

Elisa Raina

Toteutettavuus selvitys kahvilatoiminnalle Seinäjoella

Opinnäytetyö

Kevät 2017

SeAMK Liiketalous ja kulttuuri

Tradenomi (AMK), Liiketalouden koulutusohjelma

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalous ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Elisa Raina

Työn nimi: Toteutettavuusselvitys kahvilatoiminnalle Seinäjoella

Ohjaaja: Tero Turunen

Vuosi: 2016 Sivumäärä: 34 Liitteiden lukumäärä: -

Tämän opinnäytetyön taustalla on halu selvittää, olisiko Seinäjoen keskustassa tilaa vielä yhdelle kahvila-konditorialle. Kahvila-konditorian toteutettavuutta selvitettiin toteutettavuusselvityksen pohjalta. Tässä selvityksessä on kuvattu liikeidea, toimintaympäristö, kilpailijat, tavoiteltava asiakaskunta sekä henkilö- ja pääomaresurssit.

Toteutettavuusselvityksen perusteella kahviloiden keskuudessa on alueella kovaa kilpailua ja Seinäjoen keskustan rakennusmuutokset luovat oman haasteensa, mutta kehittämällä ideaa sekä odottamalla hieman keskustan valmistumista voisi myös uudelle, itse tuotteensa valmistavalle kahvilalle olla kysyntää.

Avainsanat: toteutettavuusselvitys, kahvila, liiketoiminnan aloittaminen

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Business Management

Author: Elisa Raina

Title of thesis: Feasibility study for a new cafeteria in Seinäjoki

Supervisor: Tero Turunen

Year: 2016 Number of pages: 34 Number of appendices:-

The aim of this thesis was to examine the opportunities and profitability of a new cafeteria business in Seinäjoki if established.

The analysis was conducted as a feasibility study. The feasibility study covers areas from the business idea to the costs.

The results reveal that competition in the market is fierce. Yet, specializing would allow the new business to find customers.

Keywords: feasibility study, cafeteria, starting a new business

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	1
Thesis abstract.....	2
SISÄLTÖ.....	3
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo.....	5
1 JOHDANTO.....	6
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS.....	8
2.1 Yritystoiminta pienessä kaupungissa.....	8
2.2 Toteutettavuusselvitys.....	8
2.3 Toteutettavuusselvityksen rakenne.....	9
2.4 Toteutettavuusselvityksen edut.....	13
3 TOTEUTETTAVUUSSELVITYS.....	15
3.1 Liikeidean esittely.....	15
3.1.1 Tuotteet.....	16
3.1.2 Liikeidean testaaminen.....	16
3.1.3 Markkinointi.....	17
3.2 Toimintaympäristöanalyysi.....	17
3.3 Asiakasanalyysi.....	18
3.4 Kilpailija-analyysi.....	19
3.4.1 Kahvila 1.....	19
3.4.2 Kahvila 2.....	20
3.4.3 Kahvila 3.....	20
3.4.4 Kahvila 4.....	21
3.4.5 Kahvila 5.....	21
3.4.6 Kahvila 6.....	21
3.4.7 Kahvila 7.....	22
3.4.8 Kahvila 8.....	22
3.4.9 Kahvila 9.....	23
3.4.10 Yhteenveto kilpailusta.....	23
3.5 Resurssit.....	25
3.6 Kustannukset.....	25

1.1.1 Investointilaskelma.....	26
1.1.2 Käyttöpääoman tarvelaskelma.....	27
3.7 Tulosten arviointi.....	29
4 JOHTOPÄÄTÖKSET	31
LÄHTEET	33

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Taulukko 1. Investointilaskelma.	26
---------------------------------------	----

1 JOHDANTO

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Seinäjoen kahvilatilannetta ja mahdollisuuksia sekä haasteita uudelle kahvilalle. Tutkimusta tehdessä on pyritty ottamaan huomioon Seinäjoen koko sekä alueella meneillä oleva keskustan uudelleen rakennus.

Tutkimuksen aiheen valikoituminen oli luonnollinen valinta tekijän oman mielenkiinnon sekä valloillaan olevan leivontabuumin ansiosta. Viimeisen vuoden aikana Seinäjoelle onkin avautunut lukuisia uusia kahviloita, kun samaan aikaan vanhat kehittää ja kasvattaa toimintaansa jatkuvasti. Tämän takia onkin hyvä pysähtyä tarkkailemaan, onko kaikille todella markkinarakoa ja olisiko tilaa vielä yhdelle tai useammallekin toimijalle.

Tavoitteena on selvittää onko Seinäjoella tarvetta uudelle kahvilalle sekä minkä tyyppiselle kahvilalle voisi olla kysyntää. Toteutettavuusselvitys on eräänlainen esivaihe jonka perusteella tekijä tietää kannattaako liikeideaa lähteä työstämään liiketoimintasuunnitelmaksi.

Tutkimusta on tarkoitus työstää internetistä löytyvän materiaalin sekä tekijän oman havainnoinnin avulla. Käytännössä työtä tehdessä on tarkoitus jalkautua Seinäjoen ydinkeskustan alueella oleviin kahviloihin ja havainnoida niiden asiakaskuntaa, tuotteiden hintaa, menekkiä sekä yleistä tunnelmaa kahvilassa. Tämän perusteella pystytään pohtimaan oliko alueella, jokin potentiaalinen asiakasryhmä joka ei kuitenkaan käynyt kahviloissa, mitä tuotevalikoimista puuttuu ja toisaalta mitä menee eniten sekä miten hinta vaikuttaa ostopäätökseen.

Opinnäytetyön raportti on pyritty muodostamaan selkeäksi ja helppo lukeiseksi. Sen toisessa luvussa kerrotaan teoriataustaa toteutettavuusselvityksen merkityksestä, sisällöstä sekä käyttötarkoituksesta. Teoreettisen viitekehyksen tärkein tehtävä on kuvata miten toteutettavuus selvitys on ja mitä tietoa se tuottaa käyttäjälleen.

Kolmannessa luvussa on toteutettu varsinainen toteutettavuusselvitys. Tässä luvussa yrittäjän ajatuksien ja tutkimusten perusteella on kuvattu mahdollisimman tarkasti kaikki osatekijät sekä pyritty rakentamaan näistä laaja kokonaisuus yrittäjän päätösten tueksi.

Neljännessä luvussa summataan toteutettavuusselvityksen lopputulema yhteen ja arvioidaan lopputuloksia ja seuraavia vaiheita liikeidean edistämisen kannalta. Tässä osiossa on pyritään tuomaan esiin konkreettisia toimenpiteitä idean kehittämiseksi.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Yritystoiminta pienessä kaupungissa

Seinäjoki ja sen keskusta sekä asiakas virrat ovat pienempiä verrattuna moniin muihin kaupunkeihin kuten Tampereeseen, Helsinkiin, Jyväskylään tai Vaasaan. Tämä on hyvä ottaa huomioon uutta yritystoimintaa suunniteltaessa.

Egelhoff [viitattu 17.12.2016] kehottaa miettimään onko toiminta sellaista, että pienen kaupungin asiakasmäärät riittävät pitämään toiminnan kannattavana ja löytyykö alueelta ylipäättään kiinnostusta liikeideaan. Lisäksi hän muistuttaa, että suurkaupunki on armollisempi yrityksen virheille sillä asiakkaita on tarjolla enemmän eikä sana tapahtuneesta leviä samalla lailla, kuin pienessä kaupungissa.

Pienessä kaupungissa yrittäjäksi ryhtyvää Egelhoff [viitattu 22.12.2016] kannustaa rohkeasti keskittymään siihen mitä osaat parhaiten. Lisäksi hän kehottaa pitämään päänsä kylmänä ja tekemään laskelmia sekä muistamaan, ettei liian aikaisin kannata ruveta nostamaan turhan suuria osinkoja. Oman suunnitelman selkeänä pitämisen lisäksi hän muistuttaa, että ulkopuolisten neuvonantajien käyttöä ei kannata epäroйдä, vaan pyytää rohkeasti apua toiminnan kehittämisessä.

2.2 Toteutettavuus selvitys

Nimensä mukaisesti toteutettavuus selvityksellä pyritään tarkastelemaan liikeidean toteutumismahdollisuuksia. Kaikkien selvityksen osien päämääränä onkin löytää vastaus kysymykseen "kannattaako esitetty idea toteuttaa?".(Hofstrand & Holz-Clause 2009, 1.)

Thompsonin (2005, 185) mukaan analyyttisenä työkaluna käytettävän toteutettavuus selvityksen on tarkoitus tuottaa suosituksia sekä rajoituksia päätöksentekijöille. Hän muistuttaa myös, että toteutettavuus selvityksen osista on hyötyä myös jos ideasta lähdetään kirjoittamaan liiketoimintasuunnitelmaa. Thompsonin mielestä, huolellisesti tehtyä asiakas analyysiä voi käyttää myös liiketoimintasuunnitelmaan.

Wolfe [viitattu 09.11.2016] kirjoittaa, että ennen liiketoimintasuunnitelman kirjoittamista on hyvä selvittää miten, missä ja kenelle ideaa ollaan suuntaamassa ja myymässä. Myös Hofstrand ja Holz-Clause (2009, 2) painottavat, ettei toteutettavuusselvitys ole sama asia, kuin liiketoimintasuunnitelma. Heidän mukaansa toteutettavuusselvityksellä pyritään selvittämään onko ideasta mahdollista tehdä käyttökelpoinen, kun taas liiketoimintasuunnitelmassa nimenomaan työstetään ideasta käyttökelpoinen.

2.3 Toteutettavuusselvityksen rakenne

Thompson (2005) kirjoittaa, että toteutettavuusselvityksessä kirjoittajan havainnot ja tutkimukset on koottu kirjalliseen raporttiin. Hänen mukaan raportista tulee löytyä kaikki selvityksen tiedot helposti ymmärrettävässä muodossa, että päättäjät voivat sen avulla tehdä toimenpiteitä liiketoiminnan suhteen.

Kokonaisuudessaan toteutettavuusselvitys kuvaa liikeidean toteutuvuusmahdollisuutta. Suuri kokonaisuus pienemmistä tekijöistä, jotka selvittävät mm. asiakkaan tarpeita, liikeidean vahvuuksia sekä taloudellista merkitystä. (Rowe, [viitattu 02.11.2016].)

Liikeidean kuvaus. Liikeidean kuvauksessa kerrotaan mistä tuote tai palvelu koostuu, mitä hyötyä se tuottaa käyttäjälle, eroavaisuudet kilpailijoihin, hinnan ja miten asiakas saa tuotteen/palvelun (Moyes & Lawrence 2003, 3).

Viitalan ja Jylhän (2006, 52) kirjoituksen mukaan liikeidean tulee kiteyttää yrityksen menestymisen kannalta kaksi tärkeää asiaa, nämä asiat ovat liikeidean kilpailuetu sekä menestystekijät. Heidän mukaansa niiden pohjalta voidaan lähteä rakentamaan toimivaa yritystä.

Thompsonin (2005, 188) mukaan liikeidean kuvauksen tulee olla riittävän yksityiskohtainen, mutta samalla helposti luettava, että lukija pystyy sitä hyvin arvioimaan. Hänen mukaansa on myös hyvä kertoa jos liikeideaa on jo testattu tai se aiotaan ennen toiminnan aloittamista testata.

Egelhoff [viitattu 22.12.2016] kehottaa liikeidea laatimissa miettimään myös pitkälle aika tähtäimelle, ettei suunnitelmaa noudateta vain ensimmäisenä vuonna ja sen jälkeen unohdetaan kokonaan. Vaikka suunnitelmat muuttuvat, on niistä hänen mukaansa hyvä pitää kirjaa, että muistaa mihin tehdyt päätökset on perustuneet ja, että toimintaa ohjaavat edes jonkunlaiset raamit.

Toimintaympäristön kuvaus. Tulevan yrityksen toimintaympäristöä tutkimalla pystyy löytämään ympäristön tuomia markkinamahdollisuuksia joiden avulla voi liikeidea työstää eteenpäin (Hofstrand & Holz-Clause 2009, 1).

Wolfen (206) mukaan osiossa kannattaa myös pohtia alueella vallitsevia trendejä ja mahdollisia tulevia trendejä joilla voi olla vaikutuksia toimialaan. Viitalan ja Jylhän (2006, 58) mukaan juurikin tällaiset toimialan suuntauksiset muokkaavat historiallista jatkumoa nykyhetkestä eteenpäin. Heidän mukaansa analysoimalla trendejä pystytään lisäämään tietoisuutta esimerkiksi kulutuksen muutoksia, jolloin tulevaisuuteen pystytään ennakoimaan paremmin.

Thompsonin (2005, 193) mukaan yrityksen toimintaympäristön merkittävimpiä tekijöitä on alueella vallitseva poliittinen tilanne, lait sekä asetukset. Hänen mukaansa tietyillä toimialoilla toimivat yritykset voivat joutua hakemaan lisenssejä tai tekemään raportteja erilaisille viranomaisille. Peltola (2015, 150–151) kirjaa mm. kahvilat, kaudenhuoneet sekä anniskeluravintolat tällaiseksi luvanvaraiseksi toiminnaksi. Hän kehottaakin perehtymään hyvin toimialan määräyksiin esimerkiksi toimialajärjestäjän tai työnantajaliiton kautta.

Asiakasanalyysi. Viitala ja Jylhä (2006, 107) esittävät, että asiakasvalinnalla eli segmentoinnilla on tärkeä rooli yrityksen suunnitteluvaiheessa. Kun toivottu kohde-ryhmä on valittu, on helpompi lähteä suunnittelemaan tuotteen kehitystä sekä markkinointia. Segmentointi on kuitenkin Viitalan ja Jylhän mukaan toisinaan hyvin haasteellista sillä ihmisten elämäntyyli, tarpeet sekä ostokäyttäytyminen vaihtelee.

Asiakkaan tarpeen lisäksi Egelhoff [viitattu 17.12.2016] muistuttaa huomioimaan tarvitseeko asiakkaat koulutusta uuden tuotteen tai palvelun käyttöön ja onko yrityksellä resursseja tarjota myös nämä koulutuspalvelut asiakkaalle.

Moyes ja Lawrence (2003, 4) korostavat, että asiakasryhmää kuvatessa on tärkeää määritellä toivotun asiakasryhmän ikä, sukupuoli, kiinnostuksen kohteet, koulutus, perhetilanne sekä muita henkilön käyttäytymistä määrittäviä tekijöitä. He myös korostavat, että on hyvä tiedostaa asiakkaiden suhtautuminen jo markkinoilla oleviin tuotteisiin tai palveluihin sekä mikä heidät saisi vaihtamaan vanhasta tutusta tähän uuteen. Egelhoff [viitattu 17.12.2016] muistuttaa, että aina ei kuitenkaan ole pakko kilpailla samoista asiakkaista, kuin kilpailija vaan voi mahdollisuuksien puitteissa muodostaa oman asiakaskuntansa. Hänen mukaansa on tärkeää keskittyä yhteen asiakasryhmään kykyjensä mukaan ja tehdä heille sen mitä parhaiten osaa. Hän painottaa kuitenkin, että vaikka tavoite asiakasryhmän ulkopuolisia tulisi asiakkaaksi, ei heitä tietenkään tarvitse käännättää pois vaan palvella heitä parhaansa mukaan, mutta muuttamattaan toimintaperiaatteitaan.

Konkreettisina lukuina Peltola (2015, 86) kehottaa laskemaan paljonko asiakkaat tuovat rahaa markkina-alueelle ja kuinka suuri osuus siitä on realistisesti saavutettavissa juuri tähän yritykseen.

Kilpailija-analyysi. Wolfen (2016) mukaan pienellä alueella toimivan yrityksen on hyvä aloittaa listaamalla lähialueella toimivat kilpailevat yritykset. Hän kehottaa arvioimaan kilpailijoiden asiakaskuntaa, toiminta-alueita, aukioloaikoja sekä kauanko he ovat toimineet alalla. Wolfe kertoo, että arvioimalla kilpailijoita kannattaa etsiä vastauksia kysymyksiin mikä heillä toimii ja mitä voisi tehdä paremmin. Peltola (2015, 91) puolestaan muistuttaa, että jo toimivien kilpailijoiden lisäksi on hyvä kuu-lostella onko alalle tulossa lähiaikoina, muita uusia toimijoita.

Thompsonin (2005, 190) mukaan on tärkeä myös huomioida kuinka kilpailijat ovat pyrkineet erottautumaan ja kuinka tämä on toteutettu asiakkaan tarpeet huomioiden. Hänen mukaansa tulee myös arvioida kuinka helposti kilpailijat voivat kopioida toisten tuotteita tai palveluja.

Viitalan ja Jylhän (2005, 75) mukaan kilpailustrategian kehittämisen kannalta on tärkeää kyetä ymmärtämään toiminnan "koneisto", eli kilpailukykyyn vaikuttavat tekijät. Heidän mukaansa jos osaa hahmottaa mistä kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet johtuvat, on helpompi lähteä muotoilemaan myös omaa kilpailustrategiaansa ja sitä kautta tarjoamaan asiakkaalle parempaa arvoa kuin kilpailijat.

Resurssit. Moyes ja Lawrence (2003, 7) muistuttavat, että alkupääoman lisäksi yritystoiminnan käynnistys ja ylläpito vaativat myös muita resursseja. Heidän mukaansa on hyvä listata, mitä jo on, eli esimerkiksi yrittäjän mukana tulevat välineet, työpanos ja tietotaito, mutta myös mitä tarvitaan lisäksi kuten henkilöstö, koneet, kalusto ja osaaminen jota ei vielä ole.

Egelhoffin [viitattu 17.12.2016] mukaan yrittäjä resursseja yritystoiminnan pyörittämiseen mietittäessä on hyvä miettiä, onko tuleva yrittäjä todella kyvykäs johtamaan yritystoimintaa ja tietääkö hän mitä toiminnan pyörittäminen todella vaatii. Hänen mukaansa myös sosiaalisuutta ja kykyä toimia ihmisten kanssa kannattaa arvioida, sillä pakostakin yrittäjä joutuu matkan varrella luomaan ihmissuhteita ja verkostoja toiminnan kannattavuuden takia.

Kustannusarviointi. Toteutettavuusselvitystä tehtäessä tulee tehdä alustavaa kustannusarviointi. Wolfe (2016) kirjoittaa, että toiminnan kannalta tärkeitä mietinnän kohteita on alkupääoman määrä, mistä se koostuu, tavoitetuotot ja niiden koostuminen. Ulkoisen rahoituksen tarve ja mahdolliset rahoittajat on hyvä kirjata kustannusarviointia tehdessä.

Thompson (2005, 195) puolestaan muistuttaa, ettei kaikkea tarvitse maksaa heti, jolloin hänen mukaansa on hyvä kartoittaa millä aikavälillä kulut syntyvät.

Investointi- ja käyttöpääoman tarvelaskelmilla voidaan selvittää yrityksen perustamiseen tarvittava rahatarve. Investointilaskelmiin laskettavia tekijöitä ovat mm. liike-tila(ostettaessa), remontointikulut, koneet ja laitteet, kalusto- ja kuljetuslaitteet sekä irtaimiston ja sisustustarpeet. Käyttöpääoman tarvelaskelmassa mukaan lasketaan juoksevat menot ajalta jolloin toiminta ei niitä pysty vielä kattamaan. Yleensä käyttöpääoman tarve lasketaan toiminnan kolmelle ensimmäiselle kuukaudelle, mutta se voi vaihdella toimiala- ja tapauskohtaisesti. Peltolan laskelmiin tulee huomioida kustannusylitysvaraus, sillä yllättäviin muutoksiin on hyvä varautua. (Peltola 2015, 131–133.)

Lopputulokset. Gordonin (2016) mukaan toteutettavuusselvityksen osa-alueista tehdään yhteenveto, jossa summataan aiemmat tulokset ja käsitellään tuloksia kokonaisuutena. Hänen mukaan tältä pohjalta tehdään jatkoehdotukset. Gordon huomauttaa, että tyypillisesti tässä vaiheessa erilaisia jatkovaihtoehtoja on useita.

Hofstrand ja Holz-Clause (2009, 3) kirjoittavat, että toteutettavuusselvityksen tulokset ovat harvoin yltiöpositiivisia, mutta siitä ei kannata pettyä vaan kehittää ideaa näiden tietojen avulla tai edes tiedostaa mahdolliset riskit toteutusvaiheessa. Heidän mukaansa on hyvä muistaa, että vastuu idean eteenpäin viennistä on loppupeleissä projektin johtajalla eikä toteutettavuusselvityksellä tai sen tehneellä henkilöllä. Tällöin projektijohtaja voi halutessaan päättää toteuttaa tai olla toteuttamatta liikeideaa, oli selvityksentulokset mitä tahansa.

Thompsonin (2005, 185) mukaan tehtävät ehdotukset tulee aina olla perusteltuja. Tällöin ehdotuksia voidaan pitää luotettavina ja niistä seuraavia toimenpiteitä osataan ohjata oikeaan suuntaan.

Egelhoff [viitattu 17.12.2016] muistuttaa, että yleisimmät virheet yritystä perustettaessa ovat aloituskustannusten aliarviointi, liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelman tekemättä jättäminen sekä liian nopea laajentaminen ennen toiminnan muuttumista vakaaksi. Hän kehottaa kiinnittämään näihin asioihin huomiota toteutettavuusselvityksessä ja jos ne siinä vaikuttaa hyvältä, tarkista laskelmat ja selvityksen vaiheet vielä kertaalleen ja jos vielä senkin jälkeen olet varma idean toimivuudesta niin olet valmis siirtymään tosi toimiin.

2.4 Toteutettavuusselvityksen edut

Duff [viitattu 04.11.2016] kertoo, että useat jättää toteutettavuussuunnitelman tekemättä, koska uskoo sokeasti oman ideansa menestykseen. Hän kuitenkin muistuttaa, että oman uskomuksen tueksi on hyvä tehdä selvitys- ja tutkimustyötä.

Toteutettavuusselvitys on kriittinen työkalu liikeidean kehittämiseksi (Hofstrand & Holz-Clause 2009, 3). Hyvin toteutettuna se saattaa em. kirjoittajien mukaan olla jopa yrittäjän viisaimpia investointeja.

Duffin [Viitattu 04.11.2016] mukaan toteutettavuussuunnitelman pohjalta pystyy luomaan toimintasuunnitelmaa yritystoiminnalle, kun tarvittavat esitutkimukset on jo tehty. Hänen mukaansa toteutettavuusselvitys on hyödyllinen vaikka sen myötä tul-taisiin tulokseen, ettei yritystoimintaa ole kannattavaa perustaa. Tällöin selvityksen

pohjalta liikeidea voidaan jatko-kehittää kannattavampaan muotoon tai löytää täysin uusia toimintamahdollisuuksia.

Egelhoffin [viitattu 22.12.2016] mukaan suunnitelmallisuus vaati hieman lisätyötä, on se sen arvoista. Matkalla onnistumiseen saattaa tulla vastaan käymisiä ja epäonnistumisia, mutta suunnitelman avulla on helpompi jatkaa eteenpäin, kun tiedossa on myös päämäärä. Hän kertoo, että tunnetusti epäonnistumisen kohdatessa kukaan ei ole valmis ottamaan vastuuta, mutta jos toimintaa on toteutettu suunnitelmallisesti, voidaan sieltä tarkastaa missä meni pieleen ja vähintään oppia siitä ja välttää samaa virhettä jatkossa.

3 TOTEUTETTAVUUSSELVITYS

3.1 Liikeidean esittely

Liikeideana on perustaa Seinäjoelle kahvila-konditoria, jossa valmistetaan paikan päällä makeita ja suolaisia herkuja hyvin pohjoismaiseen tyyliin eli aitoa voita, kermaa ja kauden marjoja ja kasviksia käyttäen. Valikoimaa täydentävät viinit sekä juustot. Yrityksestä olisi myös mahdollista tilata tarjottavia omiin juhliin, mutta varsinaista pitopalvelua johon kuuluu tarjoilukin ei yritys tarjoa.

Tavoitteena on valmistaa kaikki mahdollisimman pitkälti itse ja täydentävät hankinnat tekemään lähialueen muilta yrittäjiltä. Yrittäjän tavoitteena on pyrkiä mahdollisimman suureen kotimaisuusasteeseen tuotteiden raaka-ainehankinnoissa. Lähialueella onkin hyvin toimijoita, joilta raaka-aine hankintoja voi tehdä. Esimerkkeinä Jalasjärveläinen Juustoportti, joka tarjoaa laajat juustovalikoimat, Isossakyrössä sijaitseva Palomäen marjatila ja Lapualla viinejä valmistava Jussin viini. Pienempien toimijoiden täydennykseksi alueella sijaitsee myös Valion sekä Atrian tehtaat joista on mahdollista tehdä raaka-ainehankintoja.

Tarkoituksena on löytää liiketila Seinäjoen keskustan alueelta. Tilaan olisi tarkoitus sovittaa n.30 asiakaspaikkaa, asiakas-wc, henkilökunnantilat, leipomo/konditoria sekä erillinen tiskaustila.

Aukioloaikoja joutuu varmasti muokkaamaan kysynnän mukaisesti, mutta aluksi olisi tarkoitus pitää auki maanantaista torstaihin kello 8–19, perjantaina kello 8–21 ja lauantaisin kello 10–21. Tarkoitus olisi pitää ainakin aluksi sunnuntait kiinni, että työntekijöiden vapaapäivät onnistutaan järjestämään, mutta myös sunnuntain aukioloja tullaan harkitsemaan kysynnän mukaan.

Vaikka yrittäjiä on näillä näkymin vain yksi, on yhtiömuodoksi valikoitumassa osakeyhtiö. Vaikka hallinnollisesti osakeyhtiö on hieman esimerkiksi toiminimeä vaativampi, niin on se hyvä valinta toiminnan vaatiman pääoman vuoksi.

3.1.1 Tuotteet

Yrittäjä haluaa säilyttää tuotteissa yksinkertaisen, mutta herkullisen linjan. Tuotteet tullaan leipomaan aitoon voihin ja kermaan, tietenkään kotimaisuutta unohtamatta. Tuotteet valmistetaan päivittäin paikanpäällä.

Kahvilan kahvileipävalikoima tulee olemaan vaihtuva tietyn perusrungon sisällä. Ta-voitteena on pitää tarjolla aina kahta erilaista "peruspullaa" eli hiivataikinasta leivot-ua pullaa, näitä on esimerkiksi korvapuustit, voisilmäpullat, hillopullat sekä tietenkin kermavaahdolla täytetyt laskiaispullat ja kermasuukot. Samaan aikaan tarjolla on kahta wienertaikinasta valmistettua makeaa kahvileipää, kuten marjawieneritä, va-nilijawienereitä tai kermawienereitä sekä yhtä murotaikinapohjaista leivosta esimer-kiksi marjakoreja tai bebe-leivoksia. Lisäksi tarjolla on päivittäin vaihtuvia leivoksia tai kakkupaloja vähintään yhtä laatua.

Suolaisista tuotteista valikoimaan on tarkoitus ottaa suolaiset piirakat joista makuja ovat esimerkiksi lohi, kana, kinkku, poro sekä kasvis. Näiden lisäksi tarjolla on eri-laisia täytettyjä leipiä.

Valikoimaa täydentää kotimaiset juustot sekä niiden kanssa tarjoiltavat viinit.

Kahvilasta on mahdollisuus tilata täytekakut, voileipäkakut, kuivakakut sekä pikku-leivät myös omiin juhliin. Lisäksi näitä erikoisuuksia valmistetaan juhlatesonkeina valmiiksi, jotta asiakkaat voivat hakea tuotteita myös ilman varausta.

3.1.2 Liikeidean testaaminen

Liikeideaa kehittäessä tuleva yrittäjä on testannut ideaansa järjestämällä ravintola-päivänä kahvilabuffetin. Päivän päätavoite oli testata henkilön omaa paineensieto-kykyä sekä kahvilatoiminnan toteuttamista käytännössä.

Seinäjoen opiskelijapalveluiden omistamassa Tornisaunassa 21.2.2016 toteutettu ravintolapäivä sujuikin kaikkien odotusten mukaisesti ja 30 hengen asiakastavoite rikkoutui reippaasti, kun päivän kokonaissaldo oli 48 asiakasta. Vaikka asiakasta-

voite ylittyi runsaasti, riitti tarjottavat ja asiakkaat kehuivat päivää sekä toivoivat jatkoa. Asiakkaista kolmasosa oli järjestäjälle ennestään tuntemattomia, mikä oli hyvä asia tulevia asiakassuhteita ajatellen.

Päivää varten oli valmistettu yhdeksää erilaista makeaa konditoriatuotetta, joita sai 7€:n hintaan maistella niin paljon kuin jaksoi. Tämän lisäksi tarjolla oli mehua, kahvia ja teetä.

Ravintolapäivän ei ole tarkoitus tuottaa voittoa, mikä tuli huomioida järjestelyissä. Tässä oli onnistuttu varsin hyvin sillä kaikki päivästä aiheutuneet kulut oli saatu katettua, mutta voittoa ei ollut juurikaan jäänyt.

3.1.3 Markkinointi

Ajan mukaisesti tulevan kahvilan on tarkoitus näkyä ja kuulua vahvasti sosiaalisessa mediassa. Pääkanaviksi tulee valikoitumaan Facebook sekä Instagram niiden monikäyttöisyyden sekä käyttäjärunsauden vuoksi. Monet kahvilat eivät osaa vielä käyttää Suomessa näitä hyväksi, mutta tulevalla yrittäjällä on tarkoitus julkaista päivittäin kuvia herkuista sekä kahvilan ilmapiiristä.

Yrittäjän on tarkoitus luoda kahvilasta mielikuva, joka saa myös kauempana asuvat ihmiset lähtemään katsomaan ja kokemaan kahvilakokemus paikanpäälle.

3.2 Toimintaympäristöanalyysi

Seinäjoen keskustan aluetta kehitetään tällä hetkellä nopealla tempolla, vanhat rakennukset lakoavat uusien tieltä ja samalla myös liiketilat uudistuvat. Kaupungin kasvu ja kehittyminen luo mahtavan alustan uuden liiketoiminnalle sillä uudistuneet tilat ja intiimimpi kaupunkialue selvästi houkuttelee ihmisiä erilailla alueelle.

Seinäjoen kesä on tapahtumia täynnä, mikä luo erinomaiset valmiudet yritystoiminnalle eritoten kesäaikaan. Sydämellinen Seinäjoki ry [viitattu 07.11.2016] summaa sivuillaan Seinäjoen vuosittaisiksi kesän suur tapahtumiksi Provinssia, Tangomark-

kinoita, Solar Sound -festivaalia sekä Vauhtiajoja. Yhdistyksen mukaan näiden lisäksi järjestetään lukematon määrä pienempiä messuja, urheilu- sekä kulttuuritapahtumia.

Tärkeää huomioitavaa on kuitenkin mm. Parkkipaikkojen saatavuus, sillä keskustan alueella ei juurikaan ole ilmaisia parkkipaikkoja mikä selvästi vaikuttaa ihmisten tulemiseen keskustan liikkeisiin.

Suomessa kahvilatoiminta on elintarvikelain alaista toimintaa. Elintarvikelain tavoite on varmistaa, että tarjolla olevat elintarvikkeet ovat turvallisia ja vastaavat määräyksiä. Lisäksi halutaan varmistaa, että elintarvikkeista annettavat tiedot ovat totuudenmukaisia ja riittäviä eivätkä ne johda kuluttajaa harhaan. Käytännössä tämä tarkoittaa omavalvonnan toteuttamista. Viranomaisvalvonnan tehtävänä on varmistaa, että juurikin omavalvonta toimii ja että elintarvikkeiden turvallisuus, jäljitettävyys sekä muu määräystenmukaisuus toteutuu kaikissa toiminnan vaiheissa. Seinäjoella elintarvikevalvontaa suorittaa useita terveystarkastajia. (Seinäjoen Kaupunki [16.11.2016].)

3.3 Asiakasanalyysi

Yrittäjän mielestä ihanneasiakas olisi n. 35-45-vuotias nainen, joka saapuu yhdessä ystävien kanssa vaihtamaan kuulumisia ja maistelemaan herkkuja kera viinilasien. Kahvila-konditoria pyrkii juurikin viinien ja juustojen avulla kohdentamaan asiakaskuntaansa hieman varttuneemmalle sukupolvelle sillä nuorison suosimia kahviloita Seinäjoelta löytyy jo useita.

Tavoiteltu asiakasryhmä pyritään kohtaamaan sosiaalisessa mediassa sekä puskaradion kautta, sillä usein etenkin naisten keskuudessa sana hyvistä ja miksei huonoistakin kahviloista kiertää nopeasti.

Yrittäjän ihanneasiakas sopii hyvin kaupungin asukasrakenteeseen, sillä Seinäjoella asui 2015 lopussa 61 530 asukasta, joista 63,9% on 15–64 vuotiaita. Naisten keski-ikä alueella on 41,6 vuotta.(Seinäjoen kaupunki 2016.) Yrittäjä kuitenkin pai-

nottaa ettei ketään käännytetä ovelta pois, vaikka ikä ja mieltymykset eivät ihan-neasiakkaan kaavaan mahtuisikaan vaan kaikille pyritään luomaan onnistunut asiakaskokemus.

3.4 Kilpailija-analyysi

Kahviloiden kilpailutilanne on kiristynyt viime vuosina Seinäjoella ja vuonna 2016 keskustan alueelle avattiinkin 3 uutta kahvilaa. Uudet yrittäjät ovat sinnikkäästi muo-vaamassa suomalaista kahvilakulttuuria, eivätkä ainakaan toistaiseksi myönnä ko-kevansa muita yrittäjiä uhkana vaan uskovat, että runsas tarjonta saa myös asiak-kaat liikkeelle, jolloin jokaiselle kahvilalle löytyy kävijöitä. (Epari 10.03.2016.)

Tarkastelemalla kahviloiden asiakaskuntaa ja -käyttäytymistä pystyy tekemään ar-viota kahvion vahvuuksista ja heikkouksista. Syksyn aikana toteutusselvityksen te-kijä kävi havainnoimassa kaikissa Seinäjoen ydinkeskustan kahviloissa. Esittelyissä kahvilat on esitetty ilman nimiä yksityisyyden säilyttämiseksi.

3.4.1 Kahvila 1

Kahvilassa vierailu 25.10.2016

Kahvila sijaitsee kauppakeskuksen sisällä ja täten meno kahvilassa ja sen läheisyy-dessä on hyvin vilkasta. Lounasaikaan runsaasta 30 asiakaspaikasta vain muutama on vapaana. Varatuissa pöydissä istuu niin naisia kuin miehiä, asiakkaiden keski-määräinen ikä on n.40vuotta. Selvästi asiakaskunta koostuu eläkeläisistä sekä työ-lounaalla olevista henkilöistä. Tiloihin on hyvät mahdollisuudet päästä myös lasten-rattaiden ja pyörätuolin kanssa.

Suosituimpana kauppaa tekee lounaat, jotka sisältävät joko salaatin tai keiton sekä leivän, veden, kahvin ja kakkupalan. Vitriinin puolelta ostetaan suolaisia piirakoita sekä täytettyjä leipiä. Hintataso on hyvin samaa luokkaa, kuin muissakin alueen kahviloissa. Kahvila-konditoriatuotteet kuljetetaan yrityksen toisesta toimipaikasta valmiina.

3.4.2 Kahvila 2

Vierailu kahvilassa 8.12.2016

Sijaitsee keskustassa kauppakeskuksen ulkopuolella, mutta aivan läheisyydessä. Asiakas paikkoja n.20 ja tilat on erittäin pienet. Tiloihin ei ole mahdollisuuksia päästä lastenrattaiden tai pyörätuolin kanssa.

Suurin osa laajan valikoiman tuotteista valmistetaan itse paikan päällä. Tarjolla on myös keittolounas, salaatteja sekä pitsoja. Tuotteiden hinnat ovat suhteessa muihin lähikahviloihin hieman edullisempia.

Vierailu hetkellä kahvila oli tupaten täynnä kuten yleensäkin ja istumapaikat täyttyivät samaa tahtia kuin niitä vapautui. Keski-ikä oli hieman vanhempaa kuin muissa kahviloissa, mutta seassa oli myös lapsi perheitä ja lounastajia. Parhaiten kauppaansa teki keittolounas sekä erilaiset täytetyt leivät.

3.4.3 Kahvila 3

Vierailu kahvilassa 18.12.2016.

Kahvila sijaitsee kauppakeskuksen reunalla niin, että sisään pääsee kadulta ja kauppakeskuksesta sisältä. Tilat ovat melko pienet, mutta lastenrattaiden jättäminen esimerkiksi tuulikaappiin kahvilan läheisyyteen onnistuu. Asiakaspaikkoja tilassa on n.30, joten paikkoja riitti hyvin vaikka sunnuntai aamupäivästäkin asiakkaita oli paikalla jo kymmenkunta.

Tuotteita ei valmisteta paikan päällä ja muutenkin syötävien osalta valikoima on melko pieni sillä kahvila on selkeästi suuntutunut myymään erikoiskahveja ja –kakaota sekä erilaisia virvokkeita kuten makusoodia ja smoothieita.

Hintataso on hieman muita alueen kahviloita korkeampi, mikä selittyy suurelta osin erikoiskahveilla ja niiden heikosta saatavuudesta muissa kahviloissa. Tarkoitus on selvästi tulla viettämään aikaa ja nauttimaan vaikkapa ystävien seurasta, sillä kahvilassa on mahdollista lainata mm. lautapelejä käyttöönsä.

3.4.4 Kahvila 4

Vierailu kahvilassa 21.12.2016

Kahvila sijaitsee kauppakeskuksen kellari keskuksessa. Tila on hyvin avara ja sinne pääsee hissillä, joka mahdollistaa myös pyörätuolin tai lastenrattaiden kanssa olevat asiakkaat. Asiakaspaikkoja on n.30.

Osa vitriinituotteista valmistetaan paikan päällä, mutta osa tulee valmiina muualta. Paikan päällä valmistetaan täyttävää kotiruokalounasta, joka on selkeästi paikan vetonaula ja lounasaikaan pöydät olivatkin lähes täynnä työmiehiä.

3.4.5 Kahvila 5

Vierailu kahvilassa 22.12.2016

Sijainti on kauppakeskuksen ensimmäisessä kerroksessa ja sisäänkäynti on mahdollinen niin ulkoa, kuin sisältä kauppakeskuksestakin. Tiloissa on n.20 asiakas paikkaa, mutta kulku tilaa on aika vähä mikä hankaloittaa kulkemista lastenrattaiden tai pyörätuolin kanssa. Vierailu aikaan kahvilassa oli vain muutama asiakas sillä tuotevalikoima on keskittynyt makeisiin tuotteisiin ja vierailu sijoittui lounasaikaan. Paikalla oli nuoria koululaisia, jotka olivat tulleet hakemaan jälkiruokaa.

Hintataso on hieman keskivertoa korkeampi ja yritys on erikoistunut munkkien ja donitsien myyntiin. Suolaisista tuotteista on mahdollista saada täytettyjä bageleja sekä pretzelejä. Lisäksi paikan päällä valmistetaan erilaisia smoothieita sekä fruiteita.

3.4.6 Kahvila 6

Kahvilassa vierailu 2.12.2016

Yrityksen tilat sijaitsevat kauppakeskuksen toisessa kerroksessa. Myös näihin tiloihin on mahdollista päästä hissillä ja tilojen järjestelyt antavat mahdollisuuden lastenrattaiden tai pyörätuolin kanssa asioiville. Noin 20 asiakaspaikasta osa on sijoitettu kauppakeskuksen käytäville.

Kahvilan tuotteet olivat hintatasoltaan hyvin samaa hintaluokkaa, kuin muissa lähialueen kahviloissa. Kahvilassa leivonnaisvalikoima on melko rajallinen, mutta valikoimaa täydentää tilauksesta valmistettavat vohvelit sekä lounas arkisin.

Asiakaskunta vierailu aikaan koostuu pääasiassa naisista, jotka saapuvat työpaikoiltaan ruokailemaan ja tapaamaan ystäviään. Eniten kysyntää on suolaisilla vohveleilla, joihin tulee päälle salaattia sekä asiakkaan valitsemissa täytteillä.

3.4.7 Kahvila 7

Kahvilassa vierailu 17.11.2016

Kahvila toimii katutasossa ja tiloihin on mahdollista mennä myös lastenrattaiden tai pyörätuolin kanssa. Liikkeessä myydään kuitenkin myös keramiikkaa, joka asettaa haasteita pienten lasten kanssa asioiville. Pöytäasettelun vuoksi rattaiden ja pyörätuolin kanssa liikkeeseen on helppo mennä, mutta tämän takia pöytävälit jäävät melko pieniksi jolloin yksityisyyttä on vaikeampi saada.

Kahvila on selvästi 25–40-vuotiaiden naisten suosima ja vierailuhetkelläkin n.15 asiakkaasta ainoastaan yksi oli mies.

Tuotteet valmistetaan yrityksen toisessa toimipisteessä. Tuotteista eniten menekkiä oli selvästi herkullisella suklaakakulla sekä kahvilla ja teellä. Vaikka hinta taso oli aavistuksen keskivertoa korkeampi niin palakokokin leivoksissa oli huomattavan suuri.

3.4.8 Kahvila 8

Kahvilassa vierailu 21.11.2016

Kahvila sijaitsee katutasossa samassa kiinteistössä kahvila nro 7 kanssa. Asiakaspaino kahvilassa on n.15, mutta tilat ovat hyvin ahtaat lastenrattaiden tai pyörätuolin kanssa asioiville. Täynnä olevan kahvilan asiakaskunta koostui vierailun aikana hyvin laajasti eri asiakasryhmistä, oli eläkeläisiä, lapsiperheitä sekä pariskuntia.

Yritys on erikoistunut makeiden ja suolaisten vohveleiden myyntiin, erikoistumiseen ja tuotekokoon nähden hinnat ovat melko keskitasoa. Lounasaikaan eniten menekkiä oli kahvilan herkullisilla suolaisilla vohveleilla. Vohveleiden lisäksi valikoimasta löytyi mm. erikoiskahveja sekä käsin tehtyjä konvehteja.

3.4.9 Kahvila 9

Vierailu kahvilassa 5.12

Katutasossa sijaitsevassa kahvilassa myydään kahvilatuotteiden ja lounaan lisäksi sisustus tuotteita, joiden sijoittelu saattaa aiheuttaa hankaluuksia lapsien kanssa asioiville. Tuotevalikoima on melko suppea, mutta kaikki leivotaan itse ja niiden hintataso on keskitasoa.

15 Paikkaisessa kahvilassa oli lounasaikaan noin 6 henkilöä kerralla, tasaisesti vaihtuvat asiakkaat olivat nuoria naisia sekä muutama eläkeläinen. Suurin menekki tuntui olevan keittolounaalla, mutta myös makeita leivonnaisia ostettiin.

Tämä kahvila hakee selvästi vielä muotoaan ja kokeilee rohkeasti uusia ideoita. Kahvila aikoo mm. Järjestää tammikuussa 2017 koirakahvila viikon, jonka aikana kahvilaan saa tulla yhdessä koiran kanssa ja myös näille ihmisten parhaille ystäville on kuuleman mukaan tulossa tarjolle herkkuja. Toki omistajan mukaan hyvin käytetyt koirat ovat muulloinkin tervetulleita.

3.4.10 Yhteenveto kilpailusta

Alueella vallitsee selkeästi tiukka kilpailutilanne, sillä toimijoita on useita. Merkittävä osa kahviloista on nuoria ja hakee vielä omaa markkinarakoaan. Huomattavaa kuitenkin on se, että vain muutamalla on selkeä erikoistumissuunta toiminnassaan.

Eikä esimerkiksi raakakakkuja, vähän hiilihydraattisia tai täysin gluteenittomia kahviloita ole vaan pyritään tarjoamaan vähän jokaiselle jotakin.

Asiakaskunnat koostuvat selkeästi 20–60-vuotiaista ja suurimmassa osassa asiakaskunta oli naisvoittoista. Vaikka moniin kahviloihin pääsi pyörätuolien tai rattaiden kanssa, ei selkeästi yksikään kahviloista ollut suunnannut toimintaansa erityisesti liikuntarajoitteisille tai lapsiperheille. Lapsiperheille on joitakin kahviloita kaupungin reunamilla, mutta keskustan kahviloista yhdessäkään ei ollut esimerkiksi leikkipaikkaa tai lastenhoitohuonetta. Vaan yhdessä kahvilassa oli inva-wc.

Lisäksi huomiota kiinnitti, että useimmissa paikoissa on tarjolla myös keitto- ja salaattilounas. Kotiruokalounasta tarjosi vain kaksi kahvilaa.

Hinnoissa alueella ei merkittäviä eroja ollut kumpaankaan suuntaan, vaan hintaluokat olivat melko samaa tasoa. Normaalin kahvikupin hinta vaihteli 1,70€:n ja 2€:n välillä ja erikoiskahvit olivat hieman hintavampia.

Kahvilat ovat sijoittuneet melko pienelle keskittymälle ihan ydinkeskustaan, eikä keskustan reunoilla ole kahviloita, mutta puolestaan ilmaista parkkitilaa löytyisi paremmin.

Vaikka kilpailua alueella on paljon voisi olla mahdollista saavuttaa yhteistä etua sopimalla yhteistyöstä näiden kilpailijoiden kanssa. Varsinaisesti vohveleihin erikoistuneita kahviloita alueella on kaksi ja lisäksi ainakin yksi valmistaa satunnaisesti suolaisia vohveleita, miksi kilpailla samalla tuotteella, kun tarjoamattomia asioita on vielä niin paljon. Sama erikoisruokavalioissa, jos joku taitaa tämän hyvin niin eikö voitaisi sopia, että muuta ohjaa näitä kyselevät asiakkaat tähän yritykseen ja puolestaan sieltä kahvilasta esimerkiksi tilauskakkuja kysyvät ohjattaisiin vastapainoksi toiseen, jos niitä ei itse ole mahdollista valmistaa. Kuten aiemminkin Egelhoffiin [viitattu 17.12.2016] viitattiin, pystyy yritys toteuttamaan toimintaansa parhaiten keskittymällä omaan ydinosaamiseensa.

3.5 Resurssit

Yrittäjäksi aikova nuori nainen on valmistunut ammattikoulusta leipuri-kondiittoriksi vuonna 2014 ja sen jälkeen hän on aloittanut liiketalouden opinnot ammattikorkeakoulussa, josta hän valmistuu henkilöstöjohtamisen ja pk-yrittäjyyden tradenomiksi alkuvuodesta 2017. Ammatillista osaamista hän on ylläpitänyt työskentelemällä keksät ja viikonloput opintojen ohella kahvilassa. Tulevan yrittäjän motivaatiosta kertoo myös kisaaminen SM-kisoissa jo leipuri-kondiittori opintojen aikana.

Molemmat opinnot sekä aktiivisuus työelämässä viittaavat tulevan yrittäjän hyvään motivaatioon sekä tietotaitoon toiminnan pyörittämisestä. Huomattavaa on kuitenkin nuori ikä mikä saattaa aiheuttaa lisätyötä esimerkiksi lainanantajien vakuuttamisessa sekä tietenkin toiminnan kannalta on otettava huomioon, myös mahdolliset tulevaisuuden perhe suunnitelmat yms.

Yrittäjän mukana yritykseen siirtyy runsas määrä erilaisia työkaluja kuten muotteja, vuokia sekä valmiit reseptit. Kuitenkin kaikki isot hankinnat kuten taikinakoneet, kaulinpöytä, yleiskoneet, uunit, keittimet ja kahvilan kalusto jäävät hankittavaksi. Myös raaka-ainevarasto täytyy hankkia, mutta toiminnan luonteen vuoksi varasto ei sido suurta pääomaa.

3.6 Kustannukset

Tässä toteutettavuusselvityksessä on laskettu investointi- ja käyttöpääoman tarvelaskelma Peltolan (2015, 194–195) mallien mukaisesti. Käyttöpääoman tarvelaskelma on laskettu toiminnan ensimmäiselle neljälle kuukaudelle yrittäjän toiveiden mukaisesti.

Yrittäjän toimeentulon tukemiseksi alueella on tällä hetkellä lähes mahdoton saada starttirahaa, joten yrittäjän on hyvä miettiä keinoja oman elintasonsa tukemiseksi ja tässä tapauksessa yrittäjä on päättänyt nostamaan palkkaa muiden työntekijöiden tavoin.

1.1.1 Investointilaskelma

Liiketilat on tarkoitus vuokrata, mikä pienentää investointeihin varattavan summan suuruutta. Kahvilatoiminta kuitenkin vaatii toimitiloilta paljon eli remontoimiseen on varattava runsaasti rahaa. Koneiden ja laitteiden sekä irtaimiston ja sisustuksen suhteen yrittäjä pyrkii tekemään järkeviä ratkaisuja ja etsimään pitkäikäiset ja monikäyttöiset laitteet. Pakollisia kone ja laitehankintoja on esimerkiksi taikina- ja yleiskoneet, uunit ja liedet, tiskikoneet, kahvinkeitinimet sekä kylmlaitteet. Irtaimistoa puolestaan ovat erilaiset leivonta muotit, vuoat, alustat, astiat sekä kahvilan kalusteet.

Taulukko 1. Investointilaskelma.

Liiketilat + remointi	10 000€
Koneet ja laitteet	8000€
Irtaimisto ja sisustus	5000€
Yhteensä	23 000€
Kustannusten ylitysvaraus 10%	2300€
Investoinnit yhteensä	26 300€

Liiketilat on tarkoitus vuokrata, joten vuokrat on huomioitu käyttöpääoman tarvelaskelmassa. Tilojen remontoimiseen on kuitenkin varattu 10 000€, koska harvat toimitilat sopivat suoraan kahvilalle ja esimerkiksi voimavirtalähteitä leipomokalustoa varten voidaan joutua vetämään. Samoin ilmanvaihtoon joudutaan todennäköisesti tekemään rasvakeittimien vaatimat muutokset. Muut remointitarpeet on toimitilakohtaisesti määriteltävissä. Kulujen alhaalla pitämiseksi yrittäjä pyrkii tekemään kaiken itse, mihin osaaminen vaan riittää eli esimerkiksi maalaukset ja muut pintaremontit.

Suurin osa koneista on tarkoitus hankkia käytettyinä paikallisesta yrityksestä, joka huoltaa ja myy käytettyjä leipomokoneita. Sisustustarvikkeisiin ja pienkoneisiin varattu summa on tarkoitus käyttää mm. kahvilapöytiin, tuoleihin, tasoihin, valaisimiin sekä astioihin. 10% ylitysvarauksella pyritään kattamaan budjetin ylitykset.

1.1.2 Käyttöpääoman tarvelaskelma

Käyttöpääoman tarve on laskettu neljälle ensimmäiselle toiminta kuukaudelle tämän, jälkeen toiminta pystyy toivottavasti jo itsellään kattamaan muodostuvia kuluja tai muutoin silloin tehdään uusi ajantasainen laskelma.

Taulukko 2. Käyttöpääoman tarvelaskelma.

Yrityksen perustamis- kulut	Yhtiön rekisteröinti	2830€
	Luvat	820€
Markkinointi	Teippaukset ja kyltit	400€
	Esitteet	10€
	Käyntikortit	50€
	Facebook -mainonta	40€
Alkuvarasto		500€
Raaka-aineet		2000€
Vuokrat		4000€
Palkat	Palkat työntekijöille	22000€
	Palkkojen sivukulut	6600€
Yleiskustannukset		
	Puhelin	60€
	Internet	80€
	Sähkö	400€
	Vesi	400€
	Siivous	100€
	Toimistokulut	300€
	Postikulut	20€
	Käteiskassa	400€
Yhteensä		41010€
Kustannusylitysvaraus	10%	4101€
Käyttöpääoma yhteensä		45111€

Yrityksen perustamiskuluihin on laskettu minimi osakepääoma sekä osakeyhtiön rekisteröinnin vaatima käsittelymaksu. Lisäksi lupiin on varattu 200€ terveystarkastajan tarkistusta varten sekä 620€ anniskeluluvan käsittelymaksuun.

Erilaisiin markkinointi kuluihin on varattu 500€. Ikkunoihin tulevat teippaukset on tarkoitus pitää minimissä tilan valoisuuden säilyttämiseksi, mutta niihin sekä mahdollisiin kyltteihin on kuitenkin varattu 400€. Esitteet on tarkoitus laatia ja tulostaa itse joten 10€ budjetilla on tarkoitus hankkia paperia ja mahdollisesti jotain muita pieniä tarpeita. Sen sijaan käyntikortteja tullaan tilaamaan pienimäärä markkinointi firmalta tai painotalolta ja tähän on varattu 50€. Facebook-mainonta on tehokasta ja se säästää suuren ihmismassan nopeasti. Tähän on varattu 10€ kuussa eli neljälle ensimmäiselle kuukaudelle yhteensä 40€.

Alkuvarastoon on varattu 500€, tämä summa on tarkoitus käyttää esimerkiksi pakkausmateriaaleihin, suodatinpusseihin sekä take away-astioihin. Lisäksi raaka-ainearastoon on varattu 2000€. Raaka-ainearasto tullaan pitämään pienenä hävikin vähentämiseksi, sillä tarkoitus on käyttää mahdollisimman paljon tuoreita raaka-aineita pakasteiden sijaan.

Yrittäjän lisäksi aluksi on tarkoitus palkata kaksi työntekijää, toinen näistä on kahvilan puolelle ja toinen olisi puolet ajasta leipomon puolella yrittäjän apuna ja puolet kahvilanpuolella. Myös yrittäjä nostaa palkka omantyöpanoksensa mukaisesti. Palkkalaskurin mukaan leipurin keskipalkka on n.1900€/kk ja kahvilamyöjäjän 1700€/kk. Oletetaan että sivukulut on 30% palkoista jolloin tulee varata n 28 600€ neljän kuukauden palkkoihin.

Vuokria alueella on vaikea arvioida, koska muutoksia on etenkin keskustan alueella menossa tällä hetkellä paljon. Hintahaarukka Into Seinäjoen sekä kauppalehden sivuilta kooltaan sopivien tilojen joiden hinnat oli ilmoitettu liikkui 800€-1500€, joten varovainen arvio kuukausi vuokralle voisi olla 1000€. Käytännössä 4kk vuokraan varataan siis tässä tapauksessa 4000€.

Yleiskustannuksiin on varattu Puhelin- ja nettiliittymiin on varattu summat, edullisimpien liittymien joukosta. Siivouskuluihin puolestaan arvioidaan menevän n.25€ kuukaudessa, sillä siivous toteutetaan itse. Toimistokuluihin on laskettu myös kirjanpitojärjestelmän hankintahinta, sillä tarkoitus on toteuttaa kirjanpito itse. Postikuluihin

on varattu 20€ kirjakuorien ja postimerkkien hankkimiseen. Sähköön ja veteen on alustavasti varattu molempiin 400€, nämä kuitenkin on etukäteen melko vaikeita arvioida. Käteiskassaa tullaan pitämään n.400€ arvosta, koska nykyään korttimaksaminen on niin suosittu, ettei kovin suuria käteiseriä kannata pitää.

Käyttöpääomaa tulisi aluksi olla yhteensä 45 111€, että neljän ensimmäisen toimintakuukauden kulut voitaisiin kattaa.

3.7 Tulosten arviointi

Kilpailutilanne alueella on kuitenkin tällä hetkellä hyvin kovaa ja suurin osa alueella toimivista yrityksistä on vielä nuoria ja vetomaisia. Tiukka kilpailu hankaloittaa toiminnan aloittamista sillä asiakkailta on runsaasti vaihtoehtoja mistä valita. Toisaalta juurikin kahviloiden runsaus saa ihmiset liikkumaan kaupungilla joten erikoistumisella ja tehokkaalla markkinoinnilla oman vakituisen asiakaskunnan löytäminen voisi onnistua.

Erytisesti erikoistumisen merkitys nousi esiin kahvila vierailulla, sillä vain muutamilla kahviloilla oli selkeä erikoisuus kuten vohvelit tai munkit. Muissa kahviloissa tuntui olevan hieman kaikille jotain kulttuuri mikä selvästi toimii, koska myös nämä yritykset ovat toimineet alueella pitkään. Erilaisiin ruokavalioihin keskittyneitä kahviloita Seinäjoelta ei löydy, mutta niiden suosio on kasvanut jo muissa kaupungeissa, eli esimerkiksi vegaaniselle kahvilalle voisi löytyä markkinarako. Myöskään toista viinejä ja juustoja tarjoilevaa kahvilaa ei alueella ole, eli myös se varmasti voisi toimia hyvänä keinona kunhan sen saadaan markkinoitua tehokkaasti asiakkaille.

Yrittäjän resurssit tuntuvat riittävilä vaikkakin hän on vielä nuori, eli on syytä pysähtyä miettimään omaa arvojärjestystänsä siitä onko vielä sopiva hetki yritystoiminnan perustamiselle. Jos hän päätyy lykkäämään vielä yrityksen perustamispäätöstä kannattaa kuitenkin kehittää omaa osaamistaan jatkoa ajatellen esimerkiksi erilaisten kurssien avulla.

Aloittamiskustannukset näyttävät melko korkeilta, mutta alkuinvestointien jälkeen varasto ei toiminnan luonteen vuoksi sido suuria summia. Toiminnan luonteen vuoksi joudutaan heti palkkaamaan työntekijöitä, mikä tietenkin tuo lisäkuluja, mutta

se mahdollistaa laajemmat aukioloajat, mikä todennäköisesti vaikuttaa positiivisesti myyntiin. Rahoituksen saamisen selvittäminen eri lähteistä olisi kuitenkin hyvä aloittaa jo suunnittelun alkuvaiheessa, jos ideaa lähdetään kehittämään eteenpäin.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Toteutettavuusselvitys on hyvä tapa tutkia liikeidea sekä kriittisesti arvioida sen toteutuus mahdollisuuksia. Sen pohjalta tehtävä raportti onkin yrittäjälle arvokas työkalu päätöksien tekoa varten. Selvityksen tulos voi olla liiketoiminnan aloittamiselle joko myönteinen tai kielteinen, mutta päätöksen teko tietenkin jää aina päättäjille. Selvityksen raportissa kuitenkin pyritään antamaan konkreettisia ohjeita päätöksen tueksi.

Tässä toteutettavuusselvityksessä todettiin, että yrittäjäyys yksin ja pienessä kaupungissa luo haasteita, mutta huolellisella suunnittelulla ja pohjatyöllä aloituksen liikeidea on kehityskelpoinen. Tärkeää on kuitenkin huomioida tiukka kilpailutilanne alueella ja pyrkiä kehittämään toiminta tuomaan asiakkaalle jotain lisäarvoa mitä ei vielä muualta alueella saa. Tällaisia tekijöitä voisi löytää esimerkiksi valloillaan olevasta fitness- ja luomuvillityksestä mm. raakakakkuihin tai vähähiilihydraattisiin tuotteisiin erikoistunutta kahvilaa ei alueelta vielä löydy.

Kiristynyt kilpailutilanne on saanut myös alueen asukkaat liikkeelle, mikä helpottaa toiminnan aloittamista. Juurikin asiakassegmentoinnin rooli onkin yritykselle tärkeää sillä "jokaiselle jotain" kahviloita alueella löytyy paljon, eli oman asiakaskunnan puolelleen voittaminen on tärkeää. Asiakkaiden kiinnostus myös erilaisiin kahviloihin on herännyt sillä erään kahvilan koiraviikko on herättänyt paljon mielenkiintoa sosiaalisessa mediassa, eli myös tällaisten tempausten järjestäminen kannattaa pitää mielessä.

Seinäjoen keskustan remontti luo haasteita jos yritystoiminta on tarkoitus käynnistää heti, mutta valmistuessaan uudistunut keskusta voi luoda entistä paremmat puitteet toiminnalle. Yrittäjän kannattaakin olla aktiivisesti yhteydessä kaupungin kehitys yhtiöön Into Oy:hyn, pysyäksään kartalla vapautuvista tiloista oman paikkansa löytämiseksi.

Konkreettisina toimenpiteinä aloittavalle yrittäjälle kehoitetaan keskustan remontin edistymisen seurantaan ja aktiivista selvitystyötä toimitilojen osalta. Lisäksi erikoistumissuuntausta on vielä hyvä miettiä siltä kannalta, että onko viinit ja juustot

riittävä erottautumiskeino vai olisiko kannattavampaa erikoistua vaikka juurikin erikoisruokavalioihin tai raakakakkuihin. Tältä saralta voisi tehdä selvitystä esimerkiksi vieraillemalla muiden kaupunkien kahviloissa sekä osallistumalla erilaisille leivontakursseille, joita nykyään järjestään erilaisilla teemoilla.

Rahoituksen osalta kannattaa myös tehdä vielä jatkoselvityksiä ja kysyä rohkeasti eri paikoista tarjouksia esimerkiksi sähkön, veden, vakuutusten sekä vuokran hintojen kohdalta.

LÄHTEET

- Duff, V. Ei päiväystä. How to Write a Feasibility Study for a Business. [Verkkosivusto]. [Viitattu 04.11.2016]. Saatavana: http://www.ehow.com/about_7484272_business-plan-vs-feasibility-study.html
- Egelhoff, T. Ei päiväystä. Small Town Entrepreneurship: Have You Got What It Takes? [Verkkosivusto]. [Viitattu 22.12.2016]. Saatavana: <http://www.small-townmarketing.com/entrepreneurship.html>
- Egelhoff, T. Ei päiväystä. How to Do A Small Business Feasibility Study. [Verkkosivusto]. [Viitattu 17.12.2016]. Saatavana: <http://www.smalltownmarketing.com/feasibility.html>
- Epari. 10.03.2016. Kahvilabuumi valtasi kaupungin. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 21.11.2016]. Saatavana: <http://www.epari.fi/mobile/uutiset/online-uutiset/kahvilabuumi-valtasi-kaupungin-1.2011974>
- Gordon, J. Ei päiväystä. How to Write a Feasibility Study for a Business. [Verkkosivusto]. [Viitattu 07.11.2016]. Saatavana: http://www.ehow.com/how_5554221_write-feasibility-report.html
- Hofstrand, D. & Holz-Clause M. 10/2009. What is a Feasibility Study? [Verkkosivusto]. [Viitattu 26.10.2016]. Saatavana: <http://www.extension.ia-state.edu/agdm/wholefarm/pdf/c5-65.pdf>
- Moyes, F. & Lawrence, S. 4/2003. Feasibility Plan Framework. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 04.11.2016]. Saatavana: <http://leeds-faculty.colorado.edu/moyes/bplan/Plan/Feasibility/Feasibility%20Framework.pdf>
- Peltola, L. 2015. Liikeideasta Liikkeelle. Helsinki: Edita.
- Rowe, R. Ei päiväystä. How to Write a Feasibility Study for a Business. [Verkkosivusto]. [Viitattu 02.11.2016]. Saatavana: http://www.ehow.com/how_6102791_write-feasibility-study-business.html
- Seinäjoen Kaupunki. Ei päiväystä. Elintarvikevalvonta. [Viitattu 16.11.2016]. Saatavana: <https://www.seinajoki.fi/sosiaali-jaterveyspalvelut/elainlaakaritjaterveys-tarkastajat/elintarvikevalvonta.html>
- Seinäjoen kaupunki. 2016. Tietoa taskuun 2016. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 07.11.2016]. Saatavana: https://www.seinajoki.fi/material/attachments/seinajokifi/seinajoenkaupunki/tietoaseinajoesta/vK7tIJRXn/Tietoataskuun_2016.pdf

- Sydämellinen Seinäjoki ry. Ei päivystä. Tapahtumien suurkaupunki. [Verkkójulkaisu]. [Viitattu 07.11.2016]. Saatavana: http://www.sydämellinen-seinajoki.fi/seinajoki_city_guide/tapahtumat/
- Thompson, A. 2005. Business Feasibility Study Outline. [Verkkosivusto]. [Viitattu 16.11.2016]. Saatavana: http://bestentrepreneur.murdoch.edu.au/Business_Feasibility_Study_Outline.pdf
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen: Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.
- Wolfe, L. 2016. How to Write a Market Feasibility Study in 4 Easy Lessons. [Verkkójulkaisu]. [Viitattu 07.11.2016]. Saatavana: <https://www.thebalance.com/how-to-write-a-market-feasibility-study-in-4-easy-lessons-3515137>
- Yritys-Suomi. Ei päivystä. Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat. [Verkkójulkaisu]. [Viitattu 21.11.2016]. Saatavana: <https://yrityssuomi.fi/rahoitus-ja-kannattavuuslaskelmat>