



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Milla Rasmus & Jimi Sinko

Panimoravintolan konseptin suunnittelu

Opinnäytetyö
Kevät 2021
SeAMK Ruoka
Restonomi AMK



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Ruoka

Tutkinto-ohjelma: Restonomi AMK

Tekijä: Milla Rasmus & Jimi Sinko

Työn nimi: Panimoravintolan konseptin suunnittelu

Ohjaaja: Ilkka Latomäki

Vuosi:2021

Sivumäärä:53

Liitteiden lukumäärä:8

Tämä on toiminnallinen opinnäytetyö, joka koostuu panimoravintolan liiketoimintasuunnitelmasta ja perustamiseen liittyvästä teoriasta. Opinnäytetyön tavoitteena on olla toteuttamiskelpoinen ja muunneltavissa oleva liiketoimintasuunnitelma.

Liiketoimintasuunnitelmassa keskitytään tarkemmin ravintolan toimintaan, sillä panimon toimintaa määräävät samat elintarvikelainsäädännöt kuin ravintolan toimintaa. Ravintola-alalla toimiessa täytyy ottaa huomioon alaa koskevat lainsäädännöt, joita on muun muassa alkoholilaki (L 29.12.1994/1471 9§.) ja elintarvikelaki (L 9.4.2021/297.)

Työssä tarkastellaan Rovaniemen ravintoloiden nykytilannetta. Ravintola-alalla pärjäävät sellaiset henkilöt, jotka ovat sitoutuneita joustamaan ja koko ajan kehittämään omaa toimintaansa. Liiketaloudellinen osaaminen on tärkeää. Yrityksen perustamista ja liiketoiminnan osa-alueita käsitellään työssä laaditun liiketoimintasuunnitelman kannalta.

Painotus keskittyy yrityksen toimintaan ja jättää perustamistoimet ja talous- ja rahoituslaskelmat vähemmälle huomiolle, sillä ne eivät ole vielä ajankohtaisia. Opinnäytetyö kattaa myös tarvikelistat ravintolan keittiöön, saliin sekä panimoon. Omavalvontasuunnitelmat on tehty niin ravintolaan, kuin panimoonkin, ottaen huomioon myös alkoholilainsäädännön, josta on tehty erillinen tiedosto.

¹ Asiasanat: Panimot, ravintola-ala, liiketoimintasuunnitelmat, olut, yrittäjäyys

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: SeAMK and Agriculture

Degree programme: Food and hospitality

Specialisation:

Author/s: Milla Rasmus & Jimi Sinko

Title of thesis: Concept design for a brewery restaurant

Supervisor(s): Ilkka Latomäki

Year: 2021

Number of pages:53

Number of appendices:8

This functional thesis consists of a business plan for a brewery restaurant and a theory section related to its establishment. The aim of the thesis was to be a feasible and modifiable business plan.

The business plan focuses more closely on the operation of the restaurant, as the operation of the brewery is stated in the same food legislation as the operation of the restaurant.

The thesis examines the current situation of the restaurants in Rovaniemi. In the restaurant industry, there are people who are committed to being flexible and constantly developing their own operations. Business expertise is important. When operating in the restaurant sector, the relevant legislation must be taken into account, such as the Alcohol Act (L 29.12.1994/1471 9§.) and the Food Act (L 9.4.2021/297.)

The establishment of a company and different business sectors are discussed in terms of the business plan prepared in the work. The emphasis is on the company operations and less attention is paid to start-ups and economic and financial calculations, as they are not yet relevant. Furthermore, the thesis covers the lists of accessories for the restaurant kitchen, dining hall and brewery. Self-monitoring plans were made for both the restaurant and the brewery, including alcohol legislation, which was compiled into a separate file.

¹ Keywords: breweries, restaurant business, business plans, beer, entrepreneurship

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ	4
TAULUKOT JA KUVIOT	6
1 JOHDANTO	7
2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN	9
2.1 Idean kiteytys	9
2.2 Palveluiden ja tuotteiden määrittely	10
2.3 Resurssit	12
2.4 Myynti ja markkinointi	12
2.4.1 Asiakkaat	16
2.4.2 Kilpailu	17
2.5 Taloudellinen suunnittelu	18
3 PANIMORAVINTOLAN SUUNNITTELU	20
3.1 Missio, visio ja arvot	20
3.2 Sijainti	21
3.3 Ravintolan ja panimon tilat	21
3.4 Luvat, ilmoitukset ja tarkistukset	25
3.5 Omavalvontasuunnitelmat	26
4 PROSESSIN KULKU	28
5 KONSEPTI	31
5.1 Liiketoimintasuunnitelma	31
5.2 Kilpailija-analyysi:	31
5.3 SWOT-analyysi, visio, missio ja arvot	31
5.4 The Business Model Canvas	31
5.5 Resurssit	31

5.6	Palvelut ja tuotteet.....	31
5.7	Myynti ja markkinointi	31
5.8	Arvokartta.....	31
5.9	Panimo ja ravintola.....	31
6	POHDINTA.....	32
	LÄHTEET	34
	LIITTEET	38

TAULUKOT JA KUVIOT

Kuvio 1 Opinnäytetyön eteneminen	28
Kuvio 2 Opinnäytetyön kulkukaava	30
Kuvio 3 Tarjoiluprosessi askel askeleelta	31
Kuvio 4 Arvokartta	31
Taulukko 1 Voimavara-analyysi	31

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössämme käsittelemme tarpeellisia ja hyödyllisiä tietoja, joita tarvitaan, kun perustetaan panimoravintola. Tässä opinnäytetyössä emme perusta panimoravintolaa, vaan ideoimme ja keräämme tietoja, joista on hyötyä toimeksiantajalle. Opinnäytetyössä käsitellään aiheita liikeideasta panimoravintolan suunnitteluun.

Opinnäytetyö käsittelee laajoja kokonaisuuksia yrityksen perustamisesta. Liiketoimintasuunnitelman laatimisessa pyritään vastaamaan peruskysymyksiin mitä, miten ja kenelle. Toimeksiantajan löysimme Rovaniemeltä. Hän on miettinyt oman panimoravintolan perustamista Rovaniemelle, joten hän ehdotti, että me teemme hänelle opinnäytetyönä panimoravintolan perustamiseen liittyvän työn.

Toimeksiantaja osallistuu ongelmatilanteissa ja auttaa pohtimaan ratkaisua ja pyrkii vastaamaan kysymyksiin, joita esitämme hänelle, liittyen hänen omiin tavoitteisiinsa panimoravintolan suhteen.

Toimeksiantajan visiona on laajentaa panimon toimintaa mahdollisesti panimoravintolan puolelle, eli hän työskentelisi panimolla, mutta tarpeen vaatiessa voisi siirtyä ravintolan puolelle.

Hänen tavoitteensa on voida käyttää valmista työtä ideapohjana panimoravintolan suunnitteluun ja saada enemmän tietoa mitä vaaditaan, kun perustaa yrityksen. Työstä hän odottaa myös saavansa tiedot siitä, mitä lupia tarvitaan ja keneltä niitä haetaan. Toimeksiantajan ideana on saada ravintolastaan viihtyisä ja kodinomainen, jossa juomat ovat tärkeänä osana ravintolan toimintaa. Tavoitteena on saada panimo ravintolan kanssa samaan tilaan tai välittömään läheisyyteen.

Panimoon hän haluaa laajan kirjon eri laatuksia ja tyyliä oluita sekä muita alkoholijuomia. Panimon tuotteisiin hän haluaa eri sarjoja oluita, eli perinteisiä lagereita ja aleja, sekä erikoisia vaihtoehtoja, kuten tynnyrikypsytetyjä oluita, hapanoluita ja ipoja. Makuihin lisäksi tulisi olut, jollaista muilla ei ole. Tavoitteena on saada tuore olut ravintolaan omasta panimosta ja muut alkoholijuomat tulisivat tavarantoimittajilta. Ravintolan ruokalistalle hän

haluaa burgereita ja muita erikoisuuksia, jotka sopivat yhteen panimon omien oluiden kanssa. Ruokalistaan sisällytetään panimosta tulevat oluet ja oluen valmistamiseen käytettäviä raaka-aineita, niin että saadaan maittavia kokonaisuuksia, esimerkiksi olutkastikkeet.

Ravintolan salin puolelle ideana on saada keskieurooppalaista ja saksalaista sisustustyyliä, mutta pohjana toimisi kuitenkin peruskodin värit, eli valkoinen, musta ja puu.

2 LIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN

2.1 Idean kiteytys

Tieto osaava yrittäjä ([viitattu 18.11.2020]) -sivuston mukaan liikeidea on yrityksen oma ajatus siitä, kuinka toimia. Liikeideassa määritellään miten toteuttaa oma tapa ja tehdä toiminta-ajatuksen mukaista liiketoimintaa ja tulosta.

Liikeidean kolme peruskysymystä auttavat määrittelemään asiakkaat, tuotteet ja kilpailuedut. Nämä kolme kysymystä ovat Viitalan ja Jylhän mukaan (2014):

- Kenelle halutaan myydä? Tähän kysymykseen saatu vastaus kertoo, mihin tarpeeseen tuotetta tai palvelua tuotetaan.
- Mitä myydään? Tämä kysymys edustaa tuote- ja palvelunäkökulmaa ja tähän saatu vastaus kertoo, mitä tuotteita ja palveluita tuotetaan erilaisille asiakkaille.
- Miten toimitaan? Kuinka asiakaspalvelu toteutetaan? Miten huolehditaan henkilökunnan osaamisesta, koulutuksesta, motivaatiosta ja työkyvystä? Nämä kaikki kysymykset liittyvät samaan aihealueeseen, eli kuinka toimintaa johdetaan, organisoidaan ja prosessoidaan.

Viitalan ja Jylhän mukaan (2014) liikeidean kolme peruskysymystä on laadittu jo vuonna 1976, jolloin Richard Norman tiivisti ne peruselementeiksi. Myöhemmin liikeidea käsitteeseen on lisätty neljäskin asia, joka on imago. Tämä lisättiin sen takia, koska imago vaikuttaa ratkaisevasti asiakkaiden ostopäätöksiin ja siten kilpailuun ja menestymiseen.

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen esitys, jossa kuvataan suunniteltavan yritystoiminnan eri osa-alueet. Huolellisesti suunniteltu yrityksen liiketoimintasuunnitelma on yrityksen suunnittelemisen perustana, jotta saadaan menestyvä yritys. Kun asiat suunnittelee tarkasti ja huolellisesti jo etukäteen, niin mahdollisten tulevien yllätysten määrä vähenee. Kunnolla tehty liiketoimintasuunnitelma kertoo siitä, onko yritys kannattava, sekä kertoo yrityksen

tulevaisuudennäkymät. Tämä seikan takia suurena osana liiketoimintasuunnitelmaa ovat taloudelliset laskelmat. Liiketoimintasuunnitelma toimii hyvänä pohjana esitellä oma yrityksensä kattavasti ja selkeästi niin rahoittajille kuin mahdollisille liikekumppaneille. Rahoittajille liiketoimintasuunnitelman näkeminen on tärkeä osa, sillä siitä he päättävät, voiko yritys tulevaisuudessa olla kannattava ja menestyvä. Tämän perusteella rahoittajat myös päättävät rahoituksen määrästä. (Tieto osaava yrittäjä [viitattu 8.9.2020].)

Kunnollinen ja oikein tehty liiketoimintasuunnitelma kertoo yrittäjälle kannattaako yritys perustaa vai ei. Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä yrittäjä huomaa myös omat kehittämisen kohteet ja puutteet, kuten vajavaiset tiedot ja taidot. Kattavaan liiketoimintasuunnitelmaan lisätään laskelmat, joista näkyy, kuinka paljon tarvitaan pääomaa tai lainaa, jotta yritys saadaan perustettua. Tämän avulla myös näkee sen, tarvitseeko saada rahoitusta ja mistä sitä haetaan, millainen on kannattavuus ja kuinka suuret myyntiluvut tulee saavuttaa, jotta yritys on kannattava.

2.2 Palveluiden ja tuotteiden määrittely

Ruokalista on monenlaisia, mutta kuitenkin kaikkien tarkoitus on sama, näyttää asiakkaalle mitä ravintolassa tarjotaan. Yleisimmät ruokalistat ovat lounas- ja päivällislistat, à la carte –listat ja kiertävät ruokalistat. (Kokkikilta Original Espoo [viitattu 7.10.2020].)

Menu eli ruokalista on jokaisessa ravintolassa oleva lista, mistä näkee, mitä annoksia ja ruokia ravintola tarjoaa. Menu muuttuu sen mukaan, millainen ravintola on kyseessä. Esimerkiksi lounasravintoloissa yleensä ruoat mainitaan vain nimeltä, mikä kertoo jo itsessään, mistä raaka-aineista ruoka on tehty. Annosruokaravintolassa menussa on yleensä annokselle keksitty nimi, joka ei itsessään kerro juuri mitään. Annoksen nimen alle laitetaan sitten selitys, mitä annos pitää sisällään.

Menuun kuuluvat kaikki ruoat alkuruoasta jälkiruokaan ja nämä kaikki on myös valmiiksi hinnoiteltu ruokalistaan, jotta asiakas tietää mitä mikin ruoka maksaa. (Kokkikilta Original Espoo [viitattu 7.10.2020].)

Panimon tuotteisiin valikoituu eri tyyliä ja laatuja oluita. Oluita tehdään eri sarjoissa, eli perinteisiä lagereita ja aleja. Mukaan mahtuu myös erikoisia vaihtoehtoja, kuten

tynnyrikypsytetyjä oluita, hapanoluita ja ipoja. Makuihin lisänä tulisi olut, jollaista muilla ei ole.

Lager on yleisimpiä pohjahiivaoluita, ja niitä juodaan ympäri maailman. Lagerin alkuperä voidaan jäljittää muutaman vuosisadan taakse, mikä on oluelle varsin nuori ikä. Lagereita on valmistettu 1800-luvulta asti. Lagerin nimi tulee saksan kielen sanasta varasto, jolla myös viitataan oluttyyppeihin, jotka käyvät viileissä olosuhteissa ja sen vuoksi niiden käymisaika on melko pitkä. (Miellyttävä pohjahiiva [viitattu 11.9.2020])

Ale-oluiksi kutsutaan tummia oluita, jotka ovat britannialaistyyllisiä ja hedelmäisiä. Näiden oluiden alkoholipitoisuus vaihtelee hyvin vahvasta mietoon. Mietoja ale-oluita kutsutaan nimellä mild ale, hyvin vahvoja taas nimellä old ale tai Belgian ale. Näiden lisäksi on myös tynnyrikypsytetyä real alea, joita perinteisesti kypsytettiin pubien kellarissa. (Perinteikäs pintahiiva. [viitattu 11.9.2020].)

Tynnyrikypsytys on juomanvalmistuksessa oleva perinteinen osa. Väkevien alkoholijuomien lisäksi olutta on säilötty myöskin tammitynnyreissä. Tynnyrikypsyty aloitettiin sen takia, että ei ollut olemassa vielä teräskegejä, jossa kuljettaa oluita. Omia tammitynnyreitä ei välttämättä tarvitse hankkia tai kuljettaa kalliilla rahdilla viskimaista, sillä nykyään voi tämän perinteisen tynnyrin tilalta käyttää tammilastuja, jotka on valmistettu vanhoista viskitynnyreistä ja ajavat melkein saman asian kuin perinteinen tammitynnyri. (Lappo.fi. 2019.)

Hapanoluen juuret ovat satojen vuosien takaa, kun alettiin toteuttaa luonnon omaa valmistusmenetelmää, eli luonnon annettiin valmistaa vierre olueksi villihiivoilla ja bakteereilla. Berliner weisserit, sour alet ja lambicit ovat hapanoluttyyppejä, jotka ovat vakiinnuttaneet asemansa oluiden keskuudessa. Nykyään hapanolut tarkoittaa luonnonmukaisen oluen valmistamista. Tämä tarkoittaa sitä, että oluiden valmistamisessa käytetään vapaata mikrobitoimintaa, mikä tekee oluen hallittavuudesta haastavampaa valmistusvaiheessa. *Lactobacillus*- ja *Brettanomyces*-mikrobien puhdaskannat ovat nykyään hapanoluiden valmistukseen käytettävät luonnonmukaiset mikrobit. (Nokian panimo 2018.)

India Pale Ale eli IPA on pintahiivaoluttyyli. Indian pale ale on Britanniassa kehitetty pintahiivaolut, jonka alkuperäisenä tarkoituksena 1700-luvun lopussa oli kestää 4–5

kuukauden merimatka Intiaan, jolloin ei ollut mahdollisuuksia säilyttää olutta kylmätiloissa. Pilaantumisongelma ratkaistiin lisäämällä reilusti humalaa ja nostamalla oluen alkoholipitoisuutta. Nykyään IPA valmistetaan pääsääntöisesti amerikkalaistyyllisesti. IPA on kehitetty 1970- ja 1980-luvuilla Yhdysvaltojen läntisillä rannikkoalueilla. Näiden oluiden tunnetuimpia makuja tuo amerikkalaiset humalalajikkeet. Näitä humalalajikkeita ovat Centennial, Columbus, Chinook ja Cascade. Nykypäivän IPA:n katkeromäärä on 50–100 IBU/EBU- yksikköä ja alkoholipitoisuus vaihtelee kuuden ja seitsemän tilavuusprosentin välillä. Humaloinnissa aromeina toimivat usein sitrushedelmät, kukkaset, männyt ja pihkat. Indian Pale Ale -tyyppisten oluiden kanssa sopii syötäväksi mainiosti sitruunalla tai limellä maustetut ruuat, kuten guacamole, avokadosalaatti ja lohi. (Olutwiki 2018.)

2.3 Resurssit

Yrityksen resursseihin lasketaan kaikki tekijät, joita voidaan käyttää tuotantopanoksena omassa tuotantoprosessissa. Resurssit voidaan jakaa taloudellisiin resursseihin (esim. pääoma), fyysisiin resursseihin (esim. koneisto), henkilöstöresursseihin (esim. työntekijöiden ja esimiesten taidot) sekä yrityksen resursseihin (esim. logistiikkajärjestelmät). Näiden lisäksi resurssit jaetaan aineellisiin ja aineettomiin resursseihin. Aineellisiin resursseihin kuuluvat esimerkiksi koneet ja työntekijät. Aineettomiin resursseihin sisältyvät puolestaan esimerkiksi lisenssit, asiantuntijuus, ideat, innovaatiokyky, tieteelliset sekä tutkimus- ja kehittämistaidot, yrityskulttuuri ja yrityksen maine. (Selander Oy. [Viitattu 14.5.2021].)

2.4 Myynti ja markkinointi

Markkinoinnin peruseritys on kysynnän luomista ja tyydyttämistä kohdemarkkinoilla. Markkinointi käsitteenä on hyvin laaja, sillä siihen kuuluu monia eri osa-alueita. Markkinoinnin avulla yritys hankkii asiakkaita ja myötävaikuttaa asiakassuhteiden säilymiseen ja kehittymiseen. Markkinointia hyödyntäen yritys pyrkii hankkimaan uusia asiakkaita ja edesauttaa kehittämään ja säilyttämään asiakassuhteita. Markkinoinnin päämääränä on saada kerta-asiakassuhde muuttumaan kanta-asiakassuhteeksi ja

parhaassa tapauksessa yrityksen suosittelijaksi. Yksilö- tai täsmämarkkinoinnissa tarkoituksena on korostaa asiakaslähtöisyyttä. (Viitala & Jylhä 2014, 107.)

Viitalan ja Jylhän (2014, 110.) mukaan markkinointistrategian ja -suunnittelun perustana on yrityksen liikeidea ja markkinointiajattelu. Aluksi täytyy selventää liikeidean ja yritysstrategian toteuttamiseksi tarvittavat periaatteet, joita halutaan noudattaa pitkän tähtäimen suunnitelmissa. Tämän vaiheen jälkeen yritys määrittelee lyhyen tähtäimen tavoitteet ja suunnittelee, kuinka näihin tavoitteisiin päästään. Markkinoinnin suunnitteluvaiheessa täytyy ottaa johdonmukaisesti kantaa viiteen eri kohtaan, jotka ovat seuraavat:

- kohderyhmä
- ydinasemointi: tuotteesta tai palvelusta saatava perushyöty
- hinta-asemointi:
- asiakaslupaus
- markkinointiviestintä-, markkinointikanava- ja jakelustrategia.

Toimenpiteet, joilla yritetään vaikuttaa asiakkaaseen ja siihen, että hän ostaa yrityksen tuotteita tai palveluita, kutsutaan markkinoinniksi. Markkinointi liitetään usein vain mainontaan ja myyntiin, vaikka siihen kuuluu myös muitakin asioita, kuten tarkkaan suunnitellut erilaiset kokonaisuudet asiakaslähtöisesti ajatellen. Markkinoinnin perusidea on se, että osataan tunnistaa asiakkaiden tarpeita ja osataan myös tuottaa niihin ratkaisut paremmin kuin muut kilpailijat. Imago eli yrityksen mielikuva on tärkeä osa yrityksen menestyksen kannalta. Imagoon liittyy mielikuva yrityksestä ja sen tuotteista. Imagon markkinoinnin perusideana on luoda, sekä vahvistaa mielikuvaa yrityksestä positiivisesti. Vaikka markkinointia on tuotteiden kehittäminen asiakkaiden tarpeisiin, mahdolliset asiakkaat eivät kuitenkaan välttämättä aina tiedosta tarvitsevansa tuotetta. Siksi markkinoinnin tehtävänä on myös herättää asiakkaan tiedostamaton tarve ja saada hänet kiinnostumaan tuotteesta. Tuotteiden kehittäminen asiakkaiden tarpeiden mukaan on osa markkinointia, mutta siitä huolimatta täytyy myös osata markkinoida omat tuotteet ja palvelut sellaisiksi, että saadaan asiakas tahtomaan sellaista tuotetta tai palvelua, mitä hän ei tietäisi edes etsivänsä. (Yritystoiminta [viitattu 30.9.2020].)

Markkinointiajattelu on mukautumista asiakkaiden ja sillä hetkellä vallitsevien markkinatilanteiden mukaan. Markkinointiajattelu on koko yrityksen kattava ajattelutapa asiakkaihin ja markkinoihin kohdistuen ja osata toimia näiden ehtojen mukaan, kilpailijat huomioiden. Markkinointiajattelun pohjimmaisin tarkoitus on osata tiedostaa asiakkaan halut ja tarpeet, sekä tuoda asiakkaalle asiakasta miellyttävät ratkaisut. (Viitala & Jylhä. 2014, 100–102).

Asiakkaiden jakaminen ryhmiin, eli segmentteihin, on markkinoinnin eduksi käytettävä asiakassuhteita edistävä työkalu. Asiakkaiden ryhmittely eri segmentteihin on markkinoinnin ja liiketoimintastrategian kannalta tärkeää, koska näin saadaan valittua tuotteelle tai tuotteille sopiva kohderyhmä, jolloin markkinointi voidaan toteuttaa tehokkaalla markkinointiohjelmalla. (Viitala & Jylhä. 2014, 100–102).

Yrityksen mahdollisuudet tuotteidensa markkinoimiseen ovat ryhmittelemättä asiakkaitaan, eli ilman segmenttejä tai markkinoida vain tietylle osaa asiakkaista, eli valita yksi segmentti, johon keskittyä ja markkinoida vain heille. Yritys voi myös valita markkinoivansa palveluitaan ja tuotteitaan useammalle, kuin yhdelle segmentille, mutta tällöin tulee olla eriytetyt tarjoamat eri asiakasryhmille. Yrityksellä on myös markkinoida vain yksittäisille asiakkaille yksilö- tai täsmämarkkinointina. (Viitala & Jylhä. 2014, 100–102).

Asiakaskohderyhmien rajaamista kannattavat syyt:

Yrityksen voimavarojen rajallisuus käy ilmi, mikäli yrityksen asiakaskohderyhmä on turjan laaja, voiva yrityksen voimavarat loppua ennen yhdenkään asiakasryhmän toiveiden täyttämistä. Tällöin yritys hukkaa voimavarojaan haaliessaan itselleen heikompia ostajaryhmiä eivätkä resurssit riitä enää edes otollisempien ostajaryhmien ylläpitämiseen.

Markkinointiviestinnän tehokkuus käy ilmi, mikäli mainontaa ja markkinointiviestintää yritetään levittää liian laajalle asiakasjoukolle, eivät voimavarat riitä huomioarvon ja näkyvyyden saavuttamiseen. Siispä markkinoinnin kohdistamisella kohderyhmälle, saadaan tehokkaampi lopputulos.

Viestinnän puhuttelevuus on markkinoinnin kulmakiviä. Vaikka yrityksellä olisikin resursseja markkinoida laajalle asiakasjoukolle samanaikaisesti, on vaarana, että viestintä

ei tehoa. Suurille asiakasjoukoille suunnatut yleisviestit eivät tehoa keneenkään henkilökohtaisesti.

Yrityksen profiloituminen tarkoittaa sitä, että yrityksen tulisi houkutella asiakkaitaan ja erottua kilpailijoistaan. Omiin ostajaryhmiinsä erikoistuneet yritykset ovat profiililtaan vahvoja, mikä lähes varmasti näkyy positiivisena niiden kannattavuudessa. (Tieto osaava yrittäjä [viitattu 18.11.2020].)

Viitalan ja Jylhän (2014) mukaan segmentoinnissa on kriteerejä, kuinka asiakkaat jaetaan segmentteihin. Kuluttajamarkkinoilla segmentoinnissa perusteena käytetään yleensä seuraavia kriteerejä:

- kuluttajien henkilökohtaiset ominaisuudet (ikä, tulot, elämäntyyli, kiinnostuksenkohteet, tavoitettavuus)
- kuluttajien hakemat hyödyt
- kuluttajien käyttäytyminen.

Markkinointiviestintä kuuluu osana markkinointia, jonka tarkoituksena on olla tukemassa tuotteiden myyntiä ja asiakassuhteiden hoitoa sekä sidosryhmämarkkinointia. Markkinointiviestintä on jaettu eri perusteilla erilaisiin ryhmiin, jotka ovat välineviestintä ja vuorovaikutusviestintä. Vaikutusprosessin mukaan markkinointiviestintä voidaan jakaa vielä pohjustusviestintään, kaupankäyntiviestintään ja asiakassuhdeviestintään. Markkinointiviestinnän vanhempia toimintatapoja ovat lehti-ilmoitukset ja vuorovaikutusmarkkinointi. Markkinointiviestintään kuuluu myös kaikki ne toiminnot, joilla yritetään edistää oman yrityksen toimintaa. Näihin toimintoihin kuuluu mainonta ja menekinedistäminen, vuorovaikutusmarkkinointi, henkilökohtainen myyntityö, myynninedistäminen, tiedotus- ja suhdetoiminta, tapahtumamarkkinointi sekä suoramarkkinointi. Perinteisten markkinointiviestintätapojen kanssa toimii nykyään asiakaslähtöinen viestintä. Tätä viestintämuotoa harjoitetaan pääasiassa sosiaalisessa mediassa internetin kautta. Internetissä tapahtuva markkinointi toimii blogien, bannereiden, hakukonemarkkinoinnin ja verkkosivustoiden kautta. Näiden viestintätapojen lisäksi

mainospelit ja verkkoseinaarit ja -kilpailut ovat hyvä keino tavoittaa oma asiakaskohderyhmä. (Viitala & Jylhä. 2014, 116).

Viitalan ja Jylhän (2014) mukaan markkinointiviestinnällä on kolme eri vaikutustasoa, jotka vaikuttavat ihmisiin, nämä tasot ovat tietoon, tunteisiin ja toimintaan vaikuttavat tasot.

Markkinointibudjetti kannattaa aloittaa pienestä, sillä silloin on helpompi seurata tuloksia ja jos on tarvis, niin markkinointibudjettia voi kasvattaa tulosten mukana. Esimerkiksi Google-mainonnassa tulosten seuraaminen onnistuu vaivattomasti, kun taas perinteisemmässä lehtimainonnassa asia on mutkikkaampaa.

Puutteellinen markkinointi on myös syypää siihen, että asiakkaita ei ilmaannu paikan päälle. Ilman markkinointia asiakkaat eivät edes tiedä, että kyseinen ravintola on edes olemassa. Markkinointikanavana käytetään nykyään todella paljon sosiaalista mediaa, joten siihen ei kulu muuta, kuin aikaa ja tarmoa, kun markkinoi omaa ravintolaansa. Toki kannattaa myös myöhemmässä vaiheessa tehdä omat verkkosivut, joista asiakkaat näkevät mm. menun. (Yrittäjät. 3/2021.)

2.4.1 Asiakkaat

Yrityksen ei kannata ryhtyä tavoittelemaan jokaista markkina-alueensa asiakasryhmää asiakkaisiin, sillä eri asiakasryhmillä voi olla hyvinkin erilaiset omat tarpeensa ja vaatimuksensa. Toisinaan markkina-alue voi olla hyvin pieni paikkakunnasta ja kilpailusta riippuen, jolloin yrityksen ei kannata rajata asiakasryhmäänsä. Liian laajan asiakaskirjon havitteleminen voi johtaa siihen, että yrityksestä muodostuu kompromissi, joka ei kunnolla täytä yhdenkään asiakasryhmän toiveita. Joskus pienyrittäjät kuitenkin tekevät tämän virheen pienentääkseen liiketoiminnallista riskiä, mutta huomaavat sen vaativan aivan liikaa resursseja ja aikaa. Yritykselle on edullisempaa rajata ensisijainen asiakaskohderyhmänsä ostajaryhmään tai ostajaryhmiin, joiden vaatimuksiin ja tarpeisiin se pyrkii keskittymään parhaansa mukaan.

Asiakaskohderyhmän rajaamisessa täytyy kuitenkin muistaa, että yritys on suunnattu oman kohderyhmänsä tarpeiden mukaiseksi, joka ei kuitenkaan tarkoita muiden asiakasryhmien

edustajien jättämistä ulkopuolelle, vaan sitä, että yritys on ensisijaisesti suunniteltu valitun asiakaskohderyhmän toiveiden mukaiseksi. Esimerkiksi kaksi vierekkäistä ravintolaa voi olla suunnattu eri kohderyhmille, jolloin kilpailua ei synny ja siitä hyötyvät molemmat. (Tieto osaava yrittäjä [viitattu 18.11.2020].)

2.4.2 Kilpailu

Kilpailutilanne on yrityksen tärkeimpiä toimintaympäristön tekijöitä. Tiukassa kilpailutilanteessa uuden yrityksen on vaikea saapua markkinoille, ellei sillä ole poikkeuksellisen vahvoja kilpailuvaltteja puolellaan. Kilpailun avulla yrityksiä kannustetaan tarjoamaan toimivampia ratkaisuja, tehokkaampia toimintatapoja ja parantamaan tuotekehitystään, jotta asiakkaat voivat tulevaisuudessakin saada yhä parempia ratkaisuja ongelmilleen. Näiden asioiden seurauksena syntyy taloudellista kasvua. Asiakkaille toimiva ja kova kilpailu yritysten välillä tuottaa edullisempia ja parempia tuotteita ja palveluita. Nämä seikat näkyvät konkreettisesti siinä, että asiakkaille on tarjolla laajempi valikoima tuotteita, sekä laadukkaampaa palvelua. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 18.5.2014.)

Yrityksen tärkeimmät kilpailijat, eli avainkilpailijat, määritellään yrityksen kilpailijaseurannassa. Yrityksen täytyy kerätä tietoa kilpailijoidensa toiminnasta, jotta se voi erottua muista kilpailijoista ja luoda kannattavan ja erottuvan kilpailuedun, jota se pystyy käyttämään hyväksi asiakkaiden saamisessa. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 18.5.2014.)

Kilpailutilanteen tarkastusvaiheessa otetaan selvää kilpailijoiden määrästä, koosta ja sijainnista. Lisäksi tarkastellaan, onko kilpailijoilla samankaltaisia tuotteita yrityksen omien tuotteiden kanssa. Kilpailijoiden asiakasryhmät ja määrät tulee ottaa selville, jotta yritys itse olisi selvillä siitä minkälaisia asiakkaita ja kilpailuvaltteja muut yrityksen omaavat. Uuden yrityksen perustamisessa tulee ottaa huomioon, kuinka saada näkyvyyttä markkinoilla ja kuinka pärjätä jo olemassa olevien kilpailijoiden keskellä. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 18.5.2014.)

Skandinaavisissa maissa mm. vuokrat, palkat ja verotukset ovat erittäin korkeita muihin maihin verrattuna mikä haittaa tuoretta yritystoimintaa. Edellä mainittujen asioiden hinnat ovat nousseet jo vuosien ajan ja näiden lisäksi myös alkoholin hinta on noussut reilusti. Näiden takia tuotteiden myynti ja kulutus on laskenut saman aikaisesti. Näistä seikoista

johtuen ravintola-alan yrittäjät ovat joutuneet ahtaalle. net alalla toimijat ovat joutuneet hakeutumaan konkurssiin tai pienentäneet radikaalisti liiketoimintaansa. Tiettyyn pieneen markkina-alueeseen erikoistuminen ja sen hallitseminen todella hyvin voi tehdä yrityksestä paremman kuin se, että yritys yrittäisi miellyttää kaikkia asiakas ryhmiä. Ravitsemisalalla pienen yrityksen riskit ovat todella korkeita, jonka vuoksi yrityksen konseptin on oltava viimeistelty ja loppuun asti hiottu, jotta se herättää asiakkaiden huomion. yritys voi ottaa itselleen tietyn asian, josta se tekee itselleen suuren kilpailuedun, jota käyttää hyväksi kilpailussa ja asiakkaiden kiinnostuksen kasvattamisessa. Rovaniemen keskustassa sijaitsevat suosituimmat ravintolat, jotka ovat mahdollisesti kovimpia kilpailijoita uudelle yritykselle ovat listattu alla olevaan tekstiin, jossa myös kerrotaan minkä tyyppisestä ravintolasta on kyse.

Kilpailija-analyysi tehdään yleensä taulukoon. Taulukkoon merkitään eri riveille tärkeimmät kilpailijat. Tärkeimpien kilpailijoiden kohdille eritetään sarakkeisiin heidän heikkoutensa, sekä tärkeimmät kilpailuvalttinsa. Kilpailija-analyysin tarkoituksena on huomata paremmin ne osa-alueet, joita huomioimalla ja parantamalla voidaan erottua muista kilpailijoista. (Tieto: Osaava yrittäjä [viitattu 28.10.2020]).

2.5 Taloudellinen suunnittelu

Budjetointi on työkalu, jonka avulla voi suunnitella ja tarkkailla yrityksesi taloudellista tilannetta. Budjetti on yrityksen taloudellista tilannetta koskeva suunnitelma. Sen tarkoituksena on näyttää yrityksen tulot ja menot ja niiden määrät. Siitä käy ilmi mihin, kenelle ja milloin on maksettu minkäkin verran, sekä mistä yritys saa tuottoja.

yrityksen perustamisen yhteydessä ei ole pakko laatia budjettia, mikäli ei aio hakea starttirahaa tai muutakaan rahoitusta yrityksen perustamiseen. Näihin hakemuksiin edellytetään yleensä jonkinlaista arvioita siitä, kuinka rahavirrat tulevat yritykseen.

Kuitenkin budjetin tekeminen kannattaa, koska sen avulla voi suunnitelmallisemmin seurata yrityksen tuloja ja menoja. Etenkin yrityksen perustamisen jälkeen on hyvä tietää ja hahmottaa, kuinka paljon rahaa kuluu siihen, että tuote tai palvelu saadaan tuotettua ja kuinka paljon se tulisi myydä ulos, jotta yrityksen toiminnasta saadaan rahallisesti kannattavaa.

Yläpuolella mainittujen seikkojen vuoksi kaikkien yrittäjien olisi hyvä suunnitella oman yrityksensä budjetti tarkasti. budjetin voi luoda yrittäjä itse tai yrittäjä voi palkata ulkopuolisen kirjanpitäjän tekemään budjettilaskelmat hänen puolestaan. yleensä yritykselle tehdään koko tilikauden kattava budjettilaskelma. Tehdyt budjettilaskelmat voidaan päivittää sitä mukaan, kun tilikausi etenee, mikäli siihen on tarvetta. (Yrityksenperustaminen.net [viitattu 8.9.2020]).

Kirjanpito on tärkeä tehtävä, jonka tarkoituksena on tuottaa tietoa yrityksen tuloksellisuudesta ja maksuvalmiudesta. Kirjanpitoa hyödyntäen yritys voi tehdä myös muita palvelevia laskelmia kuten kassavirtalaskelmia ja -ennusteita. Kirjanpidon tarkoituksena on pitää yritys ja ulkoiset sidosryhmät ajan tasalla siitä kuinka kannattava yrityksen ylläpitäminen on. Osakeyhtiöiden tapauksessa tilinpäätökset julkaistaan kaupparekisterissä. Tällöin yrityksen luvut tulevat tavarantoimittajien, rahoittajien ja kilpailijoiden näkyville. Kommandiittiyhtiöllä tai avoimella yhtiöllä ei ole velvollisuutta julkaista yrityksen tilinpäätöksiä. Nämä yritysmuodot joutuvat kuitenkin tilinpäätökset esittämään, mikäli aikovat hakea rahoitusta pankista. (Taloushallintoliitto [viitattu 8.9.2020]).

3 PANIMORAVINTOLAN SUUNNITTELU

3.1 Missio, visio ja arvot

Missio on yksinkertainen toiminta-ajatus, joka vastaa kysymyksiin; Miksi yritys on olemassa? Mikä on yrityksen olemassaolon syy? Mission tulee kestää aikaa, eikä sitä tule vaihtaa vuosittain. Mission tarkoituksena on viestiä yrityksen tehtävästä ja roolista toimintaympäristössä ja yhteiskunnassa. Missio erottuu visiosta sillä, että missio viittaa olemassaolon syyhyn ja visio kuvaa tulevaisuutta ja sitä missä yritys haluaa olla muutamien vuosien päästä. Missio kuvaa yrityksen nykytilan tilannetta ja visio kuvaa yrityksen tulevaisuuden tavoitteita. (Yrityksen perustaminen.net [viitattu 19.11.2020].)

Yrityksen visio on tulevaisuuden ajattelua, sillä vision tarkoituksena on luoda tavoitetila, johon yritys haluaa päästä tietyn ajanjakson aikana. Yritys voi ottaa visiokseen esimerkiksi sellaisen tavoitteen että, kuuden vuoden jälkeen yritys on oman kaupunkinsa johtava toimija ravintola-alalla ja yritys on kyennyt kaksinkertaistamaan omien työntekijöidensä lukumäärän. Edellä kerrottu esimerkki ei ole parhain mahdollinen visio, sillä vision tulisi olla nostattaa motivaatioita ja innokkuutta, eli yrityksen työntekijät pitää saada vahvasti sitoutumaan yrityksen visioon, mikäli sen halutaan onnistuvan. Tämän vuoksi pelkästään yrityksen toiminnan kasvattaminen ei ole hyvä visio. (Yrityksen perustaminen.net [viitattu 19.11.2020].)

Strategian tehtävänä on kertoa, kuinka yrityksen visio saavutetaan. Strategian tarkoituksena on olla sellainen, että sitä olisi kaikkien yritykseen kuuluvien henkilöiden helppo noudattaa jokapäiväisessä toiminnassa ja työnteossa. (Yrityksen perustaminen.net [viitattu 19.11.2020].)

Yrityksen arvot tulee olla suuntaviivoja ja periaatteita, jotka vaikuttavat jokapäiväiseen työntekoon, niin tavallisten työntekijöiden, sekä johtajien keskuudessa. Arvoja voi olla esimerkiksi vastuullisuus, luotettavuus ja rehellisyys.

Yrityksen arvoja hyödyntäen yritys voi kehittää ja ohjata yrityksen toimintatapoja. Arvot voivat olla ne tavat, joita käyttäen tavoitetaan yrityksen asiakkaat, sekä muu yhteiskunta.

Hyvin ja huolellisesti mietityt arvot näkyvät yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa, eikä niistä tarvitse erikseen asiakkaille kertoa, sillä ne näkyvät asiakkaille oikeina tekoina.

3.2 Sijainti

Sijainnilla on suuri merkitys moniin asioihin yrityksen perustamisessa. Kaupungin keskustassa sijaitseminen nostaa vuokratustannuksia, mutta se saattaa tuoda lisää asiakkaita. Mikäli ravintola sijaitsee kauempana tärkeistä kulkureiteistä, on vuokra pienempi, mutta satunnaiskävijöiden määrä todennäköisesti laskee, jolloin yrityksen markkinoinnilla, mainostamisella ja tuotteiden laadulla on suurempi rooli. On siis tärkeää miettiä yrityksen sijainti tarkasti. (Roivas. 2014.)

3.3 Ravintolan ja panimon tilat

Ravintolat perustetaan lähes aina vuokrattaviin liikekiinteistöihin, joiden vuokrasopimukset ovat useimmiten 5-10 vuotta pitkiä. Ikävien yllätysten välttämiseksi kannattaakin käyttää paljon aikaa ja tarkkuutta vuokrasopimuksen laatimiseen. Erityisesti vuokran määrään, mahdollisiin korotuksiin ja vuokra-ajan pituuteen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Lisäksi tulee huomioida, että onhan huoneiston käyttötarkoitus merkattu selkeästi vuokrasopimukseen. Yrittäjän on myös hyvä varmistaa riittävä vuokra-ajan pituus, jotta hän ehtii maksaa lainansa ajoissa. Määräaikaisessa vuokrasopimuksessa vuokralainen on vastuussa vuokran maksamisesta koko sopimuskauden ajan paitsi, jos sopimuksesta päästään irti esimerkiksi konkurssin, uuden sopimuksen tai vuokrasopimuksen siirtämisen kautta yrityskauppoja tehdessä. (Roivas. 2014.)

Keittiö- ja tilasuunnittelun alkaessa kannattaa ottaa huomioon monia asioita, joiden toteutuessa on helpompi työskennellä. Näitä asioita, joita kannattaa miettiä kunnolla ja huolella ovat työergonomia, tilojen ja laitteiden energiatehokkuus, asiakaspalvelun sujuvuus, sekä viestinnän helppous. Oikein suunnitellussa tuotantotilassa laitteet ja tavarat ovat sijoiteltu siten, että työntekijöiden on helppoa liikkua ja työskennellä tilassa ilman, että heille aiheutuu työpäivän aikana turhia askeleita, jotka olisivat voitu välttää suunnitelmallisella sijoituksella. Tavaroiden tulee olla sijoitettu siten, että ne on helppo siirtää

paikasta A paikkaan B, muun muassa siivouksen ajaksi. Ravintolan toimivuuteen vaikuttaa merkittävästi pöytäkierrot, eli niiden tulee olla joustavia ja ripeitä. Työturvallisuus on asia, jota missään vaiheessa ei saa unohtaa. Se on yhtenä tärkeimmistä mittareista, joita ravintola-alalla on. Työturvallisuus samaan aikaan mittaa toiminnan tehokkuutta ja vähentää tapaturmia. Yleisimmät tapaturmat sattuvat kaatumisista, terävien esineiden käytöstä ja äkillisistä nostoista. (Dieta 10.10.2019)

Panimoravintolaa perustaessa kiinteistöllä ja sen sijainnilla on suuri merkitys. yrityksen perustamisen nopeuteen ja sujuvuuteen vaikuttaa se, että onko kiinteistössä aikaisemmin ollut panimo tai ravintola. Ollaanko panimoravintolaa perustamassa edellisen tiloihin vai joutuuko kiinteistön muokkaamaan alusta alkaen itselle sopivaksi? (Roivas. 2014.)

Mikäli ravintola perustetaan tilaan, jossa ei aiemmin ole ollut ravintolatoimintaa, niin tiloja suunnitellessa täytyy ottaa huomioon tilojen ja toimintojen järkevä sijoittelu.

Elintarvikkeiden käsittely-, valmistus- ja säilytystilat tulee olla sijoiteltu siten, että ristikontaminaatoriskiä ei pääse tapahtumaan. Tämän vuoksi raakana tarjoiltavat elintarvikkeet tulee käsitellä eri työpisteissä, kuin kypsennettyinä tarjoiltavat elintarvikkeet. Ruuanlaittoon ja jäähdyttämiseen tarvittavat laitteet ja välineet tulee sijoittaa ravintolan tiloihin siten, että ne ovat lähellä toisiaan, jotta ruoka saadaan mahdollisimman pienellä vaivalla valmistumisen jälkeen jäähdytykseen. Kylmäsäilytystilat täytyy sijoittaa erilleen lämmitystiloista. Näin saadaan energiaystävällisempi keittiöympäristö. Allergiaa aiheuttavat ainesosat, kuten gluteenittomat ja gluteenilliset, on pystyttävä pitämään erillään, jotta vältetään ristikontaminaatoriskit ja kyetään valmistamaan asiakkaille turvallisesti ruokaa.

Vesipisteiden ja viemäröintien suunnittelussa tulee ottaa huomioon se, että jokaisessa vesipisteessä on viemäri, ettei likavedet pääse tulvimaan lattioille. Viemäriin koko pitää valita sen mukaan kuinka iso vesipiste on. Esimerkiksi tiskikone tarvitsee suuremmat viemärit, jotta se kykenee toimimaan niin, kuin se on suunniteltu, kun taas pelkkä käsienpesuallas vaatii huomattavasti pienemmän viemäriin. (Ravintolatoiminnan aloittaminen osa 2, Tilat [viitattu 5.10.2020].)

Myrkyttömät, helposti puhtaana pidettävät ja sileät pintamateriaalit ovat keittiöiden suunnittelussa tärkeitä, koska keittiötiloihin ei voi laittaa sellaisia materiaaleja, jotka ovat

myrkyllisiä tai muuten huonosti puhdistettavissa, koska tämä aiheuttaa suuren riskin myrkyjen ja muiden saasteiden pääsyn raaka-aineisiin.

Asiakastilat tulee olla keittiön läheisyydessä, jotta annoksia ei tarvitse kantaa pitkiä matkoja ennen, kuin annos on asiakkaalla. Asiakkaiden ja henkilöstön wc-tilat ovat hyvä pitää erillään.

Henkilöstön pukeutumistilat tulee järjestää sillä lailla, että ulkopuolisilla ei ole mahdollisuutta päästä näihin tiloihin. Pukeutumistilojen olisi hyvä olla työskentelypisteen läheisyydessä, jotta työvaatteilla ei tarvitse kulkea pitkiä matkoja ennen työskentelypisteelle pääsyä.

Tupakointitilat tulee järjestää erilliseen tilaan tai pisteeseen siten, että savut ja hajut eivät pääse sisälle tai ne eivät pääse haittaamaan savuttomia asiakkaita ja työntekijöitä. (Ravintolatoiminnan aloittaminen osa 2, Tilat [viitattu 5.10.2020].)

Jätteiden säilytystilat pitää eristää puhtaana pidettävistä tiloista siten, että jätteet eivät pääse saastuttamaan elintarvikkeita. Paras mahdollinen tilanne on se, että jätteet pystyttäisiin säilyttämään ulkotiloissa.

Siivousvälineiden säilyttämiseen ja käsittelemiseen käytettävät tilat tulee olla erillään valmistuspisteistä siten, että mahdolliset myrkyt ja pesuaineet eivät ole valmistuspisteiden välittömässä läheisyydessä.

Astioiden pesupiste tulee sijoittaa tarpeeksi hyvin viemäröidylle alueelle pois valmistuspisteiden välittömästä läheisyydestä ja astioiden pääsääntöinen säilytyspiste on hyvä olla lähellä pesupisteen puhdasta päätä siten, että ne on helppo nostaa pienellä vaivalla ja nopeasti omille paikoilleen. Tähän liittyen tulee muistaa myös, että likaiset astiat eivät pääse saastuttamaan puhtaita astioita.

Muille tarvittaville varastointitiloille, kuten rullakoiden ja kuljetuslaatikoiden säilyttämiselle, on hyvä olla avoin tila lähellä lastauslaituria, jotta ne saadaan helposti poistettua ravintolan tiloista. (Ravintolatoiminnan aloittaminen osa 2, Tilat [viitattu 5.10.2020].)

Keittiön sijoituksessa tulee ottaa huomioon monia asioita. Näitä huomioon otettavia asioita ovat ilmansuunnat ja huonekorkeudet. Nämä tulee huomioida sen takia, että keittiö pyritään aina sijoittamaan rakennukseen, sillä lailla, että ikkunat ovat itä- pohjoispuolelle sen

takia, että auringon tuottama lämpö saadaan minimoitua valmistustiloissa. Työskentelytiloissa, eli keittiössä, tulee suositusten mukaisesti olla ainakin 10 % huoneen pinta-alasta varattu ikkunoille. Muita huomioitavia asioita ovat keittiöön liittyvät tekniset tilat, ruokailijoiden ja rakennuksen muu liikenne sekä tavarantoimitusten ja mahdollisten uloskuljetusten liikenne. Tavarantoimitusten ja mahdollisten uloskuljetusten tulee tapahtua siten, että tämä liikenne ei haittaa muita kanssaihmissä, joten nämä on hyvä sijoittaa ravintolan taakse. Ruokailijoiden ja muiden rakennuksessa liikkuvien tulee päästä esteettömästi kulkemaan ravintolaan ja ravintolasta pois. Keittiötila tulee muotoilla siten, että siitä ei ole minkäänlaisia haittavaikutuksia prosessien kannalta tila-, laite- ja kalusteratkaisuille. Suositusten mukaan tulisi myös kuljetusajoneuvoille varata tarpeeksi tilaa esteettömään kääntymiseen lastauslaiturille tai lastauslaiturin välittömään läheisyyteen. Lastauslaiturin alue tulee olla tarpeeksi suora ja tasainen, jotta lastausajoneuvo pysyisi mahdollisimman suorassa lastauksen ajan. Näin ollen kuormaa ei tarvitse purkaa vinolta alustalta, mikä itsessään jo vähentää lastauksessa tai purkamisessa tapahtuvia työtapaturmia. Keittiön ja muun tuotantotilan suunnittelu tulee tehdä siten, että sähkötekniisiä tiloja ei saa sijoittaa sellaisille alueille missä on vaarana, se että ne voivat kastua tai saada muutoin kosteutta. (RT 94-11254. 03/2017.)

Rakennustekniset vaatimukset kertovat kuinka keittiö tulisi suunnitella. Mikäli keittiössä asennetaan laitteita siten, että ne ovat sijoitettu keskelle lattiaa, pitää tuoda laitteiden vaatimat LVIS-liitännät ja koota ne RST-asennusseiniään tai RST-tekniikkapylväisiin. RST-tekniikkapylväiden ja -asennusseinién on oltava helposti avattavia ja puhdistettavia. Turvakytkimet tulee sijoittaa sellaisiin kohtiin, että niihin pääsee helposti käsiksi, ilman muita vaaratekijöitä. Tuotantotilojen laitteiden, esimerkiksi uunien, vesi- ja sähköjohdotukset, sekä poistoputkitukset on asennettava niin, että näiden laitteiden lähistöllä olevat lattiatilat pysyvät esteettöminä puhdistuksen ja muun toiminnan kannalta. Hyvä paikka näille johdoille ja putkille on laitteiston jalustat ja takaseinät. Johdot ja putket saa näppärästi kiinnitettyä jalustoihin tai takaseiniin RST-koukuilla. (RT 94-11254. 03/2017.)

Elintarvikehuoneistossa tulee olla tarpeeksi hyvä ilmanvaihto, joka käytännöllisessä mielessä tarkoittaa sitä, että ilmanvaihto tulee olla koneellistettu. Ilmanvaihdon mitoituksessa on otettava huomioon valmistus-, varasto- ja asiakastilojen ilmanvaihdon tarve. Mikäli elintarvikehuoneistossa on ruoanvalmistusta, tulee yleisilmanvaihdon lisäksi olla kohdepoisto ruoanvalmistuslaitteiden yläpuolella. Paisto- ja grillikohdissa tulee olla

myös rasvasuodattimella varustettu huuva. Astianpesukoneen yllä tulee olla poistolla varustettu huuva, mikäli koneessa ei ole kuivaustoimintoa. (Keski-Uudenmaan Ympäristökeskus. 2013)

Sellaiset ravintolat, jotka käyttävät uppopaistorasvaa tai valmistavat rasvaisia ruokia, joutuvat asentamaan rasvahormit paistopisteiden yläpuolelle ja sitä kautta johtamaan keittiöiden poistoilma rasvahormien kautta katon yläpuolelle ulkoilmaan, eikä rasvahormi saa olla yhteydessä rakennuksen muiden tilojen hormien kanssa. Tämä on tarkka määräys, koska rasva on suuri paloturvallisuusriski, jos sitä pääsee muihin hormoneihin. Ilmanpoiston tulee myös tapahtua aina elintarvikehuoneiston likaisen puolen kautta. Jäteilma tulee ohjata ulos siten, että se ei aiheuta haju- tai muuta haittaa. Ilmanvaihtokanavat tulee myös puhdistaa säännöllisesti ja suosituksena toimii vuosittainen puhdistus ruuanvalmistuspaikoille ja viiden vuoden välein puhdistus asiakastiloihin. (Keski-Uudenmaan Ympäristökeskus. 2013)

3.4 Luvat, ilmoitukset ja tarkistukset

Ruokaviraston (30.4.2020) mukaan elintarvikehuoneistosta on tehtävä viimeistään neljä viikkoa ennen ravintolan avaamista ilmoitus elintarvikehuoneistosta. Ilmoitus elintarvikehuoneistosta tehdään oman sijaintikunnan elintarvikevalvontaan. Jos muuttaa ravintolan toimintaa olennaisesti niin, että elintarvikehygieeninen riski kasvaa, se on ilmoitettava. Tämän kaltainen tapaus on muun muassa sellainen, että muuttaa pubin ruokapaikaksi.

Kirjallinen ilmoitus elintarvikehuoneistosta tehdään sijaintikunnan elintarvikevalvontaviranomaiselle.

Ilmoitukseen täytyy kirjata yleisten tietojen lisäksi tieto, mitä elintarvikehuoneistossa harjoitetaan ja sen laajuus, arvioitu toiminanna ajankohta ja tieto pakollisesta omavalvontasuunnitelmasta. (Rovaniemi [viitattu 8.9.2020])

Ravintolan suunnitteluvaiheessa tulee myös huomioida, että aikooko hakea ravintolalle täydet A-oikeudet tai aikooko myydä tupakka -tuotteita, sillä näihin pitää erikseen hakea lupa viranomaisilta. Alkoholiluvat haetaan Aluehallintovirastosta, kun taas tupakan myyntiluvat

myöntää kunta. Tässä tapauksessa, kun puhutaan panimoravintolasta, niin luvat ovat pakolliset, jotta panimon tuotteita voidaan myydä ravintolan puolella. Luvat, ilmoitukset ja tarkistukset, joita tarvitaan ravintolan perustamisessa ovat monenlaisia ja tärkeitä muistaa. (Ruokavirasto. 30.4.2020.)

Ravintolan perustamiseen tarvitaan rakennuslupa, elintarvikelain mukainen kirjallinen ilmoitus ravintolatoiminnan aloittamisesta, Terveysturvallisuuslain mukainen ilmoitus, palotarkastus, anniskelulupa, tupakkatuotteiden vähittäismyyntilupa, kaupunkien ohjeet, taloyhtiön päätös ja valtuutus, ja musiikin toistoon lupa. Osa näistä luvista on sellaisia, että niitä ei ole välttämätön hakea, esim. tupakkatuotteiden vähittäismyyntilupa. (Ruokavirasto. 30.4.2020.)

3.5 Omavalvontasuunnitelmat

Omavalvontasuunnitelma on elintarvikealalla käytössä oleva asiakirja, jota käytetään kuvaamaan koko toimintayksikön toimintaa ja se auttaa ylläpitämään palveluiden ja tuotteiden laatua, sekä ehkäisemään mahdollisia hygieniariskejä. Omavalvontasuunnitelmaa tulee noudattaa joka ikinen työpäivä, ja elintarvikealan toimijana olet vastuussa sen seuraamisesta. Omavalvontasuunnitelmaan on listattu miten voit ennakoida eri riskit ja miten saat virheet korjattua. Siihen tulee myös merkitä elintarvikkeiden kuumennus-, säilytys- ja jäähdytyslämpötilat ja ajat. Lisäksi tulee pitää kirjaa elintarvikkeiden sisältämistä allergioista ja intoleransseista aiheuttavista tekijöistä. Omavalvontasuunnitelmaan voi merkitä myös esimerkiksi elintarvikkeiden hankinnan, vastaanoton ja varastoinnin, tarjoilun ja tarjolla pidon, jätahuollon ja siivoussuunnitelman ja mikä on raaka-aineiden jäljitettävyyden. . (Ravintolatoiminnan aloittaminen - Osa 5, Omavalvonta [viitattu 16.5.2021].)

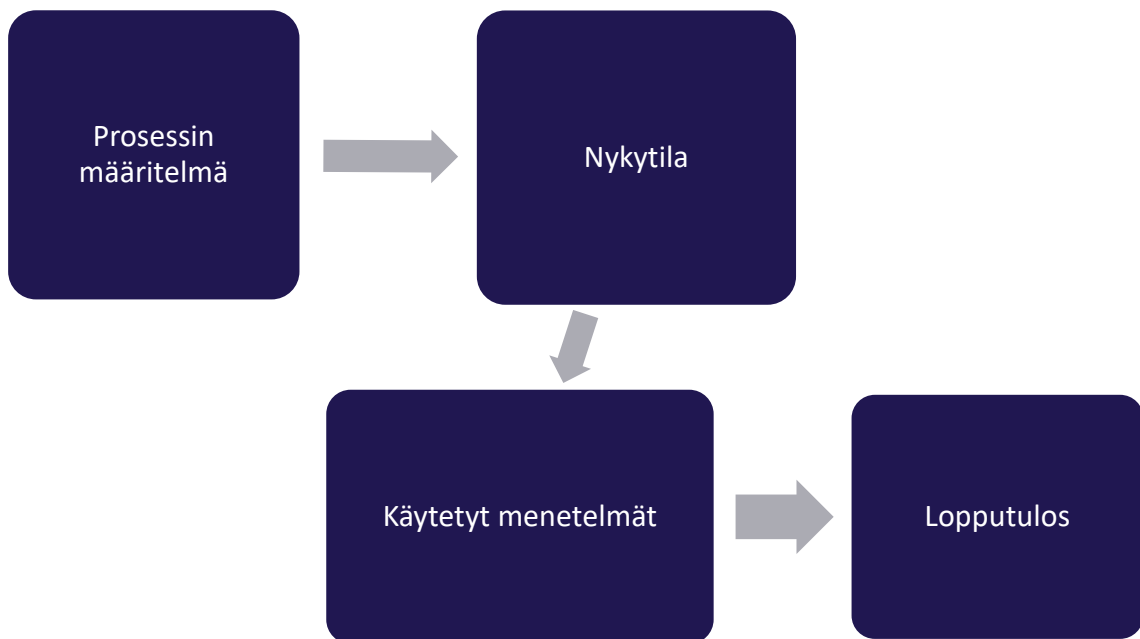
Omavalvontasuunnitelma on pakollinen ja se tuo elintarvikehuoneistolle useita hyötyjä, kuten ruokamyrkytysriskin pienentäminen, asiakastytyväisyyden lisääminen, virheiden, hävikin ja viranomaisvalvonnan tarpeen vähentäminen. Omavalvontasuunnitelmaa tulee päivittää jatkuvasti, mikäli ravintolassa tai panimossa tapahtuu toiminnallisia tai raaka-aineellisia muutoksia. (Ravintolatoiminnan aloittaminen - Osa 5, Omavalvonta [viitattu 16.5.2021].)

Omavalvontasuunnitelmat ravintolaan ja panimoon, sekä anniskeluun löytyvät kokonaisuudessaan erillisinä tiedostoina.

4 PROSESSIN KULKU

Opinnäytetyön lähtötasona on ollut teoriataustaa ja aiemmin koulussa ja töissä oppimaamme. Prosessin tavoitteena on luoda käyttökelpoinen ja toimiva panimoravintolan liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö on valmis ja siihen on kerätty runsaasti teoriatietoa, sekä suunniteltu panimoravintolan konsepti loppumetreille asti. Konsepti sisältää tietoa sijainnista ja ravintolan tilojen suunnittelusta. Konseptissa on myös mietitty asiakkaan kohtaaminen ja tarjoiluprosessi. Valmiiksi mietittynä on ravintolan teema, menu ja muut tuotteet. Laitteista ja muista tarvikkeista on tehty listat, jotka näkyvät kokonaisuudessaan liiteluettelossa.

Kuviossa 1 kuvataan opinnäytetyön etenemistä ja kuinka prosessia on mietitty.



Kuvio 1 Opinnäytetyön eteneminen

Ongelmina tässä opinnäytetyössä ja sen etenemisessä suurimpana oli punaisen langan löytäminen ja teoriatietojen soveltaminen käytännön tarkoituksiin. Liiketilän löytäminen tuotti hankaluuksia, koska Rovaniemellä ei ole sellaisia liiketiloja vapaana, mihin voisi

perustaa sekä panimon ja ravintolan. Sijainti löydettiin laajentamalla aluetta ja ottamalla sellainen toimitila, minkä voi itse päättää millaisen tekee, eli rakentaa kokonaan uusi toimitila. Ohjaajan avustuksella ja yhteisen pohdinnan jälkeen punaisen langan löytäminen ja teoritietojen soveltaminen alkoi sujua luontevammin.

Kuviosta 2 näkyy mistä opinnäytetyöhön on haettu tietoa. Tietoa etsittiin niin kirjaston kirjoista kuin verkkosivuiltakin. Lainsäädäntöä käytiin hieman läpi muun muassa omavalvontojen kohdalla.

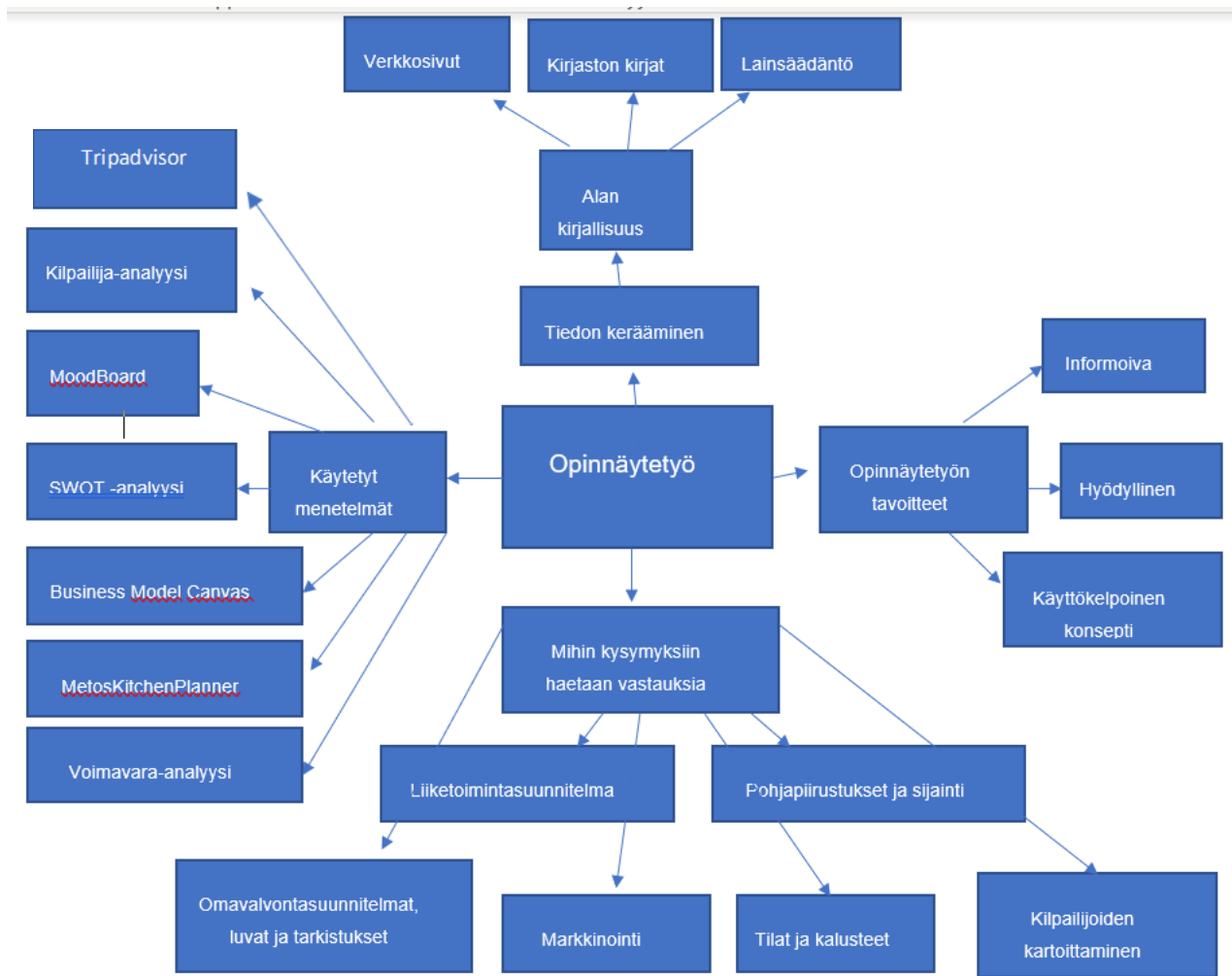
Opinnäytetyössä on käytetty erilaisia työkaluja ja menetelmiä. Käyttöön otettiin Canva-nettisivustolta moodboard, jota käytettiin ravintolan visuaalisen ilmeen suunnittelussa. Metos Kitchen Plannerilla toteutettiin panimoravintolan pohjapiirustus, mistä käy ilmi, kuinka pöydät ovat aseteltu ravintolan salin puolelle ja kuinka keittiö on suunniteltu (Liitteet 3 ja 4). Yritykselle on tehty business model canvas ja kilpailija-analyysi, jossa on käytetty apuna TripAdvisorin tietoja. Kilpailija-analyysi löytyy kokonaisuudessaan luvusta 1.4.3 Kilpailija-analyysi. Business model canvasista käy ilmi kumppanit, ydintoiminnot, resurssit, arvolupaus, asiakassuhteet, jakelukanavat, asiakassegmentit, kulurakenne ja tulovirrat. Tarkemmin business model canvas on avattuna luvussa 4 Konsepti.

Työntekijöille on tehty voimavara-analyysi, jota voi käyttää kehityskeskusteluissa suuntaviivoina. Voimavara-analyysistä käyvät ilmi työntekijän fyysiset, henkiset ja sosiaaliset resurssit, sekä myös kehittämistarpeet. Tietoa löytyy myös SWOT-analyysistä, joka on tehty panimoravintolaa ajatellen. Visio, missio ja arvot ovat myös määritelty tälle yritykselle. Nämä löytyvät tarkemmin luvusta 4 Konsepti.

Suurin aihe, johon opinnäytetyössä haetaan vastausta, on liiketoimintasuunnitelma. Ilman liiketoimintasuunnitelmaa ei ole myöskään yritystä. Liiketoimintasuunnitelmaan liittyen täytyy myös miettiä muita asioita, joita ovat muun muassa pohjapiirustukset ja sijainti, omavalvontasuunnitelmat, luvat ja tarkistukset, markkinointi, tilat ja kalusteet sekä kilpailijoiden kartoittaminen. Kaikkiin näihin kohtiin on löydetty vastaukset, ja ne ovat kirjattuna opinnäytetyöhön joko omilla otsikoillaan tai liittyneenä toisiinsa.

Opinnäytetyön tarkoituksena ja tavoitteena on saada opinnäytetyöstä sellainen, että siitä on tulevaisuudessa hyötyä, eli on käyttökelpoinen toteuttamiseen asti, sekä hyvin informaiva. Opinnäytetyöstä löytyy vastaukset sellaisiin kysymyksiin, mitä yrityksen perustamisen alussa tulee.

Valmiista opinnäytetyöstä voi nähdä, että panimoravintolan perustaminen on työläs prosessi, missä on katsottava asioita monelta eri kantilta, jotta saadaan toimiva, kannattava ja yhtenäinen kokonaisuus.



Kuvio 2 Opinnäytetyön kulkukaava

5 KONSEPTI

6 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi alkoi aiheen mietinnästä, kunnes törmäsimme erääseen rovaniemeläiseen panimotyöntekijään, joka on kiinnostunut oman panimoravintolan perustamisesta. Opinnäytetyön aiheeksi päättyi tämän pohjalta se, että luodaan opinnäytetyö, joka olisi jollain tasolla hyödyllinen tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön tavoitteena on antaa tietoa panimoravintolan perustamisesta, sekä yleisesti kaikesta ravintola-alaan liittyvistä aiheista, eli muun muassa rakenteellisista kriteereistä, omavalvonnoista, markkinoinnista, sekä tarvittavista laitteista.

Tällä hetkellä panimoravintola on teoriassa toteutuskelpoinen, mutta koska panimoravintolaa ei olla vielä perustamassa, niin ei ole varmaa tietoa mahdollisista ongelmista tai puutteista. Esimerkiksi ravintolalle on luotu ruokalista, jossa on kuvattu kaikki annoksen komponentit, mutta näille ruokalajeille ei olla luotu konkreettisia reseptejä, joten tässä on yksi ongelma tulevaisuutta ajatellen.

Vastaan tulleita rajoituksia ja ongelmia ovat muun muassa sijainti, tilan rakentaminen ja rahoitus. Sijaintiin liittyen tarpeeksi suuren tilan löytäminen pääalueelta, eli keskustasta tai sen tuntumasta, on haastavaa, koska toimeksiantajan toiveena oli saada panimo ja ravintola samoihin tiloihin. Tämä karsii pois monta potentiaalista ehdokasta johtuen siitä, että ei löydy joko tarpeeksi suurta tilaa tai tila ei sovellu panimoravintolalle, koska sen rakenteet eivät ole suunniteltu kestämään painavia laitteita. Ongelmaan ratkaisu löytyi sillä, että toimitilan sijaintialuetta laajennettiin niin, että tiloja katsottiin myös keskusta-alueen lähialueilta. Tilan rakentamisessa mahdolliset haasteet tulevat ilmastoinnin ja viemäroinnin oikeaoppisesta asettelusta ja tehokkuudesta. Nämä asiat ovat sellaisia, jotka ovat hyvin tärkeitä huomioida ja pyytää alan ammattilainen suunnittelemaan ja varmistamaan onnistuminen. Rahoitus tuottaa ongelmia, koska suunnittelemamme panimoravintola tulee maksamaan noin 300 000€, mikäli mitään laitteita tai muitakaan tarvikkeita ei ole jo omistuksessa.

Mahdollisia kehitysideoita tulevaisuudessa ovat ruokalistan päivittäminen, uudet oluet, mahdollinen laajentaminen eli uuden toimipaikan avaaminen, mikäli panimoravintola

menestyy, oluiden myyminen lähikaupoissa, sisustuksen päivittäminen ja modernisointi, sekä markkinointialueen laajentaminen.

LÄHTEET

BMI. 2021. Business model canvas. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.5.2021]. Saatavana: <https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/>

Canva. Ei päiväystä. Create Inspiring Mood Boards Online with Canva. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.3.2021] Saatavana: <https://www.canva.com/create/mood-boards/> Vaatii kirjautumisen.

Czech Brewery System. Ei päiväystä. [Verkkokauppa]. [Viitattu 13.4.2021]. Saatavana: <https://eshop.czechminibreweries.com/product/bfsa4-250/>

Dieta. 10.10.2019. Kaikki mitä olet halunnut tietää ravintolan perustamisesta - osa 1. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.8.2020] Saatavana: <https://www.dieta.fi/inspiraatio/ravintolan-perustaminen-osa1>

Keski-Uudenmaan Ympäristökeskus. 2013. Elintarvikehuoneiston perustamisohje; Tilan ilmanvaihto ja lämpötila. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.11.2020]. Saatavana: https://www.keskiuudenmaanymparistokeskus.fi/attachments/text_editor/17365.pdf?check

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 18.5.2014. Kilpailuasiat. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2020]. Saatavana: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/kilpailuasiat/>

Kokkikilta Original Espoo. Ei päiväystä. A´la carte ruokalistasuunnittelu. [Verkkosivu]. [Viitattu 7.10.2020]. Saatavana: <https://www.kokkikilta.fi/ruokalistasuunnittelu-alacarte/>

L 29.12.1994/1471. Laki alkoholijuomaverosta [Viitattu 16.06.2020]. Saatavana: <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941471>

L 9.4.2021/297. Elintarvikelaki. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.5.2021]. Saatavana: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2021/20210297>

Lappo.fi. 29.10.2019. Tammilastuista asiaa. [Verkkosivu]. [Viitattu 11.9.2020]. Saatavana: <https://www.lappo.fi/news/64/tammilastuista-asiaa>

Liikeidean osat. Tieto osaava yrittäjä. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.11.2020]. Saatavana: <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/yrittysajatuksesta-liikeidea?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

Liiketoimintaympäristö. Tieto: Osaava yrittäjä. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 8.9.2020]. Saatavana: <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/liiketoimintaympaeristoe>

Lomamatkalle.fi. 2018-2020. Rovaniemen parhaat ravintolat – Top 13 – Makuja ympäri maailman. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.4.2021]. Saatavana: <https://www.lomamatkalle.fi/kohteet/eurooppa/suomi/rovaniemi/ravintolat/>

Metos kitchen intelligence. 1922-2021. Metos professional kitchen planner. [Sovellus]. [Viitattu 10.5.2021]. Saatavana: <https://www.metos.fi/professional-kitchen-planner/>

Metos. 1922-2021. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.3.2021]. Saatavana: <https://www.metos.fi/product-category/keittolaitteet-ja-tarvikkeet/>

Miellyttävä pohjahiiva. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 11.9.2020]. Saatavana: <https://panimoliitto.fi/juomat/olut/>

Nokian panimo. 3.4.2018. Hapanolut vai hapan olut? [Verkkosivu]. [Viitattu 11.9.2020]. Saatavana: <https://nokianpanimo.fi/hapanolut-vai-hapan-olut/>

Olutwiki. 21.8.2018. India Pale Ale. [Verkkosivu]. [Viitattu 11.9.2020]. Saatavana: https://olutopas.info/olutwiki/oluttyylit:india_pale_ale

Perinteikäs pintahiiva. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 11.9.2020]. Saatavana: <https://panimoliitto.fi/juomat/olut/>

Pienpanimoliitto. Ei päiväystä. Pienpanimoliitto. [Verkkosivu]. [Viitattu 16.06.2020]. Saatavana: <https://pienpanimoliitto.fi/pienpanimoliitto>

Ravintola Nolla. Ei päiväystä. Ravintola-ala ja kova kilpailu. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.10.2020]. Saatavana: <http://www.ravintolanolla.com/ravintola-ala-ja-kova-kilpailu/>

Ravintolatoiminnan aloittaminen - Osa 5, Omavalvonta. Ruokavirasto. Ei päiväystä. [PDF]. [Viitattu 16.5.2021]. Saatavana: https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/yritykset/elintarvikeala/toiminnan-aloittaminen/pk/ravintolan-perustaminen/osa_5_omavalvonta_ravintolat.pdf

Ravintolatoiminnan aloittaminen osa 2, Tilat. Ruokavirasto. Ei päiväystä. [PDF]. [Viitattu 5.10.2020]. Saatavana: https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/yritykset/elintarvikeala/toiminnan-aloittaminen/pk/ravintolan-perustaminen/osa_2_tilat_ravintolat.pdf

Roivas, J. 2014. Ravintolan perustaminen – 4P mallia hyödyntäen. [Opinnäytetyö]. [Viitattu 19.11.2020]. Turun ammattikorkeakoulu. Saatavana: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/81111/Janne%20Roivas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rovaniemen kaupunki, Lapin ELY-keskus. Kaupunginvaltuusto 12.11.2012 § 139. Rovaniemen liikennejärjestelmä 2030 [PDF]. [Viitattu 30.9.2020]. Saatavana: <https://www.rovaniemi.fi/loader.aspx?id=0c297868-1bd6-4b79-a63c-424cc1386a23>
- RT 94-11254. 03/2017. Ammattikeittiöt. [RT-kortti]. [Viitattu 18.11.2020]. Saatavana: <https://kortistot-rakennustieto-fi.libts.seamk.fi/resource/juha/content/315#page=1> Vaatii käyttöoikeuden.
- Ruokavirasto. 30.4.2020. Kahvilan, ravintolan tai suurkeittiön perustaminen - Osa 1 Perustaminen. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.8.2020]. Saatavana: https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/yritykset/elintarvikeala/toiminnan-aloittaminen/pk/ravintolan-perustaminen/osa_1_perustaminen_ravintolat.pdf
- Selander Oy. Ei päiväystä. 2.4 Resurssit. [Verkkosivu]. [Viitattu 14.5.2021]. Saatavana: <https://www.selanderoy.fi/digikirja/2-yritystoiminta-ja-laskentatoimi/>
- Smartdraw. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.3.2021]. Saatavana: <https://cloud.smartdraw.com/> Vaatii kirjautumisen.
- Speidel. Ei päiväystä. "Braumeister 200 litran" sarja. [Verkkokauppa]. [Viitattu 12.9.2020]. Saatavana: <https://shop.speidels-braumeister.de/de/braumeister-200-liter/set-braumeister-200-liter>
- Strategy train. 2009. 3.1.1 Mitä liiketoimintarakenteella tarkoitetaan ja millaisia resursseja yrityksellä on käytettävissään? [Verkkosivu]. [Viitattu 18.11.2020]. Saatavana: <http://st.meriq.eu/index.php?id=123&L=2>
- Taloushallintoliitto. Ei päiväystä. Kirjanpidon ABC. [Verkkosivu]. [Viitattu 8.9.2020]. Saatavana: <https://taloushallintoliitto.fi/kirjanpidon-abc>
- TEPA-termipankki Erikoisalojen sanastojen ja sanakirjojen kokoelma - Sanastokeskus TSK. Ei päiväystä. Asiakas. [Verkkosivu]. [Viitattu 30.9.2020]. Saatavana: <https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/asiakas>
- Tripadvisor. 2021. Kauppayhtiö. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.5.2021]. Saatavana: https://www.tripadvisor.fi/Restaurant_Review-g189922-d800701-Reviews-Kauppayhtio-Rovaniemi_Lapland.html
- Tripadvisor. 2021. Lapin Panimo. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.5.2021]. Saatavana: https://www.tripadvisor.fi/Attraction_Review-g189922-d15610496-Reviews-Lapin_Panimo-Rovaniemi_Lapland.html
- Tripadvisor. 2021. Ravintola Roka -Street Bistro. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.5.2021]. Saatavana: https://www.tripadvisor.fi/Restaurant_Review-g189922-d8573890-Reviews-Ravintola_Roka_Street_Bistro-Rovaniemi_Lapland.html

Vaatii sovelluksen lataamisen.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2014. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. 6.-7. painos. Porvoo: Bookwell Oy.

Yrittäjät. 3/2021. Uuden yrittäjän markkinoinnin muistilista. [Verkkosivu]. [Viitattu 14.5.2021]. Saatavana: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/markkinoinnin-muistilista-566020>

Yrityksen perustaminen.net. Ei päiväystä. Yrityksen arvot, missio ja visio. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.11.2020]. Saatavana: <https://yrityksen-perustaminen.net/yrityksen-arvot/#missio>

Yrityksenperustaminen.net. Ei päiväystä. Budjetointi yrityksessä. [Verkkosivu]. [Viitattu 8.9.2020]. Saatavana: <https://yrityksen-perustaminen.net/yrityksen-budjetointi/>

Yritystoiminta. Ei päiväystä. Mitä markkinointi on? [Verkkosivu]. [Viitattu 30.9.2020]. Saatavana: <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/mitae-markkinointi-on>

Y-Studio. 12.3.2019. Rahoituslaskelma paljastaa paljonko tarvitset euroja. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.3.2021]. Saatavana: <https://y-studio.fi/yrityksen-perustaminen/laskelmat/rahoituslaskelma/>

LIITTEET