

Saimaan ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-ala Imatra
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Herkko Hirvonen, Tiina Sarén

Audiovisuaalinen esitys, Aalto Terassin ja Newport Imatran liiketoimintojen käynnistämisestä

Opinnäytetyö 2017

Tiivistelmä

Herkko Hirvonen, Tiina Sarén

Audiovisuaalinen esitys, Aalto Terassin ja Newport Imatran liiketoimintojen käynnistämisestä, 38 sivua, 5 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-ala Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Ravintolatoimintojen kehittäminen

Opinnäytetyö 2017

Ohjaaja: Lehtori Lari-Pekka Ruotsi, Saimaan ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyössä tarkasteltiin kahden erilaisen yrityksen yhteistyötä ja –toimintaa näiden ensimmäisenä toimikautena: satamaoperaattorina Imatran vierasvenesatamassa Lammassaassa toiminutta Newport Imatraa ja tämän kanssa samassa rakennuksessa toiminutta ravintola Aalto Terassia. Näistä tarkemmin perehdyttiin Aalto Terassiin, jolle pyrittiin antamaan apuväline seuraavan kauden toimintojen, palveluiden ja valikoiman kehittämiseen.

Opinnäytetyö esitettiin kahdella eri tavalla, jolla haluttiin murtaa vanhoja kaavoja. Toinen osa on perinteinen kirjallinen osuus, jossa perehdyttiin tarkemmin teoriaan. Toinen on audiovisuaalinen Prezi-esitys, jossa näytetään kuvien ja äänen avulla kertomus yritysten ja erityisesti Aalto Terassin ensimmäisen kauden toiminnasta.

Aalto Terassin toimintoja, toimintaa sekä tuotteita tarkasteltiin analyttisesti. Huomattuihin puutteisiin pyrittiin antamaan kehitysehdotuksia. Myös asiakkaiden antamat suulliset palautteet otettiin huomioon, sekä kuinka palautteet mahdollisesti voisi ottaa huomioon yrityksen myyntiä ja imagoa parannettaessa. Lisäksi annettiin kehitysehdotuksia, joilla Newport Imatran ja Aalto Terassin toivottiin voivan parantaa päivittäistä yhteistyötä kummankin yritystoimintaa hyödyttävämmäksi.

Asiasanat: Aalto Terassi, Newport Imatra, yritysten yhteistyö, audiovisuaalinen, uusi toimipiste

Abstract

Herkko Hirvonen, Tiina Sarén

Audiovisual presentation, starting the business of Aalto Terassi and Newport Imatra, 38 Pages, 5 Appendices

Saimaa University of applied sciences

Hotel and restaurant business Imatra

Degree Program in Hotel and Restaurant Business

Development of restaurant business

Bachelor's Thesis 2017

Instructor: Lari-Pekka Ruotsi, Lecturer of Saimaa University of applied sciences

This thesis observed co-operation and co-existence of two different companies on their first period of operation. Harbor operator Newport Imatra at visitors' marina at Lammassaari at Imatra, and restaurant Aalto Terassi, which operated at same building as Newport Imatra. Of these two companies, this thesis focused more thoroughly at Aalto Terassi, which was aimed to give a tool to improve its functions, services and product range for next years of operation.

This thesis was presented two different ways, which wanted to break out of old patterns. With that, thesis wanted to show how applying practice combines in theory of university at university of applied sciences. One part is more traditional written, which took a closer look at theory. Another part is Audiovisual Prezi presentation, which show the story of two companies' first period of operation with pictures and audio, with focus on Aalto Terassi.

Thesis took notice on weaknesses and shortages of Newport Imatra and Aalto Terassi, and gave improvement suggestions. Thesis took close look on customer feedbacks, and gave suggestions how companies could take those in account to improve sales and image of company. Thesis gave improvement suggestion on how to improve co-operation Newport Imatra and Aalto Terassi to benefit business of both companies.

Keywords: Aalto Terassi, Newport Imatra, Prezi, spreading business, co-operation of companies, improvement suggestions

Sisälllys

1	Johdanto.....	5
2	Yritysten, toimintaympäristön ja menetelmän esittely	6
2.1	Yritysten esittely	6
2.2	Toimintaympäristö	6
2.3	Tutkimusmenetelmät	9
2.4	Audiovisuaalinen Prezi-esitys.....	9
3	Yritystoiminnan laajentaminen	11
3.1	Lupa-asiat ja sopimukset.....	11
3.1.1	Anniskelupaikkaa ja anniskelualueita koskevat vaatimukset	13
3.1.2	Sopimukset	13
3.2	Pankki ja rahaliikenne	14
4	Tuotevalikoima.....	14
4.1	Kahvilatuotteet.....	15
4.2	Hinnoittelu ja kassakone.....	16
4.3	Varastotila	17
5	Aukioloajat ja henkilöstö	18
5.1	Työvaatetus.....	20
5.2	Työergonomia	21
6	Liikeidea, markkinointi ja imagon rakentaminen	22
6.1	Markkinointi	24
6.2	Segmentointi	26
6.3	Imago	26
7	Kahden erilaisen yrityksen yhteistyö.....	28
8	Yhteenveto	34
	Kuvat.....	36
	Kuviot.....	36
	Lähteet.....	37

Liitteet

- Liite 1 Prezi-esityksen käsikirjoitus
- Liite 2 Lehtiartikkeli, Uutisvuoksi 6.1.2017
- Liite 3 Lehtiartikkeli, Imatralainen 11.1.2017
- Liite 4 Lehtiartikkeli, Uutisvuoksi 25.1.2017
- Liite 5 Lehtiartikkeli, Uutisvuoksi nettilehti 25.1.2017

1 Johdanto

Keväällä 2016 Imatran venesatamassa aloitti kaksi uutta toimijaa, New Port Imatra ja Aalto Terassi. Opinnäytetyö on näitä kahta yritystä tarkasteleva kahdesta osasta koostuva kokonaisuus. Tämä on opinnäytetyön toinen osa, jossa kerrotaan teoriaan peilaten faktat, kokemukset ja analyysit kesän 2016 tapahtumista. Toinen osio on Prezillä toteutettu, tekstillä täydennetty puheella selostettu kuvakertomus samoihin tapahtumiin joista tekstiosuus kertoo. Prezi esityksen voit löytää osoitteesta: <http://prezi.com/qjv2j3gcuw35>

Toinen opinnäytetyön tekijöistä, Tiina Sarén, työskenteli Aalto Terassilla sen emäntänä toiminnan alusta kesäkauden 2016 loppuun asti. Uuden toimipisteen ensimmäisen kesän toiminta osoittautui odotettua haasteellisemmaksi, mikä sai Sarénin pohtimaan kehitysehdotuksia seuraavalle toimintakaudelle. Toinen tekijöistä, Herkko Hirvonen, toteuttaa opinnäytetyön teknisen toteutuksen sekä tuo ulkopuolista näkökulmaa pohdintoihin.

Toteutukseltaan opinnäytetyö on Saimaan ammattikorkeakoulussa uudenlainen koostuessaan kahdesta erilaisesta osuudesta. Audiovisuaalisen osion kuvamateriaali on kerätty yritystoiminnan aloittamisesta kevästä 2016 sen toimintakauden lopettamiseen syyskuun alkuun asti.

Yhteistyökumppaneina opinnäytetyössä ovat Ravintola Kolme Härkää Oy, Aalto Terassi sekä Newport Imatra. Aalto Terassin liikeidea perustuu ainoastaan kesäkaudella tapahtuvaan yritystoimintaan. Opinnäytetyössä käydään läpi uuden yritystoiminnan elinkaaren alkua, toteutusta ja haasteita. Samalla kuvailemme kahden erilaisen yritystoiminnan yhteistyötä samassa toimitilassa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa konkreettisia kehitysehdotuksia Aalto Terassin ja Newport Imatran toiminnoista vastaaville henkilöille 2017 alkavalle toimintakaudelle. Näin ollen toivoimme yritysten työntekijöiden saavat opinnäytetyön muodossa apuvälineen, josta näkee mitä, miksi ja millä tavoin ensimmäisen kesän toimintoja ja hankintoja tehtiin ja kuinka niitä voisi kehittää toimivammiksi. Toivomme opinnäytetyön olevan hyödyllinen myös siksi, että Aalto Terassin emäntä tulee vaihtumaan toimikaudelle 2017.

Opinnäytetyön tekijät pääsevät hyödyntämään opinnäytetyössä omia vahvimpia osaamisalueitaan. Saimaan ammattikorkeakoulu saa uudella menetelmällä tehdyn opinnäytetyön. Aalto Terassi ja New Port Imatra saavat kehitysehdotuksia. Näin ollen kaikki osapuolet hyötyvät opinnäytetyöstä, joten syntyy niin sanottu Win-Win tilanne, jossa kaikki osapuolet voittavat (Weiser 2004, 3).

2 Yritysten, toimintaympäristön ja menetelmän esittely

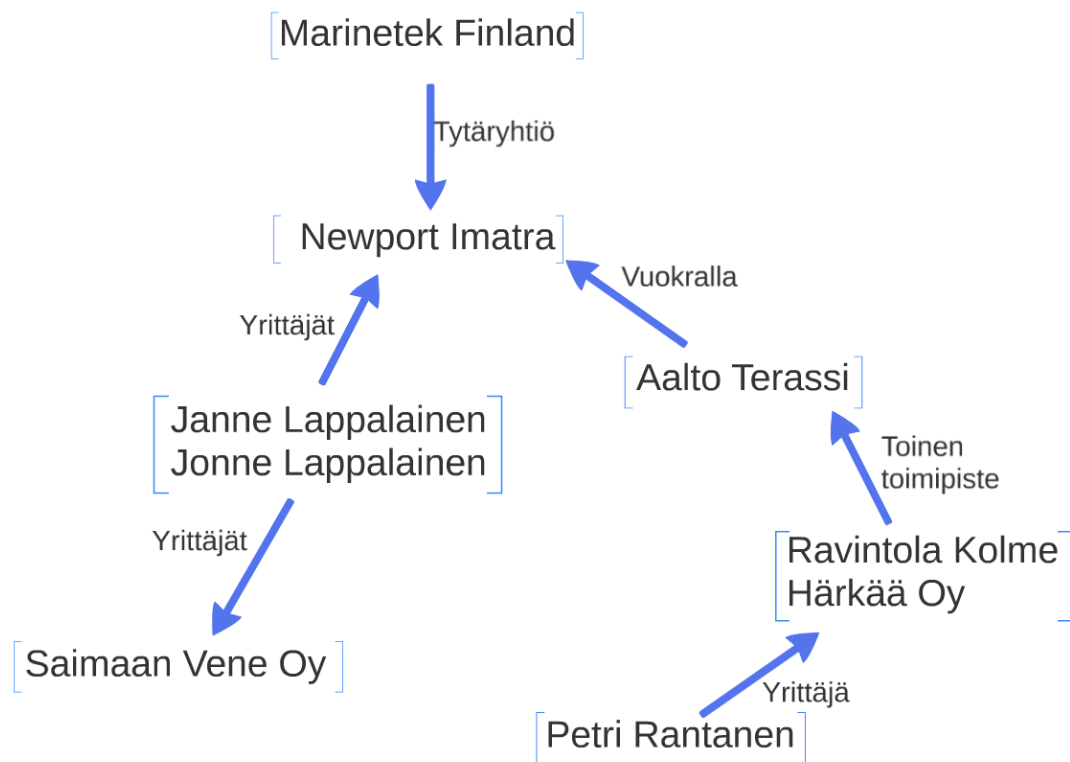
2.1 Yritysten esittely

Aalto Terassi on Ravintola Kolme Härkää Oy uusi toimipiste. Ravintola Kolme Härkää Oy:n omistaa ravintoloitsija Petri Rantanen, joka perusti 2011 Bar Cafe Kuohun Imatrankoskelle Inkerinaukiolle. Aalto Terassi aloitti toimintansa Lammassaaren venesatamassa kesäkuussa 2016, ja perustettiin kesäkautta varten tukemaan Newport Imatran toimintoja. Toimipisteessä myydään kahvia, jäätelöä, virvoitusjuomia ja alkoholituotteita. Aalto Terassilla on täydet anniskelu oikeudet. Anniskelupaikkoja on yhteensä 48, joista terassilla 40 ja sisällä pystybaarissa 8.

Aalto Terassi toimii vuokralla samassa toimitilassa 2016 perustetun uuden sataoperaattorin New Port Imatran kanssa. Toimitila sijaitsee Imatran vierasvenesatamassa Lammassaareissa. New Port Imatran yrittäjinä toimivat Janne Lappalainen ja Jonne Lappalainen. Newport Imatra on Marinetek Finlandin tytäryhtiö. Lappalaisilla on myös toinen yritys, Saimaan Vene Oy. Yrittäjät hoitavat näiden kahden yrityksen kautta vierasvenesatamassa muun muassa vierasvenepalveluita, veneiden kausipaikkoja, talvisäilytysaluetta, veneiden nosto- ja siirtopalveluita sekä venetrailerien myyntiä ja vuokrausta. (Kuvio 1.)

2.2 Toimintaympäristö

Uuteen toimintaympäristöön lähdetessä on yrittäjän syytä tutustua etukäteen yrityksen kilpailijoihin ja heidän tuotteisiinsa, jolloin voidaan erotella näistä erikseen yrityksen pahimmat kilpailijat ja arvioida niiden vahvuuksia ja heikkouksia. Voidaan myös pohtia kilpailijoiden toimintatapoja, markkinaosuuksia, kilpailukeinoja sekä tutustua kilpailijoiden tuotehinnoitteluun ja markkinointikeinoihin. kannattaa arvioida etukäteen myös omaa uskottavuuttaan alan toimijana, jolloin kil-



Kuvio 1. Yritysten ja henkilöiden yhteydet

pailuetuna voi olla hyvä imago markkinoilla, jo olemassa olevat asiakassuhteet, selkeästi parempi tuote tai palvelu kuin kilpailijoilla. (Meretniemi & Ylönen 2008, 31.)

Aalto Terassi toimii Imatran vierasvenesatamassa Lammassaassa. Yritys tuli alueelle uutena toimijana jo olemassa olevaan liiketoiminta-alueeseen (Kuva 1). Aalto Terassin välittömässä läheisyydessä sijaitsee Imatran Venekerhon Kahvila Kolme Ankkuria. Vastapäätä Imatran matkustajasatamassa sijaitsee Ravintola Nuotta, m/s Emma ja m/s Christina. Matkustajasataman läheisyydessä Ukonniemessä sijaitsee Imatran Kylpylä. Ukonniemen uimarannalla sijaitsevat Bikini Bay rantabaari ja Hostel Ukonlinna. Rauhassa sijaitsee Holiday Club Saimaa ja sen rannassa Teerenpeli Saimaa.

Uusi yritys pärjää uudella toiminta-alueella paremmin, kun perehtyy sen tilanteeseen, asiakaspotentiaaliin, kilpailijoihin ja heidän vahvuuksiinsa sekä toimintatapoihin. Kannattaa myös arvioida oman yrityksen uskottavuutta alan toimijana, sillä uudessa ympäristössä voi olla vaikea menestyä, koska asiakkaat suosivat jo pitkään alueella toimineita tuttuja yrityksiä. Markkinatilanteen ollessa suotuisa on uuden yrittäjän helpompi päästä vauhtiin ja markkinoilla saattaa olla tilaa uusille



Kuva 1. Aalto Terassin Liiketoiminta-alue. Google Maps 2017.

yrietyksille myös siksi, että olemassa olevat yritykset eivät pysty tyydyttämään kysyntää, asiakkaiden tarpeita tai niillä saattaa olla toimitusvaikeuksia tai taloudellisia ongelmia. (Meretniemi & Ylönen 2008, 30.)

Aalto Terassi otettiin pääsääntöisesti hyvin vastaan, mutta sijainti samalla tontilla ja samassa postiosoitteessa vuosia toimineen Imatran Venekerhon Kahvila Kolmen Ankkurin kanssa aiheutti etenkin toiminnan alussa haasteita. Kahvila Kolmella Ankkurilla oli jo vakiintunut asiakaskunta Imatran Venekerhon hoitaessa vuosia satamapalveluja. Kun kilpailutuksen kautta satamapalvelut siirtyivät ke-

väällä 2016 New Port Imatralle ei siirto sujunut kaikilta osin kitkatta. Aalto Terrassin toimiminen samassa yhteydessä uuden satamatoimiston kanssa saattoi aiheuttaa Aalto Terrassille tästä syystä negatiivista mielikuvaa.

Kesän aikana koettiin muutamia haastavia asiakaspalvelutilanteita, joista selvitettiin henkilökunnan ammattitaidolla. Taito hoitaa esimerkiksi nämä tilanteet kaikkien osapuolten kannalta diplomaattisesti oli Aalto Terrassin ja New Port Imatran imagon kannalta tärkeää. Suomalaisessa palvelukulttuurissa on vielä paljon opittavaa siinä, että reklamaatioihin pystyttäisiin suhtautumaan rakentavasti. Tutkimusten mukaan kukin pettynyt asiakas varoittaa kymmentä muuta ihmistä huonosta asiakaspalvelusta ja palveluntarjoajasta. (Sounio 2010, 40)

2.3 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön materiaali perustuu havaintoihin ja kokemuksiin Aalto Terrassin ja New Port Imatran ensimmäiseltä toimintakesältä. Tältä ajalta on otettu kuvamateriaalia ja tehty muistiinpanoja, joita peilataan teoriaan. Näin ollen kyseessä on etnografinen tutkimus, eli havainnointi on tapahtunut fyysisesti ihmisten keskuudessa.

Tutkinnan ja analysoinnin jälkeen tulokset ja kehitysehdotukset raportoidaan Ravintola Kolme Härkää Oy:lle sekä New Port Imatralle. Opinnäytetyö on siis myös toimintatutkimus, jossa pyritään vaikuttamaan tutkimuskohteisiin, toimintoihin ja toimintaympäristöön kehittävästi. (Jyväskylän Yliopisto 2015.)

2.4 Audiovisuaalinen Prezi-esitys

Yksi tärkeä osa tätä opinnäytetyötä on sen yhteyteen tuleva Prezi-esitys, jolla halutaan tuoda esille sitä, että ammattikorkeakouluopintoihin kuuluu sekä teoriaa että käytäntöä. Samalla haluamme antaa tuleville opinnäytetyön tekijöille esimerkin ja uudenlaisen lähestymistavan siitä, kuinka voi tehdä myös erilaisen opinnäytetyön. Opinnäytetyön aihetta suunniteltaessa ei vielä ollut tarkalleen tiedossa, millainen audiovisuaalisesta osiosta tulee, mutta kun opinnäytetyötä ryhdyttiin tekemään, saatiin esityksen muoto paremmin hallintaan.

Esitys koostuu pääpiirteittäin kolmesta osiosta. Esittelyosiosta, jossa esitellään opinnäytetyön tekijät; prosessikaaviosta, jossa kerrotaan Aalto Terassin ensimmäinen kesä tiivistetysti; sekä kuvakertomuksesta, joka sisältää 68 zoomausta. Zoomauksella tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä sitä, että Prezi-esityksessä kuva siirtyy johonkin kohtaan esitystä, joka vastaa PowerPoint esityksessä dian vaihtumista.

Esityksestä päädyttiin rajaamaan pois niin sanottu ohjekirjaosio, jossa olisi kuva kerrallaan ohjeistettu esimerkiksi ohjelmoimaan kassa. Tämä ei kuitenkaan olisi ollut opinnäytetyön tavoitteen mukaista, sillä laitteiston vaihtuessa tieto olisi ollut vanhentunutta ja esimerkiksi muut kuin juuri kyseisen kassakoneen omaavat eivät sitä pystyisi hyödyntämään. Myös joitain ominaisuuksia päädyttiin rajaamaan pois kokeilun jälkeen, yhtenä kuvien ja tekstiruutujen häivytyks. Häivytyksellä tarkoitetaan efektiä, jossa esimerkiksi teksti ei ole aluksi kuvassa, mutta tulee näkyviin aluksi himmeästi, josta se vahvistuu normaalisti näkyväksi tekstiksi. Häivytyks on hyvä ominaisuus oikein käytettynä, mutta koska Prezin ominaisuuksiin kuuluu jo zoomaus eri elementteihin, niin häivytyks aiheutti vain turhaa hitautta. Saman tyyllisiä mielipiteitä antaa myös Outi Lammi (2009, 135.), jonka mielestä tehosteiden liikakäyttöä ei turhaan olla kritisoitu ja että harkitsemattomalla tehosteiden käytöllä lopputulos voi olla rasittava. Hän myös toteaa, että animaatioiden tulee auttaa ymmärtämään esitystä paremmin.

Koko esityksen läpi kulkee mukana myös kertoja. Ääni on Herkko Hirvosen, joka antaa esitykselle mahdollisuuden toimia ilman esittäjää. Hyvä puoli tässä esitystavassa on se, että puhe ja kuvamateriaali tukevat toisiaan, kun taas tekstillä tuotu kertomus animaation yhteydessä tuottaa kognitiivista ylikuormitusta (Lammi 2009, 120-126). Äänimateriaali on itse nauhoitettua ja sen on muokannut Hirvonen. Esitys perustuu opinnäytetyön tekstiosuuteen sekä tukee sitä. Kuvamateriaali perustuu Tiina Sarénin keräämään aineistoon kesän 2016 ajalta.

3 Yritystoiminnan laajentaminen

Opinnäytetyössä on kyse jo olemassa olevan yritystoiminnan laajentamisesta eikä uuden yrityksen perustamisesta. Yritystoiminnan aloittamiselle Suomessa edellytetään, että yritys tekee perustamisilmoituksen yrityksen rekisteröimistä varten Verohallinnolle ja Patentti- ja rekisterihallitukselle. Uudelle toimipisteelle ei tarvinnut hakea kyseisiä lupia, sillä luvat olivat jo haettu aiemmin Ravintola Kolme Härkää Oy:lle. Myös tilitoimisto yrittäjä Jarkko Kekäle totesi keskustelussa 28.09.2016, että uuden toimipisteen aukaiseminen ei vaadi rekisteröitymistä tai muita juridisia toimenpiteitä, sillä päätoimija on Ravintola Kolme Härkää Oy, jonka toimipiste Aalto Terassi on. (Holopainen 2015, 55.)

Holopainen kirjoittaa myös, että kirjanpito on pakollista ja kaikki liiketoimintaa harjoittavat ovat kirjanpitovelvollisia ja yrityksen kirjanpito on järjestettävä asiantuntevalla sekä luotettavalla tavalla. Tilitoimisto Tilitek Ky hoitaa Ravintola Kolme Härkää Oy:n kirjanpito- ja palkanlaskenta-asiat. Aalto Terassin kuukausimyyynnit ja ostolaskut kirjataan omaan kustannuspaikkaan tiliöinnissä. Henkilöstökulut kirjautuvat Ravintola Kolme Härkää Oy:n kuluihin. Tilinpäätöksessä Aalto Terassi kuuluu samaan kokonaisuuteen kuin pääyritys. (Holopainen 2015, 165, 167.)

3.1 Lupa-asiat ja sopimukset

Elinkeinolaissa on lueteltu joukko elinkeinoja, joiden harjoittamiseen tarvitaan viranomaisen lupa ja luvanvaraisista elinkeinoista on omat erilliset lait ja asetukset. Aluehallintoviraston luvanvaraisia elinkeinoja ovat alkoholijuomien anniskelu ja vähittäismyynti joihin luvan myöntää Valvira. Elintarvikehuoneistoja valvotaan luvanvaraisesti ja elintarvikehuoneistolla tarkoitetaan esimerkiksi ravintoloita. Elintarvikehuoneistosta täytyy tehdä kirjallinen ilmoitus yrityksen sijaintikunnan valvontaviranomaiselle viimeistään neljä viikkoa ennen toiminnan aloittamista ja lisäksi elintarvikehuoneistolla on oltava riskien hallitsemiseksi riittävä omavalvontasuunnitelma. (Holopainen 2015, 86, 91.)

Rakennustyön ennakoilmoitus on tehtävä, kun rakennustyönä pidetään rakennuksen tai muun rakennelman korjausrakentamista ja kunnossapitoa sekä niihin liittyvää asennustyötä ja suunnittelua. Rakennustyön alkamisesta on ilmoitettava

aluehallintovirastolle. Toimipaikan rakennustarkastus suoritettiin Newport Imatran toimeksiantona, jossa olivat mukana rakennustarkastaja Imatran kaupungilta sekä rakennuksen muutostyöt piirtänyt suunnittelija. (Holopainen 2015, 96.)

Rakennukseen perustettiin uusi viemäröinti ja vesijohdot. Imatran kaupungin ympäristötoimi otti näytteet vesijohtovedestä ja analysoi ne. Ravintolaa ei voi aukaista ennen kuin vesi on todettu juomakelpoiseksi ja wc on toiminnassa. Vesinäytteiden tulosten odottaminen viivästytti ravintolan avaamista joitakin päiviä samoin kuin sähkötöiden viivästyminen yrittäjistä riippumattomista syistä. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2016a.)

Aalto Terassin toiminnasta ilmoitettiin Imatran Seudun Ympäristötoimelle, joka suoritti terveystarkastuksen. Terveystarkastaja teki merkinnät Oiva – raporttia varten. Jäätelömyyntiin valittiin valmiiksi pakatut tuotteet, jolloin hygienia kriteerit verrattuna irtojäätelön myyntiin ovat lievemmat. Työntekijä tarvitsee hygieniapassin, jos hän työssään joutuu käsittelemään pakkaamattomia helposti pilaantuvia elintarvikkeita kuten maitoa. Muun muassa kahvilat ja ravintolat ovat sellaisia työpaikkoja, joissa työntekijällä tulee olla hygieniapassi. Jäätelön myymiseen ja kahvimaidon säilyttämiseen viileäkaapissa vaaditaan omavalvontasuunnitelma, jossa pitää ilmetä kylmälaitteiden lämpötilat viikoittain mitattuna ja kirjattuna. Elintarvikelain 5§ sanoo, että elintarvikealan toimijan on pidettävä omavalvontasuunnitelma ajan tasalla. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2016a.)

Omavalvontasuunnitelmaa varten laadittiin vihko, johon kirjattiin kerran viikossa päivämäärä ja pakastealtaan sekä viileäkaapin lämpötilat. Kansilehdessä mainittiin lisäksi, että jäätelöt toimitetaan jakeluautosta suoraan toimitilaan, josta ne siirretään välittömästi altaaseen, ettei kylmäketju katkea. Oiva-raportti lähetettiin yritykseen myöhemmin ja raportti täytyi asettaa toimipisteeseen näkyvälle paikalle. Aalto Terassi sai raporttiin täyden hymynaaman.

Anniskeluluvat haettiin aluehallintovirastolta huhtikuussa heti, kun yhteistyösopimus uuden yritystoiminnan käynnistämisestä oli tehty Newport Imatran yrittäjien kanssa. Anniskelulupa vaadittiin Aalto Terassilla työskentelevien vastaavien hoitajien, sijaisten ja tarjoilijoiden nimet ja tiedot, anniskelupaikkojen määrä si-

sällä sekä ulkona terassilla, anniskelualueen rajausta pohjapiirroksin sekä aukioloajat. Anniskelulupa haettiin ja myönnettiin vuosittain ajalle 1.4 – 31.10. klo 9.00–24.00, joten näin ollen sitä ei tarvitse hakea enää uudelleen seuraaville vuosille.

3.1.1 Anniskelupaikkaa ja anniskelualueita koskevat vaatimukset

Anniskelulainsäädännön 21. §:ssä sanotaan: *Anniskelupaikan tulee olla hakijan yksinomaisessa hallinnassa, eikä anniskelupaikassa voi toimia omaan lukuunsa muita liikkeenharjoittajia.* Samassa liikehuoneistossa toimi kaksi eri yritystä eli Aalto Terassi ja Newport Imatra, mikä ei ollut este luvan saamiselle. Alkoholistarkastaja suoritti tarkastuksen samana iltana, jolloin Aalto Terassi avattiin, vain muutama tunti aikaisemmin.

Tarkastajalla ei ollut huomautettavaa ravintolan toiminnasta, vaikka anniskelualueen rajaamista koskeva suunnitelma puuttui vielä lupakansiosta. Alkoholilain 21. §:ssä sanotaan myös, että *lupaviranomaiselle tulee esittää anniskelualueen rajaamista koskeva suunnitelma.*

3.1.2 Sopimukset

Tavarantoimittajan valinta on keskeinen hankintastrateginen päätös ja vaikuttaa kustannusten lisäksi asiakastyytyvyyteen. Sitä, käytetäänkö yhtä vai useampaa toimittajaa, on syytä pohtia hankintoja suunniteltaessa. Jos valitaan vain yksi tavarantoimittaja, niin saadaan hankittua tavarat ja palvelut yleensä halvemmalla, ja lisäksi tilaajalla on enemmän vaikutusvaltaa toimittajaan. (Koivisto & Ritvanen 2006, 152.)

Yrityksellä oli jo vuosisopimus alkoholituotteiden myynnistä juomatoimittajan kanssa. Aalto Terassille luotiin järjestelmään oma tilausnumero ja toimitusosoite. Lisäksi valittiin myös toinen juomatoimittaja, jolta tilattiin samppanja ja pari muuta tuotetta. Ensimmäinen juomatilaus tehtiin yrittäjän ja Aalto Terassin emännän kanssa yhdessä, jonka jälkeen emäntä vastasi tilauksista toimintakauden loppuun saakka. Jäätelötoimittajan kanssa oli myös jo olemassa oleva sopimus ja tässäkin tapauksessa Aalto Terassille luotiin oma tilausnumero ja toimitusosoite. Valittaessa useita tavarantoimittajia pidetään samalla yllä toimittajien välistä kilpailua ja samalla pienennetään vain yhdestä toimittajan kapasiteettipulasta joh-

tuvaa riskiä. Toisaalta pitää muistaa, että jos toimittajia on paljon, niin se sitoo resursseja enemmän kuin pieni ja hallittavissa oleva toimittajakanta. Yhden tavarantoimittajan varassa oleminen taas saattaa olla riskialtista ja kaikkea ei pitäisi-kään jättää yhden toimittajan varaan. Tavarantoimittajaa ei pitäisikään valita vain nykyisten tarpeiden perusteella vaan ottaa huomioon tulevaisuuden vaatimukset. (Koivisto & Ritvanen 2006, 152.)

3.2 Pankki ja rahaliikenne

Yrityksen rahaliikenteen hoiti jo entuudestaan Etelä-Karjalan Osuuspankki. Pankkitilin avaaminen alkaa asiakassuhteesta sekä yrittäjän ja hänen yrityksensä liiketoimintaan tutustumisella, jossa apuna voidaan käyttää liiketoimintasuunnitelmaa (Holopainen 2015, 52). Aalto Terassin toiminnan alkaessa tilattiin pankista vaihtokassaa varten kolikot ja setelit.

Aalto Terassin tilitykset hoidettiin pankin yösäilön kautta tilityspusseilla. Maksun saajana oli Ravintola Kolme Härkää Oy ja maksajana Aalto Terassi. Tiina Sarén teki tilitykset ja vei rahat yösäilöön noin kahden viikon välein.

4 Tuotevalikoima

Aalto Terassille haluttiin ottaa erilainen juomavalikoima kuin Bar Cafe Kuohussa. Erottuminen myös muiden toimijoiden tuotevalikoimasta koettiin tärkeäksi. Erilaisuus ja erottuminen ovat tärkeitä, kun tarjolla on useita vaihtoehtoja, jolloin valinta perustuu lähes aina osittain tuotteiden eroihin. Kun samalla alueella kaikki kilpailevat samoista asiakkaista, täytyy heillä olla hyvä syy ostaa juuri sinulta, eikä kilpailijalta. (Hafrén & Trout 2003, kansilehti.)

Toimipisteen pieni tila ja viileän säilytystilan rajallinen koko vaikuttivat tuotevalikoiman määrään. Myyntitilassa oli käytössä vain yksi viileäkaappi. Mielikuva veneilijöiden tarpeista ja mahdollisista mieltymyksistä pyrittiin ottamaan huomioon juomavalikoimaa suunniteltaessa. Hanatuotteeksi valittiin luomuolut, jonka lisäksi valikoimassa oli muun muassa vehnäolut. Kaikki oluet ja siiderit valittiin niin, että ne olivat korkeintaan 4,7 prosentin vahvuisia veneilijöiden tarpeita ajatellen, mikä

kuitenkin myöhemmin osoittautui virhearvioksi. Nelosolutta kaivattiin kolmosolun rinnalle ja kysyntää olisi ollut meksikolaistyyppiselle lager-oluelle.

Valkoviini ja punaviini tilattiin hanapakkauksessa säilytystilan rajallisen koon vuoksi. Piccolo-viinipullot olisivat vieneet liikaa tilaa muilta tuotteilta. Piccolopullossa myytiin roséviini ja puolimakea rosékuohuviini. Isommissa 75 cl:n pulloissa myytiin samppanja sekä puolikuiva kuohuviini. Vahvempien alkoholijuomien valikoima pyrittiin pitämään maltillisena ja rajattuna vain yhteen tuotteeseen per tuoteryhmä.

Hanaviinit, viski, gini ja shot-yrttilikööri olivat hyviä valintoja, mutta tuotevalikoima ei kaikilta osin onnistunut myynnillisesti kuten etukäteen oli ajateltu, joten kysyntä ja tarjonta eivät toteutuneet toivotulla tavalla. Suhteellisen nopeasti tuli esille se, että Imatran vierasvenesataman asiakkaiden ostokäyttäytyminen ja juomamieltymykset eivät vastanneet ennako-odotuksia. Samppanjan kysyntä oli lähes olematonta. Alun perin ajateltiin, että isommissa pulloissa olevaa kuohuviiniä ja samppanjaa myytäisiin laseittain, mutta koska niitä ei myyty yhtään annosta, lasihinta poistettiin myöhemmin tuotehinnastosta. Piccolopullo-samppanja olisi ollut isoon pulloon verrattuna järkevämpi valinta. Samppanjaa lukuun ottamatta kaikki kuohuviinit olivat puolikuivia tai makeahkoja, joten näiden rinnalle valikoimaan olisi kaivattu kuiva kuohuviini. Samppanjan hintalaaatusuhde oli erinomainen, mutta kysyntää olisi ollut enemmän edulliselle kuivalle kuohuviinille.

Kahvilikööri ja katkero eivät olleet myyviä tuotteita, mutta toiselle miedolle shot tyyppiselle liköörille lisäksi olisi ollut kysyntää. Minttuviina olisi ollut myynnillisesti parempi vaihtoehto kuin jägertee. Minttukaakaota kysyttiin paljon etenkin kolealla säällä, mutta asiakkaat vierastivat keskieurooppalaistyylisiä jägertee-totia.

4.1 Kahvilatuotteet

New Port Imatra esitti etukäteen toiveen, että tarjolla olisi suodatinkahvia, pullaa ja sämpylöitä veneilijöiden tarpeita ajatellen. Suodatinkahvi otettiin valikoimaan, mutta ravintoloitsijan päätöksestä elintarvikkeet jätettiin pois. Kahvi tarjottiin peruskahvinkeittimestä, joka oli asiakkaiden saatavilla. Suodatinkahviksi valittiin aluksi kalliimpi vaaleapahtoinen suodatinkahvi, mutta asiakkaiden toiveista johdun päädyttiin edullisempaan peruskahvilaatuun. Lisäksi peruskahvilla oli pa-

rempi kate, sillä myyntihinta pysyi samana. Suodatinkahvin menekki oli huomattavasti suurempi kuin erikoiskahvien. Kahden pannun kahvinkeitin olisi ollut käytössä tehokkaampi ja käytännöllisempi ratkaisu kuin yksi peruskeitin. Erikoiskahvikoneena oli ammattilaiskäyttöön tarkoitettu kahden keittimen kapselikone. Tee ja kaakao tarjottiin annospusseittain ja kuuma vesi vedenkeittimestä. Kaikki kahvilatuotteet tarjottiin pahvisista kertamukeista.

Jäätelöallas oli tilavuudeltaan niin sanottu 9 korin pakasteallas, johon mahtui yhdeksän erilaista jäätelölaatua. Ensin tilattiin jäätelöallas, jonka saavuttua tehtiin ensimmäinen jäätelötilaus. Jäätelöt olivat käärepakattuja tuotteita ja tikkuja. Eri laatuja valittaessa otettiin huomioon kahviasiakkaat, lapset ja ruoka-aineallergiset. Jäätelövalikoimassa oli tarkoituksella samat tuotteet koko kesän ajan. Myös tuotekuvat ja hinnat olivat samanlaiset kummassakin toimipisteessä. Tilauksien teko oli näin helpommin hallittavissa, sillä Bar Cafe Kuohun jäätelötilaus hoidettiin Aalto Terassin tilauksen yhteydessä. Virvoitusjuomien päätavarantoimittaja toimitti kesän 2016 uutuustuotteen, virvoitusjuoma-altaan, joka sijoitettiin ulos terrassille pääsisäänkäynnin viereen. Yöksi viileäallas siirrettiin sisälle. Virvoitusjuomavalikoimaan kuuluivat limsojen lisäksi kivennäisvesi, erilaiset makuvedet ja lähdevesi puolen litran muovipulloissa. Siirrettävä juoma-allas toi kaivattua lisätilaa juomille ja näkyvyyttä tuotteille.

Ulkoilijat ostivat erityisesti makuvesiä ja vichyä mukaan ja turistit sekä vierasveneilijät suosivat lähdevettä. Erityisesti veneilijät toivoivat valikoimaan lisäksi pieniä karkkipusseja, suklaapatukoita ja sipsejä. Lähimpään kauppaan on satamasta matkaa eikä vierasveneilijöillä ole autoa käytössä, joten pienimuotoiselle elintarvikevalikoimalle olisi saattanut olla myös kysyntää.

4.2 Hinnoittelu ja kassakone

Liiketoiminnan onnistumisen perusedellytys on oikea hinnoittelu ja oikein mietitty hinta on tärkeä kannattavuutta, kysyntää ja kilpailua ohjaava tekijä (Heikkilä & Saranpää 2009, 87). Hinta on kuitenkin usein erilaistumisen vihollinen, ja erilaisuuden tulisi olla jonkin arvoinen, jolloin se kannustaa asiakasta maksamaan tuotteesta hieman enemmän tai ainakin yhtä paljon (Hafrén & Trout 2003, 65).

Hinnoittelu haluttiin pitää koko tuotevalikoimassa maltillisena, ja hinnat noudattelivat Bar Cafe Kuohun hintatasoa.

Aalto Terassin kassakone oli Bar Cafe Kuohun vanhempi kassalaite, jonne ohjelmoitiin valmiiksi tuotteet, tuoteryhmät ja hinnat. Suurimmalle osalle tuotteista ohjelmoitiin tuotenimen alle pikanäppäin ja valmis hinta. Jäätelöille ja virvoitusjuomille olisi kannattanut tehdä kassakoneeseen omat pikanäppäimet, sillä ne olivat päivittäin myydyimpiä tuotteita. Tuotteet olisivat myös erottuneet paremmin myyntiraportista, jossa ne nyt näkyivät kaikki avoimen veden alla. Pikanäppäinten järjestys kassakartassa olisi voinut olla selkeämpi ja tuoteryhmittely sekä värit olisivat voineet erottua paremmin toisistaan.

4.3 Varastotila

Liiketoiminnassa varastoja tarvitaan turvaamaan yrityksen toimintaa ja asiakaspalvelua esimerkiksi tuotevarastolla, ja varastointi onkin oleellinen osa liiketoimintaa ja logistiikkaa. Varastointi ei ole kuitenkaan yrityksille ilmaista, koska tarvitaan varastotiloja, joiden rakentaminen, vuokraaminen tai käyttö, kuten sähkö maksavat. Varastoinnista aiheutuu käsittelykustannuksia, ja tavarat on jo maksettu yrityksen rahoista ja näin varastoihin sitoutuu yrityksen varoja, jotka ovat pois varsinaisesta liiketoiminnasta. (Karhunen, Pouri & Santala 2008, 305.)

Heti alkuun kävi ilmi, ettei toimitilasta löytynyt riittävästi varastotilaa juomille ja tyhjille pulloille. Ratkaisuksi vuokrattiin Ramirent-varastokontti, joka sijoitettiin pihalle toimitilan ulkopuolelle. Erillisen lisävarastotilan hankinta oli hyvä ratkaisu, sillä ilman konttivarastoa päivittäinen liiketoiminta olisi ollut mahdotonta. Konttiin sijoitettiin juomat, juomakorit, Palpa-pullonpalautuspussit sekä juomien viileäkaappi ja pakastin jäätelöille. Kaapissa säilytettiin käsivarasto viilennettäville juomille kuten lonkerot ja siiderit, jotta ne saatiin tarvittaessa suoraan varastosta kylminä myyntiin. Tyhjät oluttankit säilytettiin ulkona varaston takana, josta ne palautuivat Hartwall-tavarakuorman mukana pois.

Baarin myyntitilan uusi viileäkaappi rikkoutui heti toiminnan alussa, ja ainoaksi kylmätilaksi jäi varastokontin kylmäkaappi. Baaritalan lämpimään kaappiin sijoitettiin näkyville näytepullot ja samanlainen kylmä tuote käytiin hakemassa varastokontin viileäkaapista. Asiakkaat ihmettelivät erikoista järjestelyä, mutta vaihtoeh-

toja ei ollut, sillä Hartwall ei pystynyt toimittamaan uutta viileäkaappia rikkoutuneen tilalle koko kesän aikana. Myöskään kaappien vaihtaminen keskenään ei onnistunut, sillä ei uskallettu ottaa enää sitä riskiä, että ainoa toimiva kylmäkaappi varastossa rikkoutuu siirrettäessä. Samaan aikaan rikkoutui myös jääpalakone, ja jäät jouduttiin tuomaan päivittäin kylmälaukussa Bar Cafe Kuohusta, joten kylmien juomien tarjoaminen oli laitevioista johtuen haasteellista.

5 Aukioloajat ja henkilöstö

Ennen toiminnan alkua sovittiin, että Aalto Terrassin aukioloajat olisivat yhtenäiset Newport Imatran kanssa sekä säästä riippumattomat. Ajatus oli, että asiakas voi luottaa siihen, että paikka on avoinna joka päivä säätilasta tai viikonpäivästä riippumatta. Aukioloajaksi sovittiin klo 10–22 joka päivä. Aluksi aukioloaika koettiin sopivaksi, mutta etenkin iltaisin sadesäällä aukioloaika oli liian pitkä suhteessa myyntiin ja asiakasmäärään. Aamuisin potentiaaliset kahviasiakkaat olivat jo käyneet kilpailijalla aamukahvilla tai odottivat jo ennen klo 10 terassilla ovien avaamista. Avaaminen klo 9 olisi ollut kannattavampaa kuin viimeisten iltatuntien pitäminen tyhjiltään. Alueella liikkuu paljon ulkoilijoita, lenkkeilijöitä, pyöräilijöitä ja koiran ulkoiluttajia, jotka ovat liikkeellä jo aikaisin aamusta. Näitä asiakkaita olisi palveltu paremmin aikaisemmalla aukioloajalla.

Meretniemi ja Ylönen (2008, 18.) kirjoittavat Yrityksen Perustajan Käsikirjassa, että yritystoiminnan tarkoitus on tuottaa voittoa työprosessilla, jossa ihmisten kykyä, osaamista ja luovuutta käytetään hyödyksi tuottamaan palveluja, jotka tyydyttävät asiakkaiden tarpeita. Säävaraus aukioloajoissa olisi säästänyt huomattavasti henkilöstökuluja. Tahtotila palvella päivittäin pitkillä aukioloajoilla osoittautui yrittäjälle kustannuksiltaan kalliiksi ratkaisuksi.

Henkilöstösuunnittelun ja työvoimakulujen hallinnalla on iso rooli ravintola-alalla, jossa työvoimakulujen osuus kustannuksista on erittäin suuri. Työvuorolistojen suunnittelussa pitäisi ottaa huomioon, että työvuoroon tulevien työntekijöiden työtuntien määrä vastaisi mahdollisimman hyvin oletetun myynnin määrää eli työtunnin hintaa. Tuloksenteon paineiden alla olisi tärkeää muistaa hyvän henkilöstön positiivinen vaikutus yrityksen tulokseen. Henkilöstön hintalaatusuhde liittyy olennaisesti työtunnin hintaan, joten halvin työntekijä ei ole tuloksen tekemisen

kannalta välttämättä paras vaihtoehto. On myös ymmärrettävä ja hallittava liiketoimintansa erityispiirteet, jotta voi hallita työvoimakuluja. (Heikkilä & Saranpää 2009, 99.)

Vierasveneilijöitä ajatellen aukioloaika oli sopiva, sillä veneilijöitä saapui vielä myöhään illalla. Loppukesästä ja iltojen pimetessä veneilijät saapuivat jo aiemmin satamaan. Elokuussa koulujen alkaessa aukioloaikoja supistettiin. Yhtenäisten kiinteiden aukioloaikojen noudattaminen kahden eri yrityksen tarpeita ajatellen oli haasteellista. Vierasvenepalvelut ja veneilijöiden tarpeet ja toiveet aukioloajoissa täytyi myös ottaa huomioon. WC-tilan oveen olisi ollut tarpeen asentaa numerokoodi tai muu ratkaisu, että vierasveneillä yöpyjät olisivat päässeet käyttämään tilaa myös yöllä ja aukioloaikojen ulkopuolella.

Kiinteää aukioloaikaa arkisin sekä sunnuntai-aukioloaikoja pitäisi tarkastella henkilöstökuluiltaan kustannustehokkaammin sekä mainita aukioloaikojen yhteydessä säävaraus. Joustava aukiolo vaatii henkilöstöltä pelisilmää sekä tilannettajua, kun täytyy tehdä ratkaisu ravintolan aukiolosta sääolosuhteisiin liittyen.

Työvuorolista on laadittava etukäteen niin, että se asetetaan työntekijöiden nähtäville ilmoitustaululle tai muuhun vastaavaan paikkaan vähintään viikkoa ennen kolmiviikkoisjakson alkamista, ellei työpaikkakohtaisesti 30 §:n mukaisesti toisin sovita. Työvuorolistaa ei saa muuttaa ilman työntekijän ja työnantajan suostumusta. (Palvelualojen ammattiliitto PAM ry ja Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. 2014. 9§.)

Aalto Terassin työvuorot laati yrittäjä Bar Cafe Kuohun kanssa samalle työvuorolistalle, johon Aalto Terassin työvuorot oli merkitty A-kirjaimella. Työvuorolista oli nähtävillä vain Bar Cafe Kuohussa, ja sen seuraaminen vaati työntekijöiltä oma-toimista aktiivisuutta. Työvuorojen muutokset aiheuttivat epäselvyyttä työvuoroissa.

Toimiva tiedonkulku on toimivan työyhteisön kannalta perusedellytys, jossa on usein paljon parantamisen varaa. Työntekijöiden pitäisi voida luottaa siihen, että he saavat tietoa, jolla on merkitystä heidän työhönsä liittyvien asioiden kannalta ja työpaikalla olisi hyvä olla toimivat väylät tiedonkulkuun. Jos työntekijät kokevat, etteivät he saa omaa työtään koskevaa tietoa, niin se on työyhteisön toimivuuden ja töiden sujumuuden kannalta huono asia. Yrityksen sisäisellä viestinnällä raken-

netaan tiedonkulkua ja vuorovaikutusta sekä parannetaan töiden sujuvuutta. (Österberg 2015, 194.)

Työntekijän perehdyttämisellä tarkoitetaan yleisesti niitä asioita, joiden avulla työntekijä saadaan mahdollisimman nopeasti osaksi työyhteisöä, organisaatiota ja sidosryhmiä sekä samalla oppimaan omat työtehtävänsä. Perehdyttämistä tarvitaan uusille työntekijöille, mutta myös silloin kun henkilö vaihtaa työtehtäviään tai työpistettä yrityksen sisällä. Yrityskuva on mielikuva yrityksen henkilöstöstä, palveluista ja tuotteista, ja siksi on vaikeaa muuttaa henkilön kokemaa negatiivista mielikuvaa tai kokemusta positiiviseksi. Yrityksestä saatu positiivinen mielikuva on tärkeää, ja sen vuoksi ei ole yhdentekevää, miten harjoittelijoiden, kesäapulaisten ja muiden lyhytaikaisten työntekijöiden perehdyttäminen hoidetaan. (Österberg 2015, 115, 118.)

Työntekijän motivaatio ja sitoutuminen työhön on haastavampaa, jos työvuoroja on toimipisteessä vain muutama koko kesänä. Työntekijän pitäisi kokea työvuoro Aalto Terrassilla yhtä tärkeäksi kuin päätoimipisteessä työvuoron tekeminen. Satamatoimistosta vastaavat henkilöt huomioivat myös työntekijöiden vaihtuvuudesta johtuvat haasteet. Asiakkaat kokivat mieluisaksi sen, että toimipisteessä työskenteli samoja tuttuja kasvoja kuin Bar Kuohussa ja asioiminen oli näin ollen helpompaa.

5.1 Työvaatetus

Alun perin oli mietitty, että työpaitojen teema on satamaan sopiva merihenkisyys. Työpaidat olivat sinivalkoraidallisia trikoopaitoja. Lisäksi hankittiin sinivalkoiset neuletakit. Sataman vaihteleisiin sääolosuhteisiin olisi tarvittu myös lämmin huppari ja pipo. Pipossa ja hupparissa, kuten myös työpaidassa voisi olla Aalto Terrassin logo printit niin työntekijä erottuisi selkeämmin henkilökunnaksi. Erityisesti vierasveneitä ja veneilijöitä vastaanottaessa tämä olisi ollut tarpeellista.

Yhtenäinen asianmukainen vaatetus on myös yrityksen imagon kannalta positiivinen signaali asiakkaalle. New Port Imatra käytti työpaikalla omalla yrityksen logolla varustettuja paitoja ja takkeja. Sataman työtoiminta-alue on suhteellisen laaja, joten erottautuminen yrityksen logolla on huomion kannaltakin tärkeää.

5.2 Työergonomia

Myyntitiskin korkeus olisi voinut olla huomattavasti matalampi sekä työntekijää että asiakasta ajatellen. Myyntitiskin päälle asetettu kassakone oli niin korkealla, että kassalippaan avautuessa lipas osui lyhempää työntekijää kaulan korkeudelle. Kassakoneen näyttö oli niin ylhäällä, ettei bongattuja summia ja loppusummaa nähnyt ilman, että kurottautui varpaisilleen. Tiskin korkeutta ei enää jälkeinpäin voinut madaltaa, vaan ensiavuksi ostettiin korokejakkara.

Päivittäisessä työskentelyssä kapea korokejakkara osoittautui käytössä hankalaksi, ja koroke siirrettiin wc-tiloihin. Korokejakkara sai myöhemmin kiitosta lapsiperheiltä. Asiakkaat kommentoivat myös myyntitiskin korkeutta liian korkeaksi. Lyhyemmät asiakkaat ja lapset katosivat näkyvistä tiskin taakse ja tuotteiden ojentaminen oli hankalaa. Hanatuotteet oli sijoitettu niin, että työntekijä seisoi selin asiakkaaseen päin laskiessaan olutta, joten näkökontaktia ei ollut myyntitilaan eikä asiakkaaseen.

Toimitilan työpisteiden ja työtasojen etukäteissuunnittelu yhdessä työntekijöiden kanssa olisi helpottanut päivittäistä työskentelyä ja työergonomiaa. Mittasuhteiltaan pienessä työskentelytilassa työpisteiden sijoittelu toimivaksi on sujuvan työskentelyn kannalta erityisen tärkeää. Työpaikan ergonomian suunnittelulla pyritään kehittämään työtä ja työskentelyolosuhteita, joten työtilat, työvälaineet ja sekä hankinnat olisi järkevää suunnitella jo etukäteen sellaisiksi, että ne sopivat mahdollisimman monelle käyttäjälle. Näin vältetään usein kalliiden muutosten ja hankintojen tekemiseltä myöhemmin. Paras lopputulos onkin helppokäyttöinen ja toimiva ratkaisu mahdollisimman monelle työntekijälle. Osallistuvassa etukäteissuunnittelussa otetaan huomioon käyttäjien kokemukset ja parannusehdotukset, jotka edistävät työtilassa työskentelyä. Sopiva, toimiva työtila parantaa merkittävästi työsuoritusta ja työhyvinvointia. (Työterveyslaitos 2017.)

Toimitilassa ei ollut lainkaan ammattikäyttöön tarkoitettua astianpesukonetta. Kaikki lasit ja astiat pestiin käsin kylmällä vedellä toimivalla lasien huuhtelulaitteella, joka oli tarkoitettu lähinnä olutlasien huuhteluun, kevyeen pesuun ja viilentämiseen. Pesulaite on astianpesukoneen lisänä toimiva, mutta ammattiastianpesukonetta se ei korvannut. Laseja jouduttiin pesemään päivittäin käsin tiskial-

taassa eikä esimerkiksi kuohuviinilaseja voinut pestä pesulaitteessa, sillä ne rikkoutuivat. Lasien pesu oli aikaa vievää työtä ja kylmällä pesuainvedellä pestyt lasit piti useimmiten pestä vielä uudelleen. Pesulaitteen osat olisi ollut myös tarpeellista pestä ja desinfioida välillä ammattipesukoneessa. Olutlaseiksi vaihdettiin myöhemmin paksumpi tuoppi, joka kesti paremmin pinoamista, kulutusta ja käsinpesulaitetta. Ravintolassa täytyisi olla ammattikäyttöön tarkoitettu säädösten mukainen riittävän kuumalla vedellä toimiva astianpesukone. Konepesun suositeltava lämpötila tulisi olla +60-65 C° ja huuhteluveden lämpötila +80-85 C°. Kuumuus tuhoaa mikrobeja ja nopeuttaa astioiden kuivumista. Myös huuhtelukirkaste nopeuttaa astioiden kuivumista. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2016b.)

6 Liikeidea, markkinointi ja imagon rakentaminen

Aalto Terassin liikeideana oli tarjota alueen kilpailijoista poikkeava palvelukokonaisuus. Asiakaspaikat painottuivat terassille ja sisälle jätettiin vain muutamia asiakaspaikkoja. Toimipisteen liikeideana oli tarjota ainoastaan juomatuotteita eikä ruokaa, poikkeuksena jäätelöt. Arvioitiin, että ympärillä on runsaasti ruokaa tarjoavia yrityksiä eikä näin ollen ruokatuotteille ole tarvetta. Päätöstä tuki myös Bar Cafe Kuohun liikeidea, joka perustuu vain juomatuotteiden myyntiin. Painotus oli ehkä liikaa jo toimivan yrityksen ideologian mukainen uutta toimipistettä suunniteltaessa. Toisaalta täysin uudenlaisen liiketoiminnan pohjana oli helpompi käyttää jo olemassa olevan yrityksen tietotaitoa. Toimipisteen päivittäisessä toiminnassa asiakkaiden mielikuvat, toiveet ja tuotevalikoima eivät kuitenkaan kohdanneet toisiaan odotetulla tavalla.

Yrittäjän ehdotuksesta Aalto Terassin äänimaailman teema oli kesäinen terassi Saimaan rannalla ilman musiikkia ajatuksena kuunnella ympäröivää luonnonrauhaa. Todellisuudessa ympäristössä oli koko kesän jatkunut maanrakennustyömaan ja maansiirtokoneiden aiheuttama meluhaitta. Lammassaaren kärki on myös suosittu huviajelureitti ja Kahvila Kolmen Ankkurin luona käydään kääntymässä autoilla, mopoilla ja moottoripyörillä. Vieressä sijaitti lisäksi veneiden vesille laskualue, joka lisäsi alueen raskasta liikennettä sekä melua, joten hiljainen luonnonrauha ei toteutunut käytännössä. Asiakkaat kommentoivat myös sitä,

että vierekkäisissä pöydissä istuttaessa ei ollut yksityisyyttä, kun kuuli tahtomattaan naapuripöytien keskustelut. Taustamusiikkia terassille pyydettiin asiakkaiden puolesta päivittäin. Taustamusiikin soittamisesta ravintolatiloiissa esimerkiksi radion välityksellä aiheutuu yritykselle Teostomaksu.

Hiljaisuuden voimaa ei kannata väheksyä, sillä hiljaisuus rauhoittaa ja vahvistaa läsnäoloa, mutta hiljaiset hetket voimistavat myös äänten merkitystä. Ääntä voi hyödyntää palvelukokemuksessa, joka muodostuu puheesta, musiikista ja äänitehosteista. Puhe tapahtuu läsnä olevassa hetkessä, jossa mukana ovat myös luonnolliset äänet esimerkiksi muiden asiakkaiden, luonnon ja liikenteen synnyttämät äänet. Kannattaa miettiä, millainen äänimaailma tukee yrityksen tarinan tunnelmaa. (Kalliomäki 2014, 138-139.)

Aalto Terassin ulkoterassille asiakkaat toivoivat erilaisia tapahtumia, esimerkiksi elävää musiikkia, juhannustanssit, trubaduurin tai muita aktiviteetteja, jotka olisivat tuoneet myös näkyvyyttä ulospäin. Juhannuksena grillattiin terassilla makkaroitu, joita asiakkailla oli mahdollisuus ostaa mukaan tai nauttia terassilla. Tapahtuma yllätti asiakkaat positiivisesti. Grilliä ja grillausmahdollisuutta olisi voinut hyödyntää ja markkinoida kesän aikana enemmänkin. Myytävänä olisi voinut olla grillimakkaroitu, joita asiakkaat olisivat halutessaan voineet ostaa ja paistaa itse kaasugrillissä.

Asiakkaat kommentoivat yrityksen näkymättömyyttä ulospäin muun muassa sillä, että ulkokyltit eivät kiinnittäneet tarpeeksi ohikulkijoiden huomiota ja jos terassilla ei ollut muita asiakkaita tuli tunne, että paikka on suljettu. Tuulisella sadesäällä jouduttiin pitämään ulko-ovi suljettuna ja syntyi vaikutelma, että terassi ja sata-matoimisto ovat kiinni. Jonkinlainen aukiolosta kertova kauas näkyvä signaali, esimerkiksi led-valomainos, olisi ollut tarpeellinen. Terassin ulkokaiteeseen voisi myös kiinnittää led-valonauhaa, jolloin huomio kiinnittyisi terassille iltaisin ja pimeällä. Ilta-pimeässä ainoat valot olivat vastarannalla Satamaravintola Nuotassa, ja Aalto Terassi näytti ilman ulkovalaistusta siltä, kuin se olisi suljettu. Parempi näkyvyys kiinnittäisi myös Saimaalta tulevien veneilijöiden huomion. Toimipisteen katolla oleva New Port Imatra valomainos ja terassin kaiteeseen kiinnitetty Aalto Terassi lakana eivät yksistään riittäneet kertomaan asiakkaalle, mitä paikassa on tarjolla ja onko se auki.

6.1 Markkinointi

Aalto Terassilla markkinointilauseena oli Virkisty Satamassa, mutta tarkemmin ei mainoksissa mainittu tuotteista tai palveluista. Etenkin anniskelu-oikeuksista kertominen olisi ollut tärkeää heti toiminnan alkaessa. Lehti-ilmoittelua olisi voinut olla näkyvyyden kannalta heti alussa useammin ja myöhemmin kesällä muutamia kertoja muistutuksena yrityksen olemassaolosta. Yrityksen koko kohderyhmää pelkkä Facebook-näkyvyys ei tavoittanut, sillä sivuja seurasi pääsääntöisesti Bar Cafe Kuohun asiakkaat.

Asiakkaiden osoittama mielenkiinto uutta yritystä kohtaan oli havaittavissa jo rakennusvaiheen aikana toukokuussa ja avajaisista kyseltiin etukäteen päivittäin. Moni asiakas pettyi, kun Aalto Terassin avajaisia ei vietetty vaan toiminta lähti käyntiin vaivihkaa eikä minkäänlaista avajaistapahtumaa pidetty. Samalla menetetttiin mahdollisen uuden asiakaskunnan alkunnostus ja medianäkyvyys. Facebook päivityksiä olisi voinut tehdä huomattavasti useammin ja olla yhteydessä suoraan toimipisteen työntekijöihin, jotka olivat mukana yrityksen päivittäisessä arjessa ja tapahtumissa. Helpoin ratkaisu tähän olisi ollut antaa päivitysoikeus pääasiassa Aalto Terassilla työskentelevälle henkilölle.

Kun yritys lähtee sosiaaliseen mediaan olisi hyvä miettiä mihin virtuaalisella läsnäololla pyritään ja kuinka toimitaan virtuaalimaailmassa. Mihin yrityksen ydinprosessiin sosiaalinen media liittyy ja mitä tietoa siellä jaetaan ja kuinka asiakkaiden keskusteluihin reagoidaan. Etukäteen kannattaa myös miettiä se, kuka tekee ja tuottaa tietoa sekä ottaa kantaa verkossa pyöriin kuluttajien keskusteluihin. On erittäin tärkeää valita tehtävään oikeat vastuhenkilöt, sillä riskit sosiaalisessa mediassa ovat samankaltaiset kuin perinteisessä viestinnässä. (Tuominen 2013, 148.)

Katujunan pysähdyspaikka sijaitsi suoraan Aalto Terassin edessä, joten katujunan kulkureittiä ja päätepysäkkiä olisi voinut hyödyntää markkinoinnissa huomattavasti enemmän. Aalto Terassin mainos katujunan kyljessä olisi tuonut lisää potentiaalisia asiakkaita. Bar Cafe Kuohussa olisi voinut olla katujunan reitti ja aika-tila sekä Aalto Terassin info samassa esitteessä. Katujunan kyydissä saapui Aalto Terassille asiakkaita, jotka tulivat taksin sijasta sataman ravintoloihin katu-

junalla. Asiakkaat hyödynsivät hovin ja hyödyn viettämällä muutaman tunnin terassilla ja poistuivat takaisin keskustaan paluu junalla. Junan lähtöpaikka sai positiivista palautetta asiakkailta. Junaa sai odottaa rauhassa terassilla juoman kera, kun lähtöpaikka sijaitsi aivan terassin portaiden vieressä. Suurin osa asiakkaista ei ollut tietoisia junan kulkureitistä ja olivat positiivisesti yllättyneitä tästä erilaisesta mahdollisuudesta kulkea satamaan. Erityisesti vierasveneilijät olivat ilahtuneita mahdollisuudesta päästä katujunalla keskustaan ja takaisin satamaan taksia edullisemmin, joten tätä mahdollisuutta markkinoinnissa kannattaa harkita seuraavana kesänä etenkin, kun junan lähtöpaikka Imatrankoskelta palaa toivottavasti takaisin entiselle paikalleen Olavinkadulle.

Ulkomainoskytissä olisi voinut näkyä paremmin esimerkiksi Hartwall-alkoholituotteiden logoja, jotta asiakas olisi voinut muodostaa oikeamman kuvan tuotevalikoimasta. Sohvaryhmän keskellä oli iso aurinkovarjo, jossa näkyi siiderilogot, mutta tuulisella säällä varjo jouduttiin pitämään kiinni. Toimitilan toisella puolen olisi voinut olla samanlainen iso Hartwall-aurinkovarjo, jolloin näkyvyys Lammasaarentielle olisi ollut parempi. Samalla varjo olisi toiminut myös sateensuojana. Moni asiakas halusi istua ulkona terassilla, vaikka satoi ja toinen suojaisa istuinryhmä olisi ollut tarpeen. Vaihtoehtoisesti saman puolen puisen istuinryhmän yläpuolelle voisi laittaa kevyen katoksen sateen ja tuulen suojaksi. Lammasaarentien puoleinen talon ulkoseinä suojasi vähän tuulelta, mutta ei sateelta.

Yrityksen löydettävyydessä markkinoinnin keskeisin asia on ohikulkijan mielenkiinnon herättäminen, josta olennainen osa on hyvin valittu sijainti. Hyvä sijainti ei silti yksinään riitä, vaan niin sanotun näyteikkunan on oltava ulospäin tarpeeksi houkutteleva ja viestittää selkeä signaali yrityksen identiteetistä. Kun signaali on tarpeeksi vahva ja herättää potentiaalisen asiakkaan mielenkiinnon, niin ensimmäinen askel kohti ostopäätöstä on jo syntynyt. Tämän jälkeen ovat vuorossa yrityksen sisäiset yksityiskohdat, kuten sisustus, tuotteiden sijoittelu, yleinen ilmapiiri ja tunnelma sekä henkilöstön ystävällisyys ja palvelualltius. Mikäli kaikki palaset loksahdavat kohdalleen on hyvinkin todennäköistä, että ohikulkija saattaa sortua heräteostokseen ja poiketa ostoksille myöhemmin myös uudelleen. (Niemi & Sekki 2016, 183-184.)

6.2 Segmentointi

Aalto Terassi haluttiin profiloida lapsi- ja lemmikkiystävälliseksi ravintolaksi, jonne on helppo tulla. Asiakkaan tarpeiden huomioimisessa ovat neljä tärkeää ydinkysymystä: Kuka ostaa minulta? Mitä pitää tehdä, että he ostavat minulta? Mitä pitää tehdä, että he ostavat myös uudestaan minulta? Onko estettä, etteivät he voi ostaa minulta? Lammassaaren alue on suosittu ulkoilualue, ja moni lenkkeilijä liikkuu satamassa koiran tai koirien kanssa, ja myös veneilijöillä sekä turisteilla oli useasti lemmikkejä matkassa mukana. Aalto Terassille oli mahdollisuus tulla asiakkaaksi lemmikkieläinten kanssa, joille oli myös tarjolla vesiastia ja koiran herkkupaloja. Lemmikkieläinten kanssa asioineet asiakkaat arvostivat sitä, että terassilla huomioitiin koirat sekä ihmiset. (Ahto, Kahri, Kahri & Mäkinen 2016, 81.)

Liikuntaesteiset asiakkaat otettiin huomioon jo rakennusvaiheessa, kun terassille rakennettiin esteetön sisääntuloramppi. Käyttäjryhmien huomioon ottaminen tekniikan, tilojen ja toimintaa suunniteltaessa on esteettömyyttä, joka lisää tas-arvoa ja laajentaa käyttäjäkuntaa (Työterveyslaitos 2017). Rampista oli myös helppo tulla terassille rattaiden ja lastenvaunujen kanssa. Kesän aikana terassille muodostui vakioasiakkaita, jotka tulivat kahville ja jäätelölle esteettömän sisääntulon vuoksi. Auto oli helppo parkkeerata aivan sisääntulon viereen, josta pääsi pyörätuolin tai avustajan kanssa suoraan terassille. Näille asiakkaille oli myös pöytiintarjoilun mahdollisuus asioimisen helpottamiseksi heidän näin halutesaan.

6.3 Imago

Aalto Terassin imagon kohdalla ei onnistuttu ennakkoon toivotulla tavalla. Yritykselle on positiivinen asia suosittu ja tunnettu imago, joka tarkoittaa asiakkaiden mielikuvaa yrityksestä. Liiketoiminnan käynnistyttyä tuli selkeästi ilmi, että Bar Cafe Kuohusta muodostettu mielikuva ei toiminut uuden toimipisteen kohdalla. Aalto Terassia kutsuttiin Bar Cafe Kuohun pikkuveljeksi, joka saattoi aiheuttaa mielikuvan, että uusi toimipiste on identtinen versio Bar Cafe Kuohusta. Bar Cafe Kuohun asiakkaat odottivat saavansa Aalto Terassilta samoja tuttuja juomatuotteita, kuin Bar Cafe Kuohussa on tarjolla, joten tietoinen valinta erilaisesta tuote-

valikoimasta ei tyydyttänyt kaikilta osin näitä asiakkaita. Terassi ilman musiikkia ihmetytti myös Bar Cafe Kuohun taustamusiikkiin ja live-esiintymisiin tottuneita asiakkaita. Tästä huolimatta yrityksen johdon ei välttämättä pitäisi yrittää yhden mukaistaa kaikkien toimipisteiden imagoa, sillä yrityksen imago vaikuttaa myös toisiin yksiköihin. (Grönroos 2015, 397.)

Yrityksen näkyvyys ja etenkin sen puute osoittautui kesän aikana monessa suhteessa ongelmalliseksi yrityksen imagolle. Uuden yrityksen tulosta alueelle kerrottiin etukäteen paikallislehden artikkeleissa. Paikallislehdessä oli ennen avausta yksi ilmoitus. Bar Cafe Kuohun Facebook-sivuilla kerrottiin Aalto Terrassin avautumisesta ja myöhemmin Aalto Terrassille luotiin oma sivusto.

Veneilijöillä ei ollut etukäteen luotuja ennakko-odotuksia Aalto Terrassista, joten mielikuva oli erilainen kuin Bar Cafe Kuohun asiakkailta jotka kävivät asioimassa uudessa toimipisteessä. Bar Cafe Kuohun asiakkaat olivat jo tottuneet siihen, että tarjolla ei ole mitään syötävää, kun taas veneilijät ja erityisesti vierasveneilijät toivoivat kahvin lisäksi kahvileipää ja sämpylöitä. Yritystoiminnan tulisi alkaa siitä, että on aito halu tuntea ja ymmärtää asiakkaan tarpeet sekä mitä asiakkaat toivovat ja kuinka ne saataisiin muotoiltua myytäviksi tuotteiksi tai palveluiksi (Ahto ym. 2016, 82). Asiakkaita ohjattiin Kahvila Kolmeen Ankkuriin pullakahville ja sämpylä ostoksille, joka laski yrityksen imagoa sekä kassatuloja. Erityisesti vierasveneilijät olisivat halunneet käyttää enemmän Aalto Terrassin palveluja, sillä he olivat valmiiksi jo asioimassa samassa tilassa olevan Newport Imatran kanssa. Lähistöllä ei ole ruokakauppaa, joten veneilijöiden tarve ostaa sämpylöitä tai muuta syötävää oli näin ollen ymmärrettävää.

Yrityksellä oli kaikkien anniskelujuomien anniskelulupa, mutta se ei valitettavasti välittynyt asiakkaiden Aalto Terrassista luotuun mielikuvaan, vaan useimmiten terrassia luultiin pelkäksi jäätelökioskiksi. Näkyvä jäätelöiden ulkomainonta kuitenkin tehoi heräteostajiin, jotka jäätelön lisäksi ostivat kahvia tai virvoitusjuomia. Asiakkaat reagoivat positiivisesti siihen, että paikassa olikin A-oikeudet ja kattava alkoholivalikoima. Samalla asiakkaat harmittelivat sitä, että he eivät tienneet asiasta aikaisemmin. Nämä asiakkaat olisivat valinneet Aalto Terrassin kilpailijan sijaan, jos signaali anniskelupaikasta olisi ollut tehokkaampi. Alkoholituotteiden hinnoittelu oli asiakkaiden mielestä edullinen ympäristön kilpailijoihin verrattuna.

Kohtuulliset hinnat ja laadukkaat tuotteet toivat yritykselle positiivista asiakaspalautetta. Anniskeluoikeudet olisi ollut tärkeää kertoa yrityksen ulkoisessa näkyvyydessä asiakkaalle, joka teki valinnan mielikuvan perusteella.

7 Kahden erilaisen yrityksen yhteistyö

New Port Imatra halusi nimenomaan Ravintola Kolme Härkää Oy:n mukaan ravintoloitsijaksi sekä vuokralle satamatoimiston tiloihin tukemaan omia palveluitaan. Toimitila jaettiin ja rakennettiin yhteistyössä kummankin osapuolen toiveita ja tarpeita ajatellen. Kumpikin yritys vastasi itsenäisesti omasta liiketoiminnastaan, mutta apua pyrittiin antamaan päivittäisessä toiminnassa tarpeen mukaan. Yhteinen tahtotila oli, että veneilijät sekä terassiasiakkaat saisivat tasavertaista ja hyvää palvelua samassa toimitilassa.

Aalto Terassin työntekijät hoitivat päivittäin satamatoimistolle kuuluvia työtehtäviä, muun muassa vierasvenepalveluissa. Satamatoimistosta vastaavat joutuivat työskentelemään paljon ulkoalueella, joten järjestely oli asiakkaiden ja satamatoimiston kannalta toimiva ratkaisu. Ongelmatilanteissa satamatoimiston henkilöt olivat aina puhelimitse tavoitettavissa. Toimipisteessä ei ollut Aalto Terassin tai Newport Imatran työpuhelin, vaan työasioihin liittyvät puhelut soitettiin työntekijöiden henkilökohtaisista puhelimista.

Yhtenäiset aukioloajat eivät välttämättä palvelleet kahta eri yritystä tasapuolisesti etenäkään sadepäivinä, kun terassilla ei ollut ravintola-asiakkaita. Tällaisina päivinä Aalto Terassin työntekijä teki enemmän satamatoimistolle kuuluvia työtehtäviä kuin Aalto Terassin. Loppukesästä aukioloaikoja supistettiin, mikä aiheutti yhteisessä tilassa toimimiselle haasteita. Satamatoimiston työntekijät tulivat paikalle ennen Aalto Terassin työntekijää, ja asiakkaita oli ostoksilla ennen kuin Aalto Terassi oli auki. Toimipisteessä oli ovi auki ja tuotteet esillä, mutta niitä ei voinut myydä, koska Aallon työntekijä ei ollut vielä työssä. Osa asiakkaista jätti satamatoimiston henkilölle tasanahan ja sai mukaansa kahvin tai virvokkeen, mutta alkoholituotteita ei voinut myydä, koska anniskelusta vastaavaa henkilöä ei ollut paikalla. Tilanne oli kaikille osapuolille kiusallinen, sillä asiakas ei voinut tietää, että paikka on auki, mutta tuotteita ei pystytty myymään. Aukioloaikoja ja työvuoroja olisi pitänyt miettiä johdonmukaisemmin, jotta tällaisilta tilanteilta olisi

vältytty. Pettynyt ja tyhjin käsin poistunut asiakas on myös yrityksen imagolle haitallinen. Tuotevalikoimaan satamatoimisto olisi toivonut kahvileipää ja sämpylöitä, mutta ravintoloitsija ei toiveista huolimatta halunnut ottaa niitä tuotevalikoimaan aloituskesänä. Niiden puuttumista valikoimasta jouduttiin selittämään harmistuneille asiakkaille päivittäin.

Satamatoimiston yhteydessä ei ollut vielä ensimmäisenä kesänä suihkua tai saunaa. Asiakkaat ohjattiin Imatran Kylpylään, jonne oli sovittu vierasvenehinta. Kuittia vastaan vierasveneasiakkaat pääsivät suihkuun 4 euron hinnalla. Järjestely ei miellyttänyt kaikkia vierasveneasiakkaita ja pettymystä purettiin Aalto Terassin henkilökuntaan. Vuorokausihintaa kommentoitiin liian korkeaksi suhteessa puuttuviin palveluihin. Osa venäläisistä asiakkaista luuli pääsevänsä kuittia vastaan viihdekylpylään, eikä pelkästään suihkuun. Lapsiperheet kokivat kävelymatkan kylpylään liian pitkäksi, joten lainattavat tai vuokrattavat polkupyörät olisivat helpottaneet liikkumista alueella. Vierasvenelaituri sijaitsi aiemmin Imatran Kylpylän rannassa ja veneilijöillä oli vielä epätietoisuutta vieraslaiturin uudesta sijainnista. Selkeämmät sekä näkyvämmät merkinnät vierasvenelaiturin uudesta paikasta olisivat helpottaneet veneilijöiden satamaan saapumista.

Palaute ja kehitysehdotukset

New Port Imatran ja Aalto Terassin toiminnan aloitus oli haasteellinen, sillä yritystoiminta laitettiin käyntiin nopealla aikataululla ja kirjaimellisesti tyhjältä tontilta. Rakennusaikataulu oli tiukka, ja kaikkea ei saatu vielä ensimmäisenä toimintakautena valmiiksi. Satama-alueella tehtiin samaan aikaan kunnallistekniikkaan liittyviä rakennustöitä, jotka haittasivat päivittäistä liiketoimintaa. Toimipaikkaan jouduttiin tekemään sähkö- ja vesijohtotyöt samanaikaisesti Aalto Terassin toimitalan rakentamisen kanssa, mikä aiheutti viivästyksiä ja haastavia tilanteita yrittäjistä riippumattomista syistä. Väliaikaisia ratkaisuja oli pakko tehdä, jotta toiminta saatiin käyntiin. Alkutilanteen vaikeudet saatiin kuitenkin voitetuksi kaikkien osapuolten yhteisellä työpanoksella. Yritystoiminnan alkumetrieni haasteellisuus näkyi muun muassa sillä, että asiakkaille saattoi tulla kuva täysipainoisen panostuksen puuttumisena liiketoimintaa kohtaan.

Parannusehdotuksia seuraavalle toimikaudelle on luultavasti ja toivottavasti molemmilla osapuolilla. Erityisesti henkilökuntaa tulisi kuunnella, sillä tätä yleensä aliarvioidaan asiakastiedon kerääjänä. Yhteinen tahtotila, toiveet ja pelisäännöt olisi hyvä sopia riittävän ajoissa ennen uuden toimintakauden alkua. Yhteinen kehityskeskustelu ja ajatustenvaihto yrittäjien ja henkilöstön kesken lisääisi luottamusta ja työmotivaatiota tulevalle kaudelle. Lisäksi yritysten johdon tulisi muistaa, ettei liiketoimintaa tehdä itselleen, vaan asiakkaille. (Ahto ym. 2016, 85.)

Asiakkaiden antamaa palautetta ensimmäisen kesän ajalta pitäisi kuunnella herkällä korvalla, sillä tämä toimii pohjana toiminnan ja tarjonnan kehittymiselle. Kaikkia ei voi miellyttää, mutta kehittämistyötä riittää vielä tulevanakin kesänä. Asiakaspalautteen tulisikin olla yrityksille myönteinen eikä kielteinen asia, huolimatta siitä, onko palaute huonoa vai hyvää. Eri toiveita ja kehitysehdotuksia pitää ajatella myös oman liiketoiminnan kannattavuuden kannalta, vaikka toimitaankin yhteisessä toimitilassa. (Ahto ym. 2016, 82-83.)

Kompromisseja joudutaan tekemään, jotta kahden erilaisen yrityksen toiminta saadaan toimimaan saumattomasti. Niin sanottua win-win tilannetta, jossa kummatkin yritykset voittavat, ei ensimmäisenä kesänä vielä syntynyt (Weiser 2004, 3). New Port Imatra hyötyi Aalto Terassin työntekijöiden työpanoksesta, joiden työvoimakustannukset jäivät kokonaisuudessaan Ravintola Kolme Härkää Oy:n vastuulle. Aalto Terassin työntekijät hoitivat myynnillisesti hiljaisina aikoina päivittäin satamatoimistolle kuuluvia asiakaspalvelutehtäviä, kun Newport Imatran henkilöstö ei ollut paikalla, joten Aalto Terassin henkilöstökustannuksia voisi ehkä kompensoida jollakin tavalla yrittäjien kesken.

Kunnallistekniikka ja sataman ympäristön rakennustyöt ovat edenneet suunnitelmien mukaisesti. Satama-alueen ympäristö ei näytä enää keväällä 2017 pelkältä rakennustyömaalta, joten lähtökohta on ympäristön puolesta yritystoiminnalle huomattavasti parempi kuin aloitus keväänä 2016. New Port Imatra teki syksyllä 2016 päätöksen saunan ja suihkutilan rakentamisesta satamatoimiston rakennuksen yhteyteen. Vierasveneilijöiden viihtyvyyttä ajatellen tämä on merkittävä investointi. Oma sauna ja suihkutila sekä rauhallisempi ympäristö helpottavat huomattavasti päivittäistä liiketoimintaa ja lisäävät kaikin puolin asiakastytyvyyttä.

Asiakkaiden antama myönteinen palaute Aalto Terassin avaamista kohtaan alkuvaikeuksista ja sateisesta kesästä huolimatta kannustavat yritystoiminnan jatkamista kesänä 2017. Haasteellisuutta Newport Imatran ja Aalto Terassin yhteistyöhön tuo venepaikkojen uudesta kalliimmasta hinnoittelusta noussut julkinen kohu alkuvuodesta 2017 (Liitteet 2-5). Tulehtunut ilmapiiri venesatamassa ja negatiivinen asenne uutta satamaoperaattoria Newport Imatraa kohtaan, samalla tontilla Imatran Venekerhon luotsaaman kahvilan kanssa heijastuu luultavasti myös Aalto Terassin toimintaan yhteisessä toimitilassa. Muun muassa Uutisuoksen artikkelin mukaan Imatran purjehdusseurassa on pohdittu omaa venelaituria Lammassaareen, sillä laituripaikkahintoja pidetään järjettöminä. Lukija kommentoi myös, että venekerhon hallinnoimalle alueelle saa rakentaa vaikka lautamajan. (Meuronen 2017.)

Henkilöstön määrä ja työvoimakustannukset pitäisi suhteuttaa yhtenäisiin aukioloaikoihin paremmin. Yritysten päivittäisen toiminnan ja asiakastyytyvyyden kannalta tämä on ensiarvoisen tärkeä asia. Yrittäjälle tämä on myös iso kustannuskysymys, sillä uuden toimipisteen ylläpitäminen pitäisi olla kannattavaa liiketoimintaa, joka tuottaa voittoa ihmisten työpanoksella (Meretniemi & Ylönen 2008, 18). Myös Aalto Terassin työvuorolista olisi suositeltavaa pitää esillä Aalto Terassilla sekä Bar Cafe Kuohussa. Aalto Terassille olisikin käytännöllisempää laatia kokonaan oma työvuorolista, joka olisi esillä Aalto Terassilla sekä Bar Cafe Kuohussa tai toimittaa kopio listasta Aalto Terassille. Lisäksi, kun toimipisteen työvuoroissa ovat samat työntekijät koko kesän, niin työtehtävät ja asiakkaiden tarpeet on helpompi hoitaa, jolloin asioita ei tarvitse käydä joka kerta uudelleen läpi.

Aalto Terassilla pitäisi olla käytössä oma työpuhelin. Näin kaikki yrityksen päivittäiseen toimintaan ja tuotetilauksiin liittyvät asiat pystyttäisiin hoitamaan samasta puhelimesta, ja asiakkaiden ja tavarantoimittajien olisi helpompaa hoitaa yritykseen liittyvää asiointia. Yhteystiedoissa oleva yrittäjän henkilökohtainen puhelinnumero ei ole tarkoituksenmukainen esimerkiksi yrittäjän ollessa lomalla, vapaalla tai työskentelemässä toisessa toimipisteessä. Myös yrityksen imagon kannalta olisi parempi, että puhelinnumeroon vastaava henkilö on fyysisesti yrityksen toimipaikassa sen aukioloaikana. Asiakas haluaa monesti tietää jotain yrityksen liittyvästä päivittäisestä toiminnasta ja tavarantoimittaja haluaa olla yhteydessä

siihen henkilöön, joka fyysisesti vastaanottaa yrityksen toimipaikkaan tulevat tilaukset ja tuotteet.

Elintarvikkeiden lisääminen tuotevalikoimaan olisi runsaan asiakaspalautteen ja myynnin lisäämisen kannalta suositeltavaa. Tuotevalikoima olisi syytä miettiä harkiten, huomioiden toteutus- ja investointikustannukset. Toimipisteeseen joudutaan investoimaan sämpylöiden esillepanoon viileäkaappi ja raaka-aineiden säilytys vaatii myös kylmätilan, jotka täytyy sijoittaa jo valmiiksi ahtaisiin neliöihin. Kontissa sijainneet pakastin ja viileäkaappi kestivät rikkoutumatta kuumuuden, mutta yksi kylmälaite lisää ahtaassa tilassa voi olla liikaa, ellei konttiin saada ilmanvaihtoa. Myös elintarvike- ja hygienialupa-asiat täytyy ottaa huomioon päätöstä tehdessä.

Hinnoittelussa kannattaa ottaa huomioon kilpailijoiden vastaavat tuotteet ja pitää hinnat kilpailukykyisenä. Raaka-aineiden hankintapaikka ja toteutus käytännössä vaativat myös etukäteisharkintaa. Muun muassa kysymyksiin, miten ja mistä raaka-aineet hankitaan, kuka toteuttaa valmistuksen ja vaatiiko se muutoksia esimerkiksi työaikoihin, on syytä selvittää hyvissä ajoin ennen toiminnan aloittamista.

Toimipisteen sisälämpötila kohosi yöaikaan korkeaksi, sillä ilmalämpöpumppua ei pidetty säästösyistä öisin päällä. Tämä ongelma täytyisi ratkaista lämpötilan laskemiseksi, sillä se olisi tarpeen etenkin kylmälaitteiden rikkoutumisen ehkäisemiseksi. Uuden jäätelöaltaan tai viileäkaapin uusiminen keskellä sesonkia on haasteellista tai mahdotonta. Laitteiden rikkoutumisesta koituva haitta heijastuu suoraan päivittäiseen liiketoimintaan. Tämän voisi ratkaista esimerkiksi säätämällä ilmalämpöpumpun pienemmälle teholle yön ajaksi, jolloin tilassa ei ole henkilökuntaa.

Suodatinkahvin menekki oli huomattavasti suurempi kuin erikoiskahvien. Kahden keittimen ammattikäyttöön tarkoitettu kahvinkeitin olisi kahvin laatua ja tarjoilua ajatellen parempi kuin yksi peruskeitin. Astianpesukoneen puuttuminen hankaloitti päivittäistä työskentelyä, joten tämä olisikin tärkeä hankinta. Tämän sovittaminen tilaan saattaa olla haasteellista, mutta pakollista hygieniasta sekä helpottaakseen liiketoimintaa. Alkoholivalikoimaan olisi ensimmäisen kesän koke-

muksista johtuen syytä tehdä korjauksia. Juomavalikoimassa noin puolet oli turhaan hyllyssä, ja tiettyjä tuotteita asiakkaat kyselivät toistuvasti. Myös paljon kyselyjen tuotteiden tilaamista kesken toimikauden kannattaisi harkita sekä myynnin takia että asiakastytyvyyden vuoksi.

Markkinointiin ja yrityksen parempaan näkyvyyteen voisi panostaa enemmän. Katujunan kulkureittiä ja pääte pysäkin sijaintia terassin vieressä voisi hyödyntää paremmin, esimerkiksi asettamalla mainoksia pysäkkien läheisyyteen. Imatran kosken Koskenpartaan esiintymislavan uutta infotaulua voisi myös hyödyntää tehokkaasti Aalto Terassin markkinoinnissa jo keväällä. Nämä ovat edullisia, mutta mahdollisesti paremmin kohderyhmän tavoitettavia mainostuskeinoja, kuin sosiaalinen media.

Asiakkaat toivoivat terassille taustamusiikkia sekä kesäiltan tai iltapäivään sopivaa livemusiikkia. Karaokea asiakkaat eivät kuitenkaan toivoneet, sillä alueella oli jo riittävästi tarjontaa siitä. Asiakkaat ehdottivat muun muassa, että tilavalla terassilla mahtuisi hyvin tanssimaan lavatanssityyliin, joten pelimanni tai trubaduuri saattaisi olla sopiva ratkaisu. Aalto Terassin päätösiltana Disco ja värivalot toimivat hyvin pimenevässä illassa ja yön hämärässä, ja toi positiivista palautetta. Aalto Terassin avajaiset jäivät viettämättä, joka oli asia, jota useat asiakkaat harmittelivat. Kauden 2017 avajaiset olisi hyvä idea, sillä se toisi samaan aikaan näkyvyyttä ja antaisi asiakkaille kuvan, että heidän toiveitaan ja palautetta kunnioitetaan.

Ulkovalaistus LED-valoilla ja aukiolosta kertova valomainos herättäisivät ohikulkijoiden kiinnostuksen. Myös yhteistyökumppani Hartwallilta voisi pyytää ulkoterrassille tuotteista enemmän mainosmateriaalia. Toinen iso aurinkovarjo Long Drink-logolla viestittäisi, että täällä myydään myös alkoholipitoisia juomatuotteita virvoitusjuomien lisäksi. Ulkomainoskylteissä voisi näkyä jäätelöiden lisäksi juomien tuotemerkkejä. Kesäkauden jälkeen syksyllä Aalto Terassin henkilökunta tapasi Hartwallin tuotteista vastaavan henkilön, joka sanoi heidän mielellään toimittavan lisää näkyvyyttä ja myynninedistämistä antavia oheistuotteita edustamista tuotteista.

Kassakoneen tuotetiedot olisi hyvä päivittää ja luoda eniten myydyille tuotteille uudet omat pikanäppäimet. Näppäimistön tuotejärjestyksen voisi ryhmittää selkeämmäksi ja väritykseltään paremmin havaittavaksi. Yhtenäinen työvaatetus myös kolealle sadesäälle olisi tarpeellinen yrityksen imagon kannalta. Myös yrityksen logon painatus työvaatetukseen toisi yhtenäisyyttä ja ammattimaisuutta.

8 Yhteenveto

Tässä opinnäytetyössä tarkastelimme Aalto Terassin ja samassa rakennuksessa toimineen Newport Imatran tapahtumia ensimmäisen toimintakauden ajalta. Pyrimme tarkastelemaan objektiivisesti ja analyyttisesti molempia yrityksiä, mutta keskityimme tarkemmin Aalto Terassiin ja sen toimintoihin. Halusimme esittää opinnäytetyön kahdella eri tavalla, sillä mielestämme pelkkä teoriaan perustuva kirjallinen versio ei kuvaa välttämättä enää modernia ammattikorkeakoulua. Halusimme opinnäytetyöhön kirjallisen version lisäksi audiovisuaalisen Prezi-esityksen, mutta koska tällaista ei ole aikaisemmin tehty Saimaan ammattikorkeakoulussa, oli sen lopullinen muoto vielä avoin.

Löysimme molemmille yrityksille kehitysehdotuksia, joista toivoimme olevan näille hyötyä. Annoimme myös kehitysehdotuksia, joiden toivoimme parantavan päivittäistä liiketoimintaa sekä Aalto Terassin ja Newport Imatran välistä yhteistyötä. Prezi-esityksessä pyrimme näyttämään mitä ensimmäisenä toimikautena oli tapahtunut, jotta tulosten ja ehdotusten ymmärtäminen olisi helpompaa opinnäytetyön lukijalle. Halusimme kuitenkin, että Prezi-esityksen katsominen ei ole pakollista ymmärtääkseen opinnäytetyön, vaan se tukisi tätä. Halusimme saman toimivan myös toisin päin, että esitystä katsomalla saisi kuvan kauden tapahtumista, joskaan tällöin opinnäytetyö ei olisi niin analyyttinen ja teoriapitoinen.

Yritysten toimintojen ja tapahtumien lisäksi perehdyimme myös asiakkailta saattuihin palautteisiin. Annoimme ehdotuksia, kuinka yritykset voisivat parantaa imagoaan, joka taas kasvattaisi liikevaihtoa. Tämän lisäksi annoimme ehdotuksia myös käytännön asioihin asiakkaiden palautteiden sekä henkilöstön kehitysehdotusten pohjalta.

Opinnäytetyön tekeminen parityöskentelynä sujui mielestämme hyvin. Kummankin tekijän erilaiset persoonat ja vahvuusalueet tukivat toisiaan konkreettisen työn tekemisessä ja etenemisessä. Teimme pääsääntöisesti työtä rinnakkain omaa osuuttamme työstäen ja kommentoimme toistemme työtä rakentavassa hengessä antaen myös kritiikkiä sekä kannustusta toinen toisillemme. Alkuperäinen aikataulu oli tiukka ja venyi henkilökohtaisista syistä alkuperäisestä muutamalla kuukaudella.

Kuvat

Kuva 1. Aalto Terassin Liiketoiminta-alue, s. 8

Kuviot

Kuvio 1. Yritysten ja henkilöiden yhteydet, s 7.

Lähteet

Ahto, O., Kahri, A., Kahri, T. & Mäkinen, M. 2016. Bulkista brändiksi. Jyväskylä: Docendo Oy.

Alkoholilaki 1143/1994

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. 2016a. Ohje ilmoitettujen elintarvikehuoneistojen elintarvikehygieniasta <https://www.evira.fi/globalassets/tietoa-evilasta/lo-makkeet-ja-ohjeet/elintarvikkeet/elintarvikehuoneistot/ohje-ilmoitettujen-elintarvikehuoneistojen-elintarvikehygieniasta-20.8.2015-netti.pdf>. Luettu 15.12.2016

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. 2016b. <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/elintarvikehygienia/puhtaanapito/astiahuolto/>. Luettu 1.2.2017

Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: Talentum Media Oy.

Hafrén, G. & Trout, J. 2003. Eri-laistu tai kuole, Selviytyminen tappavan kilpailun aikakautena. U.S.A: Edita Publishing Oy.

Heikkilä, P. & Saranpää, T. 2009. Hotelli- ja ravintola-alan sisäinen laskenta-toimi. Vantaa: Restamark Oy.

Holopainen, T. 2015. Yrityksen perustamisopas, Käytännön perustamistoimet. Porvoo: Asiatieto Oy ja Tekijä.

Jyväskylän yliopisto. 2015. Etnografinen Tutkimus. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/h-um/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/etnografinen-tutkimus>. Luettu 8.11.2016

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen, Palvelukokemuksen punainen lanka. Viro: Talentum Media Oy.

Karhunen J., Pouri R., & Santala J. 2008. Kuljetukset ja varastointi. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.

Kekäle, J. 2016. Tilitoimistoyrittäjä. Tilitek Ky. Imatra. Haastattelu 28.9.2016.

Koivisto, E. & Ritvanen, V. 2007. Logistiikka pk-yrityksissä, Hankinta kilpailutekijänä. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Lammi, O. 2009. Vaikuta Visuaalisesti, Laadi selkeä esitys. Jyväskylä: WSOY-pro Oy.

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Meuronen A. 2017. Imatran purjehduseurassa pohdittu omaa venelaituria Lammassaareen — laituripaikkahintoja pidetään järjettöminä. Uutisvuoksi. <http://www.uutisvuoksi.fi/Online/2017/01/03/Imatran%20purjehduseurassa%20pohdittu-%20omaa%20venelaituria%20Lammassaareen%20%E2%80%94%20laituripaikkahintoja%20pidetaan%20j%C3%A4rjett%C3%B6min%C3%A4>

kkahintoja%20pidet%C3%A4nC3%A4n%20j%C3%A4rjett%C3%B6min%C3%A4/2017521734356/16. Luettu 11.1.2017.

Niemi M. & Sekki A. 2016. Liettua: Talentum Media Oy.

Pakarinen A. 2017. Hinnat nousevat Imatran satamassa: venepaikan hinta jopa kaksinkertaistuu. <http://www.uutisvuoksi.fi/Online/2017/01/03/Hinnat%20nousevat%20Imatran%20satamassa%3A%20venepaikan%20hinta%20jopa%20kaksinkertaistuu/2017521730534/16>. Luettu 11.1.2017.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ry ja Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. 2014. Matkailu- ravintola-, ja palveluita koskeva työehtosopimus-työntekijä. <https://www.pam.fi/media/pdf-tessit/marava-tes-1.5.2014-31.1.2017.pdf>. Luettu 19.1.2017

Sounio, L. 2010. Brändikäs. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

Tuominen, P. 2013. Virtuaalimaine. Helsinki: Talentum Media Oy.

Työterveyslaitos. 2017. Ergonomia. <https://www.ttl.fi/tyontekija/tuki-liikuntaelinten-terveys/ergonomia/>. Luettu 31.1.2017

Weiser, J. 2004. Win-Win Strategies: Case Studies. <https://web.archive.org/web/20120417124810/http://www.brodyweiser.com/pdf/Win-WinStrategies-SanJuan.pdf> Luettu 8.11.2016

Österberg, M. 2015. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Viro: Helsingin seudun kauppakamari.

Kuvalähteet

Bar Cafe Kuuhu. 2016. Facebook sivut. <https://www.facebook.com/BarCafe-Kuuhu-102198506539665>. Luettu 13.9.2016.

Google Maps. 2017. <https://www.google.fi/maps/@61.2053036,28.7096805,29-00m/data=!3m1!1e3>. Luettu 3.4.2017.

Marinetek. 2015. New Port Imatra. [http://www.marinetek.fi/New Port/imatra/](http://www.marinetek.fi/New%20Port/imatra/). Luettu 13.9.2016. Luettu 13.9.2016.

Pakarinen A. 2016. Ensimmäisenä tuli mies Moskovasta. Uutisvuoksi 3.9.2016, 2-3

Saimaan Vene Oy. 2016. Facebook sivut. https://www.facebook.com/saimaan-vene.fi/videos/?ref=page_internal. Luettu 13.9.2016.

Saimaan Vene Oy. 2016. <http://saimaanvene.fi/>. Luettu 13.9.2016.

Sarén, T. 2016. Kuvamateriaali.

Liite 1	Prezin käsikirjoitus	1(7)
1	-	
2	Olet saanut eteesi Saimaan ammattikorkeakoulussa 2017 valmistuneen opinnäytetyön Audiovisuaalinen esitys, Aalto Terassin ja Newport Imatran liiketoimintojen käynnistämisestä . Opinnäytetyön tekijät: Hirvonen Herkko ja Sarén Tiina.	
3	Herkko Hirvonen on aikaisemmin opiskellut Joensuun yliopistossa Matematiikkaa ja Tietojenkäsittelytiedettä, mutta vaihtoi hotelli ja ravintola-alalle Imatralle Saimaan ammattikorkeakouluun. Tiina Sarénilla on tausta yrittäjänä, ja myöhemmin 2011, hän aloitti työskentelyn Bar Cafe Kuohussa. Keväällä 2016 Ravintola Kolme Härkää Oy perusti uuden toimipisteen, Aalto Terassin, jonka emännäksi Sarén pyydettiin.	
4	Yhteistyökumppaneina Opinnäytetyössä ovat Aalto Terassi ja Newport Imatra, joista tarkemmin perehdymme Aalto Terassin toimintaan.	
5	Aalto Terassi, Kuten jo aikaisemmin mainittiin, on Ravintola Kolme Härkää Oy:n toimipiste, joka perustettiin 2016. Tämänhetkinen päätoimipiste Ravintola Kolme Härkää Oy:llä on 2011 perustettu Bar Cafe Kuohu Imatrankoskella.	
6	Ravintola Kolme Härkää Oy:n ravintoloitsijana toimii Petri Rantanen. Rantanen on pitkän linjan yrittäjä ja ravintoloitsija, jolla on aikaisemmin ollut yökerho, sekä ruokaravintola.	
7	Newport Imatra on 2016 Imatran Lammassaareen perustettu yritys, joka toimii Marinetek Finlandin alaisuudessa. Newport Imatra toimii satamaoperaattorina Imatran vierasvenesatamassa. Sen satamapäällikkönä toimii Janne Lappalainen ja Teknisenä päällikkönä Jonne Lappalainen. Janne ja Jonne Lappalainen toimivat myös Saimaan Vene Oy:n yrittäjinä, joka tekee tiivistä yhteistyötä Newport Imatran kanssa.	
8	Seuraavaksi esittelemme prosessikaavion, joka kuvaa tiivistetysti mitä ensimmäisen kesäkauden aikana Aalto Terassilla on tapahtunut missäkin vaiheessa.	
9	Aalto Terassin prosessikaavio alkaa huhtikuusta, jolloin Aalto Terassi sai alkunsa, ja päättyy syyskuuhun, jolloin se suljettiin ensimmäisen kesäkauden osalta.	
10	Huhtikuu 2016.	

- 11 Newport Imatra ehdotti Bar Cafe Kuohun ravintoloitsijalle Petri Rantaselle, että tämä perustaisi toimipisteen Newport Imatran toimitilan yhteyteen tukemaan sen toimintoja.
- 12 Maanrakennustyöt aloitettiin tontilla, ja hanke eteni nopeasti.
- 13 Ja kun perustukset olivat valmiina, Newport Imatra osti Toimitilarakennukseksi käytöstä poistetun liiketilan turusta joka tuotiin rekalla Imatralle.
- 14 Emännäksi Aalto Terassille valittiin Tiina Sarén ja tämä valinta tehtiin jo aikaisessa vaiheessa, jotta anniskelu luvat saataisiin haettua. Anniskelulupaa hakiessa täytyy olla tiedossa vastaavat henkilöt ja heidän sijaisensa, asiakaspaikkojen lukumäärä, toimipisteen nimi sekä y-tunnus.
- 15 Toukokuu 2016.
- 16 Kun toimitila oli saatu omalle paikalleen, aloitettiin muuntaminen sopivaksi toimitilaksi muun muassa remontoimalla osa tilasta wc-tiloiksi ja rakentamalla terassi.
- 17 Samanaikaisesti tehtiin tilaukset ja hankinnat puuttuvista kalusteista ja laitteistoista, jotta ne saataisiin ajoissa paikalle ennen avaamista.
- 18 Myös tavarantoimittajasopimukset ja yhteistyösopimukset tehtiin hyvissä ajoin, jotta varmistettiin että tuotteet ehditään purkaa ja asettaa esille.
- 19 Hankitussa toimitilassa ei ollut varastotilaa, joten tähän tarkoitukseen vuokrattiin Ramirentin varastokontti joka sijoitettiin heti toimitilan taakse.
- 20 Kesäkuu 2016.
- 21 3.6.2016 Aalto Terassi avattiin ja tämän jälkeen kävivät eri tahojen viranomaiset tekemässä tarkistuskäyntinsä.
- 22 Kesäkuun lopussa Kaupungin mittahenkilö kävi ottamassa paikan koordinaatit ylös, jonka jälkeen Newport Imatra ja Aalto Terassi asettettiin kartalle. Konkreettisesti tämä testattiin tilaamalla asiakkaalle taksi, joka pystyi asettamaan Google mapsin navigaattorin suoraan Aalto Terassille.
- 23 Heinäkuu 2016. Heinäkuussa jatkettiin normaalia liiketoimintaa.
- 24 Elokuu 2016.
- 25 Elokuussa jatkettiin edelleen normaalia päivittäistä liiketoimintaa, mutta sesongin loputtua aukioloaikoja supistettiin huomattavasti.

- 26 Myös tilaukset lopetettiin elokuussa ja tuotteiden loppuunmyynti aloitettiin.
- 27 Syyskuu 2016.
- 28 Aalto Terassin kesäkauden lopetusbileet pidettiin 3. syyskuuta 2016. Tämä tapahtuma olikin yleisömenestys, ja samalla saatiin myytyä suurilta osin varastot tyhjiksi.
- 29 Kesäkauden lopettajaisten jälkeen, aloitettiin tavaroiden poisvienti. Myymättömät alkoholituotteet siirrettiin Bar Cafe Kuuhuun, vuokrattu laitteisto sekä varastoksi hankittu kontti palautettiin ja Newport Imatra osti suuren varastokontin kesäkalusteiden ja -irtaimiston talvisäilytystä varten.
- 30 Aalto Terassin sulkemisen jälkeen, Newport Imatra jatkaa edelleen toimintaansa toimitilassa.
- 31 Jos haluat tutkia prosessikaaviota enemmän ennen kuin jatkat eteenpäin, voit painaa pause näppäintä vasemmasta alakulmasta ja sen jälkeen vapaasti vaihtaa kohtaa kaaviossa raahaamalla käyttäen hiiren vasenta painiketta ja zoomata käyttäen hiiren rullaa. Kun olet valmis, voit jatkaa esityksen loppuun painamalla uudestaan play painiketta.
- 32 Kun Newport Imatra ja Aalto Terassi perustettiin, ei tontin paikassa ollut muuta kuin tyhjää. Vaikka Aalto Terassin kohdalla kyse ei ollut uuden yrityksen perustamisesta, jouduttiin siitä huolimatta kaikki aloittamaan alusta.
- 33 Newport Imatra toimitti tontille toimitilaksi käytöstä poistuneen liikerakennuksen ja vuokrasi osan siitä ravintolakäyttöön Ravintola Kolme Härkää Oy:lle.
- 34 Suurin osan haastavista rakennustöistä hoitui oman tiimin toimesta: Newport Imatran yrittäjät Janne ja Jonne Lappalainen, Ravintola Kolme Härkää Oy ravintoloitsija Petri Rantanen ja Aalto Terassin emäntä Tiina Sarén.
- 35 Pääsisäänkäynnistä haluttiin tehdä helppokulkuine rakentamalla leveät ja matalat rappuset katujunan pysähtymispaikan kohdalle. Lisäksi kaupunki vaati terassin ulkopuolen maisemointia, joka suoritettiin tuomalla haketta ja istuttamalla pensaita terassin ympäristöön.
- 36 Toimitila sijaitsee Imatran Lammassaassa n. 4,5km valtatie-6:sta, ja sen läheisyydessä sijaitsee useita majoitusliikkeitä, joista lähimpänä Imatran Kylpylä toisella puolella venesatamaa.

- 37 Kilpailu Aalto Terassin lähialueilla on kuitenkin kovaa, sillä alueella on jopa 9 saman tyyllisiä palveluita tarjoavaa yritystä mukaan lukien Holiday Club Saimaan rannalla sijaitseva Teerenpeli, lähialueen muut terassit ja risteilyalukset.
- 38 Lähimpänä kilpailijoista Imatran Venekerhon pitämä Kahvila Kolme Ankkuria, joka sijaitsee samalla tontilla. Imatran Venekerho hoiti myös aiemmin satamapalveluita, ennen kuin Newport Imatra sai sopimuksen satamaoperaattoriksi.
- 39 Tilat saatiin valmiiksi teippauksia myöten hyvissä ajoin, mutta avaamista jouduttiin siirtämään, koska sähkön, veden ja viemäroinnin kanssa ilmeni viivästyksiä ulkopuolisista tahoista riippuen.
- 40 Ongelmia tuotti sähkön puuttumisen vuoksi erityisesti se, että tuotteet saapuivat toimitilalle jo ennen kuin sähköt saatiin kytkettyä. Tämän takia kaikki tilatut tuotteet jouduttiin varastoimaan väliaikaisesti sen sijaan, että ne olisi saanut omille paikoilleen kylmäkaappeihin.
- 41 Suurimman ongelman tuottivat etenkin pakastetuotteet, joille onneksi saatiin varastotilaan väliaikainen sähkö, jotta ne säilyivät myyntikelpoisina.
- 42 Kun sähköt oli saatu toimimaan, puuttui toimipisteeltä asiakkaiden lisäksi ainoastaan vesi. Kalustusta ja oheistuotteita myöten kaikki oli saatu valmiiksi.
- 43 Lainsäädäntö vaatii että juomavesi, joka tulee hanasta, on oltava juomakelpoista ennen kuin elintarvikehuoneistossa voi alkaa harjoittamaan liiketoimintaa. Kun vesi saatiin juoksemaan, täytyi siitä ottaa vielä näytteet jotka analysoi Imatran ympäristötoimi.
- 44 Kun uusi elintarvikehuoneisto avataan, täytyy siellä toimittaa tarkastukset Valviran, Eviran, Ympäristötoimen sekä Aluehallintoviraston tarkastajan puolesta ja uudessa rakennuksessa lisäksi vielä rakennustarkastajan tarkastus.
- 45 Vasta kun kaikki tarvittavat luvat on saatu, ja tarkastajat hyväksyneet tilat ja puitteet, voidaan ravitsemusliike avata.
- 46 Kesän aikana huomattiin, että osa asiakkaista saivat vääränlaisen kuvan Aalto Terassista pelkkänä jäätelökioskina anniskelu ravintolan sijasta. Etualalla olevat jäätelö mainokset kiinnittivät huomion tehokkaammin, toisin kuin taka-alalla oleva Happy Joe siideri mainosvarjo.
- 47 Suurin osa Aalto Terassin asiakkaista koostuikin vierasveneilijöistä, yksittäisistä henkilöistä sekä pienistä kahden hengen seurueista.
- 48 Myös suurempia ryhmiä kävi välillä, erityisesti katujunalla.

- 49 Lapsiperheet toivotettiin lämpimästi tervetulleiksi, ja lapsille yritettiin jopa keksiä aktiviteettiä, kun sattui sateinen päivä.
- 50 Bar cafe Kuohun tavoin Aalto Terassi profiloitiin eläinystävälliseksi ravintolaksi, joka oli yksi tärkeä kriteeri myynnille, sillä lähialue on suosittua ulkoilumaastoa esimerkiksi koirien kanssa.
- 51 Asiakaslähtöisyyteen pyrittiin myös ottamalla huomioon liikuntarajoitteiset asiakkaat inva-rampilla, jonka ansiosta saatiin vakioasiakkaita koko kesän ajalle.
- 52 Koska Newport Imatra oli uusi satamaoperaattori, täytyi heidän keksiä jokin tapa merkitä paikan maksaneet vieras veneet, ja tähän hyödynnettiin jo olemassa olevia käyttämättä jääneitä niin sanottuja "festivaalirannekkeita", jotka ovat sään kestäviä ja näkyvät hyvin.
- 53 Asiakkaita saapui niin pienemmillä purjeveneillä, kuin myös isommissa aluksilla. Myös katujuna, joka pysähtyi aivan portaiden alapäässä, toi lisää toivottuja asiakkaita.
- 54 Lisätäkseen alueen näkyvyyttä, Newport Imatra teetti ilmakuvavideon joka toimi samalla juhannus tervehdystenä asiakkaille. Video kuvattiin käyttäen quad-kopteria.
- 55 näytetään video
- 56 Ongelmia muodostui useista, välillä arvaamattomistakin tekijöistä. Esimerkiksi tässä kuvassa taustalla näkyvät maanrakennustyöt hankaloittivat useaan otteeseen kesän aikana muun muassa sillä, että ainoa tie oli tukittuna.
- 57 Tietynlaisia ongelmia tuotti myös se, että paikka saatiin kartalle vasta kesän puolessa välissä, kun paikasta otettiin koordinaatit ja se sijoitettiin Googlen kartalle. Tämänkin jälkeen liiketila sijaitsi silti samalla tontilla ja samassa osoitteessa kuin Kahvila Kolme Ankkuria.
- 58 Myöskään teknisiltä ongelmilta ei välttytty, mutta näitä on todella vaikea ehkäistä. Tärkeämpää on sopeutuminen tilanteeseen esimerkiksi tässä tilanteessa kun jääpalakone on mennyt rikki, on jääpaloja tuotu Bar Cafe Kuohulta Imatrankoskelta ja niitä säilytettiin kylmälaukussa.
- 59 Varastotilana toimiva Ramirentin kontti oli tarpeeseen muuten hyvin soveltuva, mutta se oli kuuma koska siellä ei ollut ilmanvaihtoa, ja lattiatasossa olleet tuotteet pääsivät kostumaan. Tulevia vuosia ajatellen tuotteet pitäisi saada nostettua irti maan tasosta ja säilytystilaan jonkinlainen ilmastointi tai ilmanvaihto. Kuumuus ja kosteus ei myöskään tee hyvää kylmälaitteille.

- 60 Myös baaritiskin korkeus olisi hyvä suunnitella etukäteen työntekijöitä ajatellen. Kassakoneen luukku tässä tapauksessa sijaitsee lyhyempää työntekijää kaulan korkeudella, joka hankaloitti työntekoa. Kesän aikana korokkeeksi hankittiin lapsille vessaan korokkeeksi tarkoitettu jakkara, mutta tämä huomattiin työturvallisuusriskiksi ja jakkara siirrettiin sille tarkoitettuun käyttöön wc -tiloihin.
- 61 Kun mittarilukema näytti 30 astetta lämmintä ja aurinko paistoi, ei asiakkaista yleensä ollut puutetta.
- 62 Ongelmaksi kuitenkin muodostuivat päivät, jolloin taivaalla oli pilviä. Näinä päivinä kävi huomattavasti vähemmän asiakkaita ja liiketoiminnan kannattavuus oli vaakalaudalla. Jonkinlainen säävaraus aukioloaikoihin tai toinen katettu alue voisivat esimerkiksi olla mahdollisia ratkaisuja sadesäille.
- 63 Lisäohjelman järjestäminenkään ei auta huonolla säällä. Tästä hyvänä esimerkkinä BRP on Tour -kesäkiertue joka järjestettiin aivan toimitilan vieressä, mutta huonon sään vuoksi paikalle ei tullut yhtään asiakasta.
- 64 Kesän edetessä, aukioloaikoja säädettiin paremmin olosuhteisiin sopiviksi, ja loppukesästä niitä supistettiin edelleen sesongin loppuessa.
- 65 Kesän loppuksi asiakkaille järjestettiin kesäkauden päätösbileet, josta Aalto Terassi hyötyi sillä että sai myytyä varastot tyhjemmäksi. Kesän päättäjäiset olivatkin yleisömenestys, jonka perusteella voisi harvita kesäkauden aloitusbileitä, tai muita tapahtumia seuraavalle kaudelle.
- 66 Satama-alueesta tehtiin myös lehtiartikkeli kesäkauden 2016 lopetuspäivänä. Jos olet kiinnostunut lukemaan lehtiartikkelin, voit painaa pause näppäintä vasemmasta alakulmasta ja sen jälkeen vapaasti zoomata käyttäen hiiren rullaa ja vaihtaa kohtaa raahaamalla hiiren vasenta painiketta käyttäen. Kun olet valmis, voit jatkaa esityksen loppuun painamalla uudestaan play painiketta.
- 67 Newport Imatra hankki talvisäilytystilaksi varastokontin, johon sijoitettiin kesäkalusteet ja -laitteet seuraavaa vuotta varten. Näin ollen seuraavana vuonna tarvitsee tehdä huomattavasti vähemmän hankintoja kun kalusteet ovat jo olemassa, ja liiketoiminnan käynnistäminen sujuu helpommin.

- 68 Kiitos mielenkiinnosta opinnäytetyötämme, Aalto Terassia ja Newport Imatraa kohtaan. Jos et ole vielä lukenut opinnäytetyön kirjallista osuutta, niin tarkempi analyysi ja kerronta löytyy opinnäytetyöstämme jonka voit ladata ilmaiseksi osoitteesta www.theseus.fi josta voi hakea opinnäytetyön nimellä Audiovisuaalinen esitys, Aalto Terrassin ja Newport Imatran liiketoimintojen käynnistämisestä, tai tekijän perusteella, Hirvonen ja Sarén.

UUTISET | Perjantai 6. tammikuuta 2017

”Imatran satama on raskaasti tappiollinen”

Marinetek Groupin Ilkka Seppälä tyrmää väitteet riistohinnoittelusta. Venepaikoista tulee vain murto-osa konsernin liikevaihdosta.

ANU PAKARINEN

LAMMASSAARESSA toimiva venesatamayhtiö Imatra new port ei ole kultakaivos omistajilleen Marinetekille ja Meritaidolle.

Päinvastoin, sanoo Marinetekin perustajiin ja pääomistajiin kuuluva Ilkka Seppälä.

– Toiminta on Imatralla raskaasti tappiollista niin pitkään, kun investoinnit jatkuvat.

VENEILIJÄT ovat syyttäneet Imatra new portia riistohinnoittelusta vuodenvaihteessa toteutettujen hinnankorotusten vuoksi.

Ilkka Seppälä korostaa, että jokainen euro käytetään retuperälle päässeen sataman kehittämiseen.

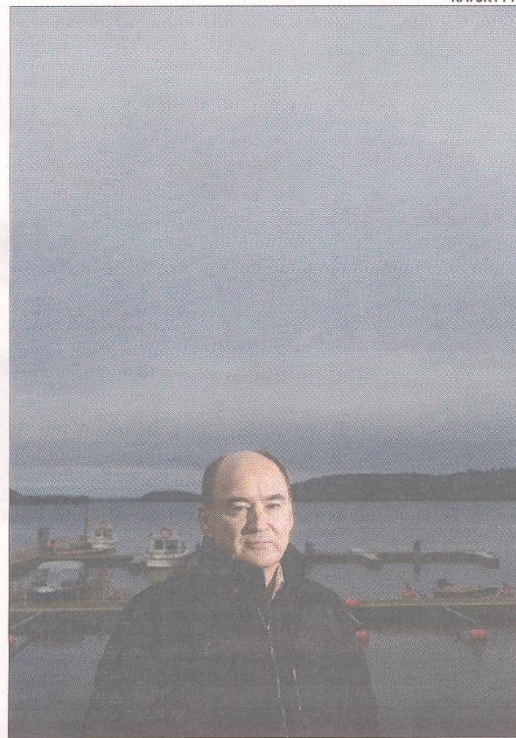
Satamayhtiön liikevaihto oli viime vuonna alustavan arvion perusteella noin 140 000 euroa ja käyttökate noin 60 000 euroa. Vastaavasti investointeja tehtiin noin 200 000 euron edestä.

Investoinnit jatkuvat vielä pitkään. Uudisrakentamiseen ja vanhan korjaamiseen käytetään 11 vuoden aikana rahaa lähes kaksi miljoonaa euroa.

– Olemme luvanneet kaupungille rakentaa sataman käytännössä uudelleen, Ilkka Seppälä sanoo.

Investointien vastineeksi Imatra new portilla on yksinoikeus venepaikkojen vuokraamiseen neljännesvuosisadan ajan. Sopimus Imatran kaupungin kanssa kattaa 20 vuotta sekä viisi optiovuotta. Vain pitkä sopimus mahdollistaa pitkäjänteisen kehittämisen, Seppälä huomauttaa.

NEW PORT -ketjuun kuuluu Suomessa Lammassaaren lisäksi seitsemän muuta satamaa Helsingissä, Kotkassa, Espoon Keilalahdessa ja Kalanokassa, Oulussa, Padasjoella



Marinetekin pääomistaja ja perustaja Ilkka Seppälä on tyytyväinen Imatra new portin liikkeellelähtöön. Kulut on pidetty kurissa, hän korostaa.

ja Sysmässä.

Satamatoiminnoista vastaa Marinetek Groupiin kuuluva Marinetek Marinas-yhtiö.

Kovin rahakas bisnes ei ole kyseessä. Marinetek Marinasin liikevaihto viime vuonna oli yhteensä noin 500 000 euroa. Konsernin mittakaavassa kyse on pikkurahoista.

Koko Marinetek Groupin liikevaihto oli viime vuonna vajaat 29 miljoonaa euroa.

Tästä Marinetek Finlandin osuutta oli noin 10 miljoonaa euroa. Siitä kuutisen miljoonaa euroa tuli ulkomaan viennistä, loput kotimaan satamarakentamisesta ja

huvilalaitureiden myynnistä.

Loput parikymmentä miljoonaa euroa kertyi tytäryhtiöistä maailmalta. Toimintaa on muun muassa Singaporessa, Dubaissa, Kroatiassa, Yhdysvalloissa ja Ruotsissa.

KAIKKI alkoi 1994 Ilkka Seppälän ja Markku Rantasen liikeideasta.

Nykyään Marinetek Group on Euroopan suurin ja maailman toiseksi suurin venesatama- ja laiturirakentaja.

– Olemme tehneet 20 vuodessa 2000 venesatamaa 46 maahan. Tälläkin hetkellä rakennamme venesatamaa muun muassa Bermu-

dalle ja Thaimaan Krabille.

Seppälä jättäytyi pois Marinetek Groupin johtotehtävistä vuodenvaihteessa. Intohimoinen veneilijä jatkaa yhä satamatoimintaa Suomessa kehittävän Marinetek Marinasin toimitusjohtajana. Työtä riittää.

– Suomi on Imatra-keisijä täynnä. •

Marinetek Group

• Suomalainen konserni, jolla tytäryhtiöitä ja toimintaa kahdeksassa maassa.

• Erikoistunut venesatamien rakentamiseen.

• Omistaa New port -venesatamia ylläpitävän Marinetek Marinas-yhtiön.

Emoyhtiö säästää ja irtisanoo

ANU PAKARINEN

MARINETEK GROUP aloittaa mittavan tehostamis- ja kehittämishojelman Suomen yhtiössään.

Pääkonttori, tuotekehitys, myynti ja laitureiden loppukoonpano säilyvät Suomessa.

Betoniponttonien valmistus Suomessa loppuu. Tuotanto siirretään Latviaan ja Ruotsiin. Kuusi henkilöä irtisanotaan.

Syynä on markkinoiden romahdus Suomessa. Korjaustarpeita on satamissa valtavasti, mutta mitään ei tapahdu, yhtiön pääomistaja Ilkka Seppälä kuvailee.

– Satamat ovat Suomessa kuntien tai veneseurojen hallussa. Kummatkaan eivät pysty investoimaan satamiin. Markkina on käynyt niin pieneksi, ettei tuotantoa kannata jatkaa Suomessa.

Säästöohjelmalla ei ole vaikutusta Marinetek Marinas-tytäryhtiön ja sen satamiin. •

ivotamme lukijoillemme rauhallista loppiaista!

noin 600 euroa. Kukaan ei

varkauteen.

vuoden lokakuussa. Kilpai-

enkatu 34 kello 9-15. Papin-

elle hopeaa.

la.

liskussa.

"Imatran satamasta tuli täysi susi"

SATAMA Imatralaisia hiertää Lammassaaren sataman uudistusten toteutus. He kokevat jääneensä sivuun päätöksenteosta.

RIINA HAAPALA
riina.haapala@media.fi

Imatran Lammassaaren sataman muutokset suositutavat satamaa vuosikausia käyttäneitä kaupunkilaisia. Imatralainen Eira Vesikko sanoo, että sataman uudistusten suunnittelussa unohdettiin Sataman vanhat käyttäjät. Vesikko on käynyt Imatran satamassa 3-vuotiaasta asti, lähes 70 vuoden ajan.

– Ensimmäisenä olisi pitänyt ottaa käyttöön yhteys, että mistä aloitetaan.

/// Ei ole tarkoitus, että puoli valtakuntaa istuu siellä meidän maksamilla rahoilla.

Vesikon mukaan satamaa on nyt tehty turisteille ja satunnaisille kävijöille eikä paikkakuntalaisille.

– Laituripaikat ovat vain venettä varten kun ei olla itse sitä ajamassa. Remontti on tehty kiertäjiä ja turisteja varten, jotka tulevat tänne päällistelemään, Vesikko sanoo.

Vesikko antaa myös kritiikkiä uusista parkkipaikoista ja tiestä.

– Olisi riittänyt uusi asfaltti

Imatralainen Eira Vesikko on käyttänyt Imatran satamaa 3-vuotiaasta. Häntä harmittaa, miten muutokset on satamassa toteutettu.



ja entiset parkkipaikat. Nyt parkkiin mahtuu neljäsoata autoista ja tavarat on kannettavana.

Vesikko huomauttaa, ettei parkkipaikoja ole riittävästi. Hän ehdottaa, että laituripa-

kan haltijat saisivat pysäköintiluvat.

– Jokaista laituripaikkaa kohden autoon merkki tai pysäköintilappu ja ne joilla ei ole merkkiä, niin sakkolappu. Siihen hintaan, mitä he pyy-

tävät, niin meillä on oikeus parkkeerata. Ne, joilla ei ole lappua niin kylpylän rantaan, siellä on tilaa, Vesikko ehdottaa.

Ennen Lammassaaressa

parkeerattiin kadun varteen. Nyt parkkipaikat on erikseen merkitty. Vesikko ihmettelee myös parkkipaikkojen takana olevia putkia.

– Meille eivät ole tärkeitä ne rosteriputket eikä hienot ka-

tukiveykset, joilla sumputtiin koko satama-alue.

Tärkeää sen sijaan ovat laiturit. Vesikko sanoo, että laitureiden kannet uusittiin kymmenisen vuotta sitten EU-rahalla. Hän ihmettelee,

Sataman uudistus herättää keskustelua

Imatran sataman muutokset puhuttavat Imatralla.

Satamaa on operoinut vuoden 2016 alusta New Port Imatra, joka on Marineteikin ja Meritaidon omistama yhtiö. Aiemmin satamassa toimi Imatran Venekerho.

Imatran purjehdusseura suomen sataman laituripaikkojen hintoja Imatralaisessa 31. joulukuuta ja 4. tammikuuta.

Satamapäällikkö Janne Lappalainen kertoi 4.1. Imatralaisessa, että laituripaikkojen hintojen nousu johtuu uudistuksista. Hän myös muistutti, että päätökset hinnoista tekevät New Port Imatran omistavat yhtiöt.

Satamaan on tehty uusia laitureita ja tulevaisuudessa kaikki laiturit tullaan uusimaan.

Kaupunki on myös uusinnut sataman tien ja parkkipaikat.

miiksi piti rakentaa uudet laiturit.

– Vanhoista laitureista olisi pitänyt nauat lyödä alas, ne ovat vaaralliset. Kysymysmerkki on myös se, miten laitureille pääsyä on parannettu.

Vesikko sanoo, että hän hyväksyy uudistusten tekemisen.

– Mutta olisi pitänyt ajatella, mitä tehdään. Olisi pitänyt ajatella, mitä varten satama on. Ei ole tarkoitus, että puoli valtakuntaa istuu siellä meidän maksamilla rahoilla, Vesikko huomauttaa.

– Satamasta tuli täysi susi.

ANU PAKARINEN

ARTO SIITONEN (sd.) ihmettelee oman ryhmänsä toimintaa Imatran kaupunginvaltuuston edsmenneen puheenjohtajan **Tiina Wilén-Jäppisen** (sd.) tehtävien täyttämiseksi.

SDP ei kyennyt nimeämään uutta puheenjohtajaa omiensa joukosta. Äänestäjät ovat ihmeissään, Siitonen sanoo.

– Kuntalaiset kyselevät, eikä demareilta löydy pätevää tai edes sopivaa ehdokasta tehtävään. Ihmiset eivät ymmärrä, enkä kyllä ymmärrä minäkään. Minulta kysellään, mitä ihmisen suhmurointia ja sisäistä taistelua demareiden sisällä käydään.

SIITONEN pitää syntyneitä tilannetta koomisena.

tyksen ehdokas **Niina Malm** ei kuitenkaan kelvannut Vuokseniskalle ja Tainionkoskelle.

Kun yksimielistä päätöstä ehdokkaasta ei saatu aikaan, vedettiin liinat kokonaan kiinni.

Valtuustolle esitettiin maanantaina, ettei puheenjohtajaa valita lainkaan, vaan keuhkaksi mennään poikkeusjärjestelyin, nykyisten varapuheenjohtajien **Ismo Pöhlänen** (kok.) ja **Erkki Saari-**

mäen (ps.) voimin. Siitonen mukaan esitys oli kuntalain ja valtuuston työjärjestyksen vastainen. Siksi hän teki vastaehtotuksen ja esitti, että valtuusto valitsee itselleen puheenjohtajan ja kaksi varapuheenjohtajaa.

Tämän jälkeen valtuusto hyväksyi **Heikki Tannisen** esityksen, että asia palautetaan kaupunginhallitukseen uudelleen valmisteltavaksi.

yksimielinen ehdokas puheenjohtajan tehtävään löytyi. Henkilöön en ota kantaa.

Minulta kysellään, mitä ihmisen suhmurointia ja sisäistä taistelua demareiden sisällä käydään.

Arto Siitonen

Toisaalta Siitonen myöntää nuorennusleikkauksen tarpeen.

– Jos halutaan tulevaisuuteen katsoa, ikäpolven vaihdos olisi tehtävä. Onko nuorta henkilöä, jolla on kykyä, halua ja aikaa paneutua asioihin? Annettaisiin täysi nuki tälle henkilölle. •

Näyttää tosi pahalta

ANU PAKARINEN

IMATRAN SDP:n menettely valtuuston puheenjohtajan paikan täyttämiseksi saa pitkän linjan demarin **Jukka Kärrn**ä puistelemaan päätään.

– Tilanne ei ole Imatran demareiden kannalta surkuhupaisa, vaan se on surkea. Keskinäinen tappelu sataa suoraan muiden puolueiden laariin.

Juuri ennen paikan sekoittanutta ampumavälikohtausta Imatran työväenyhdistykset kertoivat tiivistävänsä yhteistyötään ja menevänsä kuntavaaleihin yhtenä rintamana.

Yksimielisyys loppui, kun Imatran sosiaalidemokraattien puheenjohtaja **Niina Malm** ilmoittautui ehdolle kaupunginvaltuuston puheenjohtajan tehtävään. Muille työväenyhdistyksille Malm ei jostain syystä kelvannut.

Ulospäin näyttää Kärrnän mukaan nyt siltä, etteivät demarit olleet valmiita luovuttamaan puheenjohtajan paikkaa muorelle naiselle, ja etteivät demarit pysty sopimaan keskenään mistään.

– Näyttää tosi pahalta. Jos kieltäisin, valehtelisin. Enkä ole tämän asian kanssa yksin. Moni valtuuston ulkopuolella oleva demari on tilanteesta kauhuissaan, Kärrnä sanoo. •

Venepaikkojen hintoihin isojakin alennuksia

Uusien laitureiden lisähinnasta luovuttiin kokonaan.

ANU PAKARINEN

NEW port Imatran uudet venepaikkahinnat julkistettiin tiistaina.

Hinnat tippuvat lähes kaikissa veneluokissa.

Keskimäärin venepaikan hinta tippuu alkuvuonna ilmoitetusta 10–50 euroa.

Parhaassa tapauksessa hinta

tippuu yli satasella, sillä uusien laitureiden ylimääräiset hinnoittelut on peruttu kokonaan.

Alun perin venepaikkojen hinnat uusissa laitureissa olivat jopa 150 euroa korkeammat kuin muissa, vielä kunnostamattomissa laitureissa.

Hinnat ovat jatkossa samat niin uusissa kuin vanhoissa laitureissa. Mahdollisesta sähköstä peritään eri maksu.

KUINKA hinnat sitten muuttuvat? Viime vuonna esimerkiksi ty-

pin kolme 3 x 9 metrin paikka maksoi 338 euroa.

Tammikuun 5. päivä 2017 julkaisussa hinnastossa vuokran kerrottiin nousevan tänä vuonna 425 euroon.

Tammikuun 24. tammikuuta päivätys tarkistetussa hinnastossa sama venepaikka maksaa enää 375 euroa.

– Nousua on kyllä, mutta vähemmän kuin alkuvuonna ilmoitettiin, Imatran kaupunkikehitysjohtaja Topianni Äikäs tiivistää.

Uusista hinnoista sovittiin maa-



KAI SKYTÄ

Keskimäärin venepaikan hinta tippuu alkuvuonna ilmoitetusta 10–50 euroa.

nantaina Imatran kaupungin ja satamaoperaattoriksi pitkällä sopimuksella valitun New port Imatran edustajien kesken. •

– He ovat järven tilanteen.

Huolestunut tilasta alkoi jo järven itäran metsissä alkutukset. Huonutus johti humudet suoraan V Ojitusuunn

Työt lasku

Etelä-Karj vajeat kyn tuhatta ty Imatralle t määrä väh kaksi prose

KANEN

ETELÄ-KAR

9 796 työttöntä kiloa vähemmän kaisemmin. M

nut 4,7 prosent

Tiedot ilmestymen ELY-kesk joulukuun 20

sesta.

Imatran seutu määrä oli las

tos viime vuod

senttia (73 he

työttömän o

17,9 prosenttia

Työttömien

Topiantti Äikäs puolustautuu veneilijöiden kritiikiltä: Tämä ei ole yhden miehen show

25.1.2017 11:12

Kuva: Anu Pakarinen



New port Imatran paikallisena alihankkijana toimii Saimaa Vene. Topiantti Äikkään mukaan Janne ja Jonne Lappalainen ovat tehneet hyvää työtä.

Imatran kaupunkikehitysjohtaja Topiantti Äikäs on joutunut mielestään aiheetta veneilijöiden hampaisiin. Monella on Lammassaaren sataman operaattorin valinnasta väärää käsityksiä, joita hän haluaa oikoa.

Äikäs korostaa, että satamaoperaattori valittiin huolellisen kilpailutuksen ja neuvottelumenettelyn kautta.

Kyseessä ei siis ollut kaupunkikehitysjohtajan yhden miehen show, kuten sosiaalisessa mediassa on väitetty, Äikäs kuittaa.

Mukana neuvotteluissa oli lukuisia asiantuntijoita Imatran seudun kehitysyhtiöstä, teknisistä palveluista ja keskushallinnosta.

— Yrityspoolen asiantuntijana prosessissa toimi Imatran seudun kehitysyhtiön senior advisor Ismo Pöllänen. Kaupungin hankinta-asiantuntija Anu Värjönen vastasi koko prosessin aikana hankintamenettelystä ja sen oikeellisuudesta. Mukana neuvotteluissa oli

myös vt. kaupungin lakimies Anssi Loukkola. Teknisen toimialueen puolelta neuvotteluihin osallistuivat itseni lisäksi kaupungininsinööri Lassi Nurmi ja kiinteistöpäällikkö Pertti Kanervo, Äikäs luettelee.

Satamaoperaattorin valinnassa ei ole kyse hankinnasta tai hankintasopimuksesta, vaan hankintalain mukaisesti tehdystä käyttöoikeussopimuksesta.

Toisin sanoa kaupunki on luovuttanut sataman alueen käyttöoikeuden New port Imatra -yhtiölle, jolla on oikeus vuokratuloihin, mutta velvollisuus ylläpitää ja kehittää satamaa.

— Vaikka kaupunki on alueen maanomistaja, niin satama ei ole kaupungin käytössä ja hoidettavana, Äikäs painottaa.

Sopimus operaattorin kanssa tehtiin sen takia, ettei imatralaisten veronmaksajien rahaa käytetä pienen väestöryhmän harrastustoiminnan tukemiseen.

— On muistettava, että Lammassaarella on myös veneitä, joiden omistajat eivät ole imatralaisia. Poliitikoilta saamani ohje kiteytyy tähän toteamukseen: käyttäjä maksaa, Äikäs sanoo.

Äikäs puolustaa myös venepaikkojen hinnankorotuksia.

— Tarpeellisia ja jo turvallisuuden takia vaadittavia investointeja ei voida toteuttaa ilman hinnan tarkastuksia.

Toisaalta kaupunki ymmärtää hyvin myös hinnankorotuksista nousseen kritiikin.

Siksi kaupunki ja New port Imatra sopivat yhdessä, että vuodenvaihteessa ilmoitettuja hinnankorotuksia kohtuullistetaan.

— Prosessista voimme kaikki oppia jotain. Avoimuus ja tiedottaminen on tärkeää, Äikäs toteaa.

Anu Pakarinen