

# **Att starta en caféverksamhet**

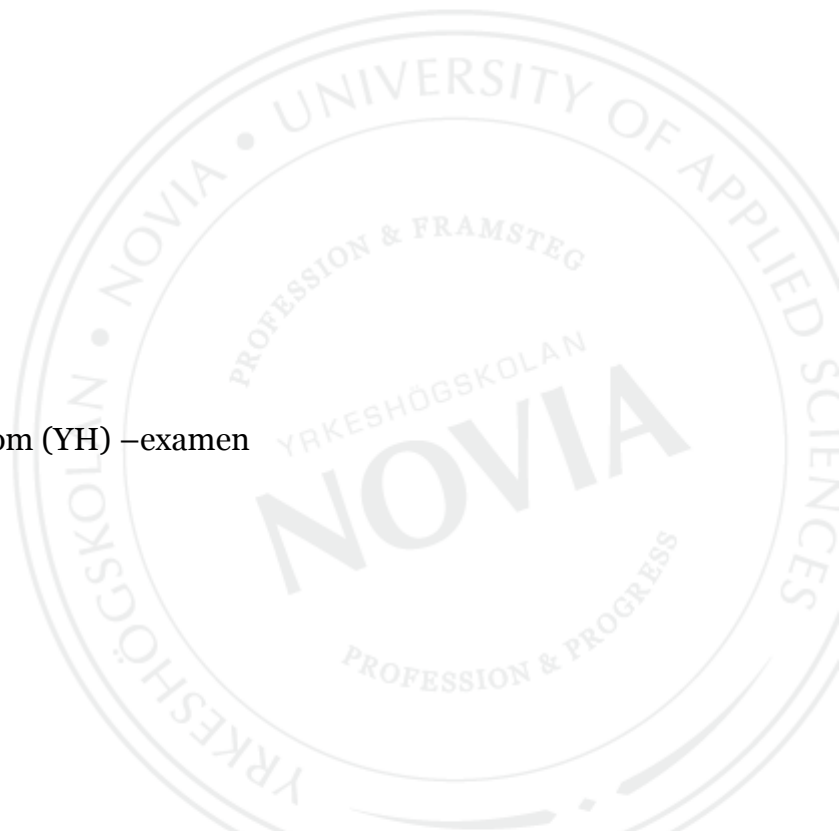
## **Affärsplan för att starta ett café i Jakobstad**

Kajsa Mäenpää

Examensarbete för restonom (YH) –examen

Utbildningen för Turism

Åbo 2014



## EXAMENSARBETE

Författare: Kajsa Mäenpää  
Utbildningsprogram och ort: Utbildningen för turism, Åbo  
Handledare: Agneta Nyberg

Titel: Att starta en caféverksamhet – Affärsplan för att starta ett café i Jakobstad

---

Datum 11.11.2014

Sidantal 31

Bilagor 1

---

### Abstrakt

Det här examensarbetet handlar om startandet av ett nytt café i Jakobstad. För att göra verksamhetens första tid så smidig som möjligt är det bra att ha en affärsplan som guide i arbetet. Affärsplanen är en sammanställning av information om företaget.

Syftet med examensarbetet är att skriva en affärsplan för ett nytt företag, ett café i Jakobstad. Det nya caféet kommer jag i framtiden att starta själv och fungerade på så vis som min egen uppdragsgivare. Genom att göra en informativ affärsplan kommer planen fungera som en guide i arbetet när startandet kommer att genomföras. Examensarbetet är fokuserat på Jakobstad av den orsaken att caféet kommer att öppnas i Jakobstad. På så vis kommer arbetet få så korrekt information som möjligt. Det möjliggör även att arbetet kan användas av övriga nya företagare som planerar att starta ett eget företag i Jakobstad.

Genom inläsning på teori, egna erfarenheter och idéer har jag sammanställt en affärsplan. Affärsplanen innehåller de delar jag anser vara relevanta för detta arbete, bl.a. affärsidén, företagsform, segmentering av kunder, marknaden, konkurrens, finansiering samt en presentation av själva caféet.

---

Språk: Svenska

Nyckelord: Affärsplan, café

---

## **BACHELOR'S THESIS**

Author: Kajsa Mäenpää  
Degree Programme: Tourism, Turku  
Supervisor: Agneta Nyberg

Title: Starting a café – A businessplan for starting a café in Pietarsaari

---

Date 11.11.2014

Number of pages 31

Appendices 1

---

### **Summary**

The topic of this thesis is starting a new café in Pietarsaari. To make the new businesses first time as simple and clear as possible, it is necessary to have a business plan as a guide for the work. The business plan is a summary of information about the company.

The aim of this thesis is to write a business plan for a new business, a café in Pietarsaari. I will myself be the founder of the café, so for the thesis I have been my own commissioner. By writing an informative business plan, the plan will work as a guide when it is time to start the business in the future. The thesis is focused on Pietarsaari because the café will be located there and in that way the information will be as correct as possible. It will enable the thesis to be used by other entrepreneurs who want to start an own business in Pietarsaari.

By reading theory, my own experiences and ideas I have put together a business plan. The business plan contains the parts that I believe is relevant for this business, for example the business idea, corporate form, customer segmentation, the market, an analysis of competitors, financing as well as a presentation of the café itself.

---

Language: Swedish

Key words: Business plan, café

---

# Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte och avgränsning.....	1
1.2	Metod.....	2
2	Bakgrund.....	2
2.1	Kaffet och caféerna kommer till Finland.....	3
2.2	Jakobstad som destination.....	4
2.3	Turismstatistik i Jakobstad.....	5
3	Affärsplan.....	7
3.1	Affärsidé.....	9
3.2	Företagsform.....	10
3.3	Segmentering av kunder.....	12
3.4	Marknad.....	14
3.5	Konkurrens.....	15
3.5.1	Café Fredrika.....	16
3.5.2	Konditori Fredrika.....	16
3.5.3	Musikcafé After Eight.....	17
3.5.4	Skorpan Bageri och Café.....	17
3.5.5	Calles Konditori.....	18
3.6	Mitt Café.....	18
3.6.1	Caféets design.....	19
3.6.2	Caféets öppethållningstider.....	20
3.6.3	Produkter.....	20
3.6.4	Pris.....	21
3.6.5	Personal.....	22
3.6.6	Försäkringar.....	23
3.6.7	Tillstånd.....	24
3.6.8	Lokal.....	25
3.7	Budgetering.....	25
3.8	Finansiering.....	26
3.8.1	Intäkter.....	26
3.8.2	Kostnader.....	27
3.9	Produktlivscykeln.....	28
4	Avslutande diskussion.....	30

Källförteckning..... 32

Bilaga      Caféinspiration

# 1 Inledning

Att dricka kaffe och gå på café är en stor del av våra liv. Men att besöka caféer kan vara mera än att bara dricka en kopp kaffe, människor går på caféer för att umgås, vara sociala och träffa vänner och bekanta. Finland är världens största konsument av kaffe och det har lett till att caféer har blivit populärare med tiden (Paulig, 2014).

Enligt statistikcentralen omfattar caféer, glassbarer, konditori-caféer samt kaféer och kaffebarer. De ska främst servera icke-alkoholhaltiga drycker men caféerna kan också ha utskänkingsrättigheter. Inga matportioner ska säljas som tillretts i eget kök (Statistikcentralen, 2008).

Caféer ses som en stor del av turismen. På resan är restauranger och caféer en stor del av resan och det är ofta en sak som fastnar i minnet efter resan. Det är viktigt att maten som äts på destinationen varit bra, annars kan det lätt förstöra hela upplevelsen. Ofta planeras det vilken restaurang som skall besökas, medan caféer kan vara mera spontana. Därför är det viktigt att caféer har ett bra läge, så att turisterna enkelt och snabbt kan besöka caféet.

Att starta ett café kräver en hel del förarbete, men också kännedom inom branschen. För att lyckas med caféet och för att ha full kontroll över vad som ska göras i början av verksamheten krävs en väl genomförd plan, en affärsplan. Med en välgjord affärsplan hjälper det grundarna av företaget att förbereda sig. Affärsplanen kommer bli en guide för företagaren under hela verksamheten.

## 1.1 Syfte och avgränsning

Syftet med detta examensarbete är att skriva en affärsplan för ett nytt företag, ett café i Jakobstad. Det nya caféet kommer jag själv att grunda och driva, på så sätt fungerar jag som min egna uppdragsgivare för arbetet. Jag kommer att fokusera på att göra en affärsplan som kan fungera som ett underlag när jag startar företaget. När examensarbetet är klart ska affärsplanen kunna användas som en guide för att förenkla arbetet.

Jag kommer att avgränsa mitt arbete till Jakobstad för att få så begränsad och specifik information som möjligt. Eftersom caféet ännu bara är en idé kommer jag att avstå från att behandla marknadsföringen samt att utelämna siffror i kapitel 3.8 om finansieringen av caféet.

## 1.2 Metod

För att förverkliga mitt syfte så kommer jag att läsa in mig på teori om vad en bra affärsplan ska innehålla samt teori om affärsplanens olika delar.. Jag kommer även använda mig av egna erfarenheter och idéer för att göra arbetet så specifikt som möjligt.

På grund av att jag fokuserar mitt arbete på Jakobstad så kommer jag även att vara i kontakt med personer i staden för att få så korrekt information som möjligt samt se hur de ser på situationen i dagens läge.

## 2 Bakgrund

Jag har under en längre tid tänkt att Jakobstad är i behov av ett nytt café. Orsakerna till det är att de caféer som finns i staden har dåliga öppettider och att det inte finns någon plats kvällstid dit invånarna i staden kan gå för att umgås, t.ex. för ungdomar under 18 år. Att jag dessutom hört från både vänner och bekanta att ett nytt café skulle behövas i Jakobstad, gör att en idé om att starta ett café blev mera intressant. Det fanns tidigare ett café i Jakobstad som under kvällstid hade öppet och serverade dagligen färska bakverk på plats, men caféet gick i konkurs för några år sedan och Café Fredrika (se kapitel 3.5 om konkurrens) blev ensamt kvar som det café som majoriteten av de yngre invånarna i staden främst föredrar. Redan då började jag se ett behov av att öppna ett nytt café som kunde konkurrera med Café Fredrika.

År 2007 började jag jobba extra på ett café i Jakobstad, och har sedan dess fram till idag jobbat på olika caféer. Jag har under dessa år sett hur olika sorters caféer drivs. Jag har sett både saker som fungerar och saker som inte fungerat lika bra och undermedvetet börjat forma en affärsidé till mig själv. Dethär examensarbetet kommer utifrån den idén bli en affärsplan som jag kan använda som guide när jag skall starta ett café.

Jag kommer att börja med att berätta om hur kaffet och caféerna kom till Finland och sedan hur cafékulturen sett ut i Jakobstad. Jag kommer också att ta upp Jakobstad som kommun och även som turistdestination.

## 2.1 Kaffet och caféerna kommer till Finland

Kaffedrickandet är en viktig del av finländarnas kultur och att träffas över en kopp kaffe för att umgås hör till många finländares vardag. Så har det varit ända sedan araberna grundade det första caféet. Caféet blev en plats för socialt umgänge och är så än idag.

Kaffet kom till Europa i början på 1600-talet från arabländerna till Venedig i Italien. Från Italien började kaffet exporteras till övriga delar i Europa och kom till Sverige-Finland i slutet av 1600-talet. Det första caféet öppnades i Stockholm år 1708. Kaffet spred sig i landet med en sådan kraft att det till och med försökte begränsas med höga skatter och förbud. Till Helsingfors kom kaffet först i mitten av 1700-talet via Sveaborg. Då köptes råa kaffebönor som rostades och maldes i hemmen. Finlands första café öppnades 1773, och 10 år senare fanns det redan fyra caféer i Åbo (Andersson, 2005, s. 11). Tysken Gustav Paulig öppnade det första inhemska rosteriet 1879 i Helsingfors (Paulig, 2014). Kaffe såldes i början som råkaffe i lösvikt enligt kundens behov, men 1924 började Paulig sälja rostat kaffe i färdiga konsumentförpackningar. År 1931 var Paulig först i Europa med att förse kaffeförpackningarna med datum för att garantera hållbarheten av kaffet. På 1950-talet blev kaffe en universaldryck i Finland och 1968 invigde Paulig Nordens största rosteri i Nordsjö (Paulig, 2014).

Finländarna är det folk i världen som dricker mest kaffe. En finländare konsumerar i snitt 9-10 kg rostat kaffe per år. I jämförelse med det genomsnittliga i Europa som är 5 kg per person per år. Hela 90 % av Finlands befolkning är kaffedrickare och dricker i medeltal fyra till fem koppar kaffe dagligen. Det ljusrostade kaffet är finländarnas favorit och storsäljarna är Pauligs Jubileums Mocca och President (Paulig, 2014).

Eftersom kaffet varit dyrt och svårt att få tag på blev surrogatkaffe väldigt populärt i Finland. I september 1883 startade Wilhelm Shauman den första cikoriafabriken i Jakobstad. Cikoriarötterna importerades i första hand från Tyskland och Belgien, men även från övriga länder i Europa, och rostades på cikoriafabriken i Jakobstad. Cikorian gav kaffet en fylligare smak och blev ett viktigt inslag i surrogatkaffet under krigstiden (UPM-Kymmene Oyj, 2008).

Det är oklart när det första caféet har grundats i Jakobstad men enligt museichef Guy Björklund i Jakobstad så kom caféerna till staden kring sekelskiftet 1900 i anknytning till stadens bagerier och hotell (personlig kommunikation 13.10.2014). Genom personlig



kommunikation med invånare i Jakobstad har jag fått information om hur cafékulturen såg ut under 1900-talet. Informationen är samlad av invånarnas egna erfarenheter och minnen. Doris Salminen berättar att hennes mor Hilma Forsman, grundade år 1920 sitt första café, Condis. Condis verksamhet varade i 9 år. Forsman lade ner verksamheten 1929 då hon startade Konditori-Café (även det kallades Condis). Familjen drev caféet ändra fram till 1946. Caféet var kombinerat med en butik i centrum av Jakobstad. Konkurrent med Condis under 1940-talet var Westerlunds café. Enligt Siv Holmsted och Torolf Forsman (personlig kommunikation, 21.10.2014) har caféer varit populära i Jakobstad sedan 1940-talet. Rex-café som var ett väldigt populärt café bland ungdomar verkade mellan ca 1940-1970. Då ungdomarna gick till Rex, fanns även Pedersöre Handelslags café, ca 1940-1985, som kunde ses som ”böndernas café”. Caféet fanns i handelslagets andra våning. Bakom handelslaget fanns ett område där bönderna kunde binda fast sina hästar.

I dagens läge finns det i centrum av Jakobstad fem caféer vars huvudverksamhet är caféverksamhet. Jag kommer i kapitel 3.5 kort beskriva dessa caféer samt göra en konkurrensanalys på dem.

## **2.2 Jakobstad som destination**

Jakobstad (på finska Pietarsaari) är en gammal hamnstad som ligger på Finlands västkust i Österbotten med ca 19 600 invånare. Jakobstad är en tvåspråkig kommun med 56,4 % svensktalande och 39,8 % finstalande invånare (övriga 3,7 %). De närliggande kommunerna är starkt svenskspråkiga, vilket gör att svenskan kan kännas starkare än vad den egentligen är. Jakobstad ses som en ganska liten stad, men med omnejden så kan staden ses som mycket större än vad den är. Invånare från de närliggande kommunerna besöker staden ofta och många jobbar även i Jakobstad. De turister som besöker Pedersöre, Larsmo, Kronoby och Nykarleby besöker ofta Jakobstad och tvärtom (Jakobstad, 2014).

Jakobstad hör till marknadsföringsportalen ”7 broars skärgård”. ”7 broars skärgård” jobbar med att marknadsföra kommunerna Jakobstad, Nykarleby, Pedersöre, Kronoby och Larsmo, samt deras aktiviteter och evenemang. År 2013 vann ”7 broars skärgård” priset ”Suomen matkailupalkinto” vilket gav nejden extra uppmärksamhet (7 broars skärgård r.f., 2014).

Jakobstad är en stad som har mycket att erbjuda turister, allt från aktiviteter, idrott av olika slag, evenemang och vacker miljö. Staden kommer till liv under sommarhalvåret med bland annat Jakobsdagar som lockar många turister.

I staden är det Jakobstads turistbyrå som har ansvaret för stadens turism. Till deras uppgifter hör bland annat att ta hand om turismutvecklingen samt att ha kontakt med regionala och nationella turismorganisationer. Turistbyrån finns i centrum av staden och erbjuder turistinformation i form av broschyrer, kartor och uppgifter om staden, samt personlig service sex dagar i veckan (Jakobstad, 2014).

### **2.3 Turismstatistik i Jakobstad**

Utöver de invånare som Jakobstad med omnejd har, så besöks staden av en hel del turister under året. För att få så korrekt information som möjligt om antalet turister i staden har jag varit i kontakt med Lena Höglund, informationssekreterare på Jakobstads Turistbyrå.

Det är väldigt svårt att beräkna antalet turister i en stad eftersom många endast är besökare över dagen och är i stort sett omöjliga att räkna. Däremot så har turistbyrån statistik över turismen i staden i form av registrerade inkvarteringar, turismens omsättning och den direkta sysselsättande effekten.

Höglund informerade mig om att turistbyrån under året 2013 haft ca 5000 besökare, och utav dessa har ca 745 varit utländska besökare. Den totala omsättningen 2013 var 26 miljoner euro i området, 79 % på fritidsresor och 21 % på arbetsresor (Staden Jakobstad/Turistbyrå, 2013). År 2013 var den direkta turismomsättningen i Jakobstadsregionen sammanlagt ca 24,5 miljoner euro. Ca 93 % av omsättningen består av inhemska turisternas konsumtion. I tabell 1 nedan är turismomsättningen indelad branschvis för att få en bättre överblick över hela turismbranchen.

**Tabell 1 Branschvis fördelning av omsättning i Jakobstadsregionen 2013**

Inkvartering	15 %
Måltider	25 %
Trafik	23 %
Inköp	23 %
Service	14 %

Ur tabellen kan dras slutsatsen att måltider har den största omsättningen inom turismbranschen, vilket kan ses som positivt med tanke på ett nytt café i Jakobstad. På inkvarteringsstatistiken kan det ses hur många anläggningar som finns i Jakobstadsregionen, hur många rum samt antalet bäddar som sålts. Det syns tydligt på inkvarteringsstatistiken att Jakobstad är en sommarstad. Under sommarmånaderna juni, juli och augusti på 2013 stiger antalet sålda bäddar per månad från 486 st till 651 st i jämförelse mot maj och september. Under sommarmånaderna finns det även flera övernattningsanläggningar, 13 stycken respektive 9. År 2013 såldes det totalt 5949 bäddar (Staden Jakobstad/Turistbyrån, 2013).

### 3 Affärsplan

När ett företag startas eller när ett företag bör utvecklas är det nödvändigt att skriva en affärsplan. En affärsplan kan se ut på olika sätt. Det finns många färdiga mallar som kan användas och många företag som kan anlitas ifall grundarna behöver hjälp med att sammanställa sin affärsplan. Ett exempel på ett företag är utvecklingsbolaget Concordia i Jakobstad. Concordias verksamhet går ut på att främja näringarna och den regionala utvecklingen i Jakobstadsregionen. Concordias företagstjänster riktar sig till dem som vill starta ett företag eller till dem som vill utveckla sitt företag (Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordia, 2014).

Orsaken till varför företag gör en affärsplan är för att analysera hur ett nytt företag skulle fungera på marknaden. Genom att undersöka de faktorer som påverkar marknaden i fråga samt den egna idén kan situationen analyseras och utifrån detta se hur genomförandet av det nya företaget skulle fungera. Genom att studera förutsättningar på marknaden och välja sin strategi kan realistiska mål sättas och på så sätt kan även finansieringen av företaget säkras (Eliasson & Kolar, 2006).

När affärsplanen skrivs för en verksamhet som ska nyetableras svarar affärsplanen på frågan om det finns förutsättningar för företaget att lyckas samt om lönsamheten för verksamheten är tillräckligt stor. En affärsplan kan också skrivas med syftet att förändra ett företag som redan är igång med sin verksamhet eller för att till exempel höja motivationen på företagets medarbetare. Skillnaden mellan dessa två är att affärsplanen för ett nytt företag är själva affärsplanen det viktiga. I affärsplanen kan ses om företaget kommer lyckas på marknaden samt på vilket sätt detta kommer ske. I ett redan existerande företag är det själva processen för att förnya affärsplanen som är det viktiga (Eliasson & Kolar, 2006).

Affärsplaner kan se olika ut beroende på bransch och företag. Även om företagen erbjuder liknande produkter eller tjänster kan affärsplanerna ändå skilja sig från varandra enormt mycket. Det finns ingen allmän affärsplan som alla företagare skall använda, utan alla företagare skapar själv en plan som passar det egna företaget. Men viktigt är att komma ihåg att den skall vara logisk och omfattande men ändå enkel (McKinsey & Company, 2000, s. 86).

En affärsplan bör även innehålla en finansieringsdel. Detta för att eventuella samarbetspartners eller investerare ska få en överblick av vilka intäkter samt kostnader företaget har i början av verksamheten. Det hjälper även företagaren själv att ha en överblick över finansieringen av företaget (Arbets- och Näringsministeriet, 2014).

Det jag vill uppnå med min affärsplan är att få en bra och informativ grund för när jag skall starta mitt företag. Eftersom jag har en affärsidé kommer jag försöka göra planen så specifik som möjligt och med så mycket viktig information som möjligt. Affärsplanen kommer så att säga skrivas för ett nytt företag. Jag har gjort research och läst om olika affärsplaner om vad som är viktigt och vad de borde innehålla. Eftersom jag inte hittade en specifik plan som hade alla de delar jag ansåg var viktiga så har jag valt att ta delar ur olika affärsplaner. På det sättet har jag bildat min egen affärsplan med den information jag anser vara viktig för mitt framtida företag. Jag har utgått i stora drag av det svenska företaget ALMI Företagspartner ABs mall för en affärsplan, men även tagit bort saker ur den jag inte ansett vara viktig för mig (Larsson, 2014). Utöver det har jag även använt mig och fått idéer från FöretagsFinlands grund för vad en affärsplan skall innehålla (Arbets- och Näringsministeriet, 2014).

Affärsplanen för mitt café kommer att innehålla

- Affärsidé – Affärsidén är det första steget mot att göra en affärsplan. Kort sagt en beskrivning på företaget, vad företagets mål är och vad man ska dra in pengar på. En affärsidé behandlar vad som är tanken med företaget, vem kunden är, vilka produkter och eventuella tjänster företaget skall säljas.
- Företagsform – Jag kommer att behandla vilken företagsform som passar bäst för mitt företag, vad fördelarna samt nackdelarna med de olika företagsformerna är.
- Segmentering av kunder – Segmentering behandlar vem kunden är och på vilket sätt ska jag nå dem.
- Marknad – I kapitet om marknad kommer jag ta upp vikten av att känna till marknaden, t.ex. på vilken ort finns företaget, inom vilken bransch och vilka förändringar som kan ske inom den närmaste framtiden.

- Konkurrens – Jag kommer att ta upp mitt café's största konkurrenter i Jakobstad genom att presentera caféerna samt reflektera över dess styrkor och svagheter.
- Mitt café – Jag kommer redogöra hur caféet kommer se ut, hurdana öppethållningstider caféet kommer ha, varor och tjänster, pris samt hur produkten utvecklas med tiden. Jag kommer även ta upp försäkringar, tillstånd och tänka på lokalen.
- Finansiering – Jag kommer behandla vikten av att ha en plan för finansiering. Jag kommer ta upp vilka intäkter och kostnader ett företag har i början av verksamheten samt varför budgetering är viktigt.

Jag kommer i nästa kapitel börja med att beskriva affärsidén, för att sedan fortsätta genom arbetet med att redogöra de olika delarna i min affärsplan.

### **3.1 Affärsidé**

En affärsplan måste först och främst innehålla en affärsidé. Att företagaren skriver ner sin affärsidé är en viktig process, då tvingas företagaren att tänka igenom hur verksamheten skall bedrivas. Det skapar även en överblick över vad företagets verksamhet går ut på och klargör på så vis verksamhetens syfte både internt, till företagets anställda samt externt, till eventuella aktieägare, leverantörer och kunder. En affärsidé bör innehålla dessa punkter: behov, kunder, utbud och konkurrensfördel (Karlöf, 1995, s. 73-75).

För att formulera en affärsidé krävs förståelse samt att företagaren känner till marknaden. Att skriva en affärsidé tar tid. För att få en välutvecklad idé krävs att den diskuteras tillräckligt med sakkännare, eventuella framtida kunder och t.o.m. vänner och bekanta. Genom att diskutera den flitigt gör att så många områden som möjligt täcks och att företagaren samtidigt får öva sig för att föra fram idén till eventuella framtida arbetspartners (McKinsey & Company, 2000, s. 29-30).

En affärsidé kan delas upp i två delar, en yttre och en inre affärsidé. I den yttre affärsidén skall det finnas information om företagets varor/tjänster, service, lokaler och anträffbarhet. Kort sagt den bild kunden ser av företaget. Medan den inre affärsidén är menad för medarbetarna i företaget och innehåller företagets mål, hur resurser utnyttjas osv. (Trostek, 1997). Trostek anser att för att få en affärsidé som fungerar ska följande frågor svaras på:

- Hur ser kundens/marknadens behov ut?
- Är marknaden tillräckligt stor?
- På vilket sätt kan vi lösa kundens problem?
- Hur når vi kunden?
- Finns lagliga hinder?
- Vilka är våra konkurrenter och hur ser deras lösningar ut?
- Har vi rätt resurser- t.ex. kompetens, kapital?
- Har affärsidén förutsättningar att bli lönsam?

Affärsidén kan ses som en ”osynlig hand” som guidar personalen när de känner att idén eventuellt kan bli oklar med tiden. Affärsidén är i början av verksamheten klar men kan med tiden lätt glömmas bort när företaget växer och nya idéer och produkter uppstår. Det är därför viktigt att skriva ner affärsidén för att lätt kunna gå tillbaka till den vid behov (Armstrong & Kotler, 2005, s. 42).

Min affärsidé är att öppna ett café i centrum av Jakobstad. Caféet skall erbjuda färska hemgjorda bakverk samt kaffe och annan dryck av god kvalitet. Caféet skall vara en plats där alla kan känna sig välkomna. Caféet skall ha öppettider som skiljer sig från de existerande caféerna i Jakobstad och på så sätt attrahera de kunder som gärna vill besöka caféer under de tider caféerna nu är stängda. Målet är att kunderna ska vilja komma till mitt café framför våra konkurrenter och med intressant marknadsföring kunna konkurrera med de caféer som redan funnits på marknaden en längre tid. Eftersom de caféer som finns i staden är ganska traditionella vill jag att det nya caféet ska sticka ut ur mängden och intressera invånarna. Detta med hjälp av annorlunda bakverk, specialkaffe samt en annorlunda miljö, d.v.s. caféinredningen.

Denna idé är en prototyp på hur den slutgiltiga affärsidén kommer se ut. Eftersom min idé inte kommer genomföras genast är den inte helt fullständig. Arbetet kommer nu övergå till att behandla företagsformer och en diskussion av vilken företagsform som skulle passa mitt café bäst.

### **3.2 Företagsform**

Det finns flera olika företagsformer. Företagaren bör noggrant undersöka vilken företagsform som passar företaget bäst eftersom det kommer att påverka företagets framtida verksamhet. Det finns många faktorer som påverkar valet av företagsform. De

vanligaste faktorerna är antalet grundare, behovet av kapital, ansvar och företagsrisk, företagets beslutfattande, fördelning av vinst och förlust, löneutbetalning samt beskattning (Centralhandelskammaren, 2006, p. 13).

Det finns flera olika företagsformer och nedan tänker jag kort presentera de företagsformer som skulle passa just detta företag. I presentationerna ingår endast det som direkt är avgörande och skiljande från varandra.

- Enskild näringsidkare (enskild firma)

Bolagets organ är företagaren själv. Innan verksamheten inleds är det inte nödvändigt med skriftliga avtal eller motsvarande. Gällande kapital finns det inget minibelopp som krävs som startkapital men företagaren ansvarar med hela sin förmögenhet för företagets ekonomiska skyldigheter. Företagaren kan inte lyfta lön från bolaget men kan lyfta medel i form av privatuttag.

- Öppet bolag

När ett öppet bolag grundas måste grundarna vara minst två bolagsmän. Ett öppet bolag kan liksom en enskild firma grundas utan startkapital men viktigt att komma ihåg är att företagaren liksom i enskild firma ansvarar för företaget med sin egna förmögenhet också vid fall där en annan bolagsman gjort beslutet. Det finns inga obligatoriska organ, men om det valts en verkställande direktör bör detta anmälas till handelsregistret. Ett skriftligt avtal som bilaga till grundansökan skall skickas till handelsregistret. Bolagsmännen kan lyfta medel ur bolaget i form av lön, som vinstandel eller som lån.

- Kommanditbolag

Ett kommanditbolag kräver två eller flera grundare, varav en bör vara ansvarig bolagsman och en bör vara tyst bolagsman. Ett kommanditbolag har liksom ett öppet bolag inget obligatoriskt organ men om ett sådant väljs bör det anmälas till handelsregistret. En tyst bolagsman skall betala en insats till bolaget och den ska vara en egendomsinsats, inte arbetsinsats. Medan det för den ansvariga bolagsmannen räcker med arbetsinsatsen. En skriftlig ansökan till handelsregistret bär göras i samband med grundansökan. I ett kommanditbolag avsvaret den



ansvariga bolagsmannen med hela sin förmögenhet företaget, medan den tysta bolagsmannen begränsar sig till kapitalinsatsen.

- Aktiebolag

Ett aktiebolag kan tecknas av en eller flera personer. Ett aktiebolag har ett obligatoriskt organ, en styrelse, i vilken en ordförande skall väljas. Styrelsemedlemmarna skall anmälas till handelsregistret. Aktieägarna utövar sin beslutanderätt på bolagsstämman. Ett enskilt aktiebolags kapital skall vara minst 2500 euro. En aktieägare ansvarar endast med sin insats för bolaget och kan ta ut medel ur bolaget i form av dividendinkomster, lön eller lån.

(Arbetskrafts- och Näringscentralen, 2006, s. 31-33) (Centralhandelskammaren, 2006, s. 13-17)

Eftersom planen är att företaget skall grundas av mig, alltså en grundare, så skulle en enskild firma eller ett aktiebolag passa detta företag bäst. Ifall att jag skulle hitta en företagspartner som skulle välja att fungera som tyst bolagsman skulle ett kommanditbolag vara ett väldigt bra alternativ att grunda. På så sätt skulle företaget få ett större eget kapital i början av verksamheten, när det egna kapitalet är som viktigast. Valet lutar dock mot ett aktiebolag eftersom jag kommer att grunda företaget ensam och för att jag tror att företaget blir för omfattande för en enskild firma.

### **3.3 Segmentering av kunder**

Servicebranschen är en väldigt bred bransch och har kunder från alla olika håll. Därför kan det vara bra för företaget att ta reda på hurdana kunderna är genom kundsegmentering. Med segmentering innebär utskiljning av något ur en större helhet. Syftet med segmentering är att dela upp den stora marknaden i mindre delar för att kunna förstå den bättre. Några exempel på olika segment kan vara:

- Geografiska – beroende på varifrån man kommer.
- Demografiska – ålder, utbildning, inkomst osv.
- Psykografisk – vad man har för livsstil, personlighet osv.

(Schäder, 2006, s. 200)

När segmenteringen av marknaden är klar är det sedan dags att börja fokusera på de målgrupper som är mest relevanta eller som har högst potential för företaget. Detta brukar kallas för targeting. (Lagerstedt, 2014)

Eftersom det i staden redan finns caféer är det viktigt att försöka skilja sig ur mängden. När jag tänker på hurdana kunder jag vill ska besöka mitt café så planerar jag att fokusera på unga vuxna som min huvudgrupp. Geografiskt sett kommer det i största del vara invånarna i Jakobstad med omnejd. Men det är de demografiska och psykografiska faktorerna jag vill fokusera på. De jag vill fokusera på är studerande och unga vuxna. Mitt mål är att caféet ska vara ett ställe dit studeranden snabbt kan komma in och dricka en kaffe mellan föreläsningar. En hög inkomst ska inte behöva vara ett måste för att besöka caféet, det ska finnas produkter i alla prisklasser.

I samband med att Campus Allegro, ett campus för utbildning, öppnades i Jakobstad våren 2013, öppnades också en studentrestaurang och café. En hel del nya studeranden flyttade till staden som tidigare studerat på annan ort. Mitt mål är att få dessa studeranden att se att det finns en plats utanför campus dit de kan gå. På Campus Allegro som ligger intill torget i centrum av Jakobstad, rör sig dagligen ca 700 studeranden. På campuset finns flera utbildningsenheter, Yrkeshögskolan Novia, Åbo Akademi, Yrkesakademin i Österbotten, Jakobstadsnejdens musikinstitut, Yrkeshögskolan Centria samt konstskolan Balatoko (Campus Allegro, 2014).

Jag har valt att fokusera på den här kundgruppen dels för att det redan finns caféer i staden som besöks av den äldre generationen (läs om dessa caféer i kapitel 3.5 som behandlar konkurrens). Men också för att jag själv tillhör den kundgruppen och kan på så vis förstå vad som saknas och vad ungdomarna vill ha i Jakobstad.

Min vision är att caféet skall vara en plats där stadens invånare kan umgås kvällstid eftersom de flesta caféerna i staden stänger relativt tidigt. Fredagar stänger det sista caféet kl 19, lördagar 17 och söndagar 18. Jag vill satsa på de kunder som inte har en plats att gå till efter de här tiderna. För ungdomar under 18 som vill umgås i centrum under kvällen finns det för tillfället inte ett enda café som de kan besöka. För att få ett lyckat företag med bra inkomst året om behövs det också sekundära målgrupper som kan lockas under den tid när den primära kundgruppen inte besöker caféet. Min primära målgrupp är unga vuxna och tanken är då att jag under vinterhalvåret kommer satsa på studeranden vid Campus Allegro. Utöver studeranden kunde det vara intressant att hitta andra kundgrupper, t.ex.

finns det i Jakobstad med omnejd många unga mammor. De här unga mammorna träffas regelbundet och kunde vara en intressant målgrupp. Som jag nämde i kapitel 2.3 om turismstatistik i Jakobstad ökar antalet turister som besöker Jakobstad under sommarmånaderna och de blir på så vis en stor del av kunderna. Även många studeranden som studerar på annan ort än Jakobstad, men har staden som hemort, flyttar hem under sommaren och besöker då ofta stadens caféer för socialt umgänge.

Jag kommer i nästa kapitel behandla vikten av att känna till marknaden och på så sätt få ett mera framgångsrikt företag.

### **3.4 Marknad**

Genom att förstå marknaden, bidrar det också till framgångsrika företag. Det är viktigt att i stora drag veta hur många kunder företaget kommer att ha, eftersom det är de som gör företaget framgångsrikt. Att förstå marknaden innebär förståelse för branchen, att ha koll på framtida förändringar och vad som kan hända med företaget ifall förändringarna är stora. Kundsegmentering och en tydlig konkurrensbild hör även hit (Eliasson & Kolar, 2006).

Den marknad som detta företag kommer att nå ut till är väldigt lokal. Eftersom caféet kommer befinna sig i centrum av staden är det också i största del lokalbefolkningen som besöker caféet. Det finns även andra caféer i staden vilket gör att det kommer bli svårt att nå ut till den totala nåbara marknaden. Jag kommer i nästa kapitel göra en konkurrensanalys som tar upp konkurrenterna samt deras styrkor och svagheter. Detta för att få reda på vad som fattas på marknaden och hur jag kan gå till väga för att få ett framgångsrikt företag samt på vilket sätt företaget ska skilja sig ur mängden.

I ett framgångsrikt företag är det också viktigt att förstå olika kundkategoriers behov och önskemål. Även om jag kommer att försöka fokusera i största hand på ett segment (se föregående kapitel om segmentering) är det viktigt att ändå erbjuda sådana produkter som övriga kunder föredrar för att nå en så stor kundkrets som möjligt.

Marknadsförändringar kan vara både positiva och negativa. I detta fall vore det negativt om ett annat likande företag skulle etablera sig i staden. Sommaren 2014 öppnades ett nytt café i Jakobstad, Café Skorpan. Detta gör att kunderna har flera val att göra ifall att de bara vill ha en kopp kaffe och inte har bestämt sig mera än så. Eftersom Skorpan redan har

öppnat har de med stor sannolikhet redan dragit till sig stamkunder, som kan vara negativt med ett nytt café i staden. Café Skorpan har nu etablerat sig och kommer inte att vara ett nytt café när detta nya café kommer öppnas. Detta gör att många kunder ändå kommer att vilja pröva på ”det nya” caféet. Läs mer om Café Skorpan som konkurrent i nästa kapitel, Konkurrens. Positiva marknadsförändringar för ett nytt café vore bl.a. ifall ett av de redan existerande caféerna skulle välja att lägga ner.

### **3.5 Konkurrens**

Alla företag har konkurrenter, oberoende av vilken bransch man befinner sig i. Det är därför viktigt att man känner till sina närmaste konkurrenter för att lyckas med sitt företag. McKinsey poängterar att det är viktigt att ta reda på vem som är marknadens viktigaste aktörer samt vad deras styrkor och svagheter är. För att få en bättre översikt över marknaden är det också bra att fundera över om det finns chans för nya konkurrenter, hur snabbt de är inne i marknaden samt vad de kan ha för intryck på ens egna företag. Oerhört viktigt är det också att få fram varför och hur ens egna företag är bättre än konkurrenternas (McKinsey & Company 1999). I kapitel 3.6 om Produkten kommer jag närmare beskriva hur detta café kommer att skilja sig från dess konkurrenter.

Konkurrensen kan delas in i olika typer, direkt konkurrens, substitutkonkurrens och konkurrens om pengarna. När det talas om direkt konkurrens innebär det att konkurrenterna erbjuder liknande produkter som i ens egna företag, t.ex. ett annat café. Substitutkonkurrensen innebär att konkurrenterna erbjuder en annan produkt men för samma behov, t.ex. en restaurang. Med konkurrens om pengarna menas att kunderna kan spendera sina pengar på något helt annat än det företaget erbjuder (Eliasson & Kolar, 2006, s. 56). De här olika typerna av konkurrenter delar in de redan existerande företagen i olika grupper. Det är möjligt att göra en analys på alla tre olika typerna, men jag har i detta arbete valt att endast ta upp konkurrenterna inom den första typen, den direkta konkurrensen, det vill säga de övriga caféerna som finns i staden.

För att få en bättre bild över situationen i Jakobstad kommer jag att göra en analys på de caféer jag anser vara relevanta för mitt arbete. Jag kommer att fokusera i första hand på de caféer som finns i centrum av staden, dvs. Café Fredrika, Konditori Fredrika, Musikcafé After Eight, Skorpan Bageri och Café samt Calles Konditori. Jag kommer göra en kort presentation av företaget samt ta fram deras styrkor och svagheter.

### 3.5.1 Café Fredrika

Café Fredrika är ett nytt cafées största konkurrent. Caféet öppnades år 2002 men verkade då på en annan plats, i Prismas fastighet utanför centrum av Jakobstad, fram till 2009 då det flyttade till sin nuvarande plats på gågatan. Café Fredrika ligger i stadens mittpunkt på gågatan. De har ett stort utbud med allt från söta bakelser till salta pajer och smörgåsar. Dessutom erbjuder Café Fredrika även lunch under vardagarna. Här finns också möjlighet till tårtbeställningar. Caféet har även A-rättigheter. Café Fredrika hör till företaget Nylunds Bageri Ab som är ett väldigt känt bageri i staden. Alla Fredrikas bakverk tillverkas på bageriet (Nylunds Bageri, 2014).

Fredrikas största styrka är dess läge. Att det ligger på gågatan mitt i centrum gör att caféet blir lättillgängligt för både invånare och turister. Caféet har sommartid en stor solig terrass som är väldigt populär. Eftersom Fredrika inte är ett nystartat café, samt att deras bakverk kommer från Nylunds Bageri, gör att kunderna vet vad de får när de besöker caféet och har under åren fått stamkunder. Café Fredrika har i sina utrymmen alltid en konstutställning, denna konstutställning byts ut varje månad.

Caféet har även svagheter. Likasom att det är en styrka att bakverken tillverkas på bageriet, kan det också ses som en svaghet. Bakverken är ofta de samma och det är inte stor variation på utbudet.

### 3.5.2 Konditori Fredrika

Konditori Fredrika grundades år 1991 och var det första caféet som öppnades av Nylunds Bageris dåvarande ägare Rainer Nylund. Konditoriet verkar fortfarande på samma plats på Köpmansgatan nära centrum av Jakobstad. På samma sätt som Café Fredrika så tillverkas alla produkter på Nylunds Bageri. De erbjuder även lunch på vardagar samt tårtbeställningar. Konditori Fredrika är ett mindre och mera traditionellt café än det som ligger på gågatan. (Nylunds Bageri, 2014)

Konditori Fredrika har en stor styrka och det är stamkunder. Eftersom caféet funnits över 20 år har de en kundgrupp som är återkommande. Vardagar öppnar caféet redan 07.30 vilket kan ses som en fördel, det är det enda caféet som öppnar så tidigt på morgonen. Konditoriets svaghet är dess läge. Det ligger lite utanför stadens egentliga centrum vilket gör att det inte är lätt att bara slinka in över en kopp kaffe. Majoriteten av kunderna är

äldre, och konditoriet drar tyvärr inte till sig yngre kunder. En svaghet är också dess öppethållningstider, vardagar stänger konditoriet redan kl 15.00 och helger håller de stängt.

### **3.5.3 Musikcafé After Eight**

Musikcafé After Eight startades 1987 av nuvarande verksamhetsledare Mikael ”Mecki” Andersson. After Eight har en bred verksamhet som innehåller café, lunchrestaurang, hotell- och konferensverksamhet, kulturproduktion, ungdomsverkstäder, utbildningar, evenemang m.m. Caféet är hela verksamhetens kärna och här kan en kopp kaffe med bakverk gjorda i caféets eget bageri eller lunch fokuserad på lyxig husmanskost avnjutas. Kvällstid ordnas olika evenemang, konserter eller liknande. (Musikcafé After Eight r.f., 2014)

After Eights styrka är alla dess evenemang. Dess styrka är även den soliga terrassen på innergården som under sommaren ofta under lunchtid är fullsatt. After Eight är den enda platsen i staden där det finns specialkaffe i form av espresso, cappuccino o.s.v. från en espressomaskin. Att deras bakverk är gjorda på plats är även det ett stort plus. After Eights cafés inredning är väldigt genomtänkt och skapar en mysig miljö för kunderna. After Eights svagheter är dess öppethållningstider. Caféet är stängt under helger och stänger vardagar senast kl. 19, i början av veckan redan klockan 16.00. After Eight är ett mysigt café som skulle kunna vara väldigt populärt under helgkvällar.

### **3.5.4 Skorpan Bageri och Café**

Skorpan Bageri och Café är stadens nykomling. Skorpan beskriver sig själva som ett litet kvartersbageri. Caféet slog upp dörrarna sommaren 2014 i stadsdelen Skata i Jakobstad. Skata är stadens gamla trähusområde så caféet ligger mitt i en trevlig trähusmiljö (Skorpan Bageri och Café, 2014).

Skorpans absoluta styrka är att det både är ett café och ett bageri. Dess produkter består av färska bakverk dagligen och de säljer dessutom färska bröd som kunderna kan köpa och ta med sig hem. Som både styrka och svaghet är att caféet ligger beläget i Skata. Skata är en mycket mysig och eftertraktad miljö, men ligger även en bit utanför centrum, vilket gör att det tar tid att ta sig dit. Skorpan styrka är också att de sommartid finns möjlighet att sitta utomhus. Skorpan har stängt både måndagar och söndagar, och har under de

resterande vardagarna öppet till 18.00 och lördagar till 15.00. Detta kan även ses som en svaghet.

### **3.5.5 Calles Konditori**

Calles Konditori ligger precis som Café Fredrika i centrum av Jakobstad. Caféet erbjuder olika sorters konditoriprodukter samt salta produkter så som smörgåsar av olika slag. Populärt vid Calles Konditori är att de har lunch som kunden även kan ta med sig, take away. De erbjuder även festtjänster av olika slag (Calles Konditori, 2014).

Calles Konditoris styrka är dess läge i Jakobstads centrum. Men dess svaghet är lokalen de befinner sig i. Den är väldigt smal och avlång vilket gör att det snabbt blir trångt. Caféet är på två våningar med en smal, brant trappa som inte lämpar sig för t.ex. rörelseförhindrade. Calles Konditoris svaghet är även att liksom Konditori Fredrika är största delen av caféets kunder äldre och drar heller inte till sig den yngre generationen lika mycket som de andra caféerna i staden.

När jag nu presenterat mitt café's konkurrenter, kommer jag diskutera deras styrkor och svagheter för att förklara varför jag kommer att fokusera på de saker jag gör. Först och främst märkte jag relativt snabbt att det endast är Café Fredrika som har öppet kvällstid på vardagar och att ingen har öppet kvällstid på helger. Där ser jag en möjlighet att locka kunder. De konkurrerande caféerna har alla öppet från morgonen och därför ser jag inte ett behov att ha caféet öppet tidigt på morgonen. Jag har också kommit fram till att det sommartid kommer vara en stor styrka att ha en terrass. Eftersom Café Fredrika, After Eight och Café Skorpan alla har sommarterass krävs det nästan en solig terrass för att kunderna ska välja mitt café en solig dag när kunderna gärna sitter utomhus.

Efter att jag nu behandlat affärsidén, kundsegmentering, maknad och konkurrens kommer jag nu fortsätta arbetet genom att redogöra för Mitt Café. I kapitlet om Mitt Café kommer jag ta upp de mera praktiska sakerna för caféet.

## **3.6 Mitt Café**

Den slutgiltiga produkten ur affärsplanen är ett café i centrum av Jakobstad. Caféet kommer att skilja sig ur mängden av caféer som redan finns i staden. För att göra det kommer jag att fokusera på de faktorer jag anser fattas i Jakobstad. Dessa faktorer är en

kombination av avvikande öppethållningstider, mysig miljö och prisvärda på-plats-gjorda produkter. Jag kommer i detta kapitel förklara mera ingående hur caféet kommer att se ut, från både inredning, produkter och försäkringar.

Utöver vanlig caféverksamhet har jag även tänkt på att sälja produkter som kan förknippas med caféer. De här produkterna kunde även vara en inredningsdetalj i inredningen av caféet. Exempel på sådana produkter kunde vara bl.a. olika sorters kaffe och te, men också andra produkter som t.ex. servetter, ljus, ljusstakar och olika presentartiklar. Här ser jag en chans till samarbete med olika företag i Jakobstad för att på samma gång främja lokala företag, t.ex. en inredningsbutik.

### **3.6.1 Caféets design**

Min vision är att caféet ska vara beläget i centrum av Jakobstad. Detta innebär att lokalen inte får vara längre bort än ett par minuters gångavstånd från stadens torg och gågata. Att lokalen ska vara i centrum av staden är en väldigt viktig del. Lokalen skall helst ha stora fönster för maximal utsikt men även insyn.

Jag tänker mig att caféet ska vara en samlingsplats för människor som vill ta en paus i vardagen för att njuta av en kopp kaffe med något ätbart till. Caféet skall vara en plats som känns varm och hemtrevlig. Servicen kommer bestå av självbetjäning d.v.s. kunden får själv komma fram till disken för att beställa. Själva betjäningsskåpet kommer att bestå av vitrinskåp för produkter som behöver vara kyllda samt för produkter som klarar rumstemperatur.

Med tanke på designen så inspireras jag mycket av engelska ”tea rooms”. Det känns hemtrevligt och det finns många olika typer av sittplatser att välja mellan. Jag planerar att ha både soffor och fåtöljer blandat med mera traditionella bord och stolar. Möblerna får gärna vara lite udda, med second hand- känsla. Jag inspireras mycket av att gå på loppmarknader så inredningen vill jag även kunna koppla ihop med loppmarknader. Belysningen är tänkt att vara dämpad, tanken är att det inte blir en stor ljuskälla i taket, utan flera mindre spridda i lokalen, samt levande ljus för att skapa en mysig miljö.

Beroende på hur lokalen kommer att se ut, kan det krävas en renovering. Då ser jag en möjlighet till samarbete med Yrkeshögskolan Novia i Jakobstad som utbildar formgivare



med inriktning för rumsgestaltning. Även hos yrkesskolan Optima som utbildar artesaner/finsnickare kunde det finnas möjlighet till samarbete.

### **3.6.2 Cafés öppethållningstider**

Det jag vill fokusera på är öppethållningstiderna för caféet. När jag i kapitel 3.5, som behandlade konkurrens, presenterade de caféer som finns i staden märkte jag ganska snabbt att öppethållningstiderna i staden följer varandra ganska långt. Det flesta caféerna öppnar relativt tidigt på morgonen och stänger ganska tidigt på kvällarna, speciellt under veckosluten. Det finns för tillfället inget café i Jakobstad som är öppet efter kl 18.00 en söndag.

För att få information om hur kunderna ser på detta har jag diskuterat ämnet med två invånare från Jakobstad, Nora Isomäki och Sofia Erikoinen. Isomäki och Erikoinen är båda två uppvuxna i Jakobstad och hör till caféets primära kundgrupp, dvs. studerande. De ansåg att caféutbudet är ganska dåligt och att de oftast besöker Café Fredrika. Erikoinen har även besökt Skorpan efter dess öppning. De ser Café Fredrika som det enda alternativet för unga när de vill umgås med vänner i centrum men de tycker att Fredrika kan kännas stelt och tråkigt. De saknar ett café som känns hemtrevligt som de kan gå till för att inte bara dricka en kaffe, utan för att umgås. Öppethållningstiderna på stadens caféer tycker de är ganska dåliga. Speciellt på veckoslut är det svårt att hitta ett café som är öppet och ofta blir man tvungen att besöka servicestationen ABC som ligger ca 3 km utanför stadens centrum men som har öppet till midnatt.

Här ser jag en möjlighet för förändring. Eftersom många av Jakobstads caféer har öppet under morgonen ser jag en möjlighet att öppna det nya caféet närmare lunchtid och på så sätt kunna ha öppet senare på kvällen utan att behöva ha mera personal. På så sätt minskar även konkurrensen mellan de övriga caféerna.

### **3.6.3 Produkter**

Min vision för caféets produkter är att de ska skilja sig från de produkter som för tillfället går att få tag på hos de redan existerande caféerna i Jakobstad. Förutom vanligt bryggkaffe ska det finnas en möjlighet till att dricka lyxigare kaffe. T.ex. ska vanligt bryggkaffe finnas i olika sorters rostningar, kunden kan välja själv enligt smak men till samma pris. Att kunden själv får välja skulle göra att upplevelsen känns mera intressant. En

espressomaskin för cafébruk är också nödvändigt, för att kunna göra espresso, café latte, cappuccino m.m. Baristautbildning kan då vara en fördel för personalen. Förutom kaffe skall det finnas ett stort utbud av olika sorters te, både i påse och lösvikt. I min vision ser jag att teet skulle serveras ur tekannor. Tekannan skulle inte få vara större än att den rymmer max 2 koppar. Kunden skulle alltså få en egen tekanna till bordet. Detta kunde vara ett alternativ till vanligt te i påse, och på samma sätt som kaffets olika rostningar kunde det höja caféupplevelsen. Caféet kommer i början av sin verksamhet inte att sälja alkohol. Men i framtiden kunde det vara aktuellt att skaffa ett serveringstillstånd till caféet för att göra drinkar med kaffe, t.ex. Irish Coffee.

Det som är viktigt och som jag kommer fokusera på är att alla bakverk är gjorda på plats. Det ska kännas hemtrevligt, det ska vara hembakt och fräscht. Detta skulle även säkra att kunderna vet att de får färskvaror samt var de är gjorda. Det bör även finnas produkter för olika sorters allergier, t.ex. laktos och gluten. Caféet kommer även att servera salta produkter som kan ses som lätta lunchalternativ; salta pajer, fyllda mackor och en fräsch sallad känns rätt. Det bör vara enklare produkter så det inte blir restaurangkänsla över caféet.

I samma diskussion med Isomäki och Erikoinen som jag nämde i föregående kapitel om caféets öppethållningstider, frågade jag också vad de saknade i produktutbudet i de redan existerande caféerna i Jakobstad. De poängterade att hembakt är viktigt, och att det kunde finnas mera hälsosammare alternativ av bakverk samt smoothies, nötter och frukt. De gav även rådet om att ha ett mindre utbud men mera varierat. Egengjorda smoothies ser jag stor potential i och vore ett fräscht och enkelt alternativ istället för söta bakverk.

Det kommer finnas möjlighet för take away på alla produkter som säljs på caféet, d.v.s. drycker, bakverk samt de salta produkterna. På så sätt finns även möjlighet att sälja till den kundgrupp som inte går på café men ändå vill ha produkterna.

#### **3.6.4 Pris**

För att priset för en produkt ska bli så effektivt som möjligt är det viktigt att marknadsföringen attraherar sådana kunder som företaget har behov av. Positionering av företagets produkter och priser krävs också så att kunden får något unikt, och något som inte kunde fås hos någon av företagets konkurrenter. (Schäder, 2006, s. 199-200).

När man prissätter produkter, t.ex. ett kaffepaket i butik, så är priset som betalas det pris kaffet kostar plus ett tillägg för buiken. Men när en kund köper kaffet på ett café ingår det mera i priset. Att gå på café kan ses som en tjänst eller en upplevelse, mera än som en produkt. Att gå på ett café är en upplevelse och ett minne. Kunden är på så sätt mera villig att betala mera för upplevelsen av att gå på café än att köpa kaffet i butiken. En företagare kan alltså höja priset ifall kunden får pröva på något nytt och att det ger kunden något nytt, en upplevelse som inte förut funnits tillgänglig (Österåker, 2010, s. 34-36).

Viktigt för mig är att studeranden också kan känna sig välkomna prismässigt. Att komma till ett café och känna att en kaffekopp är för dyr är inget jag vill sträva efter i detta sammanhang. Jag tycker att även studerande, som kanske inte alltid har den bästa ekonomin, även ska kunna gå ut och träffas på andra håll än hemma.

I diskussionen med Isomäki och Erikoinen bad jag dem tänka på hur mycket de i medeltal spenderar på cafébesök, samt hur mycket de är villiga att betala för en kaffe med tilltugg. De poängterade att priset ofta närmar sig 10 € på de flesta caféer och att det känns väldigt dyrt. De kom fram till att om priset var 6-7 € eller under skulle det kännas lönsamt. En vanlig kopp bryggkaffe ska helst inte överstiga 2 € och då finns det ännu prismässigt rum för något ätbart till.

### **3.6.5 Personal**

Caféet kommer behöva personal. Fast jag själv kommer att jobba på caféet så kommer jag inte att klara av att göra allt själv. Eftersom jag inte har utbildning inom bakning så kommer det vara nödvändigt att anställa någon med utbildning inom bakning. Det kunde även löna sig för mig personligen att utbilda mig eller på annat sätt få mera kunskap om bakning. Konditorerna kommer att ha ett stort ansvar inom bakningen så det krävs kreativa och innovativa personer som gärna skall komma med egna idéer. Utöver konditorerna så kommer det att behövas personal till helger och eventuellt kvällar. Eftersom att jag själv började jobba på café under gymnasiet ser jag det även som en möjlighet att anställa yngre personer för att de ska komma in i arbetslivet.

Att Yrkesskolan Optima i Jakobstad utbildar konditorer ser jag det som en stor fördel. Den studeranden som utbildar sig där kommer att behöva praktik, och kan på så sätt vara billig arbetskraft. Att konditorutbildningen finns i Jakobstad kan ses som ett bevis på att det finns

många konditorer i staden och att de förhoppningsvis tänker på att stanna i Jakobstad efter sin examen.

Personalen kommer att behöva ha hygienpass och till fördel ses även om de gått baristautbildning. Ifall att caféet i framtiden kommer att börja sälja alkohol kommer personalen då skaffa serveringspass. Läs mera om hygienpass och serveringspass i kapitel 3.6.7 om Tillstånd.

### **3.6.6 Försäkringar**

När verksamheten är igång finns det alltid risk för att skador sker. Med hjälp av att företagaren i verksamhetens tidiga skede utrett vilka skaderisker som finns på arbetsplatsen kan skador förminskas. Men om skador ändå sker bör företaget ha försäkringar för att skydda sig själva på bästa sätt (Folksam Skadeförsäkring Ab, 2014). En bra början är att företagaren skaffar en företagsförsäkring. Företagsförsäkringar kan tecknas på olika försäkringsbolag. Jag har i detta arbete valt att gå djupare in på Folksams företagsförsäkring för att se vad som ingår. Men även ta upp andra försäkringar som kan vara bra att ha för företag.

Företagsförsäkringen täcker alla anläggningstillgångar, dvs. den egendom som används i företaget, t.ex. maskiner och kontorsinventarier. Den täcker också alla omsättningstillgångar, dvs. de varor som företaget säljer, tillverkar eller bearbetar. Försäkringen täcker även byggnader (Obs, inte kontor, lager och produktionsbyggnader) samt pengar och värdepapper. Alla arbetsgivare är skyldiga att enligt lagen teckna en olycksfallsförsäkring för alla anställda (Folksam Skadeförsäkring Ab, 2014).

Enligt lagen är alla företagare skyldiga att teckna Företagarens pensionsförsäkring (FöPL). Om arbetsgivaren väljer att anställa nya medarbetare är arbetsgivaren också skyldig att försäkra sina medarbetare enligt arbetspensionslagen (ArPL), dessa kan man teckna hos t.ex. hos Veritas Pensionsförsäkring. (Veritas Pensionsförsäkring, 2014).

Utöver dessa försäkringar kan det även vara bra att teckna en rättsskyddsförsäkring ifall företaget av någon orsak dras in i rätten. Rättsskyddsförsäkringen ersätter då eventuella rättegångsutgifter.

### 3.6.7 Tillstånd

För att starta en verksamhet behövs också tillstånd av olika slag. Nedan gör jag en lista på de tillstånd och anmälningar som krävs vid startandet av en ny caféverksamhet, samt till vilken ansvarig aktör anmälningarna görs i Jakobstad. Dessa tillstånd är de som FöretagsFinland rekommenderar för caféer och restauranger

- Anmälan om livsmedelslokal – För caféverksamhet krävs en anmälan om livsmedelslokal. Anmälan görs till den myndighet för livsmedelstillsyn i den kommun företaget finns. I Jakobstad görs anmälan till Miljöhälsovården som finns under Staden Jakobstads Social- och Hälsovårdsverk. En anmälan skall göras minst fyra veckor innan verksamheten inleds eller om en betydande ändring görs i verksamheten. Blanketter finns på miljöhälsovårdens hemsidor (Social- och Hälsovårdsverket i Jakobstad, 2013).
- Hygienpass - Alla arbetstagare som arbetar inom livsmedelsbranschen behöver ett hygienkompetensintyg. Passet har tagits fram för att främja livsmedelssäkerheten. Ett hygienpass fås från Evira efter godkänt kompetenstest. Föreläsningar samt skrivande av kompetenstesten kan göras hos någon av de kompetenstestare godkända av Evira (Livsmedelssäkerhetsverket Evira, 2013). I Jakobstad kan detta göras exempelvis vid yrkesskolan Optima.
- Serveringstillstånd – Om det kommer att serveras alkohol i caféet måste företaget skaffa ett serveringstillstånd. Detta görs till Regionförvaltningsverket på den ort som caféet är och det kan ta upp till två månader att få. Jakobstad hör till Regionförvaltningsverket i västra och inre Finland och finns i Vasa. Blanketter finns på Regionförvaltningsverkets hemsidor (Regionförvaltningsverket, 2013).
- Anmälan om förplägnadsrörelse – En skriftlig anmälan om förplägnadsrörelse ska göras till polisen och räddningsmyndigheten i den kommun som företaget är.
- Lokaler – Lokalen som används måste vara godkänd som förplägnadsrörelse. Detta görs hos byggnadstillsynsmyndigheten i den kommun som företaget är. I Jakobstad skall företagaren vända sig till miljö- och byggnadsnämnden.

- Musik och filmer – Om det spelas musik i caféet i form av radio, Spotify eller annan inbandad musik, t.ex. cd-skiva, ska en upphovsrättsersättning betalas till upphovsrättsorganisationerna Teosto och Gramex. För en lokal med kapacitet upp till 50 personer är priset 24,66 €/mån till Teosto och 17,60 €/mån till Gramex (Gramex, 2014) (Teosto, 2012).
- Anmälan om område för uteservering – Om caféet kommer att ha en uteservering eller terrass under t.ex. sommaren måste en anmälan om detta göras till polisen i den kommun som företaget finns.

### **3.6.8 Lokal**

Lokalen för ett café skaffas oftast med hyresavtal. Hyreskontrakt bör göras skriftligt och för en tillräckligt lång tid. Normalt görs avtal för 5-10 år, men även med förlängning som är tillsvidare i kraft. Lokalen måste vara så stor att den rymmer så många kundplatser den är tänkt för, även att arbets- och lagerytan är tillräcklig för cafébruk (YritysHelsinki, 2012). Företagaren binds till hyresavtalet, men blir företagaren av olika orsaker tvungen att sälja företaget och hyresavtalet ännu är i kraft, har företagaren enligt lagen rätt att även föra över hyresavtalet till den nya ägaren av företaget. Vanligtvis nämns det i hyresavtalet att hyresägaren har rätt att granska den nya hyresgästen (YritysHelsinki, 2012).

Före hyreskontraktet görs är det viktigt att se till att lokalen i fråga kan användas som ett café. Det måste undersökas ifall det i lokalen får tillredas, lagras och säljas livsmedel. Viktigt att komma ihåg är att detta måste göras fast lokalen tidigare använts som café eller restaurang. Se föregående kapitel om tillstånd, om vart företagare skall vända sig med detta. Tillåtelse av hyresvärd eller disponent är inte giltig. Om lokalen kommer att ha mera än 50 kundplatser krävs också en räddningsplan. Lokalen måste ha två utgångar som skall kunna öppnas utan nyckel och bör alltid vara tillgängliga (YritysHelsinki, 2012).

## **3.7 Budgetering**

Att göra en budget innebär att planera och göra upp ekonomiska mål för en viss tid. Budgeten finns som ett verktyg för företagaren för att enklare ha kontroll över verksamhetens ekonomiska situation. Genom att ha kontroll över ekonomin hjälper det också företagaren att lösa eventuella ekonomiska problem före de har uppstått och kan även ge motivation till personalen att jobba hårdare (Shim, et al., 2011, s. 1). En budget

kan göras kortsiktigt eller långsiktigt. Ofta görs båda varianterna av budgeterna men den kortsiktiga budgeten är mera specifik. Med hjälp av att företagaren gör en långsiktig budget för att nå företagets mål, är det sedan lättare att göra de kortsiktiga budgeterna för att se hur målet enklast nås (Shim, et al., 2011).

En budget är en ekonomisk plan som kontrollerar företagets ekonomiska resultat. Den är normalt skriven med hjälp av siffror. Jag kommer i detta arbete att beröra den ekonomiska delen av arbetet i form av intäkter och kostnader. På grund av att caféet i dagens läge ännu bara är en idé, och inte kommer att förverkligas genast, har jag i mitt examensarbete valt att inte grundligt gå in på siffror. Jag kommer istället i nästa kapitel om finansiering redogöra för vilka intäkter ett företag har i början av verksamheten samt vilka de vanligaste kostnaderna är.

### **3.8 Finansiering**

När företagaren bestämt sig för att starta ett nytt företag är det viktigt att tänka på finansieringen av företaget. Finansiering innebär i stora drag att företagaren bedömer behovet av kapital och undersöker tänkbara finansieringskällor (Andrén, et al., 2003).

#### **3.8.1 Intäkter**

Ett nytt företag lider ofta av kapitalbrist. När en verksamhet skall finansieras finns det två sorters kapital, det egna kapitalet och det främmande kapitalet. Det egna kapitalet har stor betydelse för att verksamheten skall klara av den första tiden. Kapitalet ska inte amorteras och normalt inte betalas tillbaka till den som finansierat (Andrén, et al., 2003). Det gäller att försöka finna alla möjligheter till egen finansiering för ju större det egna kapitalet är, desto lättare är det sedan att hitta utomstående finansiärer som kan bidra med det främmande kapitalet (Centralhandelskammaren, 2006).

Ett nystartat företag kan ha det svårt i början med endast det egna kapitalet och oftast krävs även främmande kapital. Skillnaden mellan eget och främmande kapital, är att det främmande kapitalet ska betalas tillbaka. Främmande kapital beviljas av banker, finansieringsbolag och försäkringsbolag. Lån kan beviljas från bank och är oftast den viktigaste samarbetspartern både under grundandet av företaget och i verksamhetens senare skeden (Centralhandelskammaren, 2006). Som finländsk företagare är det möjligt att ansöka om lån från Finnvera, oftast ifall lån inte beviljas från privata finansiärer. Finnvera

är en statsägd specialfinansiär som erbjuder finansiering för etablering, tillväxt och internationalisering av företagsverksamhet och för skydd mot exportrisker. Finnvera kan bevilja direkt lånefinansiering till företag i olika utvecklingsfaser. Av de lån som Finnvera beviljar skulle Finnveralånet eller Minilånet lämpa sig bäst för mitt café. Finnveralånet är dels avsett för nya företag för att finansiera olika slags investeringar, t.ex. maskiner och behövlig utrustning. Minilånet är avsett dels för en liten nystartad verksamhet. Finnvera erbjuder även proprieborgen för ett företags lånefinansiering. Borgen beviljad av Finnvera kan användas som säkerhet för krediter företagaren fått av banker, försäkringsbolag, m.fl. (Finnvera, 2014).

Vid startandet av ett nytt företag har företagaren möjlighet till finansieringsstöd. Startpeng kan företagaren ansöka om på TE-byrån. Startpengen finns för att säkra företagarens utkomst under den tid som det uppskattningsvis tar att starta och etablera verksamheten. Den beviljas till företagare som arbetslösa eller arbetssökande, samt till företagare som lämnar lönearbete, studier eller hemarbete för att på heltid satsa på företaget. Det förutsätts att företagaren har den kunskap som behövs för att driva verksamheten, arbetar med verksamheten på heltid, kan bedriva en lönsam verksamhet samt att stödet är en nödvändighet för utkomsten. Startpengen består av två delar. Den första delen är en grunddel som är 32,66 € per dag (2014). Den andra delen är en tilläggsdel som varierar enligt TE-byråns bestämmelser. Tilläggsdelen är högst 60 % av beloppet av grunddelen. Startpengen ges ut högst 18 månader (Arbets- och näringsministeriet 2013, 2014).

### **3.8.2 Kostnader**

Att företaget har ett kapitalbehov innebär att företaget i början av verksamheten måste göra betalningar för att bygga upp företaget. Detta genom att anskaffningar av anläggnings- och omsättningstillgångar (Andrén, et al., 2003). Kapitalet krävs helt enkelt för att kunna driva företaget och för att täcka de kostnader företaget har under den första verksamhetstiden innan företagets egen finansiering kommer igång.

De investeringar företaget kommer att behöva göra innan verksamheten startas är att skaffa en byggnad, eller en verksamhetslokal. Viktigt att komma ihåg är att lokalen eventuellt kommer att behöva ändringsarbeten, installationer och reparationer. Utöver detta behövs också olika maskiner, anläggningar, möbler och andra inventarier (Arbets- och näringsministeriet, 2014). Beroende på val av lokal kommer jobbet att variera en hel del. Om jag skulle ha turen att hitta en lokal som redan har ett bra, välfungerande kök skulle



investering av nya köksmaskiner inte vara lika nödvändig. Men är lokalen helt tom behövs ett mycket större kapital för att köpa och installera ett helt nytt kök. Utöver ett kök kommer inventarierna att bestå av ny inredning, maskiner av olika slag, t.ex. kassa-apparat och espressomaskin.

Företagets fasta kostnader består dels av hyror. Andra kostnader är bland annat el, värme, vatten och andra kostnader för att hålla lokalen i gott skick samt lön till personalen. Marknadsföring och reklam av olika slag för att få invånarna intresserade att komma till det nyöppnade caféet hör också till de fasta kostnaderna. Viktigt är att komma ihåg att också kostanderna för bokföring och andra externa tjänster kostar. Eftersom jag inte kommer att göra bokföringen själv kommer det att vara aktuellt att anställa en bokföringsfirma för detta. Andra kostnader kan vara försäkringar, och inte att förglömma råvaror för att kunna sälja produkter som i sin tur kommer att vara det fortsatta kapitalet (Arbets- och näringsministeriet, 2014).

Jag kommer nu slutligen ta upp produktlivscykeln för att se hur ett företag utvecklas med tiden. Med hjälp av produktlivscykeln kan jag se var jag befinner mig nu och vad som kan väntas när verksamheten kommer igång.

### **3.9 Produktlivscykeln**

När planeringen av ett nytt företag håller på att formas är det bra att tänka på produktlivscykeln för att förbereda sig på framtiden. Företagarna vill att företaget skall gå bra en lång tid och gå på vinst under tiden. För att maximera vinsten kommer affärsplanen för företaget ändras med tiden, som ett resultat av att marknaden förändras. Produktlivscykeln kan delas in i fem olika stadier som beskriver företaget i varje stadie (Kotler, et al., 2014, s. 261-262). Medan Kotler m.fl. beskriver produktlivscykeln i fem stadier väljer Eliasson och Kolar att ta upp endast fyra. Den fasen som skiljer dem åt är fas ett, produktutvecklingsfasen.

I den första fasen, produktutvecklingsfasen, är när företaget hittar och utvecklar den nya företagsidén. Försäljningen ligger på noll och investeringskostnader är höga. Mitt café befinner sig nu i produktutvecklingsfasen.

När företaget introduceras på marknaden går det in i den andra fasen, introduktionsfasen. Konkurrensen är ganska låg eftersom allt är nytt och många vill pröva på det nya företaget.

Produktutvecklingen är dock väldigt snabb eftersom det snabbt märks vilka produkter som går åt och vilka som inte är lika populära. Men det gäller att börja enkelt och försiktigt. Finansieringen är kritisk och lönsamheten dålig i samband med många utgifter i början, kassaflödet är ofta negativt och risknivån är hög.

I den tredje fasen, tillväxtfasen, ligger fokuset på tillväxten. Konkurrensen ökar när den första ruschen är över och det gäller att försöka hålla kvar de kunder som redan besökt företaget. Marknaden segmenteras och det börjar synas vilka kunder som dras till caféet. Lönsamheten nås i samband med att de kostnader som fanns i början av etableringen nu försvunnit. Det gäller nu att göra företaget så känt som möjligt och fokusera på marknadsföringen.

Mognadsfasen är den fjärde fasen och då gäller det att försvara de marknadsandelar företaget har p.g.a stark konkurrens. Försäljningen är hög men det märks att den börjar ta av. Företaget har nu befunnit sig på marknaden en lång tid och eventuella nya konkurrenter kommer in på marknaden. Det gäller att i denna fas börja blicka framåt och skapa nya visioner för att igen skapa något nytt och intressant för kunderna. Om företagarna väljer att fortsätta utan att utveckla sitt företag och se över marknaden kan det lätt hända att företaget går in i den femte fasen, nedgångsfasen. I nedgångsfasen minskar försäljningen och lönsamheten och kassaflödet är avtagande (Eliasson & Kolar, 2006, s. 40-42).

Genom att ha koll på produktlivscykeln kan företagaren förbereda sig för vad som kommer att hända i framtiden. Om företagaren har koll på de olika faserna kan det vara lättare att se de tecken som gör att företaget är på väg in i en ny fas. T.ex. i den fjärde fasen är försäljningen hög men börjar ta av, om företagaren känner till detta kan man redan i ett tidigt skede förbereda sig från att gå in i den sista och femte fasen.

Jag kommer i nästa kapitel göra en avslutande diskussion. Jag kommer ta upp insikter jag fått under arbetets gång, diskutera arbetets syfte och se huruvida jag uppnått det, samt se över hur jag skall gå vidare med processen.

## 4 Avslutande diskussion

I mitt examensarbete har jag behandlat grundad av ett nytt café i Jakobstad. Det nya caféet är min egen affärsidé och det slutgiltiga examensarbetet kommer att vara en guide för mig när jag ska grunda företaget. Syftet med examensarbetet var att göra en affärsplan för ett nytt café i Jakobstad. Därför har jag behandlat teori om affärsplaner och alla dess delar jag ansett vara relevanta för min affärsplan. Planen har behandlat saker som affärsidén, företagsformer, segmentering, marknadsförståelse, hur caféet kommer se ut och drivas, samt vad jag ska tänka på när det kommer till finansieringen av företaget.

Under skrivandets gång har jag fått insikter i hur det är att vara företagare och vad som är viktigt att tänka på när jag vill starta ett företag. Att göra en komplett affärsplan tar tid och det krävs även kännedom av marknaden. Jag har erfarenhet av caféer i Jakobstad och är själv en flitig besökare av stadens caféer när jag besöker min hemstad. Det är orsaken att jag valde att skriva om just Jakobstad.

Det jag tyckte var krävande var att försöka få så specifik information som möjligt. Eftersom jag inte kommer att starta företaget genast, var det svårt att beräkna de ekonomiska delarna, och valde därför att inte ta med siffror i kapitlet om finansiering. Jag valde istället att fokusera på vilka intäkter och kostnader som finns än vad summan av dem är. Det märktes också att kunskapen om detta behövs och är väldigt viktigt. Det krävs att företagare tänker på finansieringen i god tid före verksamheten skall sättas igång. Detta p.g.a av att externa kapital kommer att vara nödvändigt för att driva caféet, och för att få lån krävs en ordentlig finansieringsplan samt eget kapital.

Denna affärsplan är idéer som jag har för tillfället och kommer med största sannolikhet ändras med tiden. En affärsplan lever hela tiden och kan ändras efterhand så det är viktigt att komma ihåg att det som skrivs i affärsplanen inte är skrivet i sten, utan är till för att kunna utvecklas. I arbetet är all information som jag kommer att behöva i början av verksamheten samlad. Mycket av informationen är specifik för Jakobstad och kan på så sätt även vara till hjälp för andra som tänker sig att grunda företag i Jakobstad. Jag har på så sätt uppnått mitt syfte om att göra ett affärsplan som kan användas som en guide vid grundande av företag i Jakobstad.

Det jag kommit underfund med under tiden jag skrivit arbetet är att det finns många organisationer och företag i Finland som hjälper nya företagare, en av dem är

FöretagsFinland. FöretagsFinland har samlat nödvändig information om saker att tänka på bl.a. som ny företagare. I Jakobstad finns utvecklingsbolaget Concordia som jobbar med att främja näringarna och den regionala utvecklingen i Jakobstadsregionen. Concordia erbjuder även företagstjänster till personer som vill starta nya företag. Även TE-byrån erbjuder företagsutbildningar regelbundet för nya företagare.

När jag väl är igång med verksamheten kommer affärsidén säkert ändras och diskuteras med tiden. Jag kommer märka vad som fungerar och vad som kan förbättras och förhoppningsvis hitta nya spännande idéer för att locka kunder. I början av skrivandet var caféet bara en idé, men idén har nu blivit en plan.

## Källförteckning

- 7 broars skärgård r.f., 2014. *7 broars skärgård*. [Online]  
<http://www.7broar.com/osterbottenturism.html>  
 [hämtat 30 September 2014].
- Andersson, M., 2005. *Kupillinen kahvia?*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapainio Oy.
- Andrén, N., Eriksson, T. & Hansson, S., 2003. *Finansiering*. Malmö: Liber AB.
- Arbets- och Näringsministeriet, 2014. *Affärsplan*. [Online]  
<https://www.yrityssuomi.fi/sv/liiketoimintasuunnitelma>  
 [hämtat 28 Oktober 2014].
- Arbets- och näringsministeriet, 2014. *Företagets behov av kapital*. [Online]  
<http://www.yrityssuomi.fi/sv/yrityksen-paaoman-tarve>  
 [hämtat 24 Oktober 2014].
- Arbets- och näringsministeriet 2013, 2014. *Startpeng- ett stöd för blivande företagare*. [Online]  
[http://www.te-tjanster.fi/te/sv/arbetsgivare/foretagare/blivande\\_foretagare/startpeng/index.html](http://www.te-tjanster.fi/te/sv/arbetsgivare/foretagare/blivande_foretagare/startpeng/index.html)  
 [hämtat 22 Oktober 2014].
- Arbetskrafts- och Näringscentralen, 2006. *Starta eget företag*. (11 uppl.) Helsingfors: Edita Publishing Oy.
- Armstrong, G. & Kotler, P., 2005. *Marketing: an introduktion*. (7 uppl.) New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Calles Konditori, 2014. *Calles Konditori*. [Online]  
<http://www.citypocket.com/pietarsaari/5981911.asp?pgid=5981911&lgid=2>  
 [hämtat 9 November 2014].
- Campus Allegro, 2014. *Campus Allegro*. [Online]  
<http://campusallegro.fi/om-campus-allegro/>  
 [hämtat 20 Oktober 2014].
- Centralhandelskammaren, 2006. *Att bli egen företagare*. Helsingfors: SP-Paino Oy.
- Eliasson & Kolar, 2006. *Affärsplanen - Praktisk handledning för affärsplanerare*. Ljubljana: Liber AB.
- Finnvera, 2014. *Lån*. [Online]  
<http://www.finnvera.fi/swe/Produkter-FAQ/Laan>  
 [hämtat 24 Oktober 2014].
- Folksam Skadeförsäkring Ab, 2014. *Företagsförsäkring*. [Online]  
<https://www.folksam.fi/sv/foretagsforsakringar/foretagsforsakring>  
 [hämtat 14 Oktober 2014].

- Gramex, 2014. *Ravitsemus- ja majoitusliikkeet*. [Online]  
[http://www.gramex.fi/fi/musiikin\\_kayttasopimukset/tausta-ja\\_tanssimusiikki\\_seka\\_yleisatapahtumat/ravintolat](http://www.gramex.fi/fi/musiikin_kayttasopimukset/tausta-ja_tanssimusiikki_seka_yleisatapahtumat/ravintolat)  
 [hämtat 27 Oktober 2014].
- Jakobstad, 2014. *Allmänt om Jakobstad*. [Online]  
[http://www.jakobstad.fi/jbst/index\\_se.html](http://www.jakobstad.fi/jbst/index_se.html)  
 [hämtat 19 September 2014].
- Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordia, 2014. *Företagstjänster*. [Online]  
<http://www.concordia.jakobstad.fi/?use=publisher&id=1059&lang=1&sektion=2>  
 [hämtat 9 November 2014].
- Karlöf, B., 1995. *Affärslivets begrepp och modeller*. Borgå: Werner Söderström OY.
- Kotler, P., Bowen, J. T. & Makens, J. C., 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. (6 uppl.) New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lagerstedt, E., 2014. *Segmentering- grunden till allt*. [Online]  
<http://marketingminds.se/2014/01/17/segmentering-grunden-till-allt/>  
 [hämtat 2 Oktober 2014].
- Larsson, M., 2014. *Affärsplan- mall för ditt företags plan för framtiden*. [Online]  
<http://www.almi.se/Kunskapsbank/Dokument-mallar-och-verktyg/Affarsplan/>  
 [hämtat 17 September 2014].
- Livsmedelssäkerhetsverket Evira, 2013. *Hygienkompetens*. [Online]  
<http://www.evira.fi/portal/se/livsmedel/hygienkompetens/>  
 [hämtat 14 Oktober 2014].
- McKinsey & Company, 2000. *Ideasta kasvuyritykseksi*. Borgå: WS Bookwell Oy.
- Musikcafé After Eight r.f., 2014. *Musikcafé After Eight r.f.* [Online]  
<http://aftereight.fi/ae/index.cgi?t=53,14,1>  
 [hämtat 17 September 2014].
- Nylunds Bageri, 2014. *Fredrika*. [Online]  
<http://www.nylundsbaeri.fi/sv-se/fredrika.aspx>  
 [hämtat 17 September 2014].
- Paulig, 2014. *Historia*. [Online]  
<http://www.paulig.fi/inspiroidu-opi/kaikki-kahvista/kahvin-historia>  
 [hämtat 17 September 2014].
- Regionförvaltningsverket, 2013. *Serveringstillstånd*. [Online]  
[http://www.avi.fi/sv/web/avi/anniskeluluvat?p\\_p\\_id=122\\_INSTANCE\\_aluevalinta&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_r\\_p\\_564233524\\_resetCur=true&p\\_r\\_p\\_564233524\\_categoryId=14406#.VDzi96OZiUk](http://www.avi.fi/sv/web/avi/anniskeluluvat?p_p_id=122_INSTANCE_aluevalinta&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_r_p_564233524_resetCur=true&p_r_p_564233524_categoryId=14406#.VDzi96OZiUk)  
 [hämtat 14 Oktober 2014].
- Schäder, G., 2006. *Prissättning*. Halmstad: Laholms Tryckeri.
- Shim, J. K., Siegel, J. G. & Shim, A. I., 2011. *Budgeting Basics and Beyond*, Hoboken: John Wiley & Sons.

Skorpan Bageri och Café, 2014. *Skorpan Bageri och Café*. [Online]  
<http://skorpan.fi/Skorpan/Skorpan.html>  
[hämtat 9 November 2014].

Social- och Hälsovårdsverket i Jakobstad, 2013. *Ansökan och anmälan*. [Online]  
<https://www.sochv.jakobstad.fi/index.php3?use=publisher&id=3685&lang=1>  
[hämtat 14 Oktober 2014].

Staden Jakobstad/Turistbyrån, 2013. *Turisternas ekonomiska betydelse i Jakobstadsregionen*, Jakobstad: Staden Jakobstad/Turistbyrån.

Statistikcentralen, 2008. *Caféer och kaffebarer*. [Online]  
[http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/56302\\_sv.html](http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/56302_sv.html)  
[hämtat 20 Oktober 2014].

Teosto, 2012. *Musiikin käyttäjät*. [Online]  
<http://www.teosto.fi/kayttajat/luvat/362/m/169>  
[hämtat 14 Oktober 2014].

Trostek, W., 1997. *Småföretagande Att starta och driva företag*. Falköping: Gummesons Tryckeri AB.

UPM-Kymmene Oyj, 2008. *Cikoriamuseets historia*. [Online]  
<http://www.sikurimuseo.fi/sw/index.html>  
[hämtat 6 Oktober 2014].

Veritas Pensionsförsäkring, 2014. *Veritas Pensionsförsäkring*. [Online]  
<https://www.veritas.fi/sv>  
[hämtat 14 Oktober 2014].

YritysHelsinki, 2012. *Ravintola-alan ABC, ohjeita kahvilan tai ravintolan perustajille*, Helsingfors: YritysHelsinki.

Österåker, M., 2010. *Ta Betalt! Om prissättning i skpande branscher*. Malmö: Liber AB.

## Bilaga 1 Caf inspiration

### Kassa



Hämtat från: <http://viktigaviktoria.wordpress.com/2013/09/09/malmo-cafe-sockerbit> [Använd 31 Oktober 2014].



Sittgrupp i en annorlunda stil samt idé till tavelvägg.



Hämtat från:

<http://www.familyliving.se/tillbaka/2014/9/25/p0gjic2ewwxlgya0k5423jv15uvo6>  
[Använd 31 Oktober 2014].

Hylla som skulle finnas bakom kassan



/ Hämtat från: <http://isabellepedersen.se/uncategorized/horte-brygg-jascafe/>  
[Använd 31 Oktober 2014].