan vuokra ja takuuvuokra. Musiikki ja viihdekuluihin on laskettu live-esiintyjät, keikkojen kustannukset ja teostomaksut (asiakaspaidat 101-150, taustamusiikki ravintolatiloihin ja elävän musiikin lupa). (Teosto 2013.) Markkinointikulut on eritelty tarkemmin markkinointi-luvussa. Poistot ovat 25 % käyttöomaisuudesta, johon lasketaan koneet, laitteet ja investoinnit = 97 600 €, joka käy ilmi pääoman tarpeesta.

## 11.2 Toisen vuoden tulosbudjetti

<b>TULOSBUDJETTI</b>		
	€	%
Ravitsemismyynti (ALV 22%/17%)	950 000	
+ muu myynti (ALV 22%/17%/8%/0%)	0	
<b>MYYNTITUOTOT YHTEENSÄ</b>	<b>741 000</b>	
- Myynnin oikaisuerät	0	
<b>LIKEVAIHTO</b>	<b>741 000</b>	<b>100%</b>
+ Liiketoiminnan muut tuotot	0	
<b>LIIKETOIMINNAN TUOTOT YHTEENSÄ</b>	<b>741 000</b>	
- Raaka-ainekäyttö (i ALV)	250 000	
- Ulkopuoliset palvelut	175 000	
<b>MYYNTIKATE</b>	<b>316 000</b>	
- Palkat ja palkkiot	50 000	
- Henkilösivukulut	25 000	
<b>PALKKAKATE</b>	<b>241 000</b>	
- Toimitila-, kiinteistö- ja kalustokulut	50 400	
- Pesula- ja siivouskulut	3 000	
- Käyttötarvikkekulut	3 000	
- Musiikki- ja viihdekulut	30 000	
- Markkinointikulut	5 000	
- Muut liiketoiminnan kulut	2 000	
<b>KÄYTTÖKATE</b>	<b>147 600</b>	
- Poistot	24 400	
<b>LIIKETULOS</b>	<b>123 200</b>	
+ Rahoitustuotot	0	
- Rahoituskulut	115	
<b>TULOS RAHOITUSERIEN JÄLKEEN</b>	<b>123 085</b>	
- Välittömät verot	32 002	
<b>LASKENTAKAUDEN TULOS</b>	<b>91 083</b>	

Toisen vuoden tulosbudjetissa myyntiä on nostettu hieman. Koska myynti kasvaa, myös raaka-aine hankinnat ovat isommat. Työntekijöitä palkattu lisää ja asiakasmäärän kasvaessa myös ulkopuolisille palveluille on isompi tarve (enempi järjestyksenvalvoja). Vuokra pysyy samana. Liiketoiminnan muihin kuluihin on lisätty 2000 € henkilökunnan koulutukseen. Poistot ovat edelleen samat. Rahoituskuluina on edelleen lainan korot. Tulos on ensimmäiseen vuoteen verrattuna huonompi, mutta verot vievät osansa. Myös ensimmäiseltä vuodelta tulee veroja maksettavaksi, vaikkei se tulosbudjetissa näykkään.



## 12 RISKIEN ARVIOINTI

### 12.1 Turvallisuus

Riskien arvioinnissa tärkeintä on riskien kartoittaminen. Tarkkaan mietityt turvallisuusohjeet ovat tärkeitä työntekijöiden ja asiakkaiden turvallisuuden kannalta. Yleensä riskit syntyvät, kun asioita ei hoideta kunnolla tai niitä ei huomioida. Riskit voivat olla vikoja, ongelmia, virheitä ja vaaratilanteita tai pieniä tapaturmia. Riskin hallintaan ei aina välttämättä kuulu sen poistaminen vaan riskiä voidaan myös pienentää tai siirtää. Riskien ehkäisykeinoja pitää myös päivittää ja esimerkiksi vaahtosammuttimet tulee huoltaa tietyin väliajoin. Jos onnettomuuksia sattuu, riskien hallinta on epäonnistunut ja silloin näistä onnettomuuksista tulee ottaa opiksi ja ehkä muokata toimintatapoja. Myös jokaisella yrityksellä tulee olla yksityiskohtainen turvallisuusopas, joka jokaisen työntekijän, varsinkin vakituisten tulee opiskella hyvin. (Pk-Yrityksen riskienhallinta 2013.)

Työntekijöiden ja asiakkaiden turvallisuus on ensisijainen ja tällaiseen turvallisuuteen tulee panostaa. Jah Barin tiloissa on toimiva sprinklerijärjestelmä ja kattoon on asennettu palovaroittimet, joiden toimivuus on tarkistettava kuukauden välein. Lisäksi tiloista löytyy vaahtosammutin ja lääkekaappi, josta löytyy ensiapupakkaus ja muita tarvikkeita pienten tapaturmien varalle. Yrittäjä on käynyt Punaisen Ristin järjestämän ensiapukurssin. Tiloista löytyy hyvin toimiva ilmastointi, joka on puhdistettu ennen ravintolan aukeamista. Myös viemäröinti on tarkistettu kuntotarkastuksen yhteydessä, joka on tehty uuden ravintoloitsijan toimesta. Merkityt hätäpoistumistiet lisäävät asiakkaiden turvallisuutta ja ne tulee merkitä selkeästi ja näin myös on toimittu.

Suurin ravintoloissa asiakkaita koskeva uhka on huono hygienia ja sitä kautta leviävät sairaudet. Näitä ehkäistään ylläpitämällä hyvää hygieniaa, tarkistamalla käytettävät elintarvikkeet, vaatimalla työntekijöiltä hygieniaosaamiskortti ja hoitamalla siivous tarkasti ja säännöllisesti. Hyvällä hygienialla pidennetään myös laitteiden käyttöikä.

Luonnonvoimia vastaan toimiminen on miltei mahdotonta, mutta rakennusten huolto ja kunnossapito sekä vakuutukset auttavat turvaamaan liiketoimintaa luonnonvoimien varalta. Maadoitetut pistorasiat tulee olla ja ne myös tiloista löytyvät.

## 12.2 Taloudelliset riskit ja uhat

Murtovarkaita vastaan Ravintola Jah Bar varautuu hälytysjärjestelmällä, joka tiloista jo löytyy. Vain koodit tulee vaihtaa. Lisäksi kaikki kaapit ovat lukollisia ja vaihtokassa säilytetään piilossa lukollisessa kassakaapissa. Ravintola Jah Barin turvallisuutta takaamassa on myös Tamperelainen turva-alan yritys, joka hoitaa myös vahtimestaripalvelut.

Ravintola Jah Barin työntekijät on koulutettu tunnistamaan väärää seteleitä ja yli 100 euron seteleitä ei oteta vastaan. Korttilukijoina toimivat PIN-koodilliset korttilukijat, jotka ehkäisevät varastettuja korttien käyttöä. Laskulle myydään vain laskutus sopimuksen omaavien firmojen kanssa. Illan käteistuottoja ei säilytetä yön yli yrityksessä, vaan illan viimeinen poistuja vie rahat yösäilöön pankkiin.

Tärkein riskien hallinnassa muistettava on vakuutukset. Näillä voidaan pienentää yrittäjälle koituvia kuluja jos onnettomuuksia sattuu ja auttaa liiketoiminnan jatkamista isonkin onnettomuuden jälkeen.

Myös markkinointi voi epäonnistua ja jos näin käy, markkinointi pitää suunnitella uudelleen. Jos markkinoinnista saatava hyöty on pienempi kuin haitta, on markkinoinnin budjetti ja toteutus mietittävä toisin.

Yrittäjän kannattaa myös muistaa vakuuttaa itsensä sairastumisen osalta. Yrittäjän pitkäaikainen sairastuminen on suuri riski yritykselle, mutta tällaiseen riskiin voidaan varautua kouluttamalla yksi vakituinen työntekijä yrityksen pyörittämiseen, jotta hän osaisi toimia jos yrittäjä sairastuu. Yrittäjällä tulee aina olla yksi työntekijä, jonka käsiin hän uskaltaa yrityksen jättää.

## LÄHTEET

Eriplast, 2013. Kynät

<http://www.eriplast.net/public/tuotteet-kynat.html>. Luettu 15.5.2013

Finnvera, 2013. Lainat. <http://www.finnvera.fi/Tuotteet/Lainat>. Luettu 20.5.2013.

Mol, 2013. Starttiraha. [http://www.mol.fi/mol/fi/99\\_pdf/fi/01\\_esitteet/starttiraha.pdf](http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/01_esitteet/starttiraha.pdf).  
Luettu 20.5.2013.

Pk-yrityksen riskienhallinta, 2013. Riskien tunnistaminen.

<http://www.pk-rh.fi/startti-riskienhallintaan/mita-riskienhallinta-on/riskien-tunnistaminen> Luettu: 20.5.2013.

Stara, 2012. Blockfest. <http://www.stara.fi/2012/08/21/blockfest-kerasi-yli-20-000-kavijaa-katso-kuvat-festareilta/>. Luettu 30.4.2013.

Tammerfest, 2013. Tammerfest. <http://www.tammerfest.fi/info.php>. Luettu 12.5.2013.

Teosto, 2013. Hinnat. <http://www.teosto.fi/kayttajat/luvat/362/m>. Luettu 21.5.2013.

Tilastokeskus, 2013. Asukasluvut.

[http://www.tampere.fi/material/attachments/v/68KzIqEtA/Tampereen vaesto 31.12.pdf](http://www.tampere.fi/material/attachments/v/68KzIqEtA/Tampereen_vaesto_31.12.pdf).  
Luettu 30.4.2013

Yrittäjät, 2013. Yrittäjän eläkevakuutus. <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yrittajaihmisena/yelvakuutus>. Luettu 20.5.2015.