

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra
Majoitus- ja ravitsemisala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma, aikuiset

Emilia Liikkanen

Yrityksen perustamisprosessi ja liiketoiminta- suunnitelma, case: Coffee & Sandwich Bar

Opinnäytetyö 2013

Tiivistelmä

Emilia Liikkanen

Yrityksen perustamisprosessi ja liiketoimintasuunnitelma, case: Coffee & Sandwich Bar, 42 sivua, 2 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra

Majoitus- ja ravitsemisala

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma, aikuiset

Opinnäytetyö 2013

Ohjaaja: lehtori Pekka Mytty, Saimaan ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyön aiheeksi valittiin yrityksen perustamisprosessi ja siihen olennaisesti liittyvä liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutustua tarkemmin yrittäjyyteen ja siihen mitä yrityksen perustaminen vaatii. Lisäksi haluttiin oppia tekemään liiketoimintasuunnitelma jota voisi tulevaisuudessa käyttää. Teoriaosuus voi toimia oppaana myös muille yrittäjyydestä kiinnostuneille.

Teoriaosuudessa käsiteltiin yrittäjyyttä ja yrityksen perustamisen vaiheita sekä liiketoimintasuunnitelman laatimista. Teoria kirjoitettiin kokonaan kirjallisuus- ja internet-lähteiden pohjalta. Empiirinen osuus sisältää case-yrityksen liiketoimintasuunnitelman. Case-yritystä ei olla perustamassa lähiaikoina, ja liiketoimintasuunnitelma tehtiin nojaten teoriaosuuteen.

Opinnäytetyötä tehdessä kävi ilmi kuinka paljon oman yrityksen perustaminen vaatii tietoja ja valmistautumista etukäteen, jotta selviää yrittäjyyden haasteista. Nykypäivänä yrittäjyys on kuitenkin yksi tapa työllistää itsensä, ja yhteiskunta kannustaa siihen. Aloittavalle yrittäjälle on tarjolla paljon apua, ja turhien virheiden välttämiseksi asiantuntijoiden osaamista kannattaa hyödyntää.

Asiasanat: yritys, yrittäjyys, liiketoimintasuunnitelma

Abstract

Emilia Liikkanen

Business Start-up Process and Business Plan, case: Coffee & Sandwich Bar,
Number of Pages 42, Number of Appendices 2

Saimaa University of Applied Sciences

Business and Culture Imatra

Faculty of Tourism and Hospitality

Degree Programme in Hotel and Restaurant Business

Bachelor's Thesis 2013

Instructor(s): Mr Pekka Mytty, Lecturer, Saimaa UAS

The purpose of the thesis was to examine and to get familiar with entrepreneurship and how to create a business plan. The theoretical part can also serve as a guide to others who are interested in entrepreneurship.

The theoretical part is based on the sources. The information was collected mainly from literature and Internet. The empirical part is the business plan of the case enterprise. Case enterprise will not be established in the near future, and the business plan was made on the basis of the theory.

By writing this thesis it was learned that starting-up one's own business requires a lot of information and preparation in advance. Entrepreneurship is very challenging. Still today, entrepreneurship is one way to become self-employed and it is encouraged by the society. New entrepreneurs get a lot of help in the beginning and professional assistance is recommended to use.

Keywords: enterprise, entrepreneurship, business plan

Sisältö

1 Johdanto	6
1.1 Työn tarkoitus	6
1.2 Työn menetelmät	7
2 Yrittäjyys ja yrityksen perustaminen	7
2.1 Nykytilanne	7
2.2 Yrittäjyyden merkitys	8
2.3 Yrityksen perustaminen	9
2.3.1 Yrittäjyyden vaatimukset	9
2.3.2 Yrittäjyyden vaihtoehdot	10
2.3.3 Yrityksen perustamisen vaiheet	11
2.3.4 Kahvilayrityksen perustamistoimet	11
2.3.5 Yritysmuodot	13
3 Liiketoimintasuunnitelma	14
3.1 Liiketoimintasuunnitelman laatiminen	14
3.2 Tiivistelmä yrityksestä	15
3.3. Markkina-analyysi	15
3.3.1 Asiakkaat	15
3.3.2 Kilpailijat	16
3.4 Oman yrityksen kuvaus	16
3.4.1 Liikeidea	16
3.4.2 Strategia	17
3.4.3 Tuotteet ja palvelut	18
3.4.4 Yrityksen toimitilat	19
3.4.5 Hinnoittelu	19
3.4.6 Markkinointi	20
3.5 Yrityksen rahoitus ja talous	21
3.5.1 Rahoitussuunnitelma	21
3.5.2 Rahoitusvaihtoehtoja	22
3.5.3 Starttiraha	23
3.5.4 Laskelmat	23
3.6 Riskit ja vakuutukset	24
3.6.1 Liikeriski	24
3.6.2 Vahinkoriski	25
3.6.3 Riskien hallinta	25
3.6.4 Yrityksen vakuutukset	25
3.7 SWOT-analyysi	26
3.8 Liiketoimintasuunnitelman päivittäminen	27
4 Case:Coffee and Sandwitch Bar	27
4.1 Tiivistelmä	27
4.2 Lähtökohtatilanne	28
4.3 Markkina-analyysi	28
4.3.1 Asiakkaat	28
4.3.2 Kilpailijat	28
4.4 Yrityksen kuvaus	30
4.4.1 Liikeidea	30
4.4.2 Strategia	30
4.4.3 Tuotteet ja palvelut	31
4.4.4 Toimitilat	31
4.4.5 Hinnoittelu	31

4.4.6	Markkinointi.....	32
4.4.7	Yhtiömuoto.....	32
4.5	Rahoitus ja talous.....	32
4.5.1	Pääomantarvelaskelma	32
4.5.2	Rahoitussuunnitelma	34
4.5.3	Kannattavuuslaskelma-arvio.....	34
4.6	Riskit ja vakuutukset.....	36
4.6.1	Riskit.....	36
4.6.2	Riskeiltä suojautuminen	36
4.6.2	Vakuutukset.....	37
4.7	Swot- analyysi	37
5	Yhteenveto ja pohdinta	38
	Taulukot.....	40
	Lähteet.....	41

Liitteet

Liite 1 Investoinnit

Liite 2 Alustava kahvilavalikoima Coffee & Sandwich Bar

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on katsaus yrittäjyyteen, yrityksen perustamiseen ja liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Opinnäytetyön aihetta miettiessäni pohjana oli kiinnostus yrittäjyyteen ja pitkäaikainen haave omasta kahvilasta. Nykyisessä epävarmassa työtilanteessa myös mahdollisuus työllistää itsensä on houkutteleva ajatus. Se että opinnäytetyöllä voisi edistää haaveen toteutumista, oli syy lopulliseen valintaan.

Yrittäjyyteen kannustetaan nykyään entistä enemmän. Yrittäjyydestä kiinnostuneille on tarjolla kursseja ja useat eri tahot auttavat omasta yrityksestä haaveilevaa. Apua saa niin liikeidean kehittämiseen, rahoituksen kysymyksiin kuin liiketoimintasuunnitelman tekemiseenkin. Liiketoimintasuunnitelman laatimiseen on myös internetistä saatavilla useita erilaisia pohjia alasta riippuen.

Opinnäytetyön teoriaosuus on lähteisiin perustuvaa tietoa yrittäjyydestä sekä yrityksen perustamisesta. Johdannon jälkeen teoriaosuuden ensimmäinen pääluke (luku 2) on Yrittäjyys ja yrityksen perustaminen. Se sisältää tämän hetken tietoa yrittäjyydestä, sen vaatimuksista ja yrityksen perustamisen vaiheista. Toinen pääluke (luku 3) on Liiketoimintasuunnitelma. Sen alaluvuissa on kerrottu liiketoimintasuunnitelman laatimisesta ja sen sisällöstä.

Empiirisessä osuudessa on laadittu liiketoimintasuunnitelma case-yritykselle. Case-yrityksen liiketoimintasuunnitelma muodostaa kolmannen pääluvun (luku 4). Liiketoimintasuunnitelman sisältö noudattaa yleisiä ohjeistuksia, mutta ei ole kuitenkaan laadittu valmiille pohjalle.

Viimeisenä lukuna (luku 5) on Yhteenveto opinnäytetyöstä ja omat pohdinnat siitä miten työ on edennyt ja millaisia ajatuksia se herätti tekijässä.

1.1 Työn tarkoitus

Tavoitteenani oli saada tietoa siitä, mitä yrittäjyys ja yrityksen perustaminen vaatii. Lisäksi halusin oppia laatimaan liiketoimintasuunnitelman.

Suunnitelman tarkoitus on olla sellainen, että sitä voi tarvittaessa käyttää pohjana todelliselle liiketoimintasuunnitelmalle. Teoriaosuuden on tarkoitus toimia oppaana myös muille yrittäjyydestä tai yrityksen perustamisesta kiinnostuneille.

1.2 Työn menetelmät

Teen opinnäyteyöni lähes kokonaan kirjoituspöytätyönä. Teoriaosuuden pohjana on aiheesta kirjoitettua kirjallisuutta sekä internet-lähteitä.

Empiirisen osuuden liiketoimintasuunnitelmassa on peilattu teorioihin, mutta ideat ja suunnitelmat ovat omiani. Hintojen määrittelyä helpottaakseni ja saadakseni sijainnin Case-yritykselleni valitsen paikaksi Kotkan kaupungin, vaikka yritystä ei tällä hetkellä ollakaan perustamassa.

2 Yrittäjyys ja yrityksen perustaminen

Sanan yritys voi määritellä usealla eri tavalla. Yhden määritelmän mukaan se on tavaroiden ja palvelujen tuottamista markkinoille niin, että se tuottaa voittoa (Ahonen, Koskinen, & Romero 2009,12).

Yrittäjyys on hyvä tapa työllistää itsensä ja toteuttaa omia haaveitaan. Oman yrityksen perustaminen vaatii kovasti työtä, mutta on onnistuessaan palkitsevaa.

2.1 Nykytilanne

Vuonna 2010 Suomessa aloitti yli 30 000 yritystä joista noin 10 000 lopetti samana vuonna (Raatikainen 2012, 14, kuvio 1.7). Vuonna 2011 Suomessa toimi 322 232 yritystä (Tilastokeskus 2013). Vuonna 2010 ravitsemusalan yrityksiä oli 9528 ja niissä työskenteli 44 030 ihmistä (Suomen tilastollinen vuosikirja 2012).

Suomessa yrittäjyyteen kannustetaan. Halutaan, että uusia yrityksiä ja sitä kautta uusia työpaikkoja syntyy. Suomessa on aloitettu monia kehittämishankkeita yrittäjyyden tukemiseksi. Yrityksiä tuetaan kehittämällä yhteistyömahdollisuuksia verkostoitumalla ja kansainvälistymällä. Mentor-toiminnassa kokeneet yrittäjät auttavat vasta-alkajia yrittäjyyden alussa. Useat verkkosivustot tarjoavat uusille yrittäjille tietoa ja apua. Kaupungeissa toimivat elinkeinokeskukset voivat

auttaa mm. liiketilan etsimisessä. Liiketoimintasuunnitelman tekoon saa apua ELY- tai uusyrityskeskuksilta. (Puustinen 2004, 22 - 23; Raatikainen 2012, 11 - 14.)

Turvaa yrittäjälle tuo myös maan lait ja oikeusjärjestelmä, sekä se ettei korruptiosta tai tahallisesta asioiden hankaloittamisesta tarvitse kantaa huolta. (Puustinen 2004, 23).

2.2 Yrittäjyyden merkitys

Yrittäjyyden merkitys voidaan määritellä usein eri tavoin, mutta yleisesti yrittäjyys koetaan positiivisena vaikuttajana. Yrittäjyyttä voidaan tarkastella yhteiskunnan, kuluttajan ja yrittäjän näkökulmasta. (Sutinen & Viklund 2005, 9 -11.)

Yhteiskunnan näkökulmasta yrittäjyydellä on työllistävä vaikutus. Työväestöstä suurin osa on yritysten palveluksessa ja luku kasvaa koko ajan. Yrityksessä työskentelevillä on vahva työmotivaatio, jolloin tuloksia saavutetaan tehokkaasti. Yritykset ja niiden henkilöstö tuovat verotuloja, joilla maksetaan suuri osa julkisen sektorin menoista. Yritysten on kehityttävä koko ajan, jotta pärjäisivät kilpailussa, ja kehitys on yhteiskunnalle eduksi. Lisäksi yritykset tuovat mahdollisuuksia kansainvälistymällä. (Sutinen & Viklund 2005, 9 -11)

Kuluttajan näkökulmasta yrittäjyyden merkitys on suuri. Yritykset mahdollistavat niiden tuotteiden ja palvelujen hankkimisen, mitä kuluttaja tarvitsee. Kuluttajalla on mahdollisuus valita mieleisensä yritys, josta kokee saavansa mitä tarvitsee ja sellaisella tavalla, joka tyydyttää kuluttajaa. Kuluttaja on omilla ostopäätöksillään mukana yritysten kehityksessä. (Sutinen & Viklund 2005, 9-11.)

Yrittäjälle itselleen yrittäjyys merkitsee tapaa ansaita toimeentulo. Yrittäjyydestä tulee usein elämäntapa, joka motivoi saavuttamaan tavoitteet. Arvostuksen saavuttaminen yhteiskunnassa ja yrittäjyyden tarjoamat mahdollisuudet päästä eteenpäin urallaan ovat tärkeitä kannusteita monille yrittäjille. Lisäksi yrittäjänä voi hyödyntää omaa ammattitaitoaan laajasti. (Sutinen & Viklund 2005, 9 - 11.)

2.3 Yrityksen perustaminen

Päätös yrityksen perustamisesta voi syntyä eri syistä. Joillakin se voi olla pakon sanelemaa, esimerkiksi perheyrityksen jatkaminen. Joillekin yrittäjyys voi olla myös elämäntapa. Toiset kokevat yrittäjyyden olevan paras tapa itsensä työllistämiseen, ja toisilla se saattaa jostain syystä olla ainoa tapa ansaita elanto. (Ahonen ym. 2009, 12.)

Barringerin ja Irelandin (2006, 6) mukaan syitä yrityksen perustamiseen on kolme. Ensimmäinen ja yleisin on halu olla oman itsensä pomo. Halutaan omistaa yritys, tai ollaan kyllästyneitä tekemään työtä perinteiseen tapaan muille. Toinen syy on halu saada toteuttaa oma idea. Kolmantena on halu saavuttaa taloudellista voittoa.

Aina yritystä ei tarvitse perustaa alusta alkaen itse, vaan yritys voidaan ostaa valmiina. Tätä kutsutaan yrityskaupaksi. Myynnissä olevia yrityksiä voi etsiä mm. Yrityspörssin internet -sivuilta (Yrityspörssi 2013). Yrittäjäksi voi päätyä myös oman työnsä kautta, jos työnantaja tarjoaa osakkuutta yrityksessä. Yrityksen voi kuitenkin perustaa lähes jokainen, jolla on toimiva liikeidea. (Puustinen 2004.)

Aloitteleva yrittäjä voi saada tukea oman alueensa kehittämissyhtiöiltä. Yritys-Suomen kotisivuilta löytää oman alueensa tukea ja apua antavat yhtiöt ja yhdistykset (Yritys-Suomi 2013).

2.3.1 Yrittäjyyden vaatimukset

Oman yrityksen perustaminen voi olla pitkä ja vaikea prosessi. Kaikille yrittäjyys ei välttämättä sovi. Omaa soveltuvuutta voi mitata esimerkiksi internetistä löytyvillä yrittäjyystesteillä. Oman lähipiirin kommentteja ei myöskään kannata aliarvioida. Heillä on usein mielipide yrityksen perustamisesta ja henkilön yrittäjyyteen tarvittavista ominaisuuksista. (Puustinen 2004, 30 - 33; Raatikainen 2012, 20 – 23.)

Yrittäjänä menestymiseen vaikuttaa monet asiat. Henkilön elämäntilanne, siihen vaikuttavat yksittäiset tilanteet, ja yleinen yritysmyönteisyys ympäristössä voivat toimia joko esteenä tai kannustimena yrittäjyydelle. Tärkeitä ovat myös koulu-

tus, työkokemus ja perhetausta. Yrittäjäperheestä tulevalla on usein hyvät lähtökohdat yrittäjyyteen. Myös henkilön oma persoona on tärkeä, omaako hän yrittäjyyteen tarvittavia ominaisuuksia. Yrittäjyyttä tukevat ominaisuudet kertovat henkilön kyvystä selviytyä raskaasta yrittäjän arjesta. (Raatikainen 2012, 20 - 23.) Toisaalta Puustinen (2004) kirjoitti kirjassaan, ettei yrittäjyyteen välttämättä tarvita tiettyjä ominaisuuksia. On eduksi, jos henkilö on kunnianhimoinen ja rohkea, mutta myös ilman näitä ominaisuuksia voi pärjätä yrittäjänä. Tärkeintä on, että on sinnikäs ja haluaa saada yrityksensä menestymään. (Puustinen 2004, 30 - 31.)

2.3.2 Yrittäjyyden vaihtoehdot

Yrityksen voi perustaa yksin tai yhdessä. Molemmissa on puolensa, joita kannattaa miettiä. Sanotaan, että yksin yrittäminen on usein helpompaa. Päätökset saa tehdä itse, jolloin huonosta valinnasta voi syyttää vain itseään. Usean omistajan yrityksessä saattaa tulla ristiriitoja joita on vaikea ratkaista, joten pelisäännöt täytyy tehdä selväksi kaikille. Yhteinen suunta ja päätöksen teon perusteet sekä henkilöiden roolit yrityksessä tulee olla selvillä alusta alkaen. (Pyykkö 2011, 24 – 25.)

Yrittäjän tulee miettiä myös millaisen yrityksen haluaa perustaa. Työyrityksessä myydään omaa osaamista. Työyrittäjä hankkii työt ja myös tekee ne itse. Liikkeyritys on toimintaa, joka tähtää siihen, että saadaan hankittua asiakkaita ja pystytään tyydyttämään heidän tarpeensa niin, että yritys on kannattava. Liikkeyrityksen tavoitteena on saavuttaa kilpailuetu, jota kilpailijat eivät pysty kopiimaan. (Pyykkö 2011, 26 - 27.)

Franchising-yrittäjyys on hyvä vaihtoehto, jos haluaa yrittäjäksi, mutta idea puuttuu. Franchising- ketjuja on paljon ja malli yleistyy koko ajan. Tunnettuja ravintola-alan franchising- ketjuja ovat esimerkiksi Mc Donald's, Cafe Picnic ja Kotipizza. Franchising- antajat myyvät valmiin liikeidea ja liikemerkin yrittäjälle sekä tarjoavat apua yrityksen perustamisessa. Sopimus tehdään yleensä useaksi vuodeksi. Franchising- yrittäjä joutuu maksamaan osan tuloistaan ketjulle, mutta jos yritys ei menesty, hän vastaa itse tappioistaan. Riskit ovat kuitenkin pienemmät kuin aivan alusta yrityksen perustavalla. (Puustinen 2004, 123 -125.)

Erään ravintola-alan tutkimuksen mukaan franchising on tehokas toimintamalli, joka on pitkällä aikavälillä menestynyt paremmin kuin tavallinen yritystoiminta (Hua & Dalbor 2013.)

2.3.3 Yrityksen perustamisen vaiheet

Alusta asti yrittäjäksi aikovan on hyvä perehtyä yrityksen perustamisen jokaiseen vaiheeseen. Kaiken pohjalla on halu ryhtyä yrittäjäksi. Yrittäjyydestä kiinnostuneen kannattaa kartoittaa osaamisensa ja hankkia lisäkoulutusta, sekä tietoa yrittäjyydestä.

Tärkeää on olla hyvä liikeidea. Liikeidean kehittämiseen saa tarvittaessa apua uusyrityskeskuksilta (Holopainen 2013, 18). Hyväkin liikeidea kannattaa testata. Testaamiseen voi käyttää asiantuntijan apua. Jos liikeidea vaikuttaa toimivalta, on seuraavana vuorossa liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja rahoituksen järjestäminen.

Rahoittajat vaativat liiketoimintasuunnitelman ja tarkat laskelmat ennen kuin myöntävät lainaa. Yrittäjän täytyy valita yritykselleen yritysmuoto ja nimi, joka eroaa riittävästi muista. Yrittäjä joutuu tekemään ilmoituksen kaupparekisteriin ja verohallinnolle. Lisäksi tulee selvittää, onko yrityksen toiminta luvanvaraista ja hakea tarvittavat luvat aluehallintovirastoilta, ministeriöiltä tai valtion virastoilta (esim. anniskeluluvat). Yrittäjän ja yrityksen pakolliset vakuutukset tulee selvittää ja hankkia. Yrityksen kirjanpito on järjestettävä lainmukaisesti. (Keskuskaupakamari 2011, 12 – 13.)

2.3.4 Kahvilayrityksen perustamistoimet

Edellä mainitut perustamiseen liittyvät toimet kuuluvat jokaisen yrityksen perustamiseen. Alasta riippuen toiminnot kuitenkin eroavat yksityiskohdiltaan. Ravintola-alan yrityksen perustamista suunnittelevan täytyy kiinnittää huomiota eri asioihin kuin esimerkiksi vaatealan liikettä harkitsevan.

Kahvilatila yleensä vuokrataan. Vuokrasopimus kannattaa tehdä useammaksi vuodeksi kerrallaan, sopiva aika on 5 -10 vuotta. Liian lyhytaikainen sopimus saattaa johtaa siihen, ettei tehtyjä investointeja ehditä kuolettamaan ennen vuokra-ajan päättymistä. Liian pitkästä sopimuksesta saattaa tulla rasite, jos

yrittäjä ei menesty tai halutaan muuttaa. Sopimus kannattaa tehdä tarkkaan ja ottaa huomioon kaikki yksityiskohdat. Ennen vuokrasopimuksen allekirjoittamista on syytä tarkistaa, että tila on hyväksytty elintarvikehuoneistoksi, jossa saa harjoittaa kahvilatoimintaa. Rakennusvalvonnan lisäksi tilan täytyy olla elintarvikevalvonnan ja pelastuslaitoksen hyväksymä. Jos tilassa täytyy tehdä muutostöitä, täytyy hankkia asianmukaiset luvat rakennusvalvontavirastolta. (Naisyrittäjyyskeskus 2013.)

Elintarvikkeita tarjoavissa yrityksissä yrittäjän ja henkilöstön täytyy huolehtia, että toiminta on elintarvikelain mukaista. Yrityksessä on oltava omavalvontasuunnitelma, joka pidetään ajan tasalla. Jokaisella työntekijällä, joka käsittelee elintarvikkeita, on oltava hygieniapassi. Tällä varmistetaan riittävät tiedot elintarvikkeiden käsittelystä ja hygieniasta. Hygieniapassin saa suorittamalla hygieniosaamiskokeen alan oppilaitoksissa. (Naisyrittäjyyskeskus 2013.)

Yrittäjän täytyy hakea luvat anniskeluun, jos kahvilassa on tarkoitus myydä alkoholia. Myös tupakkatuotteiden myynti vaatii luvan. Anniskeluluvat haetaan sen alueen aluevirastolta, jossa kahvila sijaitsee (Valvira 2013a). Tupakan myyntiin tarvitaan vähittäismyyntilupa myyntipaikan sijaintikunnalta (Valvira 2013b). Jos kahvilassa on alkoholituotteiden anniskelua, on myynnistä vastavalla henkilöllä oltava anniskelupassi. Anniskelupassin voi suorittaa alan oppilaitosten järjestämässä koetilaisuuksissa. Terrassin pitämiseen tarvitsee hakea luvat maanomistajalta, joka on joko kaupunki, kunta tai rakennuksen omistaja. Muita vaatimuksia ulkoanniskeluun ovat rakennusluvut kiinteille rakenteille ja ympäristökeskuksen määräysten täyttäminen. Musiikin soittamisesta täytyy maksaa Teosto- ja Gramex-maksut. (Naisyrittäjyyskeskus 2013.)

Yrityksessä on oltava viranomaisten hyväksymä pelastussuunnitelma jos kahvilassa on yli 50 asiakaspaikkaa. Asiakkaiden ja henkilökunnan turvallisuus on yrittäjän vastuulla, joten on syytä huolehtia, että asiat on hoidettu lain edellyttämällä tavalla. Henkilökunnalle yrittäjän on järjestettävä tarpeelliset koulutukset liittyen turvallisuuteen ja ensiapuvalmiuteen. Henkilökunnalle täytyy järjestää työterveyshuolto ja tarvittavat vakuutukset. (Naisyrittäjyyskeskus 2013.)

Uudesta yrityksestä on aina tehtävä perustamisilmoitus kaupparekisteriin. Yritys saa Y-tunnuksen (yritys- ja yhteisötunnus) heti kun perustamisilmoitus kirjataan yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. (Keskuskauppakamari 2011, 20.)

2.3.5 Yritysmuodot

Yritysmuotoa valitessaan yrittäjän tulee ottaa huomioon monia asioita. Usein uuden yrittäjän on hyvä pyytää apua asiantuntijoilta osatakseen valita sopivimman muodon.

Valintaan vaikuttaa se kuinka monta perustajaa yrityksellä on. Yksin yrittäjän kannattaa toimia yksityisenä elinkeinoharjoittajana. Kaksi perustajaa voi valita avoimen yhtiön, kommandiittiyhtiön tai henkilöyhtiön. Useamman yrittäjän joukko voi valita osakeyhtiön tai osuuskunnan. Osakeyhtiön voi perustaa yksikin henkilö. Ollessaan yksin hallituksen ainoa jäsen hänellä on kuitenkin oltava varajäseniä. (Holopainen 2013, 21.)

Pääoman tarve vaikuttaa yritysmuodon valintaan. Toiminimeä perustettaessa pääoman tarve on yleensä hyvin pieni. Suurta pääomaa tarvittaessa kannattaa perustaa osakeyhtiö. (Holopainen 2013, 22.)

Yksityisen toiminimen perustaja vastaa yhtiöstään itse koko omaisuudellaan. Kahden tai useamman yrittäjän kommandiittiyhtiön sekä avoimen yhtiön yhtiömiehillä on yhtä suuri vastuu yrityksestä. Heillä on myös samanlaiset oikeudet tehdä yritystä koskevia päätöksiä. Osakeyhtiössä ja osuuskunnassa yhtiömiesten vastuu riippuu siitä, miten paljon he ovat yritykseen sijoittaneet. (Holopainen 2013, 22.)

Yritysmuotoa valittaessa tulee miettiä toiminnan joustavuutta. Osakeyhtiö pakottaa yhtiökokouksiin ja muuhun pakolliseen byrokraatiaan, joka vie aikaa. Yksityisenä elinkeinoharjoittajana asiat ja päätökset saa tehdä itse, eikä pakollisia yhtiökokouksia tarvitse pitää. (Holopainen 2013, 22.)

Voitonjako ja tappioista selviytyminen vaikuttavat valintaan. Yksityinen yrittäjä hyötyy voitoista eniten, koska niitä ei tarvitse jakaa kenenkään kesken, mutta vastaa myös tappioista yksin. Kommandiittiyhtiössä ja avoimessa yhtiössä voitoista ja vastuista tappiutilanteissa sovitaan erikseen. Osakeyhtiössä jaetaan

osinkoa. Osuuskunnassa ei tavoitella voittoa jäsenille, vaan nettovarallisuus ja voitto kuuluvat osuuskunnalle. Osuuskunnassa voitosta on osa siirrettävä vararahastoon taseen mukaisen tappion vähennyksen jälkeen. Ylijäämä jaetaan jäsenille säännöissä määrättyllä tavalla esimerkiksi lisäpalkkana, osuuspääoman korkona tai ylijäämän palautuksena. (Holopainen 2013, 23.)

3 Liiketoimintasuunnitelma

Alkujaan liiketoimintasuunnitelma on kotoisin Amerikasta (business plan). Yrittäjän tarvitsee yrityksen perustamisvaiheessa tehdä liiketoimintasuunnitelma. Se auttaa hahmottamaan yrityksen tulevaisuuden strategiana ja visiona. Näin yrittäjä joutuu miettimään myös, miten luotsaa yrityksen toimintaa tulevaisuudessa. Myös rahoitusta hankittaessa liiketoimintasuunnitelma vaaditaan. Liiketoimintasuunnitelmien yleistyttyä on huomattu yritysten toiminnan ja selviytymisen parantuneen. (Puustinen 2004, 61 – 62.)

Tarkkaa liiketoimintasuunnitelmaa ei pitäisi tehdä liian aikaisin. Suunnitelman tulisi sisältää tarpeeksi olennaisia tietoja ja olla tarpeeksi yksityiskohtainen, jotta se vakuuttaisi lukijat. (Barringer & Ireland 2006, 205.)

Liiketoimintasuunnitelman määritelmä Ahonen ym.(2009) mukaan on seuraava:

Kirjallinen esitys, joka selvittää yksityiskohtaisesti liiketoiminnan lähtökohdat ja tavoitteet, sen käynnistämisen, jatkamisen ja kehityksen. Malleja liiketoimintasuunnitelmalle on monia, mutta perusajatus ja tarkoitus ovat aina samoja. Kaikissa liiketoimintasuunnitelmissa kuvaillaan yrityksen strategiat, liikeidea sekä muut menestystekijät siten, että se auttaa yrittäjää hahmottamaan kaikki toiminnan osa-alueet, pohtimaan vaihtoehtoisia toimintamalleja sekä suunnittelemaan toimintaa pitkällä aikavälillä. Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen vision konkretisointi käytännön muotoon.

3.1 Liiketoimintasuunnitelman laatiminen

Liiketoimintasuunnitelma kannattaa laatia huolellisesti ja olla realistinen jokaisessa kohdassa. Apua suunnitelman laatimiseen saa paikkakunnilla toimivilta uusyrityskeskuksilta, ja sitä kannattaa käyttää hyväksi. (Lojander & Suonpää 2004, 27.)

Liiketoimintasuunnitelman voi tehdä monella eri tavalla, mutta tietyt asiat täytyy tulla esille. Liiketoimintasuunnitelman ei välttämättä tarvitse olla pitkä, mutta siinä tulee olla tarpeeksi tietoa yrityksestä.

3.2 Tiivistelmä yrityksestä

Tiivistelmä kattaa lyhyesti koko liiketoimintasuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelman tekijälle se toimii apuvälineenä kun halutaan esittää suunnitelman pääkohdat lukijoille, eli mahdollisille rahoittajille tai yhteistyökumppaneille.

Tiivistelmässä esitellään lyhyesti vain suunnitelman tärkeimmät kohdat. Mahdolliset rahoittajat lukevat liiketoimintasuunnitelmasta usein vain tiivistelmän, joten sen tulee olla helposti luettava ja siitä tulee käydä selväksi suunnitelman ydinasiat. (Ahonen ym., 2009, 42.)

3.3. Markkina-analyysi

Markkina-analyysi on yleiskatsaus alan markkinoiden tilasta ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Alan nykytilanteesta vaihteluineen ja trendeineen on hyvä olla selvillä. Alalla esiintyneet muutokset liittyen esim. hintoihin ja yleisiin talouden suhdanteisiin edellisinä vuosina on hyvä tarkistaa. Myös alan tulevaisuuteen viittaavia uutisia kannattaa seurata, jotta tietää, mihin suuntaan ala on menossa. Myös mahdollisiin lakimuutoksiin kannattaa tutustua. (Ahonen ym. 2009, 48–50.)

Toimialaan vaikuttavat myös alalla vallitsevat liiketoimintaan liittyvät hinnat. Ravintola-alalla tilojen neliöhintoja, alueellisia vaihteluita ja hintojen suuntausta kannattaa seurata. Markkina-analyysi sisältää tietoa myös asiakkaista sekä kilpailijoista. (Puustinen 2004, Ahonen ym. 2009, 48 – 50.)

3.3.1 Asiakkaat

Asiakkaiden segmentointi on tärkeä osa markkina-analyysiä. Potentiaaliset asiakkaat kannattaa jakaa segmentteihin ja miettiä mikä asiakasryhmä on potentiaalinen ostaja jollekin yrityksen tuotteelle.

Tässä mietitään miten esim. asiakkaan ikä, varallisuus ja arvot vaikuttavat ostokäyttäytymiseen. Asiakkaiden ostopäätökseen voi vaikuttaa moni asia, kuten mielihyvä, laatu tai tarpeet. Lopuksi tulee miettiä mihin asiakassegmentteihin oma yritys keskittyy. (Puustinen 2004, 65.)

3.3.2 Kilpailijat

Kilpailijoihin kannattaa tutustua hyvin. Kun tietää kilpailijan tuotteet, palvelut ja strategian on helppo etsiä vahvuudet ja heikkoudet. Varsinkin kilpailijan heikkoudet on hyvä selvittää koska oman yrityksen kohdalla se on mahdollisuus tehdä asiat paremmin. (Puustinen 2004,65.)

Kilpailija-analyysi jossa edellä mainittuja asioita tarkastellaan auttaa yrittäjää asemoimaan oman yrityksensä tilanteen markkinoilla. Kilpailija-analyysissä voidaan tarkastella oman yrityksen suhdetta muihin tehokkuuden, kannattavuuden kehityksen ja vakavaraisuuden perusteella. (Asiakastieto 2013.)

3.4 Oman yrityksen kuvaus

Seuraavaksi liiketoimintasuunnitelmaan laaditaan oman yrityksen kuvaus. Se sisältää tietoa siitä miten yritys toimii ja aikoo menestyä. Sen tärkeimpiä osia ovat liikeidea ja yrityksen strategia, joka sisältää arvot ja vision sekä tavoitteet, joilla yritys aikoo saada vision toteutumaan. Lisäksi oman yrityksen kuvaus kertoo yrityksen tuotteista ja niiden hinnoittelusta, henkilöstöstä sekä markkinointisuunnitelmasta. (Puustinen 2004; Ahonen ym. 2009.)

3.4.1 Liikeidea

Liikeidea vastaa kysymyksiin, mitä, kenelle, miten ja millä imagolla. Se sisältää tuotteet ja yrityksen toimintatavan sekä vahvuudet kilpailijoihin nähden. Liikeidea kannattaa miettiä niin, että sen voi esittää muutamalla lauseella joista kuuntelija ymmärtää, mistä on kyse. (Puustinen 2004; Ahonen ym. 2009.)

Hyvän liikeidean miettimiseen kannattaa käyttää aikaa, koska se voi taata yrityksen menestyksen. Aina liikeidean ei tarvitse olla itse keksitty, vaan jo olemassa olevaakin liikeideaa voi kehittää toimivammaksi ja paremmaksi kuin muilla. Tärkeää on määritellä asiakkaat ja kilpailijat. Asiakkaat takaavat yrityk-

sen toiminnan ja vaikuttavat menestykseen. Kilpailijat taas vaikuttavat markkinoihin. (Puustinen 2004.)

Liikeidean pohjalla on aina yritysidea, josta liikeidea jalostuu. Se voi kehittyä vuosien pohdinnan tuloksena tai hyvän keksinnön myötä sattumalta. (Raatikainen 2012, 38.) Liikeidea on hyvä silloin, kun se on yksinkertainen ja sen avulla voi saavuttaa mahdollisimman hyvän tuloksen kohtuullisella panostuksella (Puustinen 2004, 43.)

3.4.2 Strategia

Jokaisen yrittäjän on tärkeää valita strategia omalle yritykselleen. Strategia määrittelee keinot joilla yrittäjän on tarkoitus saavuttaa yritykselleen asettamansa tavoitteet. Strategian valinnassa tulee ottaa huomioon millä tuotteella tai palvelulla yritys aikoo kilpailla sekä se, mihin yrityksen kilpailuetu perustuu. (Instituutti 2013.) Strategia kirjataan liiketoimintasuunnitelmaan.

Yrittäjä itse määrittelee yrityksensä eettiset periaatteet eli arvot. Arvojen on tarkoitus ohjata yrityksen kaikkia toimintoja. Sisäiset arvot kuvaavat yrityksen sisällä noudatettavaa kulttuuria ja ulkoiset arvot niitä asioita, joita halutaan asiakkaille tai yhteistyökumppaneille viestiä. (Ahonen ym., 2009, 24.)

Visiolla tarkoitetaan yrittäjän näkemystä siitä missä yritys on jonkin tietyn ajan päästä. Tavoite voidaan asettaa esim. yhden ja / tai viiden vuoden päähän, tai sitten jonkin tietyn ajanjakson loppumiseen. Yrityksen työntekijöiden on tiedettävä millainen visio yrityksellä on ja sitouduttava toimimaan sen mukaisesti, jotta se voisi toteutua. Innostava visio tulevaisuudesta saa henkilökunnan ponnistelemaan tavoitteen saavuttamiseksi. (Lindroos & Lohivesi 2004; 26 Ahonen ym. 2009, 24.)

Visiota tavoitellessaan yrittäjän on hyvä asettaa yritystoiminnalleen tavoitteita. Tavoitteiden toteutumista seuratessa on helppo huomata, onko yrityksessä tehty oikeita strategisia valintoja, jolloin mahdollisiin vääriin valintoihin voidaan puuttua ajoissa. (Ahonen ym. 2009, 25.)

Vision saavuttamiseksi tarvitaan strategia. Strategia koostuu toimenpiteistä ja valinnoista, joihin on päädytty pohdinnan lopputuloksena. Strategiaprosessiin kuuluu viisi vaihetta.

Ensimmäinen vaihe on tietojen keruu ja analysointi. Toimintaympäristön muutoksista ja sidosryhmien odotuksista kerätään tietoa ja arvioidaan sitä oman liiketoiminnan ja kilpailuaseman kannalta. Markkinoita ja kilpailijoita analysoidaan esimerkiksi Porterin kilpailuanalyysin avulla. Toinen vaihe on määrittelyvaihe, jossa analysoidun tilanteen pohjalta päätetään oma strategia ja tavoitteet. Kolmannessa vaiheessa suunnitellaan kehitysprojektit strategiajaksolle. Kehitysprojektien on tarkoitus edistää tarvittavien muutosten toteutumista. Neljäs vaihe on strategian toteutus. Toteuttaminen vaatii paljon työtä. Onnistuakseen toteutus vaatii yrityksen johdolta ja esimiehiltä osaamista ja halua johtaa toimintaa strategian mukaisesti. Viidennessä vaiheessa strategian linjauksia arvioidaan ja päivitetään, jos on tarpeen. Muuttuvat toimintaympäristöt voivat aiheuttaa sen, ettei strategiassa ole osattu ennakoida kaikkea. (Lindroos & Lohivesi 2004, 31 – 49.)

Strategian lähtökohdaksi valitaan toimintatapa. Se voi olla tuotanto-, tuotekehitys- tai asiakaspalvelulähtöinen toimintatapa. (Lindroos & Lohivesi 2004, 61 – 65.)

Ravitsemusalalla asiakaspalvelu ovat tärkeässä roolissa yrityksen menestymisessä, siksi asiakaslähtöinen toimintatapa on usein lähtökohtana ravintola-alan yritysten strategiassa.

Asiakaslähtöisessä toimintatavassa on kyse asiakkaan arvostamisesta ja lisäarvon tuottamisesta asiakkaalle. Asiakas pitämään tyytyväisenä tuotteeseen ja palveluun ja sitä kautta saavuttamaan myös asiakkaan uskollisuus yritystä kohtaan. (Lindroos & Lohivesi, 113 -117.)

3.4.3 Tuotteet ja palvelut

Liikeidea suunniteltaessa on mietitty tuotteet joita yritys myy. Yrityksen kannalta on tärkeää miettiä, miten oma tarjonta on parempaa kuin kilpailijoilla. Liiketoimintasuunnitelmassa esitellään yrityksen tuotteet ja palvelut. (Puustinen

2004, 67; Ahonen ym. 2009, 70 – 71.) Kahvilan liiketoimintasuunnitelmassa tulee näkyä tärkeimmät juoma- ja ruokatuotteet. Ne voidaan vielä lajitella kuuma- ja kylmätuotteisiin, syötävät makeisiin ja suolaisiin tarjottaviin.

Palvelun osia ovat yrityksen peruspalvelut eli ne joita asiakkaalle ensisijaisesti tarjotaan ja joita hän ostaa. Lisäksi voidaan tarjota oheispalveluita tukemaan peruspalvelua tai, tukipalveluita jotta saavutettaisiin parempi kilpailuetu. Liiketoimintasuunnitelmassa nämä voidaan esittää eri osissa. (Ahonen ym. 2009, 70.)

3.4.4 Yrityksen toimitilat

Toimitiloja hankittaessa kannattaa olla harkitseva. Sijainti on usein yrityksen tärkein valttikortti. Keskeinen sijainti on usein kalliimpi kuin hieman syrjäisempi liikepaikka, mutta myynnin kannalta varmasti tuottoisampi. Liiketilän voi ostaa, mutta yleisempi tapa on vuokrata kiinteistö. Ravintola- ja kahvilatoimintaan vuokrattavissa tiloissa on usein ollut samankaltaista toimintaa jo aiemmin. Hintaan vaikuttavat paikan lisäksi myös tilojen varustelu kalusteiden sekä koneiden ja laitteiden osalta. Liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä yrityksen paikka ei välttämättä ole vielä tiedossa, joten haluttu sijainti voi toimia suunnitelman pohjana. (Ahonen ym., 2009, 76 - 78.)

Liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä siihen määritellään liiketilän koko ja asiakaspaikkojen määrä. Arvioidaan tilan soveltuvuus liikeideaan ja tilankäyttö. Huomioidaan, että tulevissa tiloissa on lain mukaiset saniteettitilat ja sosiaalitilat henkilökunnalle. (Ahonen ym. 2009, 76 – 78.)

3.4.5 Hinnoittelu

Tuotteiden ja palvelujen hinnoittelu on haastavaa. Hinnan täytyy olla sellainen joka tyydyttää myyjää sekä ostajaa. Hintaan vaikuttavia tekijöitä on monia. Tuotteita hinnoiteltaessa täytyy miettiä, millaisia kustannuksia tuotteen valmistamisesta syntyy. Välittömiä kustannuksia ovat raaka-aineet ja työpalkat. Välillisiä kustannuksia ovat esimerkiksi vuokrat. Voittoa tavoiteltaessa näiden päälle tulee lisätä vielä se määrä, joka voittoa halutaan ja verot. (Raatikainen 2012, 87 – 88.)

Katetuottohinnoittelun tarkoituksena on että tuotot kattavat kaikki kustannukset joita tuotteen valmistamisesta koituu, ja että yritykselle jää myös voittoa tämän jälkeen. Muuttuvat kustannukset ovat niitä kuluja, joita tuotteen hankinta ja valmistaminen aiheuttavat. Muuttuvat kustannukset vaikuttavat suoraan tuotteen hintaan riippuen siitä paljonko tuotetta valmistetaan. Kiinteisiin kustannuksiin vaikuttavat liiketilan vuokra, palkat ym. maksut jotka eivät riipu tuotteen valmistusmääristä. Katetuottohinnoittelua tehdään seuraavan kaavan avulla:

Myyntituotot

- Muuttuvat kustannukset

=Katetuotto(myyntikate)

- Kiinteät kustannukset

=Tulos

(Raatikainen 2012, 88.)

Arvonlisävero on otettava huomioon hinnoittelussa. Tällä hetkellä elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden alv. on 14% (Verohallinto 2013). Myyntihintoihin lisätty vero-osuus on yrittäjän tilitettävä valtiolle kuukausittain. Yrittäjä saa verovähennyksiä yritystään varten tekemistä hankinnoista, joten tosiasiasa yritys joutuu maksamaan veroa vain myyntien ja ostojen erotuksesta. (Raatikainen 2012, 89.)

3.4.6 Markkinointi

Aloittava yritys tarvitsee markkinointisuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelmassa markkinointisuunnitelma näkyy omana osanaan sekä siihen varattu budjetti rahoituslaskelmassa.

Alussa on tärkeää saada asiakas löytämään yritys ja sen tuotteet. Markkinointia varten on hyvä suunnitella budjetti, jota noudattaa. Pienelläkin budjetilla pärjää alussa kun suunnittelee markkinoinnin järkevästi. Markkinointiviestintää suunnitellaan miettimällä eri keinoja, joilla yritystä voi tuoda esille. Suoramainontaa voi tehdä jakamalla esitteitä, hinnastoja ja myyntikirjeitä. Suoramainonta voi olla yritykselle hyvinkin edullista. Yrityksestä voi tiedottaa mainostamalla lehdissä, radiossa tai televisiossa sekä yrityksen omilla internet-sivuilla. Näkymismainonnalla tarkoitetaan ulko- ja liikennemainoksia, joissa tuodaan esille yrityksen nimi ja logo. (Puustinen 2004, 175 -177; Raatikainen 2012, 94 - 95.)

Tärkeä osa markkinointia ovat viestit, jotka yritys lähettää asiakkaille toiminnallaan. Näitä viestejä asiakas saa heti saapuessaan yritykseen. Kahvilassa asiakas kiinnittää ensimmäisenä huomionsa tilan ja henkilökunnan siisteyteen. Asiakaspalvelun toimiminen ja se, että asiakas kokee voivansa luottaa myyjään ja tämän asiantuntemukseen on tärkeää. Hyvä kohtelu ja tunne, että asiakasta arvostetaan saa asiakkaan palaamaan uudelleen. Myös se, millaisia asiakkaita yrityksessä käy, on viesti siitä, millainen paikka on kyseessä. Tärkeää on, että mainonta on todenmukaista, eikä asiakasta johdeta harhaan. Aloittava yritys tarvitsee aina mainontaa. Jos mainonta ei itseltä suju, on hyvä ottaa avuksi mainostoimisto. (Puustinen 2004, 175–177; Raatikainen 2012, 94 – 95.)

3.5 Yrityksen rahoitus ja talous

3.5.1 Rahoitussuunnitelma

Rahoittajat edellyttävät että liiketoimintasuunnitelma on tehty ennen kuin myöntävät lainaa. Siitä he voivat arvioida hanketta ja sen kannattavuutta.

Rahoitussuunnitelmaa varten täytyy kartoittaa pääoman tarve. Perustamisvaiheessa yritys ei vielä tuota mitään, joten toiminnan aloittamiseksi tarvitaan pääomaa. Alussa pääoman tarve koostuu investoinneista ja käyttöpääomasta. Investointeja ovat mm. yritystoiminta, liiketilan hinta, mahdolliset remontit ja sisustus, sekä tarvittavat koneet ja laitteet. Käyttöpääomaa tarvitaan mm. perustamisesta aiheutuviin kuluihin, yrityksen markkinointiin, vuokriin ja palkkoihin. (Ahonen ym. 2009, 104 – 106.)

Yritystä perustaessa yrittäjä joutuu usein turvautumaan ulkopuolisten rahoittajien apuun, kun oma pääoma ei riitä toiminnan aloittamiseen. Omaa pääomaa yrittäjällä tulisi olla jonkin verran. Rahoittajat katsovat että uskottavuuden takaamiseksi määrän tulisi olla 20 % koko hankkeeseen tarvittavasta pääomasta. Omaa pääomaa on yrittäjän oma raha ja omaisuus, jonka hän sijoittaa yritykseensä. Omaa pääomaa voi olla mahdollisten osakkaiden sijoittamat rahat, ulkopuolisten antamat avustukset ja pääomasijoitukset.

Vieraalla pääomalla tarkoitetaan yleensä pankkilainaa. Se voi olla myös jokin rahoitusyhtiöiden rahoitusmuoto, vakuutusyhtiöiden sijoitusluotto tai julkinen

tuki. Kansainväliset rahoituslaitokset ja EU tarjoaa myös joissakin tapauksissa rahoitusmahdollisuuksia. (Raatikainen 2012, 118–119; Holopainen 2013, 166.)

Vieras pääoma voidaan jakaa lyhyt- tai pitkäaikaiseen vieraaseen pääomaan. Lyhytaikainen luotto on kun se maksetaan takaisin alle vuodessa. Pitkäaikainen luotto on kun sen takaisinmaksuaika on yli vuoden. (Lojander & Suonpää 2004, 49.)

3.5.2 Rahoitusvaihtoehtoja

Pankkilainan lisäksi yrittäjällä on mahdollista hakea rahoitusta esimerkiksi Finnvera Oyj:ltä. Finnvera tarjoaa useita eri lainoja yrittäjien erilaisiin tarpeisiin.

Pienlainaa voi hakea pieni, toimintansa alussa oleva yritys jossa yrittäjä itse työskentelee ja työllistää enintään viisi henkilöä. Lainaa saa käyttää investointeihin, käyttöpääomatarpeisiin ja muihin aloitusvaiheen tarpeisiin. Lainaa voidaan myöntää enintään 35 000 euroa ja sen voi saada useassa osassa (Finnvera 2013a.)

Yrittäjälainaa voidaan myöntää osakeyhtiön osakkaalle jolla on rahoituksen saamisen jälkeen vähintään 20 % äänivallasta ja osakepääomasta, avoimen yhtiön yhtiömiehelle tai kommandiittiyhtiön vastuulliselle yhtiömiehelle. Omarahoituksen on oltava vähintään 20 %. Lainaa voidaan myöntää useammalle saman yrityksen perustajalle tai osakkaalle (Finnvera 2013 b.)

Yritykset voivat hakea Finnveralta myös omavelkaisia takauksia vakuudeksi eri rahoitustarpeisiin. Takauksia voi hakea yrityksen eri vaiheissa perustamisesta ja investoinneista kasvuun ja kansainvälistymiseen. (Finnvera 2013c; Holopainen 2013, 183.)

Nykyään on yleistymässä myös pääomasijoittaminen, jossa ulkopuolinen sijoittaja sijoittaa yritykseen varojaan. Yleensä nämä ”bisnes-enkelit” sijoittavat yrityksiin, joissa näkevät kasvumahdollisuuksia. Sijoitus voi yksityisellä pääomasijoittajalla olla 10 000 - 150 000 euroa. Sijoittaja tavoittelee suuria voittoja, joten yrittäjällä on paineita saada yritys menestymään. (Puustinen 2004, 88 – 89.)

Lainojen lisäksi on myös muita rahoitusvaihtoehtoja. Kaikkea ei yrittäjän tarvitse ostaa omaksi, vaan hän voi käyttää myös leasing-rahoitusta, joka on käyttöomaisuuden pitkäaikaista vuokrausta. Factoring- rahoitus tarkoittaa, että yrittäjä myy myyntisaamisensa rahoitusyhtiölle ja saa näin yritykselleen nopeammin tuloja. Ostolaskulaskurahoituksella tarkoitetaan sitä, että yrittäjä maksattaa laskunsa eräpäivänä rahoitusyhtiöllä, ja maksaa itse myöhemmin rahoitusyhtiölle. (Raatikainen 2012, 119.)

3.5.3 Starttiraha

Yrittäjä voi hakea starttirahaa työ- ja elinkeinotoimistolta. Starttirahan tarkoitus on turvata yrittäjän toimeentulo yrittäjyyden alussa, ennen kuin liiketoiminta alkaa tuottaa. Enintään starttirahaa voi saada 18 kuukautta.

Tukea voi hakea yrittäjäksi siirtyvä palkansaaja tai työtön työnhakija. Jotta tukea voisi saada, täytyy hakijan olla päätoiminen yrittäjä. Hakijalla on oltava riittävästi kokemusta sekä mahdollisuus onnistua yrittäjänä. Starttirahaa täytyy hakea ennen yritystoiminnan aloittamista. (Mol 2013.)

Starttiraha koostuu perustuesta ja lisäosasta. Vuonna 2013 perustuki on suuruudeltaan 32,46 euroa /päivä. Lisäosan suuruuden päättää työ- ja elinkeinotoimisto tapauskohtaisesti. (Mol 2013.)

3.5.4 Laskelmat

Pääoman tarvetta määritellessään yrittäjä joutuu tekemään erilaisia laskelmia. Liiketoimintasuunnitelmassa on hyvä esiintyä ainakin pääomantarvelaskelma ja rahoituslaskelma sekä ensimmäisen vuoden kannattavuuslaskelma. Rahoitus-suunnitelmassa tulisi näkyä myös kiinteiden ja muuttuvien kustannusten arvio, jos ei tarkkoja lukuja ole vielä tiedossa. (Puustinen 2004; Ahonen ym., 2009; Raatikainen 2012.)

Pääomantarvelaskelma kertoo, paljonko yritys alkuvaiheessa tarvitsee pääomaa. Pääoman tarve koostuu tarvittavista alkuinvestoinneista ja käyttöpääomasta. Kun tiedetään pääoman kokonaistarve, voidaan laskea rahoitustarve. (Puustinen 2004; Ahonen ym., 2009; Raatikainen 2012.)

Rahoituslaskelma selvittää, paljonko omaa pääomaa on sijoitettavissa yritykseen ja paljonko tarvitaan vierasta pääomaa, eli lainaa ja mahdollisia avustuksia. (Puustinen 2004; Ahonen ym., 2009; Raatikainen 2012.)

Kannattavuuslaskelmasta käy ilmi ensimmäisen vuoden arvioitu tuotto. Kannattavuuslaskelma on syytä tehdä ajatuksella ja mahdollisimman tarkkaan. Huolellisesti tehtynä se on hyvä työkalu yrittäjälle.

3.6 Riskit ja vakuutukset

Yrittäjän tulee jo liiketoimintasuunnitelmaa tehdessään tutustua ja varautua yleisiin yritystoimintaan liittyviin riskeihin. Yritykseen kohdistuvat riskit on hyvä kartoittaa tarkasti, jotta välttyy ikäviltä yllätyksiltä.

Liiketoimintasuunnitelmaan kannattaa kirjata ne riskit, jotka ovat suurimpia omalle yritykselle sekä se, miten aikoo varautua riskien varalta. Yrityksen riskit voi jakaa liike- ja vahinkoriskeihin. (Sutinen & Viklund 2005; Ahonen ym., 2009.)

3.6.1 Liikeriski

Liikeriskeiksi sanotaan niitä riskejä, jotka liittyvät suoraan yritystoimintaan. Tällaisia voivat olla kannattavuuteen liittyvät epäonnistumiset, lakot, toimituspuutteet, kilpailijoiden toiminta, tekniikkaan liittyvät ongelmat tai inflaatio. Liikeriskit ovat usein luonteeltaan sellaisia, ettei niihin voi vakuutuksilla varautua, vaan yrittäjän on keksittävä muita keinoja suojautuakseen. Liikeriskit voidaan jakaa markkina- ja rahoitusriskiin.

Markkinariskillä tarkoitetaan markkinoihin vaikuttavia tekijöitä, joihin ei aina voi vaikuttaa. Usein markkinariski johtuu alalla tapahtuvista vaihteluista kilpailussa, asiakkaiden kulutustottumuksissa tai suhdanteissa. Yrittäjä itse voi aiheuttaa riskin valitsemalla väärin tuotteen, kohderyhmän tai hinnan tai tekemällä väärä valintoja esimerkiksi markkinoinnin tai varojen suhteen.

Rahoitusriskit liittyvät yrityksen talouteen. Tällaisia voivat olla luottotappiot, maksuvalmiusriski ja korkoriski. (Ahonen ym. 2009, 115 – 116.)

3.6.2 Vahinkoriski

Vahinkoriskeihin luetaan henkilöriskit ja omaisuusriskit. Henkilöriskillä tarkoitetaan yrityksen toimintaan vaikuttavaa henkilöstä johtuvaa tapahtumaa, kuten sairastumista tai tapaturmaa. Myös henkilön eroaminen tai siirtyminen eläkkeelle voi aiheuttaa yritykselle riskin.

Omaisuusriski tarkoittaa kaikkea vahinkoa, joka kohdistuu yrittäjän omaisuuteen. Tulipalot, vesivahingot tai luonnon aiheuttamat tuhot ovat tällaisia. Yritykseen kohdistuvat rikokset tai vahingossa aiheutettu haitta kuuluvat omaisuusriskeihin. (Ahonen ym.2009, 114 - 115; Raatikainen 2012, 102 – 103.)

3.6.3 Riskien hallinta

Liike-elämässä riskit tarkoittavat toteutuessaan usein rahallisia tappioita yritykselle. Riskien hallinnalla tarkoitetaan toimenpiteitä, joiden avulla yritys koettaa minimoida riskit ja niiden aiheuttamat tappiot.

Riskienhallinta voidaan jakaa eri vaiheisiin: tunnistamiseen, todennäköisyyden ja vakavuuden arviointiin, oikeiden hallintamenetelmien valintaan ja riskienhallintaratkaisujen seurantaan ja arviointiin. Hallintamenetelmät voidaan jakaa neljään osaan: riskien välttämiseen, riskien pienentämiseen, riskien siirtämiseen ja joissain tapauksissa riskien hyväksymiseen.(Lojander & Suonpää 2004, 69; Sutinen & Viklund 2005,146.)

3.6.4 Yrityksen vakuutukset

Oleellisena osana yrityksen riskienhallintaa ovat vakuutukset. Vakuutuksista osa on lakisääteisiä tai perustuvat työmarkkinoiden sopimukseen, jolloin ne ovat pakollisia yritykselle. Tällaisia ovat henkilövakuutukset, eläkevakuutukset ja toimialaan liittyvät vakuutukset. (Lojander & Suonpää 2004, 72.)

Yrittäjälle pakollinen YEL- vakuutus on yrittäjän sosiaaliturva. Eläkeiän ja työkyvyttömyyden lisäksi YEL turvaa myös yrittäjän sairausloman, työttömyyden sekä vanhempainvapaan. YEL-maksu perustuu YEL-tuloon jonka yrittäjä voi itse määrittellä. Tuloa tulee olla vähintään 7303, 99 euroa vuoden aikana. Jos yritykseen palkataan henkilökuntaa, heille täytyy ottaa TyEL-vakuutus. (Etera 2013.)

Lain mukaan yrityksen on vakuutettava henkilöstönsä. Lakisääteisiä ovat vakuutukset henkilöstön työtapaturmien, ammattitautien, vanhuuden, työkyvyttömyyden, työttömyyden, sairauden ja kuoleman varalta (Pohjola 2013). Lisäksi yrittäjä voi ottaa vapaaehtoisia vakuutuksia. (Lojander & Suonpää 2004, 72 - 73.)

Yrityksen omaisuus kannattaa vakuuttaa, jotta toiminta voisi jatkua vahingon sattuessa. Yrityksen toiminnan voi vakuuttaa keskeytymisen varalta, jolloin vältetään keskeytymisestä johtuvat tappiot. (Lojander & Suonpää 2004, 72 - 73.)

3.7 SWOT-analyysi

Swot-analyysin (Taulukko 1) voi tehdä liiketoimintasuunnitelman loppuun. Analyysin avulla tarkastellaan yrityksen menestymismahdollisuuksia. SWOT tulee sanoista *strengths* (vahvuudet), *weaknesses* (heikkoudet), *opportunities* (mahdollisuudet) ja *threats* (uhat). Vahvuudet ja heikkoudet ovat yrityksen sisäisiä tekijöitä, mahdollisuudet ja uhat ulkoisia toimintaympäristöön liittyviä tekijöitä. Swot -analyysi rakennetaan nelikentän muotoon (Taulukko 1.). Nelikenttään etsitään yrityksen toimintaan ja menestykseen selvästi vaikuttavia tekijöitä. Löydetyt tekijät jaetaan omiin ruutuihinsa, vahvuuksiin, heikkouksiin, mahdollisuuksiin ja uhkiin. Joskus uhka voi olla myös mahdollisuus jolloin sen voi laittaa molempiin ruutuihin.

Vahvuudet (S)	Heikkoudet (W)
Esim. koulutus, osaaminen, rahoitus sijainti	Esim. pääoman puute, suppea tuote-tarjonta,
Mahdollisuudet (O)	Uhat (T)
Esim. markkinoiden kasvu, toimialan muutokset	Esim. lakimuutokset, kilpailijat

Taulukko 1. Swot-analyysi

Swot-analyysi voi olla yrittäjälle toimiva työkalu, jos se on huolellisesti ja rehellisesti tehty. Analyysin avulla voidaan kriittisesti tarkastella liiketoimintasuunnitelmaan koottuja asioita ennen toiminnan aloittamista. Analyysia tarkastelemalla yritystoimintaan kuuluvia riskejä voidaan pienentää. (Puustinen 2004, Lojander & Suonpää 2004; Ahonen ym. 2009.)

3.8 Liiketoimintasuunnitelman päivittäminen

Liiketoimintasuunnitelman on tarkoitus kaikilta kohdiltaan auttaa yrittäjää niin aloitusvaiheessa kuin yrityksen jo toimiessa. Liiketoimintasuunnitelmaa ei kuitenkaan kannata noudattaa orjallisesti, jos huomaa, ettei jokin osa-alue toimi ja se vaikuttaa yritykseen tappiollisesti. Päivityksiä kannattaa tehdä aina, kun toiminnassa ilmenee muutoksia. Suunnitelma on tehty pitkällä tähtäimellä, ja tarkoitus on noudattaa strategiaa, mutta kukaan ei voi varmasti tietää tulevaisuudesta, ja joskus suunnitelman muuttaminen voi pelastaa yrityksen.

Kuukausittain on tärkeää seurata, miten laskelmat ja todellinen tulos kohtaavat. Jos poikkeamat ovat jatkuvia ja suuria, kannattaa miettiä muutoksia suunnitelmaan. Liiketoimintasuunnitelmaa voi päivittää aina, kun huomaa sen olevan tarpeellista.

Toimivaakin suunnitelmaa voi päivittää lisäämällä siihen uusia tavoitteita. Vuosittain voi tutkia markkinoita ja miettiä, voisiko yritykselle lisätä uutta segmenttiä tai oliko jollekin uudelle tuotteelle tai palvelulle markkinoita. (Entrepreneur 2013.)

4 Case:Coffee and Sandwich Bar

4.1 Tiivistelmä

Coffee & Sandwich Bar Tmi on kahvila, jonka tarkoitus on toimia ympäristöystävällisesti ja kunnioittaen kotimaisuutta. Yrittäjällä on pitkä kokemus alalta ja sen pohjalta toiminta aloitetaan.

Liikeideana on tarjota asiakkaalle kahvijuomien lisäksi terveellisiä ja kevyitä vaihtoehtoja lounaaksi tai välipalaksi. Kahvilalle on tärkeää noudattaa vihreitä

arvoja, jotka huomioidaan kaikissa toiminnoissa. Kahvilan puitteet tarjoavat hieman erilaisen ympäristön virkistävään hetkeen.

Tavoitteena yrityksellä on tehdä voittoa kahdessa vuodessa. Yrittäjä uskoo ansaitsevansa kuluttajan arvostuksen ja saavuttavansa uskollisen asiakaskunnan, jolloin asema vakiintuu.

4.2 Lähtökohtatilanne

Lähtökohtana yrityksen perustamiselle ja liikeidean keksimiselle on yrittäjän pitkäaikainen haave omasta kahvilayrityksestä. Ravintola-alan ammattiopinnot ja vuosien monipuolinen työskentely ravintola-alalla sekä juuri valmistuneet restonomiopinnot takaavat ammattitaidon.

Yrittäjyyteen haetaan vielä lisäoppia yrittäjyyskursseilta ja kahvilaosaamista täydennetään baristakurssilla. Perustamisen jälkeen yrittäjä työskentelee päätoimisesti kahvilassaan ja palkkaa osa-aikaisen työntekijän avuksi.

4.3 Markkina-analyysi

4.3.1 Asiakkaat

Kahvilan tyypillinen asiakas on nuori tai keski-ikäinen työssäkäyvä kaupunkilainen. He ovat ympäristö- ja terveystietoisia ja pitävät kotimaisuutta arvossa.

Tärkein asiakassegmentti on kahvilapalveluja käyttävät asiakkaat. Toinen tärkeä segmentti on lounasasiakkaat. Kolmantena segmenttinä ovat tuotteita kotiin ostavat asiakkaat.

4.3.2 Kilpailijat

Varteenotettavimmat kilpailijat ovat keskustan kahviloita ja ravintoloita. Kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia voi tutkia ja kirjata ylös tilanteen kartoittamiseksi (Taulukko 2).

Yritys	Vahvuudet	Heikkoudet
Kahvila Galette	Tunnettavuus, sijainti, oma leipomo	Vain omia tuotteita
Moliendo Cafe	Sijainti, lounas, A-oikeudet	Uusi kahvila
Konditoria Coco	Sijainti, oman leipomon tuotteet	Pieni, vain omia tuotteita
Arnold`s	Sijainti kauppakeskudessa, ketju, tutut tuotteet	Vain tietyt tuotteet
Cafe Presso	Sijainti kauppakeskudessa, Hesburgerin yhteydessä, ketju	Valikoima
Subway	Sijainti kauppakeskudessa, ketju	Ketju, valikoima

Taulukko 2. Kilpailijat

Kahvila Galette on tunnetun kotkalaisen konditorian oma kahvila. Suuri kilpailuetu sillä on omat tuotteet, joilla on oma vankka asiakaskuntansa. Moliendo Cafe on keskeisellä paikalla Kotkassa sijaitseva uudehko lounaskahvila, jossa on A-oikeudet. Konditoria Cocon kahvila sijaitsee hyvällä paikalla torin laidalla ja myös sen vahvuus on omat herkulliset tuotteet. Ketjukahvilat Arnold`s ja Hesburgerin yhteydessä oleva kahvila Presso sijaitsevat hyvällä paikalla paikallisessa liikekeskuksessa. Ne ovat tuotteidensa sekä sijaintinsa puolesta tälle kahvilalle kovia kilpailijoita. Subway ei varsinaisesti ole kahvila, mutta patonkia sekä salaattia tarjoavana se kilpailee samoista lounasasiakkaista.

Opinnäytetyötä tehdessä kävi ilmi, että vielä yksi uusi kahvila on avaamassa liikekeskuksessa marraskuun aikana.

4.4 Yrityksen kuvaus

4.4.1 Liikeidea

Kahvila tarjoaa perinteisten kahvilatuotteiden lisäksi terveellisempiä vaihtoehtoja. Tuotteiden valmistuksessa pyritään käyttämään kotimaisia sekä lähialueilla tuotettuja raaka-aineita. Vihreät arvot ovat tärkeitä kahvilan toiminnassa.

Yritys ei varsinaisesti tarjoa lounasta, vaan salaatteja ja ruokaisia patonkeja valmistetaan koko aukioloajan. Lisäksi tarjolla on makeita cup cakeja ja perinteisempiä kahvilaherkkuja.

Coffee & Sandwich Bar houkuttelee kaupunkilaisia erilaiseen, sisustukseltaan amerikkalaistyyliin kahvilaan.

4.4.2 Strategia

Yrityksen strategiaksi on valittu liiketoimintastrategioista erilaistumis- eli differentiaalistrategia. Kahvilan tuotteet ovat laadukkaita ja toiminta erottuu vihreiden arvojen korostamisella. Lähtökohtana on asiakaspalvelulähtöinen toimintatapa.

Yrityksen arvot ovat asiakaslähtöisyys: Asiakkaita pyritään palvelemaan ja arvostamaan yksilöinä, jotta jokainen asiakas tuntisi olevansa yritykselle tärkeä; rehellisyys: Asiakas saa mitä luvataan; ympäristöystävällisyys: Yritys pyrkii mahdollisimman pieneen hiilijalanjälkeen ja toimii sen mukaisesti.

Kahvilan visio jaetaan niin, että ensimmäinen tavoite on vuoden kuluttua aloituksesta. Ensimmäisen vuoden aikana yritys pyrkii saavuttamaan jalansijan markkinoilla sekä ansaitsemaan asiakkaiden arvostuksen.

Viiden vuoden päästä kahvilan on tarkoitus pyöriä voitollisesti. Yritys on saavuttanut arvostusta ympäristömyönteisellä toiminnallaan ja saanut pysyvän asiakaskunnan ja aseman markkinoilla. Kahvilan liiketoimintasektoreihin on lisätty pienimuotoista catering -toimintaa.

4.4.3 Tuotteet ja palvelut

Kahvilan ydintuotteet ovat korkealaatuiset kahviuomat sekä patongit ja salaatit. Lisäksi valikoimassa on makeita herkkuja sekä terveellisiä smoothieita (Liite 2). Osa tuotteista pyritään tekemään asiakkaalle tilauksesta. Asiakkaalle myydään kaikkia tuotteita myös mukaan.

Kahvilan toiminnan vakiinnuttua, palveluihin on tarkoitus lisätä pienimuotoista catering- toimintaa.

4.4.4 Toimitilat

Toimitiloja etsitään noin 55 000:n asukkaan kaupungista. Tilan tulisi olla ravintola- tai kahvilakäytössä ollut tila, joka on elintarvikehuoneistoksi hyväksytty, tai hyväksyttävissä ilman suuria rakenteellisia muutoksia. Sijainti tulisi olla keskustan alueella, mutta ei kuitenkaan yli puolen kilometrin päässä ydinkeskustasta. Katutason liiketila olisi toivottava. Asiakaspaiikkoja tulisi olla noin 30:lle

Sisustukseltaan kahvila remontoidaan nimensä mukaisesti baarityyppiseksi. Tarkoitus on etsiä tila, jossa pelkkä pintaremontti riittää. Tavallisten pöytien lisäksi tilassa on korkeita baaripöytiä ja baaritiski, joilla on mahdollisuus syödä tai nauttia kahvikupillinen. Tarkoitus on olla sisustuksellisesti hiukan erilainen kuin perinteinen kahvila.

4.4.5 Hinnoittelu

Hinnoittelussa otetaan huomioon alueen yleinen hintataso. Tarjonta halutaan kuitenkin pitää laadukkaana ja tarjota pääosin kotimaisista raaka-aineista valmistettuja tuotteita, jolloin raaka-aineen kustannukset täytyy myös ottaa huomioon. Tästä syystä hinta voi nousta.

Kotimaisia raaka-aineita lupaava yritys joutuu miettimään myös sitä, että raaka-aineiden hinnat muuttuvat sesongin mukaan. Halutaan pystyä tarjoamaan luvattua tuotetta, kuitenkin niin ettei yritys joudu myymään tappiolla.

4.4.6 Markkinointi

Ennen avajaisia kahvilaa mainostetaan lehdissä. Tarvittaessa otetaan mainostoimisto avuksi. Yksisivuisia mainoksia, joissa esitellään kahvilan tarjontaa sekä toiminta-ajatusta jaetaan koteihin. Markkinointiin varataan riittävästi varoja aloittamisen yhteydessä. Jatkossa markkinointiin varataan tietty määrä kuukaudessa (rahoituslaskelma).

Mainontaa pyritään suorittamaan päivittäin ulkomainoksilla sekä tietyin väliajoin lehdessä. Myös aloituksen jälkeen kahvila mainostaa koteihin jaetuilla mainoksilla. Yritykselle perustetaan omat Internet- sivut.

4.4.7 Yhtiömuoto

Yritys perustetaan aluksi toiminimellä. Toiminnan vakiintuessa ja yrityksen alkaessa menestyä, voidaan yhtiömuotoa muuttaa osakeyhtiöksi, jos on tarvetta.

Liiketoiminnan menestyksestä riippuen yrittäjä saattaa harkita myös yhtiökumppanin hankkimista. Siinä tapauksessa yhtiömuodon muuttaminen myös avoimeksi yhtiöksi tai kommandiittiyhtiöksi saattaa tulla kyseeseen.

4.5 Rahoitus ja talous

4.5.1 Pääomantarvelaskelma

Yrittäjän tulee tehdä liiketoimintasuunnitelmaan laskelmia, jotka osoittavat, että suunnitelma on kannattava. Investointilaskelma kertoo mihin pääomaa tarvitaan ja kuinka paljon.

Investoinnit

Tuotantovälineet (astiat ym.)	3830 €
Koneet ja laitteet	8330 €
Kalusteet	3840 €
Remontti	7000 €
<u>Muut</u>	<u>500 €</u>

Investoinnit yhteensä 23 500 €

Investointilaskelma on tehty osittain arvioiden, koska liiketilaa ei vielä ole. Lop-
pusummat on pyöristetty laskelmassa (Liite 1).

Käyttöpääoman tarve koostuu kuluista ennen aloitusta ja kahden ensimmäisen
kuukauden kuluista.

Käyttöpääoman tarve ennen aloitusta:

Perustamiskulut	105 €
Raaka-aineet	2000 €
Markkinointi	400 €
<u>Muut</u>	<u>600 €</u>
Käyttöpääoman tarve yhteensä	3105 €

Kahden ensimmäisen kuukauden kulut	1 kk	2 kk
Vuora+leasing	2000 €	4000 €
Sähkö,vesi	400 €	800 €
Palkat (sis. YEL+TyEL)	2700 €	5400 €
Markkinointi	400 €	800 €
Raaka-aineet	2000 €	4000 €
Vakuutukset	200 €	400 €
<u>Muut</u>	<u>500 €</u>	<u>1000 €</u>
Yhteensä	4770 €	16 400 €

Investoinneista ja käyttöpääoman tarpeesta koostuu koko pääoman tarve.

Pääomantarve yhteensä:

Investoinnit	29 300 €
Käyttöpääoma	19 505 €
<u>Kustannusylitysvaraus</u>	<u>4880 €</u>
Yhteensä	53 685 €

4.5.2 Rahoitussuunnitelma

Rahoitussuunnitelmalla selvitetään miten yrityksen rahoitus aiotaan järjestää. Yrittäjän oman pääoman määrä vaikuttaa siihen kuinka paljon lainaa joudutaan ottamaan.

Oma pääoma	20000€
<u>Vieraspääoma</u>	<u>33700€</u>

Vieraspääomaa tarvitaan 33700 €, joka haetaan Finnveralta. Laina-aika on 5 vuotta ja korko on (6kk eurbor+1,75 %) 2,099 %.

4.5.3 Kannattavuuslaskelma-arvio

Yrityksen kannattavuuslaskelma-arvio on tehty pohjautuen aiempiin laskelmiin (Taulukko 3).

	Kuukaudessa	Vuodessa
=Tavoitetulos(netto)	1300	15600
+ lainojen lyhennys	562	6744
=Tulot verojen jälkeen	1862	22344
+Verot (valtio + kunta)	559 (30 %)	6708

=Rahoitustarve(bruttotulot)	2421	29052
+ Yrityslainojen korot	148	1776
A= KÄYTTÖKATETARVE	2569	30828
+ Kiinteät kulut (ilman alv):		
YEL	176	2112
muut vakuutukset	200	2400
Työntekijöiden palkat	1200	1440
Palkkojen sivukustannukset	280	3360
Vuokrat	2000	24000
Sähkö/vesi	400	4800
Puhelin/ internet	100	1200
Kirjanpito	200	2400
Toimistokulut	-	
Matka/autokulut	-	
Markkinointi	200	2400
Koulutus	-	
Lehdet	150	1800
Korjaukset	150	1800
Yrittäjän työttömyyskassamaksu	9	105
Muut kulut	150	1800
B= KIIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ	5415	

A+B= MYYNTIKATETARVE	7984	49617
Ostot (ilman ALV)	2000	24000
=LIIKEVAIHTO	9984	73617
+arvonlisävero%	1398 (14%)	10306
= KOKONAISMYYNTI/-LASKUTUS	11382	83923

Taulukko 3. Kannattavuuslaskelma

Yrityksen kokonaisymyynnin tulisi olla vähintään 83 923 euroa, jotta ensimmäisen vuoden jälkeen päästäisiin nollatulokseen. Hinnat ovat arvioita ja luvut on pyöristetty.

4.6 Riskit ja vakuutukset

4.6.1 Riskit

Suuri markkinariski tälle yritykselle on se, etteivät asiakkaat löydä kahvilaa. Pahimpien kilpailijoiden toiminta on vakiintunutta ja heillä on kanta-asiakkaansa, joita voi olla vaikea saada tutustumaan uuteen.

Kaupunki ei ole kovin suuri, joten asiakkaiden riittävyys voi muodostua ongelmaksi. Erottuminen kilpailijoista voi olla vaikeaa, koska samankaltaista palvelua ja tuotteita on tarjolla paljon.

4.6.2 Riskeiltä suojautuminen

Riskit tiedostetaan ja niihin varaudutaan ajoissa. Kahvilan markkinointi aloitetaan aggressiivisesti jo reilusti ennen avajaisia. Tällä halutaan herättää asiakkaiden mielenkiinto ja asettaa heille odotuksia, jotka kahvila tulee täyttämään.

Rahoitukseen liittyvät riskit ovat suuret, koska lainaa joudutaan ottamaan melko paljon alussa. Yhdessä asiakkaiden puuttumiseen liittyvän riskin kanssa, tämä voi muodostaa esteen yrityksen menestymiselle.

4.6.2 Vakuutukset

Yritykselle otetaan omaisuusvakuutus korvaamaan tulipalon, vesivahingon tai rikkoutuneiden laitteiden aiheuttamat vahingot sekä murtovarkauden. Omaisuusvakuutuksen lisäksi otetaan keskeytysvakuutus sen varalta että koko liiketoiminta joudutaan keskeyttämään.

Yrittäjä ottaa itselleen ja työntekijälle lakisääteiset eläke- ja tapaturmavakuutukset. Henkilökunnan turvaksi voidaan ottaa myös vapaaehtoisia vakuutuksia, jos siihen huomataan olevan tarvetta.

4.7 Swot- analyysi

Swot-analyysissä (Taulukko 4) on listattu yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat yrittäjän näkökulmasta.

Vahvuudet	Heikkoudet
Osaaminen Rohkeus Sijainti	Liikeidean samankaltaisuus Hinnoittelu
Mahdollisuudet	Uhat
Ympäristöystävällisyys Kohderyhmän ostovoimaisuus Verkostoituminen ja yhteistyö Ulosmyynti ja catering-palvelut	Kilpailijoiden toiminta Asiakkaat eivät löydä kahvilaa Maksuvaikeudet

Taulukko 4. Swot- analyysi, Coffee & Sandwich Bar

Vahvuuksina on ammattitaito ja kokemus alalta, sekä rohkeus ottaa riskejä. Liiketilaksi etsitään paikkaa joka on sijainniltaan kilpailukykyinen. Heikkoutena voidaan pitää kahviloiden samankaltaisuutta ja sitä, että hinnat saattavat joissain tuotteissa nousta laadukkuutensa vuoksi. Yrityksen mahdollisuudet ovat nykyään tärkeänä pidetty ympäristöystävällinen toiminta. Kahvilan kohderyhmällä uskotaan olevan ostovoimaa ja tietoisuutta ymmärtää tuotteen arvo. Verkostoituminen ja yhteistyö lähituottajien kanssa ovat tärkeitä ja voivat lisätä menestymisen mahdollisuutta. Tulevaisuudessa palveluun lisättävä catering-

toiminta voi lisätä asiakaskuntaa. Mukaan myytävät tuotteet mahdollistavat myös kiireisten asiakkaiden tavoittamisen.

5 Yhteenveto ja pohdinta

Aiheen valikoituessa oli selvää, että työstä tulisi haastava. Aihe ei ollut ennalta kovin tuttu, mutta oma innokkuus kannusti yrittämään. Matkan varrella työn haastavuus kuitenkin yllätti.

Teoriaosuuden tekeminen oli mielenkiintoista. Lähdekirjallisuutta tutkiessa sai paljon uutta tietoa aiheesta. Kaikkiaan yrittäjyydestä, yrityksen perustamisesta, sekä liiketoimintasuunnitelmasta ja sen laatimisesta on saatavilla erittäin paljon kirjallisuutta. Käyttämällä pelkästään internet-lähteitä olisi voinut tehdä koko työn. Lähteiden runsaus osoittautuikin alussa haasteeksi, koska valinta oli vaikeaa.

Toinen haaste tuli vastaan case-yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa. Se, ettei yritystä todellisuudessa olla perustamassa, toi eteen monenlaisia vaikeuksia. Laskelmien tekeminen on yksi liiketoimintasuunnitelman tärkeimpiä osia, ja hankaluudet liittyivät lähinnä hintatietoihin. Oli yllättävän vaikeaa saada hintoja liittyen toimitilan vuokraan, vakuutuksiin tai lainoihin. Myös monien laitteiden hinnat olivat tarjouspyyntöjen takana, ja joihinkin sähköpostikyselyihin ei saanut edes vastausta. Apu tuli lopulta tutulta, ja muihin hintoihin liittyviin kysymyksiin sai apua tutulta yrittäjäpariskunnalta, joilta sai hinta-arvioita kiinteistä kustannuksista. Todellista liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa tilanne on varmasti aivan toinen, koska apua on saatavilla monelta taholta ja todellisia tarjouspyyntöjä voi tehdä hankintoja varten.

Liiketoimintasuunnitelman edetessä huomasin myös, että sijainti saattaisi olla ongelma. Case-yrityksen olin sijoittanut Kotkaan, mutta aloin epäillä olisiko sen kokoisessa kaupungissa markkinoita vielä yhdelle kahvilalle. Kaupungin keskustassa on seitsemän kahvilaa ja vähän kauempana ydinkeskustasta lisääkin. Kilpailijoista neljä sijaitsevat hyvällä paikalla paikallisessa liikekeskuksessa.

Yllättävää oli, miten kovasti yhteiskunta kannustaa yrittäjyyteen. Kovin vaikeilta tuntuviin aloitusvaiheen tehtäviin on tarjolla apua. Helpottavaa oli saada tietää, ettei yrittäjän tarvitse osata ihan kaikkea itse. Jopa liikeidean kehittämiseen saa apua, jos on palava halu yrittäjäksi, mutta ei liikeideaa.

Valmistautumisesta huolimatta työn hidask eteneminen yllätti. Tietojen etsiminen ja liittäminen työhön olikin hitaampaa kuin oli suunniteltu. Siksi aikataulu kiristyi loppua kohti vähän liikaa.

Opinnäytetyötä tehdessäni tutustuin yrittäjyyteen ja sen vaatimiin edellytyksiin. Tutkiessani yrityksen perustamisprosessin eri vaiheita, huomasin, että se vaatii paljon aikaa, rahaa ja myös henkisiä resursseja. Se ei kuitenkaan saanut minua luopumaan ajatuksesta perustaa omaa yritystä. Alun alkaenkaan en ollut suunnitellut perustavani yritystä lähiaikoina. Nyt kuitenkin tiedän enemmän yrittäjyyden vaatimuksista ja osaan etsiä apua ongelmiin. Kiinnostus yrittäjyyteen on edelleen olemassa. ja tulevaisuudessa aion opiskella aiheesta lisää.

Taulukot

Taulukko 1. Swot-analyysi, esimerkki, s.26

Taulukko 2. Kilpailijat, s. 29

Taulukko 3. Kannattavuuslaskelma, s. 34

Taulukko 4. Swot- analyysi, Coffee & Sandwich Bar, s. 37

Lähteet

Ahonen J., Koskinen T. & Romero T., 2009. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restamark Oy

Asiakastieto 2013. Kilpailija-analyysi.
http://www.asiakastieto.fi/luottoriski/yritysanalyysit/kilpailija_analyysi/ Luettu 28.10.2013

Barringer B. & Ireland R., 2006. Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Entrepreneur 2013, Tim Berry: Updating your business plan.
<http://www.entrepreneur.com/article/159552> Luettu 24.10.2013

Etera 2013. YEL- yrittäjän tärkein vakuutus.
<http://www.etera.fi/yrittaja/yel> Luettu 28.10.2013

Finnvera 2013a. Tuotteet.
<http://www.finnvera.fi/Tuotteet/Lainat/Pienlaina> Luettu 26.9.2013

Finnvera 2013b. Tuotteet.
<http://www.finnvera.fi/Tuotteet/Lainat/Yrittajelaina> Luettu 26.9. 2013

Finnvera 2013c. Tuotteet
<http://www.finnvera.fi/Tuotteet/Takaukset> Luettu 26.9 2013

Holopainen T., 2013. Yrityksen perustamisopas, käytännön perustamistoimet. Jyväskylä: Bookwell Oy., Asiatieto Oy

Hua N.& Dalbor M. 2013. Evidence of franchising on outperformance in the restaurant industry: A long term analysis and perspective. International Journal of Contemporary Hospitality Management.
<http://ezproxy.saimia.fi:2073/journals.htm?issn=0959-6119&volume=25&issue=5> Luettu 27.10.2013

Instituutti 2013. Markkinoiden suunnitteluprosessi.
http://instituutti.yritysnet.com/virtuaalimerkonomi/Markkinoinnin_suunnittelu_tiedostot/tavoitteet_ja_startegiat.htm Luettu 28.10.2013

Keskuskauppakamari 2011. Yrityksen perustajan opas. Helsinki: Edita Prima Oy

Lindroos J.-E., Lohivesi K. 2004. Onnistu strategiassa. Juva: WS Bookwell Oy

Lojander T. & Suonpää J. 2004. Firma, käytännön yritystoiminta. Keuruu: Ota-van kirjapaino Oy

- Mol 2013. Starttiraha – aloittavan yrittäjän tuki.
http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/ Luettu 28.10.2013
- Naisyrittäjyyskeskus 2013. Ravintolan tai kahvilan perustaminen.
http://www.naisyrittajyyskeskus.fi/doc/Ravintolan_tai_kahvilan_perustaminen.pdf
Luettu 28.10. 2013
- Pohjola 2013.
<https://www.pohjola.fi/pohjola?id=321810&srcpl=8> Luettu 9.10.2013
- Puustinen T. 2004. Avain omaan yritykseen. Keuruu: Otavan kirjapaino
- Pyykkö M. 2011. Minustako Yrittäjä? Helsinki: WSOYpro Oy
- Raatikainen L. 2012. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Bookwell
- Suomen tilastollinen vuosikirja 2012. Yritykset toimialoittain 2010
http://ezproxy.saimia.fi:2185/sahkoiset_julkaisut/vuosikirja2012/html/suom0024.asp Luettu 28.10. 2013
- Sutinen M. & Viklund E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Savonian ammattikorkeakoulun julkaisusarja B6/2004. Kuopio.
- Tilastokeskus. Yritysrekisterin vuositilasto. www.tilastokeskus.fi/til/syr/index.html
Luettu 17.9.2013
- Valvira 2013 a.
http://www.valvira.fi/ohjaus_ja_valvonta/alkoholi/anniskelu Luettu 28.10.2013
- Valvira 2013 b.
http://www.valvira.fi/ohjaus_ja_valvonta/tupakka/myynti Luettu 28.10.2013
- Verohallinto 2013. Yritys- ja yhteisöasiakkaat.
http://www.vero.fi/fiFI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammatinharjoittaja/Arvonlisaverotus Luettu 26.9. 2013
- Yritys-Suomi 2013.
<http://www.yrityssuomi.fi/home> Luettu 2.10.2013
- Yrityspörssi 2013. Myydään.
<http://www.yrityspörssi.fi/Home/ListCompanies?adType=sellingall>
Luettu 2.10. 2013

Investoinnit

Astiat:	Kpl	€
• Lasit ja kupit		
○ Juomalasi 12 kpl / pkt á 23,90	6	143,40
○ Iso lasi 12 kpl/ pkt á 29,90	6	179,40
○ Viinilasi (Yleis) 12 kpl/pkt á 44,90	3	134,70
○ kahvikuppi + asetti 6 kpl/pkt á 29,90	14	418,60
○ Teemuki 6 kpl/ pkt á 22,90	14	<u>320,60</u>
		1196,70
• Lautaset		
○ Leipälautanen 6 kpl/pkt á 17,90	8	143,20
○ Syvä lautanen 6 kpl/pkt á 24,90	8	199,20
○ Matala lautanen 6 kpl/ pkt á 29,90	8	239,20
○ Jälkiruokakulho 6 kpl / pkt á 19,90	5	<u>99,50</u>
		681,10
• Aterimet		
○ Haarukka á 2,50	50	125
○ Veitsi á 2,90	50	145
○ Ruokalusikka á 2,50	50	125
○ Kahvilusikka á 1,90	100	190
○ Kakuhaarukka á1,90	50	<u>95</u>
		680
• Valmistusastiat (Keittiö)		
○ Kattilat, pannut, mitat, kulhot ym.		yht. 600
• Muut		
○ Kermakko á 25	4	100
○ Sokeriastia á 5,00	3	15
○ Vesikannu á 4,90	6	29,40
○ Tarjottimet á 4,99	40	199,60
○ Kakkulapiot á 4,00	12	48
○ Pihdit á 6,00	10	60
○ Mausteikot á 10,00	10	100
○ Kakkuvati á15	5	75
○ Kolmikerrosvati á 14,99	3	<u>44,97</u>
		671,97

Kalusteet ja sisustus:	Kpl	€
• Pöydät		
○ Pyöreä pöytä á 80	5	400
○ Baaripöytä á 85	3	255
• Tuolit		
○ Matala tuoli á 59	22	1298
○ Baarijakkara á 59	20	1180
• Verhot		250
• Pöytäliinat		150
• Somisteet		<u>300</u>
		3833

Koneet ja laitteet:

• Keittiö/ toimisto		
○ Mikroaaltouuni	1	200
○ Liesi	On kiinteistössä	
○ Uuni	On kiinteistössä	
○ Jääkaappi	On kiinteistössä	
○ Pakastin	On kiinteistössä	
○ Blender á 39,95	3	119,85
○ Vedenkeitin	2	70
○ Paninigrilli	1	400
○ Tiskikone	On kiinteistössä	
○ Tietokone	1	1000
○ Monitoimilaite	1	540
○ Puhelin	1	<u>400</u>
		2729,85
• Sali		
○ Kassakone	1	1200
○ Maksupääte	1	400+30€/kk
○ Vitriinit á 1500	2	3000
○ Espressokeitin (leasing)	1	65€/kk
○ Kahvinkeitin	1	499
○ Cappuccinokone	1	400
○ Maidonvaahdotin	1	<u>100</u>
		5599
• Siivousvälineet		500
• Remontti		7000

INVESTOINNIT YHTEENSÄ: 23491,62

Alustava kahvilavalikoima:

Juomat:

Kahvi
Cappuccino
Espresso
Latte
Kaakaot
Tee (useita laatuja)
Virvoitusjuomat
Mehut

Patongit:

Broileripatonki
Tonnikalapatonki
Häränlihapatonki
Kasvipatonki

Paninit:

Naudanliha-panini
Kana-panini
Pepperoni-panini
Kasvis-juusto-panini

Voileivät:

Savulohileipä
Katkarapuleipä
kalkkunaleipä
Kinkkuleipä
Juustoleipä

Salaatit:

Salaatti
Juustosalaatti
Broilerisalaatti
Tonnikalasalaatti

Smoothiet:

Vihersmoothie
Mansikka-banaanismoothie
Marjasmoothie
Mangosmoothie

Leivonnaiset:

Cup Cake

Marjapiiras

Makea torttu/ kakku

Pulla

Keksit

Pieni makea, esim. omatekoinen suklaamakeinen

Jäätelöannokset

Makeiset