

**SAVONIA**

ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO  
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

# SPORTTIBAARIN PERUSTAMISEN KANNATTAVUUS KUOPIOSSA

Teoriaa, laskelmia ja kuluttajakyselyyn pohjautuva tutkimus

TEKIJÄT Julia Parviainen  
Atso Suontaka

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalalan tutkinto-ohjelma			
Työn tekijät Atso Suontaka, Julia Parviainen			
Työn nimi Sporttibaarin perustamisen kannattavuus Kuopiossa			
Päiväys	10.11.2024	Sivumäärä/Liitteet	36/3
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Vararengasravintolat Oy			
Tiivistelmä Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia sporttibaarin toiminnan kannattavuutta Kuopion alueella ja selvittää, millä edellytyksillä tällainen liiketoimintamalli olisi taloudellisesti mahdollinen. Aihe syntyi kaupungissa havaitusta sporttibaarin puutteesta, sillä Kuopiossa ei ole selkeästi urheiluun profiloitunutta ravintolaa, joka yhdistäisi urheilun seuraamisen, laadukkaan ruoan ja sosiaalisen ajanvieton kokonaisvaltaiseksi elämykseksi. Työn toimeksiantajana toimi Kuopion Vararengasravintolat Oy, joka halusi tutkia konseptin liiketoiminnallisia mahdollisuuksia.  Kannattavuutta tutkittiin määrällisellä eli kvantitatiivisella tutkimuksella, ja aineisto kerättiin kyselylomakkeella, joka jaettiin Kuopion alueella vararengasravintoloiden kautta QR-koodin avulla. Kyselyyn vastaaminen oli anonyymiä, ja vastaajilla oli mahdollisuus osallistua arvontaan, mikä kannusti osallistujia. Kyselyllä kartoitettiin kuopiolaisten odotuksia ja mieltymyksiä sporttibaarin tarjonnasta, sijainnista ja palveluista. Kyselyssä kysyttiin muun muassa asiakkaiden toiveita urheilutapahtumien seuraamisesta, käyntitiheydestä sekä heidän halukkuudesta käyttää rahaa sporttibaarin palveluihin. Tämän lisäksi kannattavuutta arvioitiin myös kannattavuuslaskelmilla.  Kannattavuuden arvioimisen tehostamiseksi luotiin myös kuvitteellinen Sporttibaari X. Sen markkinointistrategiaksi painotettiin aktiivista sosiaalisen median käyttöä ja yhteistyötä paikallisten urheiluseurojen kanssa. Paikan tunnettuutta lisätään erikoistapahtumilla ja paikallisella mainonnalla, ja kanta-asiakasohjelma palkitsee asiakkaita heidän sitoutumisestaan. Sporttibaari X:lle luotiin vuosilaskelma sekä rahoituslaskelma realistisilla numeroilla, joiden avulla pystyimme selvittämään kannattavuutta tarkemmin.  Tulokset osoittivat, että sporttibaarille voisi olla kysyntää erityisesti nuorten aikuisten keskuudessa, jotka arvostavat urheiluhenkistä ilmapiiriä, laadukkaita palveluita ja monipuolisia tapahtumamahdollisuuksia. Vaikka otanta jäi pieneksi, tulokset viittasivat siihen, että sporttibaarin kävijät käyttävät rahaa maltillisesti ja arvostavat kohtuuhintaisia juoma- ja ruokavaihtoehtoja. Johtopäätöksissä ehdotettiin, että konseptia voisi kehittää tarjoamalla yksittäisiä annoksia ja erilaisia tapahtumia houkuttelemaan laajempaa asiakaskuntaa. Jatkossa suositeltiin tarkempaa tutkimusta laajemman otannan avulla, jotta tuloksia voitaisiin yleistää tarkemmin Kuopion alueen tarpeisiin.			
Avainsanat kannattavuus, kyselytutkimus, ravintola-ala, luvat, rahoitus, hinnoittelu, kustannukset, laskentatoimi			

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	6
2	SPORTTIBAARIT SUOMESSA JA ULKOMAILLA .....	7
2.1	Luvat .....	7
3	KANNATTAVUUS.....	9
3.1	Laskentatoimi ravintola-alalla.....	9
3.2	Ulkoinen laskentatoimi .....	10
3.3	Sisäinen laskentatoimi .....	11
3.4	Kannattavuuden tärkeitä käsitteitä .....	12
3.5	Liikevaihto.....	12
3.6	Kustannukset.....	12
3.6.1	Muuttuvat kulut eli mukut .....	12
3.6.2	Kiinteät ja puolikiinteät kulut .....	13
3.6.3	Henkilöstökustannukset .....	13
4	HINNOITTELU.....	15
4.1	Kustannuspohjainen hinnoittelu .....	15
4.2	Tulostavoitteeseen perustuva hinnoittelu.....	15
4.3	Markkinalähtöinen hinnoittelu .....	15
4.4	Tuotehinnoittelu .....	16
5	RAHOITUS.....	17
5.1	Omapääoma ja vieraspääoma.....	17
5.2	Tuloslaskelma.....	17
5.3	Kassavirta.....	18
5.4	Lainat ja korkokulut .....	18
5.5	Poistot ja poistoprosentti .....	18
6	SPORTTIBAARI X.....	19
6.1	Liikeidea.....	19
6.2	Missio.....	19
6.3	Visio.....	19
6.4	Arvot.....	19
6.5	Tuote tai palvelu.....	20
6.6	Kohderyhmä .....	20

6.7	Markkinointi.....	21
6.8	Riskit (Swot analyysi) .....	21
6.9	Kilpailija-analyysi.....	22
6.10	Laskelmat.....	22
7	TUTKIMUSMENETELMÄ.....	23
7.1	Kysely .....	23
8	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	24
8.1	Vastaajien taustatiedot.....	24
8.2	Vastaajien käyttäytyminen ja mieltymykset.....	25
9	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	30
9.1	Demografiset tiedot ja niiden merkitys .....	30
9.2	Sporttibaarin tarve ja käyntitiheys .....	30
9.3	Sporttibaarin sijainti ja palvelut.....	30
9.4	Taloudelliset tekijät ja kulutustottumukset .....	31
9.5	Kiinnostus erikoistapahtumiin ja lisäpalveluihin .....	31
9.6	Kiinnostus eri urheilulajeihin .....	31
9.7	Yhteenveto.....	32
9.8	Laskelmat.....	32
10	POHDINTA.....	33
11	LÄHTEET .....	35
	LIITE 1: KYSELYLOMAKE.....	37
	LIITE 2: KYSELYN SAATE .....	42
	LIITE 3: LASKELMAT .....	43

## KUVALUETTELO

KUVA 1	SWOT-analyysi Sporttibaari X (Nordea n.d.).....	21
KUVA 2	Ikäjakauma .....	24
KUVA 3	Sukupuoli .....	24
KUVA 4	Asutko Kuopiossa .....	25
KUVA 5	Onko Kuopiossa tarpeeksi sporttibaareja .....	25
KUVA 6	Kuinka usein vastaajat käyvät sporttibaarissa.....	26
KUVA 7	Sporttibaareissa käymiseen vaikuttavat syyt .....	26

KUVA 8 Eri tekijöiden vaikutus sporttibaarin valintaan .....	27
KUVA 9 Halukkuus maksaa sisäänpääsymaksua yksittäisistä otteluista .....	28
KUVA 10 Sisäänpääsymaksun suuruus.....	28
KUVA 11 Keskimääräinen rahamäärä mitä vastaajat käyttävät juomaan sporttibaarissa .....	29
KUVA 12 Keskimääräinen rahamäärä mitä vastaajat käyttävät ruokaan sporttibaarissa .....	29

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia sporttibaarin toiminnan kannattavuutta Kuopiossa ja millaisin edellytyksin se olisi kannattavaa. Aihe nousi esille, kun havaitsimme, että kaupungista puuttuu selkeästi sporttibaariksi profiloitunut paikka, joka yhdistäisi urheilun, ruokailun ja yhdessäolon kokonaisvaltaiseksi elämäyhteydeksi. Huomio kiinnittyi siihen, että tällaiselle konseptille saattaisi olla kysyntää erityisesti aktiivisten urheilun seuraajien ja sosiaalisten tapahtumien ystävien keskuudessa. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kuopion Vararengasravintolat Oy, joka on osoittanut kiinnostusta konseptin mahdollisuuksien tutkimiseen ja kehittämiseen Kuopion alueella.

Opinnäytetyössä keskitytään erityisesti sporttibaarin toiminnan kannattavuuden tutkimiseen sekä teoreettisen viitekehyksen että kannattavuuslaskelmien avulla. Työ koostuu kahdesta pääosasta: teoreettisesta viitekehystä ja määrällisestä eli kvantitatiivisesta tutkimuksesta. Viitekehyksessä käsitellään muun muassa sporttibaarin käsitettä, laskentatoimen roolia toiminnan taustalla, rahoitusta sekä liiketoiminnan kannattavuutta. Lisäksi luotiin kuvitteellinen Sporttibaari X, jonka avulla tutkitaan tarkemmin toiminnan taloudellisia tekijöitä ja kannattavuutta, ja kehitettiin markkinointistrategia, joka painottaa aktiivista sosiaalisen median käyttöä, yhteistyötä paikallisten urheiluseurojen kanssa sekä erikoistapahtumia asiakkaiden houkuttelemiseksi ja sitouttamiseksi. Tämä lähestymistapa auttaa ymmärtämään paremmin, mitä liiketoiminnallisia haasteita ja mahdollisuuksia sporttibaarin perustaminen Kuopioon voisi tuoda.

Teoreettisen viitekehyksen jälkeen opinnäytetyössä siirrytään tarkastelemaan määrällistä tutkimusta ja sen tuloksia. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaisia palveluita kuopiolaiset toivovat sporttibaarilta, minkälaista urheilua he haluaisivat siellä katsella, kuinka paljon he ovat valmiita käyttämään rahaa vierailuihinsa, sekä mitä syitä on sille, ettei sporttibaarissa käydä niin usein. Kysely toteutettiin vararengasravintoloiden ravintolan tiskillä QR-koodin kautta, joka ohjasi vastaajat verkkokyselyyn. Osallistujien kesken arvottiin 50 euron arvoinen lahjakortti, mutta vastausten määrä jäi odotettua vähäisemmäksi. Tämän vuoksi tutkimustuloksia ei voida yleistää, vaan ne edustavat pienen otannan mielipiteitä. Opinnäytetyön lopussa esitetään yhteenveto tutkimuksesta tulosten perusteella sekä pohdintaa opinnäytetyöstä.

## 2 SPORTTIBAARIT SUOMESSA JA ULKOMAILLA

Sporttibaarit tarjoavat paikkoja, joissa urheilufanit voivat kokoontua seuraamaan suosikkilajejaan, nauttimaan ruoasta ja juomasta sekä jakamaan yhteisöllisiä kokemuksia. Suomessa sporttibaarien tarjonta keskittyy erityisesti jääkiekkoon, kuten Liigan otteluihin ja kansainvälisiin turnauksiin. Myös jalkapallo, formula 1 ja talviurheilu ovat suosittuja lajeja (10.fi 2023).

Paikallisten faniryhmien kokoontuminen ja läheiset suhteet urheiluseuroihin vahvistavat yhteisöllisyyttä. Suomalaisten sporttibaarien erikoisuus on laadukas ruoka- ja juomatarjonta sekä huipputaso teknologiset ratkaisut, kuten HD-näytöt ja erinomainen äänentoisto, jotka takaavat elämyksellisen katselukokemuksen.

Ulkomailla sporttibaarien painopiste vaihtelee kulttuurien ja suosittujen lajien mukaan. Esimerkiksi Yhdysvalloissa amerikkalainen jalkapallo ja baseball ovat keskiössä, kun taas Britanniassa jalkapallo ja rugby hallitsevat tarjontaa. Tunnelma vaihtelee maittain; Britanniassa intohimoinen ja äänekäs ilmapiiri on yleistä, kun taas Suomessa tunnelma voi olla rauhallisempi mutta yhtä tunteikas tärkeissä otteluissa. Ruoka- ja juomatarjonta on ulkomailla usein yksinkertaisempaa ja välipalapainotteisempaa verrattuna suomalaisten sporttibaarien laadukkaaseen ja monipuoliseen valikoimaan. Myös kustannukset eroavat; esimerkiksi Briteissä olut on halvempaa kuin Suomessa, jossa korkea verotus nostaa hintoja (The Eagle 2007).

Yhdistämällä paikallisen kulttuurin ja kansainvälisen urheilun, sporttibaarit luovat monipuolisen ympäristön sekä urheilun seuraamiselle, että sosiaaliselle vuorovaikutukselle.

### 2.1 Luvat

Ravintolan perustaminen vaatii useita lupia ja ilmoituksia eri viranomaisilta. Ravintolan tila tulee hyväksyttäväksi rakennusvalvontavirastossa ravintolakäyttöön, ja elintarvikehuoneistosta on tehtävä ilmoitus vähintään kuukautta ennen avaamista. Ilmoituksen tueksi tarvitaan usein omavalvontasuunnitelma, ja vaatimukset voivat vaihdella paikkakunnittain. Jos tilassa on aiemmin toiminut ravintola, hyväksyntää ei tarvita, mutta toiminnan aloittamisesta tai omistajan vaihtumisesta on tehtävä maksullinen ilmoitus (Hartwall n.d).

Ravintolatoiminnan harjoittaminen edellyttää lisäksi erityisiä turvallisuus- ja anniskelulupia. Yli 50 asiakaspaikan ravintoloilta vaaditaan pelastussuunnitelma, joka ehkäisee turvallisuusriskejä ja auttaa hätätilanteissa. Pelastussuunnitelman vaatimukset perustuvat pelastuslakiin ja valvontaa suorittaa paikallinen pelastuslaitos (Valvira 2023).

Alkoholin tarjoilu vaatii anniskeluluvan, jonka myöntää aluehallintovirasto (AVI). Lisäksi, jos ravintola haluaa myydä enintään 5,5 % alkoholia myös ulosmyyntiin, tarvitaan vähittäismyyntilupa. Molempien lupien hakeminen edellyttää omavalvontasuunnitelmaa, joka osoittaa, että toimija sitoutuu valvomaan alkoholin anniskelua ja estämään häiriöitä (Aluehallintovirasto 2023).

Tupakkatuotteiden myynti vaatii erillisen nikotiinituotteiden myyntiluvan kunnalta, ja lupa voi olla maksullinen. Ulkotarjoilualueen rakentamiseen ja musiikin soittamiseen liittyvät luvat ovat kuntakoh-  
taisia, ja ne voivat vaihdella esimerkiksi ympäristön asettamien melurajoitusten mukaan. Lisäksi mai-  
noskytit ja opasteet voivat vaatia rakennusvalvontaviranomaisen toimenpideluvan. Musiikkiluvan  
saamiseksi tulee toimittaa tiedot asiakaspaikkojen määrästä ja musiikin käyttötarkoituksesta (Hart-  
wall n.d.; Aluehallintovirasto 2023).

Urheilulähetysten näyttäminen ravintoloissa edellyttää erityisten lisenssien hankkimista, ja näiden  
urheilupakettien hinnat määräytyvät ravintolan asiakaspaikkojen mukaan. Mitä enemmän asiakas  
paikkoja ravintolassa on, sitä suurempi on myös paketin hinta. Tästä syystä kuluttajille suunnattuja  
urheilupaketteja ei voida verrata yrityksille tarjottuihin, sillä kotikäytössä urheilulähetyksiä seuraa  
vain muutama henkilö, kun taas ravintolassa katsojien määrä voi olla huomattavasti suurempi, jopa  
satoja. (Huikari 2023.)

Kuluttajapakettien käyttö ei ole sallittua julkisissa tiloissa, kuten ravintoloissa, koska ne on tarkoi-  
tettu yksityiskäyttöön. Esimerkiksi MTV Urheilun käyttöehdot kieltävät palvelun kaupallisen käytön,  
mikä tarkoittaa, että ravintola tarvitsee erillisen kaupallisen käyttöoikeuden sisältävän lisenssin voi-  
dakseen näyttää urheilulähetyksiä laillisesti. (Huikari 2023.) Yrityksille suunnatut TV-palvelut katta-  
vat nämä julkisen esittämisen oikeudet ja takaavat, että lähetyksiä voidaan esittää ravintoloissa il-  
man tekijänoikeusrikkomuksia. (Huikari 2024).

Kanavapakettien hinnoissa on eroja riippuen tarjottavasta sisällöstä ja lisenssioikeuksista. Esimer-  
kiksi MTV Urheilu tarjoaa kansainvälisiä urheilutapahtumia, joihin liittyy yksinoikeuksia, mikä nostaa  
hintaa verrattuna kotimaiseen urheiluun keskittyneisiin palveluihin, kuten Ruudun tarjontaan. Via-  
playn ja MTV Urheilun hinnoittelussa on samankaltaisuuksia, koska molemmilla on oikeudet esittää  
merkittäviä kansainvälisiä otteluita, mikä näkyy kalliimmista hinnoista. (Huikari 2024.)

Hintakilpailu eri palveluntarjoajien välillä on kuitenkin hyödyllistä ravintoloille, sillä se pitää hintata-  
son kohtuullisempana. Urheilun esittämisen monipuolistuminen ei myöskään tarkoita, että ravintolan  
pitäisi investoida useisiin eri laitteisiin tai järjestelmiin, sillä nykYTEknologian avulla kaikki urheilulähe-  
tykset voidaan näyttää yhdeltä laitteelta. Ravintolalle urheilupaketti voi myös olla kannattava sijoi-  
tus: otteluiden aikana asiakkaat tilavat juomia ja ruokia, mikä lisää myyntiä huomattavasti. Esimer-  
kiksi 30 asiakasta, jotka tilaavat yhden 6 euron oluen, tuovat jo yhden ottelun aikana 180 euron lisä-  
myynnin, ja neljä ottelua viikossa voi tuottaa kuukausitasolla lähes 3000 euron lisämyynnin (Huikari  
2023).

Lisäksi on tärkeää muistaa, että televisio, joka soittaa myös musiikkia, vaatii erillisen musiikkiluvan,  
kuten GT Musiikkiluvista hankittavan taustamusiikkiluvan. Tämä lisenssi kattaa myös television käy-  
tön musiikkilähetyksissä, olipa kyseessä Ylen tai kaupallisten kanavien lähetykset (Huikari 2024).  
Urheilulähetysten markkinointi puolestaan onnistuu helposti käyttämällä palveluntarjoajien valmiita  
mainosmateriaaleja, jotka eivät vaadi erillisiä lupia (Huikari 2024).

### 3 KANNATTAVUUS

Kannattavuus on liiketoiminnan kyky tuottaa voittoa ja ylläpitää taloudellista terveyttä tietyllä ajanjaksolla kuten esimerkiksi yksittäisen päivän, tilaisuuden ja koko tilikaudenkin tasolla. Se kuvaa suhdetta tulojen ja kustannusten välillä. Kannattava yritys on sellainen, jonka liiketoiminta tuottaa enemmän tuloja kuin mitä siihen liittyvät kustannukset ovat. Liiketoiminnan kannattavuutta on tärkeää arvioida sekä ennen aloittamista että sen aikana. Kannattavuuden parantaminen vaatii jatkuvaa sitoutumista ja on olennainen osa yrityksen toimintaa sen koko elinkaaren ajan. (Kasvurahoitus 2022.)

Yrityksen talouden tilan arvioiminen pelkästään liikeluoksen perusteella ei ole järkevää. Liikeluoksesta ei yksinään anna riittävää kuvaa yrityksen kannattavuudesta, sillä siihen liittyvät kustannukset voivat olla suuremmat kuin tuloksen määrä. (Kasvurahoitus 2022). Yrityksen kannattavuus on merkityksellistä paitsi omistajille ja sijoittajille, myös työntekijöille, asiakkaille ja muille sidosryhmille. Se vaikuttaa suoraan yrityksen kasvumahdollisuuksiin, investointikykyyn ja kykyyn luoda uusia työpaikkoja. (Procountor 2024.)

Kannattavuus tarkoittaa sitä, kun yritystoiminnasta saadut tuotot ovat siihen uhrattuja taloudellisia panoksia suuremmat. (Selander & Valli 2007, 36). Pidemmällä aikavälillä yritystoiminnan kannattavuus on tärkeä tekijä yritykselle.

Selanderin & Vallin (2007, 36) mukaan yrityksen absoluuttista kannattavuutta voidaan laskea seuraavalla kaavalla:

Tuotot-kustannukset=tulos (voittoa tai tappiota)

#### 3.1 Laskentatoimi ravintola-alalla

Yrityksen laskentatoimi on yrityksen liiketoimintaan liittyvää laskentaa, joka kerää numeraalista tietoa yrityksen liiketoiminnasta. Tietoa kerätään eri lähteistä kuten kassajärjestelmästä, palkanlaskennasta ja varastonvalvonnasta. (Selander & Valli 2007, 21.)

Erilaisia laskelmatyyppejä ravintola-alalla ovat:(Heikkilä & Saranpää 2008, 13–15; Selander & Vallin 2007, 26–28)

Suunnittelulaskelmat ovat tärkeä osa päätöksentekoa ja toiminnan suunnittelua, erityisesti projekteissa tai liiketoiminnassa. Ne auttavat arvioimaan resurssien, aikataulujen, kustannusten ja muiden kriittisten tekijöiden riittävyyttä ja toteutettavuutta.

Vaihtoehtolaskelmien avulla pyritään löytämään eri vaihtoehtoja toiminnan edullisimman ja parhaimman toimintavan löytämiseksi. Vaihtoehtolaskelmia tarvitaan mm. seuraavien asioiden päätöksenteossa: hinnoittelu, tuotevalinta, markkinointi, mainonta, henkilökunnan määrä ja palkkataso, raaka-aine valinnat, tuotantotapavalinnat, aukioloajat, ohjelmatoiminta, kalustohankinnat ja uusien toimipisteiden perustaminen.

Tavoitelaskelmat syntyvät vaihtoehtolaskelmien avulla tehtyjen päätösten seurauksina. Tavoitelaskelmia ovat mm: budjetit ja erilaiset laskennalliset standardit.

Tarkkailulaskelmien avulla seurataan tavoitelaskelmien toteutumisesta ja huolehditaan siitä toiminnalle asetetut tavoitteet toteutuvat. Tarkkailun tuottamien tulosten perusteella pystytään päivittämään toimintaa, luomaan uutta suunnitelmaa sekä takaamaan että mahdolliset virheet eivät pääsisi toistumaan ja toimintaprosessi olisi tehokkaampaa.

Informointilaskelmien tehtävä on tuottaa infoa yrityksen ulkopuolisille tahoille kuten verottajalle ja viranomaisille. Tällaisia laskelmia ovat esimerkiksi veroilmoitus. Kaikki informointilaskelmat eivät kuitenkaan ole lakisääteisiä ja pakollisia.

Tuloksenjakolaskelmien tehtävä on selvittää ja jakaa tulos kaikkien siihen oikeutettujen kesken. Eri-laisten kannustuspalkkausjärjestelmien suosion myötä palkkaa jaetaan myös tulosten perusteella, joten perinteisten tuloslaskelmien lisäksi budjetin tarkkailu ja seurantaraportit ovat nousseet merkittävään rooliin.

Yrityksen laskentatoimi voidaan jakaa kahteen eri osa-alueeseen: ulkoiseen ja sisäiseen laskentatoimeen riippuen tiedon käyttötarkoituksesta.

### 3.2 Ulkoinen laskentatoimi

Ulkoinen laskentatoimi on yrityksen taloushallinnon osa-alue, jonka keskeisenä tehtävänä on taloudellisten tietojen raportointi ulkopuolisille sidosryhmille, kuten sijoittajille, lainanantajille, verottajille ja muille viranomaisille (Procountor n.d.). Tämä raportointi kattaa erilaisia raportointitehtäviä, kuten tilinpäätökset, veroraportoinnit, vuosikertomukset ja taloudelliset ennusteet, jotka tarjoavat sidosryhmille olennaista tietoa yrityksen taloudellisesta tilanteesta ja suorituskyvystä. Ulkoisen laskentatoimen avulla yritys viestii esimerkiksi sijoittajille ja viranomaisille, miten yrityksen liiketoiminta on menestynyt ja miltä sen tulevaisuuden näkymät vaikuttavat. (Heikkilä & Saranpää, 2008, 16-17.)

Ulkoisen laskentatoimen tuotokset, kuten tilinpäätökset ja verotukseen liittyvät raportit, ovat erityisen tärkeitä. Niiden avulla varmistetaan, että yrityksen taloudellinen toiminta on läpinäkyvää ja sidosryhmien saatavilla. Tilinpäätöstä ja muita taloudellisia raportteja säätelevät useat lait ja normit, kuten kirjanpitolaki, kirjanpitoasetus ja verotusta koskevat lait, mikä tekee ulkoisesta laskentatoimesta normisidonnaista toimintaa. Tämä eroaa sisäisestä laskentatoimesta, jossa taloudellista raportointia ei säännellä samalla tavalla, vaan se on vapaampaa ja enemmän yrityksen omiin tarpeisiin keskittyvää. (Passeli n.d..)

Ulkoinen laskentatoimi on kriittinen yrityksen menestyksen kannalta, sillä sidosryhmien on voitava luottaa yrityksen taloudellisiin raportteihin ja niiden antamiin lupauksiin. Siksi ulkoinen laskentatoimi on usein säänneltyä ja standardoitua, jotta raportit olisivat vertailukelpoisia ja helposti ymmärrettäviä. Tämän lisäksi ulkoisella laskentatoimella on tärkeä rooli yrityksen verosuunnittelussa ja veroraportoinnissa. Yritykset ovat vastuussa verojen maksamisesta ja niihin liittyvien tietojen ilmoittamisesta, ja ulkoisen laskentatoimen avulla varmistetaan, että verolakeja ja -säännöksiä noudatetaan asianmukaisesti. (Procountor n.d..)

### 3.3 Sisäinen laskentatoimi

Sisäinen laskentatoimi tuottaa laskentatietoa liiketoiminnan suunnitteluun sekä toiminna ohjaamiseen, johtamiseen ja tarkkailuun. Sisäinen laskenta on yksityisempää eikä sitä yleensä luovuteta yrityksen ulkopuolelle. Sisäisellä laskentatoimella ei ole suoranaisia lainsäädöllisiä määräyksiä mutta jotkut laskelmat vaativat myös ulkoisen laskentatoimen tarkkailua ja ennustamista kuten tuloveroenakko, jonka täytyy mahdollisimman hyvin vastata odotettua tulosta, joka vaatii budjetoinnin ja tulosennakoiden ajantasaisuutta. Tietoa sisäisen laskentatoimen tarpeisiin on mahdollista kerätä useasta eri lähteestä kuten myyntiraporteista, työvuorolistasta, lähetyslistoista, varastonvalvonnasta ja kirjanpidosta. (Heikkilä & Saranpää 2008, 24; Selander & Valli 2007, 23-24.)

Sisäinen tuloslaskelma on yrityksen omaan käyttöönsä räätälöity kannattavuusraportti, joka tarjoaa tarkempaa tietoa päivittäisen toiminnan johtamiseen kuin kirjanpidon perinteinen tuloslaskelma. Kirjanpidon laatimat laskelmat eivät aina sisällä tarpeeksi yksityiskohtaista dataa operatiivisen toiminnan ohjaamiseksi, minkä vuoksi tarvitaan sisäistä laskentaa, joka on tarkemmin kohdistettu liiketoiminnan olennaisiin osa-alueisiin. On tärkeää, että sisäinen tuloslaskelma on linjassa kirjanpidon laskelmien kanssa, ja parhaimmillaan kirjanpito tarjoaa tietoja, joita voidaan suoraan hyödyntää sisäisessä laskennassa. (Selander & Valli 2007, 63.)

Matkailu- ja ravitsemisalalla hinnoittelu- ja kannattavuuslaskelmien keskeiset tavoitteet ovat tuotteiden ja tuoteryhmien oikean hinnoittelun määrittäminen, tarvittavan työpanoksen ja myyntihinnan välisten suhteiden varmistaminen sekä tuotteen, tuotepaketin tai koko yrityksen lopullisen kannattavuuden todentaminen. Tämä tarkoittaa, että kaikki kustannukset tulee kohdistaa asianmukaisesti, jotta voidaan saada selkeä kuva liiketoiminnan kannattavuudesta. Nämä laskelmat auttavat yrityksiä optimoimaan hinnoitteluaan ja parantamaan taloudellista suorituskykyään. (Selander & Valli 2007, 63.)

Yllä mainittujen asioiden selvittämiseksi sisäisessä tuloslaskelmassa pitää olla: (Selander & Valli 2007, 63.)

**Myyntikate**, joka osoittaa, kuinka paljon tuloista jää jäljelle, kun suorat kustannukset on vähennetty myydyistä tuotteista tai palveluista. Se lasketaan vähentämällä myynnistä muuttuvat kustannukset, kuten materiaalit ja työvoima, myynnistä.

**Palkkakate**, joka kuvaa, kuinka paljon yritys saa tuloja henkilöstökuluistaan, erityisesti palkoista ja muista työntekijöiden korvauksista. Se lasketaan vähentämällä yrityksen henkilöstökulut sen liikevaihdosta tai myynnistä.

**Käyttökate**, joka kuvaa yrityksen liiketoiminnan operatiivista tulosta ennen rahoituskuluja, veroja, poistumia ja arvonalentumisia. Käyttökatteen laskeminen auttaa yrityksiä arvioimaan liiketoimintansa kannattavuutta ilman, että ulkoiset tekijät vaikuttavat tulokseen.

### 3.4 Kannattavuuden tärkeitä käsitteitä

**Kriittisen pisteen liikevaihto** tarkoittaa liikevaihdon määrää, jolla päästään nollatulokseen. Kaikki kulut saadaan katettua mutta voittoa ei synny yhtään. Kriittisen liikevaihdon avulla pystytään selvittämään kannattavan toiminnan ehdoton alaraja. Kriittisen pisteen liikevaihto saadaan selville seuraavalla kaavalla: (Heikkilä & Saranpää 2008, 55–56.)

$$\text{Kiinteät kulut} / \text{katetuottoprosentti} \times 100 = \text{Kriittisen pisteen liikevaihto}$$

**Varmuusmarginaali** tarkoittaa pelivaraa, joka erottaa toteutuneen ja kriittisen pisteen liikevaihdon. Varmuusmarginaali saadaan seuraavalla kaavalla:

$$\text{Toteutunut liikevaihto} - \text{kriittisen pisteen liikevaihto} = \text{Varmuusmarginaali}$$

**Varmuusmarginaaliprosentti** kertoo varmuusmarginaalin prosentuaalisen osuuden toteutuneesta liikevaihdosta. Varmuusmarginaaliprosentti saadaan seuraavalla kaavalla:

$$\text{Varmuusmarginaali} / \text{toteutunut liikevaihto} \times 100 = \text{Varmuusmarginaaliprosentti}$$

### 3.5 Liikevaihto

Liikevaihto on yrityksen keskeinen taloudellinen mittari, joka kuvaa sen tietyn ajanjakson aikana saamien tulojen kokonaismäärää ennen kulujen vähentämistä. Se muodostuu pääosin yrityksen myymistä tuotteista ja palveluista, mutta voi sisältää myös muita tulonlähteitä, kuten rojalteja tai lisenssimaksuja. Liikevaihto heijastaa yrityksen myyntivolyymia ja markkinoiden kysyntää, ja se on tärkeä indikaattori yrityksen toiminnan laajuudesta ja kasvusta. (Savela 2023.)

Yrityksen liikevaihdon kehitystä seurataan usein ajan kuluessa, mikä auttaa arvioimaan sen kasvua ja menestystä. Liikevaihdon muutoksia tarkastellaan sekä absoluuttisina lukuina että prosentuaalisina muutoksina, ja sen avulla voidaan verrata yrityksen markkina-asemaa ja kilpailukykyä muihin saman alan toimijoihin.

Vaikka liikevaihto on tärkeä mittari, se ei yksin riitä antamaan kattavaa kuvaa yrityksen taloudellisesta tilasta. Sen rinnalla on tärkeää analysoida myös muita tunnuslukuja, kuten liikevoittoa ja kannattavuutta, jotta yrityksen suorituskykyä voidaan arvioida kokonaisvaltaisesti. (Procountor n.d.)

### 3.6 Kustannukset

Kustannukset ovat yrityksen liiketoiminnassa tekijöitä, joihin käytetään rahaa yrityksen toiminnan jatkamiseksi ja tulojen tuottamiseksi. Ne voidaan kohdistaa eri osastoille, tuoteryhmille, tapahtumille ja yksittäisille tuotteille, mikä auttaa hinnoittelun määrittämisessä ja kannattavuuden suunnittelussa. Kustannusten hallinta on olennaista liiketoiminnan menestyksen kannalta, sillä ne vaikuttavat suoraan yrityksen kannattavuuteen. Kuluja voidaan jakaa muuttuviin kuluihin (mukut) sekä kiinteisiin kuluihin (kikut). (Selander & Valli 2007, 40.)

#### 3.6.1 Muuttuvat kulut eli mukut

Muuttuvat kulut ovat kuluja, jotka vaihtelevat suoraan myynnin tai tuotannon määrän mukaan. Ravintolatoiminnassa muuttuvat kulut kasvavat myynnin kasvaessa ja vähenevät myynnin laskiessa. Tyypillisesti oletetaan, että muuttuvat kulut muuttuvat lineaarisesti myynnin mukana, eli ne kasvavat

tasaisessa suhteessa myyntiin. Tämä tarkoittaa, että yrityksen kannattavuus pysyy tasapainossa, kun myynti kasvaa suhteessa kuluihin. (Heikkilä & Saranpää 2008, 54.)

On kuitenkin tärkeää huomata, että muuttuvat kulut eivät aina käyttäydy täysin lineaarisesti. Esimerkiksi volyymin kasvaessa yritys voi hyödyntää tehokkuutta ja saavuttaa paremman katteen, jolloin myyntikateprosentti kasvaa ja yritys tekee enemmän voittoa. Toisaalta muuttuvat kulut voivat myös kasvaa progressiivisesti, jolloin ne nousevat suhteessa suoritemäärään enemmän. Tämä voi tapahtua esimerkiksi tilanteissa, joissa raaka-aineiden hinnat nousevat suuren kysynnän vuoksi. Degressiivisesti muuttuvat kulut tarkoittavat puolestaan sitä, että yksikkökustannukset laskevat volyymin kasvaessa. Esimerkkinä tästä on raaka-aineiden tukkuilaukset, joissa suuremmat määrät mahdollistavat alennukset. (Selander & Valli 2007, 45.)

Esimerkkejä muuttuvista kuluista ravintoloissa ovat:

Raaka-ainekulut (esimerkiksi elintarvikkeet)

Suoraan myynnistä riippuvat työvoimakulut (esimerkiksi vuokratyövoima ja ekstraajat)

Muuttuvat siivouskulut

### 3.6.2 Kiinteät ja puolikiinteät kulut

Kiinteät kulut ovat kustannuksia, jotka pysyvät samoina myynnin määrästä riippumatta. Toisin sanoen, vaikka ravintolalla ei olisi yhtään asiakasta, tiettyjä kuluja syntyy jatkuvasti. Näihin kuluihin kuuluvat esimerkiksi vuokrat, lainojen lyhennykset, vakuutukset ja kiinteät henkilöstökustannukset. Vaikka henkilöstökulut kuuluvatkin kiinteisiin kuluihin kannattaa ne yleensä käsitellä omana kustannuseränä, jotta saadaan mahdollisimman tarkka työpanos ja palkkakate selville. Kiinteät kulut muodostavat merkittävän osan ravintolan kokonaiskustannuksista, ja niiden hallinta on tärkeää liiketoiminnan kannattavuuden varmistamiseksi. Vaikka kiinteät kulut pysyvät pääosin vakaina, ne voivat hieman muuttua esimerkiksi vuokrien, energian hinnan tai palkkojen noustessa inflaation seurauksena. (Selander & Valli 2007, 45–47; Heikkilä & Saranpää 2008, 54.)

Puolikiinteät kulut ovat kiinteiden ja muuttuvien kulujen välimuoto. Esimerkki puolikiinteästä kulusta on vuokrasopimus, jossa perusvuokran lisäksi maksetaan liikevaihtosidonnaista vuokraa. Tämä tarkoittaa, että osa vuokrasta määräytyy myynnin mukaan, jolloin vuokran määrä kasvaa tai pienenee yrityksen tuloksen perusteella. (Heikkilä & Saranpää 2008, 54.)

### 3.6.3 Henkilöstökustannukset

Henkilöstökustannukset ovat ravintola-alan merkittävä kuluerä, koostuen työntekijöiden bruttopalkoista sekä lakisääteisistä ja vapaaehtoisista menoista, kuten eläkemaksuista, vakuutuksista ja bonuksista. Sesonkiaikojen kysyntä voi lisätä osa-aikaisen ja tilapäisen työvoiman käyttöä, mikä kasvattaa muuttuvia kustannuksia. Näihin kuuluu vuokratyövoiman palkkiot, jotka riippuvat myynnin tai asiakasmäärien vaihteluista. Vakituisten työntekijöiden kuukausipalkat puolestaan edustavat kiinteitä henkilöstökuluja, jotka eivät suoraan riipu ravintolan liiketoiminnan volyyminä (Selander & Valli 2007, 47).

Henkilöstökustannusten hallinta on kriittistä ravintolan kannattavuuden kannalta. Ylikuormitus henkilöstön suhteen voi johtaa tarpeettoman suuriin kustannuksiin, kun taas aliresursointi voi heikentää asiakaspalvelun laatua ja vaikuttaa negatiivisesti asiakastytyväisyyteen. Tehokkaalla työvuorosunnittelulla ja oikean työntekijämäärän varmistamisella ravintola voi pitää työvoimakustannukset kurissa ja samalla ylläpitää hyvää palvelutasoa.

## 4 HINNOITTELU

Hinnoittelu on yritykselle elintärkeä prosessi, sillä se vaikuttaa suoraan yrityksen kannattavuuteen ja kilpailukykyyn. Hinnoittelustrategioita on useita, ja niitä voidaan soveltaa eri lähtökohtien mukaan yrityksen tavoitteista ja markkinatilanteesta riippuen (Selander & Valli 2007, 68).

### 4.1 Kustannuspohjainen hinnoittelu

Kustannuspohjainen hinnoittelu on perinteinen tapa määrittää tuotteen tai palvelun hinta. Tässä mallissa myyntihinnan lähtökohtana ovat kaikki tuotteen valmistukseen ja myyntiin liittyvät kustannukset, niin välittömät kuin välillisetkin. Myyntihintaan lisätään myös yrityksen voittotavoite ja arvonlisävero. Tämä hinnoittelutapa varmistaa, että myyntihinta kattaa kaikki kulut ja tuo yritykselle halutun voiton. Kaava voidaan esittää seuraavasti:

$$\text{Myyntihinta} = \text{omakustannushinta} + \text{voittotavoite} + \text{arvonlisävero}$$

Tämä malli on yksinkertainen ja tehokas erityisesti silloin, kun tuotteen kustannukset ovat tarkasti tiedossa. Kuitenkin pelkkä kustannuspohjainen hinnoittelu ei aina huomioi markkinoiden kysyntää tai kilpailijoiden hintoja, mikä saattaa heikentää yrityksen kilpailukykyä. (Selander & Valli 2007, 68-69; Heikkilä & Saranpää 2008, 88)

### 4.2 Tulostavoitteeseen perustuva hinnoittelu

Tulostavoitteinen hinnoittelu keskittyy siihen, että yritys saavuttaa sille asetetut taloudelliset tavoitteet. Tämä hinnoittelumalli lähtee siitä, että tuotteen hinnan tulee kattaa asetettu tulostavoite, jolloin yritys voi varmistaa halutun voiton pitkällä aikavälillä. Tämä malli on erityisen hyödyllinen silloin, kun yritys pyrkii saavuttamaan tietyn kannattavuusasteen, mutta se vaatii tarkkaa ennustamista ja kustannusten hallintaa. (Selander & Valli 2007, 68–69)

### 4.3 Markkinalähtöinen hinnoittelu

Markkinalähtöisessä hinnoittelussa tuotteen hinta määräytyy pitkälti markkinoiden kysynnän ja tarjonnan perusteella. Jos tuote on uusi tai sillä on erityinen uutuusarvo, hinta voidaan asettaa korkeammaksi. Tämän hinnoittelustrategian etuna on se, että yritys voi hyödyntää uutuusarvoa ja kysyntää, mutta riskinä on se, että tuotteen kiinnostus voi laskea, mikä johtaa hinnan alenemiseen ja kannattavuuden heikkenemiseen.

Markkinalähtöinen hinnoittelu voi myös olla kilpailusuuntautunutta, jolloin yritys reagoi kilpailijoiden hintoihin ja pyrkii vaikuttamaan asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Tällöin hinnoittelulla luodaan tiettyjä mielikuvia, kuten että kalliimpi tuote on laadukkaampi, kun taas halvempi tuote nähdään massatuotantona. (Selander & Valli 2007, 68–69; Heikkilä & Saranpää 2008, 88-94)

#### 4.4 Tuotehinnoittelu

Tuotehinnoittelu on yksittäisten tuotteiden hinnoittelua, jonka tarkoituksena on selvittää tarkasti tuotteen kustannukset ja määrittää myyntihinta sen perusteella. Tuotteen myyntihinta on se, jolla yritys myy tuotteen asiakkaalle, ja se sisältää yleensä arvonlisäveron. On tärkeää tuntea sekä tuotteen muuttuvat kustannukset että markkinahinta, jotta hinnoittelussa voidaan huomioida yrityksen kannattavuus ja kilpailukyky.

Onnistunut hinnoittelu edellyttää yritykseltä paitsi kustannusten tuntemista myös markkinatilanteen analysointia ja jatkuvaa kilpailutilanteen seuranta, jotta yritys voi sopeuttaa hintojaan tarvittaessa ja varmistaa näin pitkän aikavälin kannattavuuden. (Selander & Valli 2007, 78–81)

Hinnoittelun määrittelyssä on tärkeää ottaa huomioon paitsi tuotteen tai palvelun kustannukset myös markkinoiden tilanne. Nykyään kilpailu on kovaa, ja asiakkaat voivat helposti vertailla hintoja netissä, mikä korostaa markkinaehtoisen hinnoittelun merkitystä. Yrityksen tulisi asettaa hintansa siten, että ne vastaavat kilpailutilanteeseen ja asiakkaiden odotuksiin mutta varmistavat samalla riittävän katteen ja kannattavuuden. Näin baari pystyy houkuttelemaan asiakkaita kilpailijoiden joukosta ja ylläpitämään asemaansa markkinoilla.

## 5 RAHOITUS

Rahoitus tarkoittaa varojen hankkimista, hallintaa ja käyttöä yrityksessä tai organisaatiossa. Se kattaa kaikki ne toimenpiteet, joilla yritys saa käyttöönsä tarvittavat varat toimintansa tueksi ja investointien tekemiseksi. Rahoitus on olennainen osa liiketoimintaa, koska se vaikuttaa suoraan yrityksen kykyyn kasvaa, investoida uusiin hankkeisiin ja ylläpitää päivittäistä toimintaa. Hyvä rahoitussuunnitelu auttaa yritystä hallitsemaan kassavirtaa, minimoimaan riskejä ja optimoimaan tuottoja.

### 5.1 Omapääoma ja vieraspääoma

Oma pääoma koostuu yritykseen sijoitetusta pääomasta, toiminnan tuottamista tuloista ja yrityksen omaisuuden arvon noususta. Omistajat voivat sijoittaa yritykseen rahaa tai muuta omaisuutta, erityisesti perustamisvaiheessa. Jos omia varoja ei ole, voidaan etsiä muita omistukseen liittyviä lähteitä tai turvautua vieraan pääoman käyttöön. Kun myynti alkaa, yritykselle kertyy tuloja, jotka toimivat jatkuvana oman pääoman lähteenä. Pääomasijoittajat voivat myös tuoda omaa pääomaa vastineeksi osakkeista tai omistusosuudesta ja tarjoavat lisäksi verkostojaan ja asiantuntemustaan. (Suomi.fi 2021)

Vieras pääoma on pääomaa, jota ulkopuoliset tahot sijoittavat yritykseen, ja sillä on aina takaisinmaksuvelvollisuus. Tärkeimmät vieraan pääoman lähteet yrityksille ovat pankit, joilta voidaan hankkia erilaisia luottoja, kuten lyhyt- ja pitkäaikaisia luottoja, tililuottoja ja notaariluottoja (Tilastokeskus n.d.). Kirjanpidossa vieras pääoma jaetaan lyhytaikaiseen (alle vuosi) ja pitkäaikaiseen (yli vuosi) velkaan. Lyhytaikaisiin velkoihin kuuluvat esimerkiksi osto- ja siirtovelat, kun taas pitkäaikaisiin velkoihin lasketaan pankki- ja joukkovelkakirjalainat (Suomi.fi 2021).

Vierasta pääomaa ottaessa korkotason arvioiminen on oleellista, sillä korkojen nousu lisää yrityksen kustannuksia ja voi heikentää nettotuloja, mikä puolestaan vaikuttaa kannattavuuteen. Alhaisemmat korot voivat helpottaa investointeja ja liiketoiminnan kehittämistä, koska suurempi osa tuloista jää käytettäväksi kasvuun. Yrityksen on myös tärkeää seurata lainojensa korkotasoa ja arvioida sen vaikutuksia kustannuksiin ja voittoon

### 5.2 Tuloslaskelma

Tuloslaskelma on yrityksen raportointiin käytetty dokumentti, jossa yrityksen tulot ja kulut esitetään valitulla seurantajaksolla, kuten kuukausi, 3 kuukautta tai vuosi. Tilinpäätöksessä seurantajakso on aina tilikausi (Yrittajan.fi 2023). Tuloslaskelman yläosassa esitetään liikevaihto, joka koostuu yrityksen myynnistä saaduista tuloista. Näihin lisätään muut liiketoiminnan tuotot, kuten vuokra- tai avustustuotot, ja tämän jälkeen vähennetään varsinaisen toiminnan kulut. Näin saadaan laskettua liikevoitto, joka kuvaa liiketoiminnan tuottoisuutta ennen korkoja ja veroja (Rumpu 2024).

Liikevaihdosta vähennettävät kulut voivat sisältää muun muassa raaka-aineiden hankinnat, palkat, markkinointikulut ja muut operatiiviset kustannukset. Lisäksi huomioidaan poistot ja arvonalennukset, jotka kertovat yrityksen omaisuuden arvon alenemisesta ajan myötä (Yrittajan.fi 2023). Liikevoiton jälkeen listataan rahoitustuotot ja -kulut, minkä jälkeen huomioidaan verot. Näiden erien jälkeen tuloslaskelman alimpana on tilikauden tulos, joka kuvaa yrityksen lopullista voittoa tai tappiota valitulla ajanjaksolla. (Rumpu 2024).

### 5.3 Kassavirta

Kassavirta kuvaa yrityksen pankkitilille tai käteisvaroihin tulevaa ja sieltä lähtevää rahaliikennettä. Se antaa kuvan yrityksen rahatilanteesta ja kyvystä kattaa päivittäisiä menoja, kuten palkkoja ja hankintoja (OP.fi n.d.). Kassavirran tarkkailu on tärkeää, sillä vaikka yritys olisi kannattava, heikko kassavirta voi aiheuttaa maksuvaikeuksia ja rajoittaa toimintaa.

Nettokassavirta, eli liiketoiminnan kassavirta, on kassavirtalaskelman keskeinen luku, joka osoittaa, kuinka paljon yritykselle jää rahaa normaalista liiketoiminnasta. Tämä luku saadaan, kun liiketoiminnan tuotoista vähennetään esimerkiksi poistot, laskennalliset verot, oikaisuerät ja käyttöpääoman muutokset (Pankkiasiat.fi n.d.). Nettokassavirta kertoo, kuinka hyvin yrityksen liiketoiminta pystyy tuottamaan rahaa, joka on käytettävissä esimerkiksi investointeihin, lainojen lyhennyksiin tai osinkoihin, ja se auttaa arvioimaan liiketoiminnan pitkän aikavälin kestävyyttä.

### 5.4 Lainat ja korkokulut

Laina tarkoittaa kahden osapuolen välistä sopimusta, jossa lainanantaja, kuten pankki tai muu rahoituslaitos, lainaa rahaa lainanottajalle. Lainasta syntyy velkasuhde, jossa lainanottaja sitoutuu maksamaan takaisin lainatun summan, sekä mahdolliset korot ja kulut, sovitun aikarajan puitteissa. (Paavoseppä 2023; Paakkanen n.d.).

Korko puolestaan on rahan hinta, joka maksetaan lainanantajalle lainan käytöstä. Se on korvaus siitä, että lainaaja voi käyttää varojaan nykyhetkellä. Korko voi olla kiinteä tai vaihtuva; kiinteässä korossa korko pysyy samana koko laina-ajan, kun taas vaihtuva korko muuttuu aikavälein, riippuen esimerkiksi viitekorosta, kuten euriborista (Paavoseppä 2023).

Inflaatio vaikuttaa myös korkoihin ja lainan kustannuksiin. Inflaatio tarkoittaa rahan arvon heikkenemistä, mikä näkyy hintojen nousuna. Korko ja inflaatio ovat sidoksissa toisiinsa, ja korkotason nousu voi johtua keskuspankkien päätöksistä vastata inflaatiopaineisiin. (Paavoseppä 2023).

Korkotaso on tärkeä taloudellinen muuttuja, joka vaikuttaa lainanottajiin ja yrityksiin. Se voi muuttaa lainan kokonaiskustannuksia merkittävästi, joten lainanottajien on tärkeää ymmärtää, miten korot muodostuvat ja miten ne vaikuttavat lainan takaisinmaksuun. Lainanhoitokulut, jotka sisältävät koron lisäksi muita kuluja, kuten perustamismaksuja ja tilinhoitokuluja, vaikuttavat myös lainan kokonaiskustannuksiin (Paakkanen n.d.).

### 5.5 Poistot ja poistoprosentti

Poistot kuvaavat yrityksen pitkäaikaisten hankintojen vuosittaisen kulun osuutta. Verotuksessa ei ole mahdollista vähentää kokonaan hankintavuonna sellaista investointia, joka tuottaa tuloa usean vuoden ajan. Sen sijaan hankinnasta voidaan tehdä vuosipoistoja, joiden enimmäismäärät on määritelty eri hyödykeryhmien mukaan. Sisäisessä tulolaskelmassa poistot näkyvät katetuoton jälkeen omana eränään. (Selander & Valli 2007, 58). Poistoprosentti kertoo, kuinka suuren osan yrityksen pitkäaikaisista hankinnoista, kuten koneista, laitteista tai rakennuksista, yritys vähentää vuosittain kirjanpidossaan.

## 6 SPORTTIBAARI X

Tässä kappaleessa käsitellään kuvitteellisen sporttibaarimme mahdollista liiketoimintasuunnitelmaa. Sporttibaaristamme käytetään nimitystä Sporttibaari X. Liiketoimintasuunnitelma käsittelee liikeidean, mission, vision, arvot sekä sporttibaarin tuotteet ja palvelut, asiakasryhmät ja kilpailijat. Lisäksi se käy läpi markkinointia yleisesti ja arvioi riskejä SWOT-analyysin avulla.

### 6.1 Liikeidea

Sporttibaari X tarjoaa Kuopiossa modernin sporttibaarin, jossa urheilun ystävät voivat kokea urheilutapahtumien huuman yhdessä. Kohderyhmänä ovat aikuiset urheilun ja yhteisöllisen ajanvieton ystävät, jotka arvostavat laadukasta palvelua ja rentoa, sporttihenkistä ilmapiiriä. Sporttibaari X erottuu kilpailijoistaan tarjoamalla monipuoliset mahdollisuudet osallistua urheiluun niin pelaamalla urheilulajeja ja visoja kuin katsomalla live-urheilutapahtumia screeneiltä sekä tuomalla katsottavaksi ei niin tuttuja urheilulajeja. Paikan raikas ja uudenlainen teknologiaan perustuva imago houkuttelee asiakkaita, jotka kaipaavat modernia ja yhteisöllistä sporttielämystä laadukkaana ruoan ja juoman parissa.

### 6.2 Missio

Sporttibaari X on suunniteltu Kuopion urheilufanien kohtaamispaikaksi, tarjoten heille tilan nauttia urheilutapahtumista laadukkaassa ympäristössä. Haluamme tarjota elämyksellisen kokemuksen, jossa asiakas tuntee olonsa tervetulleeksi ja erityiseksi ja jossa viihtyisä ilmapiiri yhdistää niin ruoan, juoman kuin live-urheilun seuraamisen. Sporttibaari X panostaa korkealaatuiseen asiakaspalveluun ja aktiiviseen urheiluhenkkeen, joka houkuttelee urheilufaneja ja ystäväporukoita kokoontumaan yhteen jakamaan unohtumattomia hetkiä.

### 6.3 Visio

Sporttibaari X:n tavoitteena on asema Kuopion johtavana sporttibaarina, joka yhdistää urheilun ystävät ikään ja taustaan katsomatta. Sporttibaari X haluaa olla paikka, jonne asiakkaat palaavat yhä uudelleen ja jossa jokainen kokemus on sekä positiivinen että ainutlaatuinen. Sporttibaari X rakentaa brändiä, joka tunnetaan laadukkaista urheilulähetyksistä ja palveluista sekä yhteisöllisyydestä sekä uudeltaisesta innovatiivisuudesta.

Sporttibaari X on sitoutunut kehittämään elämyksellistä urheilukokemusta hyödyntämällä modernia teknologiaa, kuten suuria näyttöjä ja urheilusimulaattoreita, jotka tekevät otteluiden seuraamisesta entistä vaikuttavampaa ja osallistavampaa sekä tuoda uusia lajeja baariin katseltavaksi. Sporttibaari X:n visio on tarjota asiakkailleen paikka, joka on aidosti heille omistettu – Kuopion urheiluhenkisin baari, joka kehittyy asiakkaidensa toiveiden mukana ja vastaa jatkuvasti muuttuvan urheilumaailman odotuksiin.

### 6.4 Arvot

Sporttibaari X:n arvot perustuvat vahvaan yhteisöllisyyteen, jossa urheilu, ruoka ja yhdessäolo yhdistävät ihmisiä. Tavoitteena on olla paikka, johon kaikki voivat tulla jakamaan iloisia hetkiä ja kannustamaan suosikkijoukkueitaan.

Laadukkuus on keskeinen periaate, ja baarissa pyritään tarjoamaan huippuluokan asiakaspalvelua ja laadukkaita tuotteita, jotka rikastuttavat asiakaskokemusta.

Tasa-arvo ja yhdenvertaisuus ovat myös tärkeitä arvoja; jokainen asiakas ja työntekijä nähdään yhtä arvokkaana. Baarissa luodaan avoin ja turvallinen ilmapiiri, jossa kaikilla on mahdollisuus nauttia palveluista ja tuntea itsensä tervetulleeksi taustasta riippumatta.

Lisäksi aktiivisuus on keskeinen elementti, ja asiakkaita kannustetaan liikkumaan sekä osallistumaan itse peleihin ja urheiluaiheisiin aktiviteetteihin, mikä edistää yhteisöllisyyttä ja terveellistä elämäntapaa.

## 6.5 Tuote tai palvelu

Sporttibaarin palveluihin kuuluvat kaikki hyödykkeet ja toiminnot, joita asiakkaat voivat käyttää hyväkseen. Tämä sisältää ruoan, juoman, näytöt urheilulähetyksille, biljardipöydän sekä muut pelit, asiakaspalvelun sekä yleisen tunnelman ja viihtyisyyden. Sporttibaarin palvelut muodostavat kokemuksen, joka houkuttelee asiakkaita viihtymään ja palaamaan uudelleen.

Sporttibaari X:n tuotteisiin ja palveluihin kuuluu

Live-urheilulähetykset, jotka tarjoavat asiakkaille monipuolisen valikoiman eri lajien otteluita, joita esitetään päivittäin useilta eri näytöiltä. Asiakkaiden toiveet uusista lajeista otetaan huomioon, mikä rikastuttaa tarjontaa entisestään. Erityisesti tärkeät ottelut ja suuret tapahtumat, kuten olympialaiset ja jalkapallon MM-kilpailut, näytetään suuremmalta näytöltä tai valkokankaalta, mikä parantaa katselukokemusta ja luo elämyksellisiä hetkiä.

Tarjonta urheilupeleistä kattaa pöytäfutiksen, dartsin ja biljardin, sekä perinteiset lautapelit, jotka tarjoavat asiakkaille mahdollisuuden nauttia kilpailuhengestä ja sosiaalisesta vuorovaikutuksesta. Juoma- ja ruokavalikoimassa erikoistutaan urheilutapahtumiin sopiviin välipaloihin ja juomiin, kuten pienpanimo-olueisiin, terveellisiin smoothieihin ja grilliruokiin, mikä tekee pelikokemuksesta entistä nautinnollisemman.

Säännöllisesti käyville asiakkaille tarjotaan erilaisia etuja, kuten alennuksia, jäsenyys- ja kanta-asiakasohjelmien kautta. Nämä ohjelmat innostavat asiakkaita palaamaan ja tarjoavat heille lisäarvoa. Lisäksi on mahdollisuus varata tila yksityistilaisuuksiin, kuten urheilujoukkueiden kauden päätösjuhliin tai yritysten virkistyspäiviin, mikä luo tilaisuuksia yhteisölliseen tapahtumakulttuuriin ja mukautettuihin elämyksiin.

## 6.6 Kohderyhmä

Sporttibaari X:n kohderyhmänä toimivat erityisesti:

Nuoret aikuiset ja työikäiset (20-45-vuotiaat): Tähän ikäryhmään kuuluvat ihmiset etsivät paikkoja, joissa voi rentoutua ystävien kanssa, nauttia hyvistä juomista ja ruoasta, ja samalla katsoa urheilua. He arvostavat myös trendikkyyttä ja monipuolista juomavalikoimaa.

Urheilujoukkueet ja harrastajaryhmät: Joukkuehengen ylläpitoon ja yhteisiin kokoontumisiin.

Työporukat ja yritysasiakkaat: Baarista voi tulla suosittu paikka työporukoille, jotka haluavat viettää iltoja yhdessä, erityisesti isojen urheilutapahtumien aikaan. Tämä voi olla myös paikka yrityksille järjestää epämuodollisia tapaamisia tai virkistysiltoja.

Perheet ja satunnaiset kävijät: Vaikka sporttibaari painottaa urheilua, monipuolinen ruokatarjonta ja rento ilmapiiri voivat houkuttaa myös perheitä tai satunnaisia kävijöitä, jotka eivät välttämättä ole intohimoisia urheilun ystäviä, mutta etsivät mukavaa ruokailupaikkaa.

## 6.7 Markkinointi

Sporttibaari X hyödyntää laajaa markkinointistrategiaa, jonka keskeisenä osana on aktiivinen läsnäolo sosiaalisessa mediassa. Instagramin, Facebookin ja TikTokin kautta jaetaan tunnelmia urheilutapahtumista, tarjouksista ja peleistä, luoden rentoa ilmapiiriä ja vahvistaen asiakassuhdetta.

Lisäksi sporttibaari tekee yhteistyötä paikallisten urheiluseurojen ja -joukkueiden kanssa sponsorointi- ja yhteistyösopimusten muodossa, mikä lisää baarin tunnettuutta ja kiinnostusta urheiluyhteisöissä. Mainoskampanjoissa hyödynnetään paikallisia medioita, kuten lehtiä, ulkomainontaa ja digitaalisia kanavia tavoittaen laajan yleisön.

Erikoistapahtumat, kuten MM- ja EM-kisojen katselutilaisuudet sekä tapahtumien lanseeraukset, tuovat lisää eloa ja houkuttelevat asiakkaita kilpailujen ja ohjelman pariin. Sporttibaarin maine leviää myös paikallisten suosittelumarkkinoinnin ja kanta-asiakasohjelman kautta, jotka palkitsevat asiakkaita ja vahvistavat heidän sitoutumistaan.

## 6.8 Riskit (Swot analyysi)

Vahvuudet (sisäiset)	Heikkoudet (sisäiset)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Laaja ja monipuolinen tuote- ja palvelutarjonta (pelit ja aktiviteetit, live-urheilulähetykset).</li> <li>Yhteisöllinen ja viihtyisä ilmapiiri, joka houkuttelee monipuolista asiakaskuntaa.</li> <li>Urheilun erikoistapahtumat</li> <li>Innovatiivinen jäsenyys- ja kanta-asiakasohjelma.</li> <li>Laadukkaat laitteistot (audio, näytöt, pelit)</li> <li>Laadukas asiakaspalvelu sekä ruoka ja juoma tuote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suuri riippuvuus urheilutapahtumista (hiljaisemmat kaudet, jolloin isoja tapahtumia ei ole).</li> <li>Korkeat investointikustannukset teknologiaan (audio laitteisto, isot näytöt).</li> <li>Brändin tunnettuus ei alussa ole kovin vahva, vaatii aikaa ja resursseja rakentamiseen.</li> </ul>
Mahdollisuudet (ulkoiset)	Uhat (ulkoiset)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Urheiluun liittyvien uusien teknologioiden (esim. e-urheilu) hyödyntäminen ja niihin liittyvät tapahtumat.</li> <li>Yhteistyö suurten urheilubrändien ja -joukkueiden kanssa.</li> <li>Paikallisten joukkueiden menestymisen hyödyntäminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taloudellinen tilanne: asiakkaiden ostovoima voi heikentyä, jolloin ravintolakäynnit vähenevät.</li> <li>Kilpailijoiden innovatiiviset ratkaisut (uudet kilpailijat tai teknologian hyödyntäjät).</li> <li>Pandemian tai muiden tapahtumien aiheuttamat rajoitukset, jotka estävät ihmisten kokoontumisia.</li> <li>Lainsäädännön muutokset</li> <li>Koti-katsominen ja suoratoistopalveluiden tarjonta yksityiskäyttöön</li> </ul>

KUVA 1 SWOT-analyysi Sporttibaari X (Nordea n.d.)

## 6.9 Kilpailija-analyysi

Kilpailijoina Sporttibaari X:lle toimivat ensisijaisesti kotikatsomot, jotka tarjoavat kätevän ja edullisen tavan seurata urheilutapahtumia. Kotikatsomot kuitenkin jäävät monesti yksinäisiksi kokemuksiksi, joissa yhteisöllisyyttä ei ole. Sporttibaari X erottuu kilpailijoistaan tarjoamalla yhteisöllisen ilmapiirin, jossa urheilutapahtumista nauttiminen yhdessä muiden fanien kanssa luo ainutlaatuisen tunnelman. Tämä tekee siitä houkuttelevan vaihtoehdon niille, jotka arvostavat urheilun katsomista sosiaalisessa ympäristössä.

Kuopiossa on muutamia ravintoloita ja baareja, jotka näyttävät urheilutapahtumia, mutta ne eivät kuitenkaan mieltäydy varsinaisiksi sporttibaareiksi. Kilpailu näiden paikkojen kanssa perustuu pääasiassa juoma- ja ruokatarjontaan, ja urheilua näytetään taustalla, erityisesti paikallisten joukkueiden pelejä, kuten KalPan ja KuPSin. Sporttibaari X:n kilpailuetu on monipuolisempi urheilutarjonta, jossa esitetään laaja kirjo eri urheilulajeja. Lisäksi Sporttibaari X erottuu tarjoamalla kattavan ruoka- ja juomavalikoiman sekä monenlaisia aktiviteetteja, jotka tekevät urheilutapahtumien seuraamisesta entistä elämyksellisempää ja viihdyttävämpää.

Ravintolat ja gastropubit toimivat myös kilpailijoina, erityisesti niiden laadukkaan ruokatarjonnan ja juomavalikoiman ansiosta. Nämä paikat houkuttelevat asiakkaita hyvällä ruoalla ja kattavilla juomatarjonnalla, vaikka urheilu ei olekaan niiden pääfokus. Sporttibaari X:llä on kuitenkin etuna se, että sen tarjoamat urheiluelämykset yhdistyvät monipuoliseen ruokatarjontaan ja yhteisölliseen ympäristöön, joka vetää puoleensa urheilufaneja.

Myös urheiluseurojen omat tilat ja muut tapahtumapaikat kilpailevat asiakaskunnasta, erityisesti paikat, joissa katsotaan pelejä yhdessä tai joissa järjestetään urheiluun liittyviä tapahtumia. Urheiluseurojen omat tilat tai stadionit tarjoavat usein katsomistilaa, mutta niissä ei välttämättä ole tarjolla samanlaista monipuolista palvelua, yhteisöllisyyttä tai aktiviteetteja.

## 6.10 Laskelmat

Olemme laatineet Sporttibaari X:lle vuosilaskelman sekä investointilaskelman, jotka koskevat ravintolan remontointia ja audiolaitteiden hankintaa. Laskelmien pohjana on käytetty seuraavia oletuksia: vuokran osuus liikevaihdosta on enintään 10, henkilöstökulut enintään 30 % ja liikevaihto minimissään 70 %. Näillä luvuilla arvioimme, että Sporttibaari X:n toiminta on kannattavaa.

Myyntituotot jaotimme viiteen tuoteryhmään: alkoholijuomat, oluet, virvoitusjuomat, tupakka ja ruoka. Näiden ryhmien osuudet myynnistä ovat seuraavat: alkoholijuomat 40 %, oluet 30 %, vedet (virvoitusjuomat yms.) 19 %, tupakka 1 % ja ruoka 10 %.

Remonttikustannuksissa oletimme neliöhinnaksi 1 500 €, jolloin 200 neliön ravintolan remontin kokonaiskustannus on 300 000 €. Audiolaitteille budjetoimme 50 000 €. Pankilta otettavan lainan takaisinmaksuaika on viisi vuotta ja lainan korko on 5 %, eikä hankkeeseen ole saatavilla avustusta. Lainasumma on 372 000 €, mikä kattaa remontin, audiolaitteet ja riittävän käyttöpääoman toiminnan käynnistämiseen.

## 7 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tutkimusmenetelmäksemme valikoitui määrällinen tutkimusmenetelmä. Määrällinen tutkimusmenetelmä, jota kutsutaan myös kvantitatiiviseksi menetelmäksi, keskittyy tietojen tarkasteluun ja analysointiin numeerisesti. Tämä lähestymistapa vastaa kysymyksiin kuten "kuinka monta", "kuinka paljon" ja "kuinka usein". Vaikka määrällinen tutkimus ei välttämättä tarkoita pelkästään kyselyjen tekemistä, usein kyselyitä käytetään tärkeänä työkaluna tutkimusaineiston keräämisessä määrällisessä tutkimuksessa.

Määrällisessä tutkimuksessa tyypillisesti aloitetaan teorian pohjalta ja edetään sitten aineiston keräämiseen, joka voi tapahtua esimerkiksi kyselyjen, haastattelujen tai havainnoinnin avulla. Kerättyä aineistoa tarkastellaan ja analysoidaan numeerisesti, ja sen jälkeen palataan takaisin teoriaan tulosten purkamiseksi ja tulkinnan tekemiseksi. Tämä prosessi mahdollistaa teorian ja käytännön yhdistämisen tutkimuksen tulosten valossa.

Määrällinen tutkimus tarjoaa usein laajoja ja yleistettäviä tuloksia suuremmista otannoista, mikä auttaa ymmärtämään ilmiöitä ja tekemään päätelmiä populaatiosta. Vastapainoksi se voi joskus jäädä pintapuoliseksi monimutkaisten ilmiöiden syvällisessä ymmärtämisessä, minkä vuoksi se saattaa hyötyä yhdistämisestä laadullisen tutkimuksen menetelmien kanssa. (Vilkkä 2007, 13–18)

### 7.1 Kysely

Kyselyt ovat yleinen tapa kerätä tutkimusaineistoa, erityisesti silloin kun tutkittavia on suuri määrä ja he ovat hajallaan. Kyselyn etuna on sen skaalautuvuus ja kyky tavoittaa laajasti erilaisia vastaajaryhmiä. Kyselyissä kysymysten muotoilu on tärkeää, sillä ne ovat kaikille vastaajille samat, ja vastaajat lukevat ja tulkitsevat kysymykset itse ennen vastaamista.

Kyselyn suunnittelussa on kiinnitettävä erityistä huomiota kysymysten laatuun, jotta ne ovat ymmärrettäviä ja relevantteja vastaajille. Kyselyllä voidaan selvittää monenlaisia asioita, kuten mielipiteitä, asenteita, ominaisuuksia ja käyttäytymistä. Kyselyn lähettäminen on keskeinen vaihe prosessissa, ja se voidaan toteuttaa joko postittamalla perinteisiä paperilomakkeita tai lähettämällä sähköisiä kyselyitä verkossa.

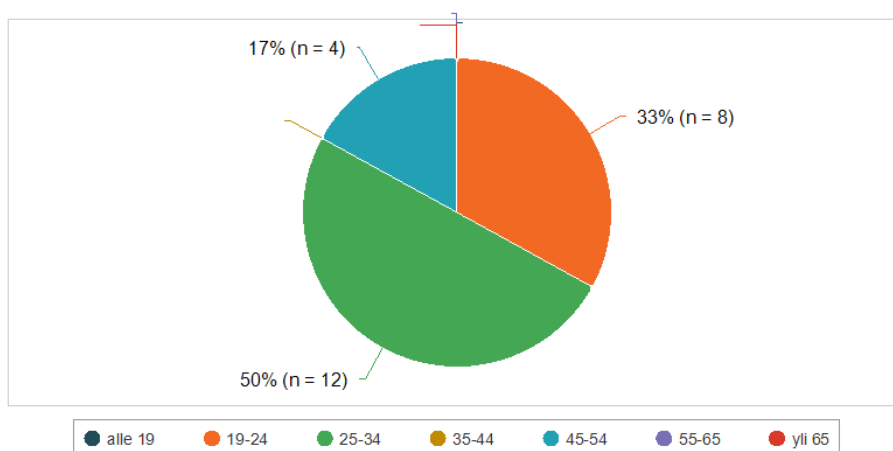
Nykyään sähköiset kyselyt ovat yleistyneet ja suosittuja, koska ne ovat usein nopeampia ja edullisempia toteuttaa verrattuna perinteisiin postikyselyihin. Kyselyn lähettämisessä on kuitenkin otettava huomioon ajankohta, sillä väärään aikaan lähetetty kysely saattaa vaikuttaa merkittävästi vastausprosenttiin. Vastaajan kiinnostus ja motivaatio vastata voivat vaihdella ajankohdasta riippuen, joten kyselyn lähettämisessä on hyvä harkita huolellisesti sopivaa ajankohtaa vastaajien kannalta. (Vilkkä 2007, 28.)

## 8 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kysely laadittiin Webropolin avulla ja se oli vastaajille avoinna 18 päivää lokakuussa 2024. Kysely oli sijoitettuna yhteen vararengasravintoloiden ravintoloista QR-koodina. Kyselyyn vastattiin anonyymina, jonka takia edellisen kysymyksen vastausta ei pysty yhdistämään seuraavaan kysymyksen vastaukseen. Vastaajia houkuteltiin 50 euron arvoisella lahjakorttiarvonnalla, johon vastaaja sai halutessaan osallistua erillisellä lomakkeella kyselyn lopussa.

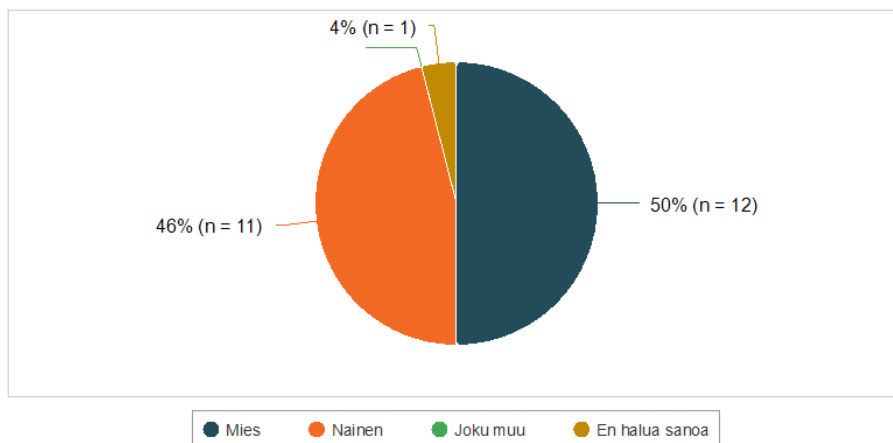
### 8.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyn alussa selvitettiin vastaajien taustatietoja. Ensimmäisenä selvitimme vastaajien ikäjakouman. Vastaajista puolet olivat 25–34-vuotiaita, 33 % oli 19–24-vuotiaita sekä 17% 45-54 vuotiaita. (Ks. kuva 2)



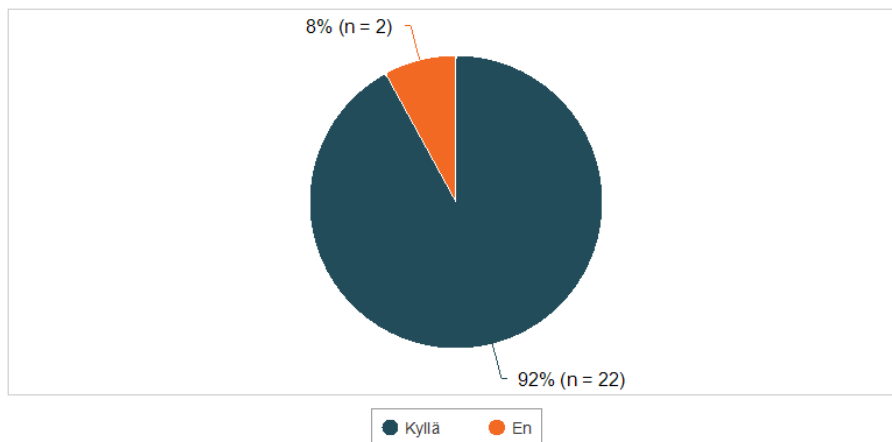
KUVA 2 Ikäjakouma

Kysyimme kyselyssä vastaajien sukupuolta. Kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat mies, nainen, joku muu ja en halua sanoa. Vastaajista 50 % oli miehiä, 46 % naisia ja yksi vastaajista ei halunnut kertoa sukupuoltaan. (Ks. kuva 3)



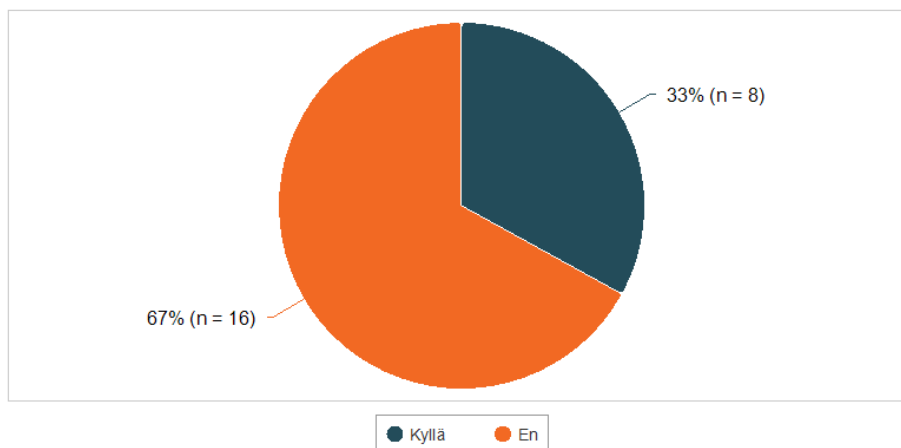
KUVA 3 Sukupuoli

Selvitimme kyselyssä myös asuvatko kyselyn vastaajat Kuopiossa, vai Kuopion ulkopuolella, jotta pystymme analysoimaan sporttibaarin tarvetta paikallisten asukkaiden vastauksien perusteella. Vastajista 92 % asuu Kuopiossa ja loput 8 % ei asu Kuopiossa. (Ks. kuva 4)



KUVA 4 Asutko Kuopiossa

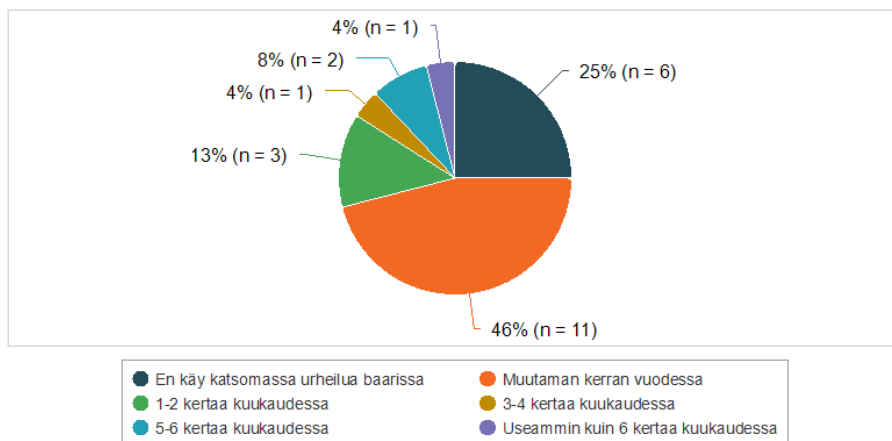
Selvitimme onko vastaajien mielestä Kuopiossa tarpeeksi baareja, joissa katsoa urheilua. 16 vastaajaa oli sitä mieltä että, Kuopiossa ei ole tarpeeksi baareja missä seurata urheilua, kun taas kahdeksan ihmisen mielestä niitä on jo tarpeeksi. (ks. Kuva 5)



KUVA 5 Onko Kuopiossa tarpeeksi sporttibaareja

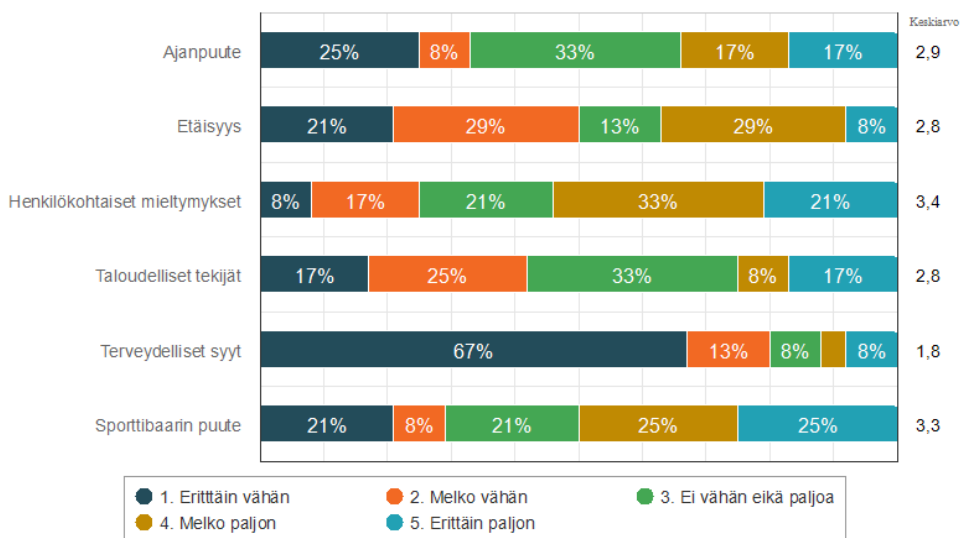
## 8.2 Vastaajien käyttäytyminen ja mieltymykset

Selvitimme kuinka useasti vastaajat käyvät katsomassa urheilua baarissa. Tuloksissa ilmenee että 25 % vastaajista ei käy katsomassa urheilua ollenkaan baarissa, 46 % käy katsomassa muutaman kerran vuodessa ja loput 29 % jakautuu tasaisesti muille vastausvaihtoehdoille. (Ks, kuva 6)



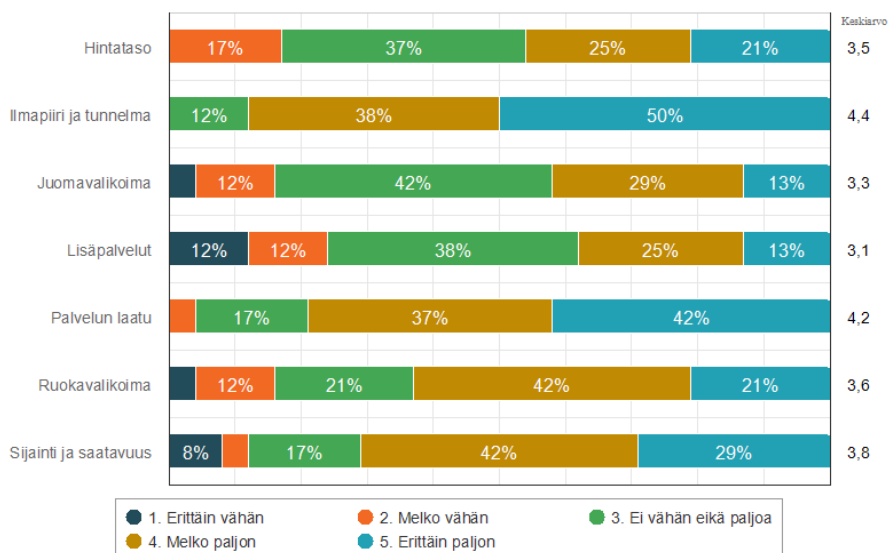
KUVA 6 Kuinka usein vastaajat käyvät sporttibaarissa

Selvitimme kyselyssä kuinka erilaiset syyt vaikuttavat ihmisten käymiseen sporttibaarissa (ks kuva 7). Vähiten ihmisten käymiseen vaikuttivat terveydelliset syyt ja suurin vaikuttava tekijä oli sporttibaarin puute. Toinen suuri vaikuttava tekijä oli henkilökohtaiset mieltymykset.



KUVA 7 Sporttibaareissa käymiseen vaikuttavat syyt

Kysyimme myös mitkä tekijät vaikuttavat sporttibaarin valintaan. Kuten kuvassa 8 huomataan vastaajat arvostavat palvelun laatua sekä ilmapiiriä ja tunnelmaa tärkeimmiksi elementeiksi tehdessään valintaa. Kolmanneksi tärkeimpänä koettiin sijainti ja saatavuus. Vähiten päätökseen vaikuttaa lisäpalvelut.



KUVA 8 Eri tekijöiden vaikutus sporttibaarin valintaan

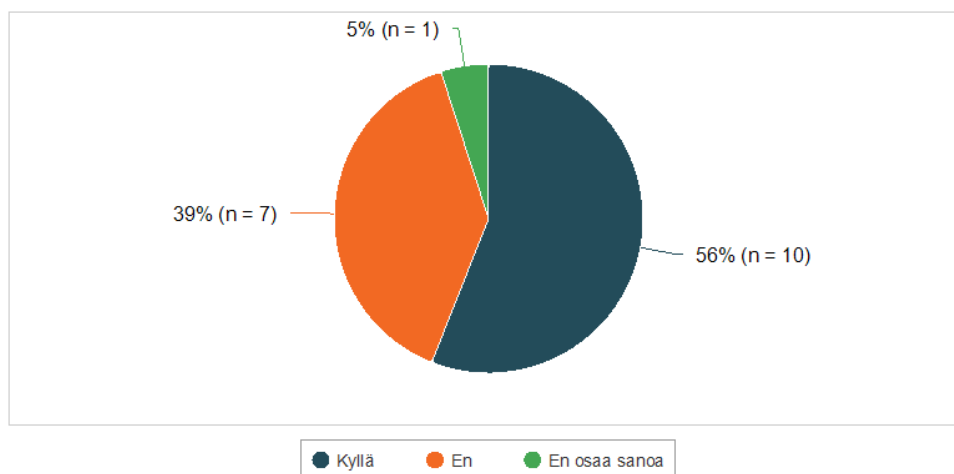
Kyselyssä listattiin useita urheilulajeja, ja vastaajat arvioivat jokaista lajia sen mukaan, kuinka paljon laji heitä kiinnostaa asteikolla erittäin vähän, melko vähän, ei vähän eikä paljon, melko paljon, erittäin paljon.

Suosituimmat lajit vastausten keskiarvon perusteella olivat jääkiekko (KA 4,7), jalkapallo (3,6), yleisurheilu (3,4), autourheilu (3,0) sekä salibandy ja koripallo (2,9). Vähiten kiinnostavia lajeja olivat alppilajit (1,7), e-urheilu ja golf (1,8), voimistelu (1,9) sekä biljardi (2,1).

Neutraaleimpia lajeja olivat vapaaottelu, pesäpallo ja darts (2,4) sekä tennis ja nyrkkeily (2,7).

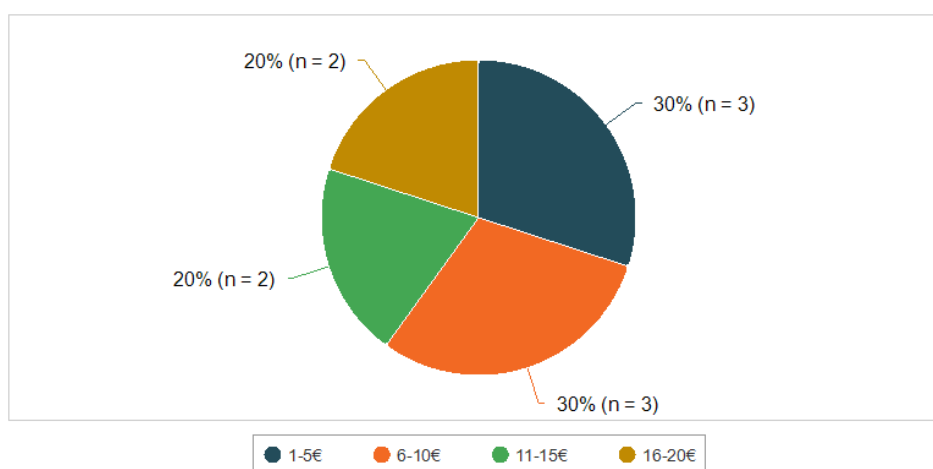
Kysyimme olisiko vastaajilla kiinnostusta katsoa lajeja, joita harvemmin näytetään baarissa. Vastausvaihtoehdot olivat asteikolla 1-5 (1= erittäin vähän – 5= erittäin paljon). Vastauksia kysymykseen tuli 14 joiden keskiarvo oli 3,7.

Halusimme myös selvittää, olisivatko ihmiset valmiita maksamaan sisäänpääsymaksun yksittäisiin otteluihin tai erikoistapahtumiin, kuten esimerkiksi nyrkkeily- tai vapaaottelutapahtumiin. Vastaajista 56 % olisi valmis maksamaan sisäänpääsymaksun, 39 % ei haluaisi maksaa, ja 5 % ei osannut sanoa kantaansa (ks. kuva 9).



KUVA 9 Halukkuus maksaa sisäänpääsymaksua yksittäisistä otteluista

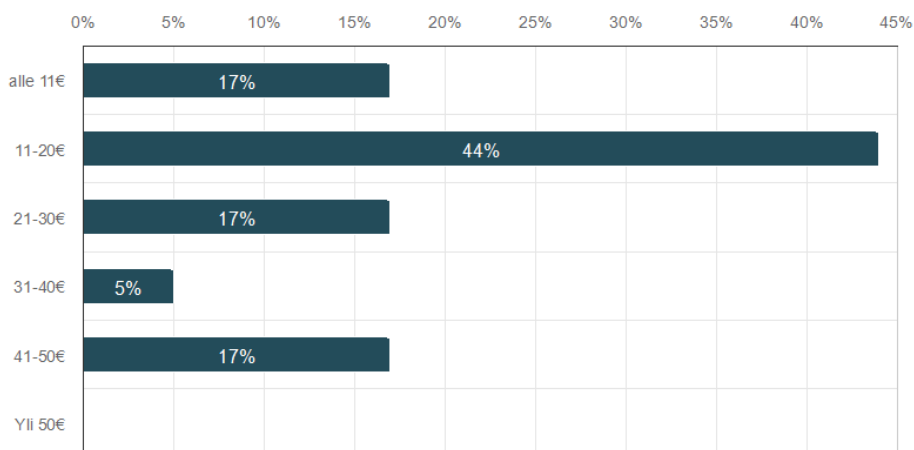
Jos vastaaja vastasi edelliseen kysymykseen "kyllä", hänelle avautui lisäkysymys siitä, kuinka paljon hän olisi valmis maksamaan sisäänpääsymaksua. Vastaajista 10 ilmoitti olevansa valmiita maksamaan sisäänpääsymaksun (ks. kuva 9). Näistä kymmenestä vastaajasta kaksi olisi valmis maksamaan 16–20 euroa, kaksi muuta 11–15 euroa, kolme vastaajaa 6–10 euroa, ja loput kolme 1–5 euroa (ks. kuva 10).



KUVA 10 Sisäänpääsymaksun suuruus

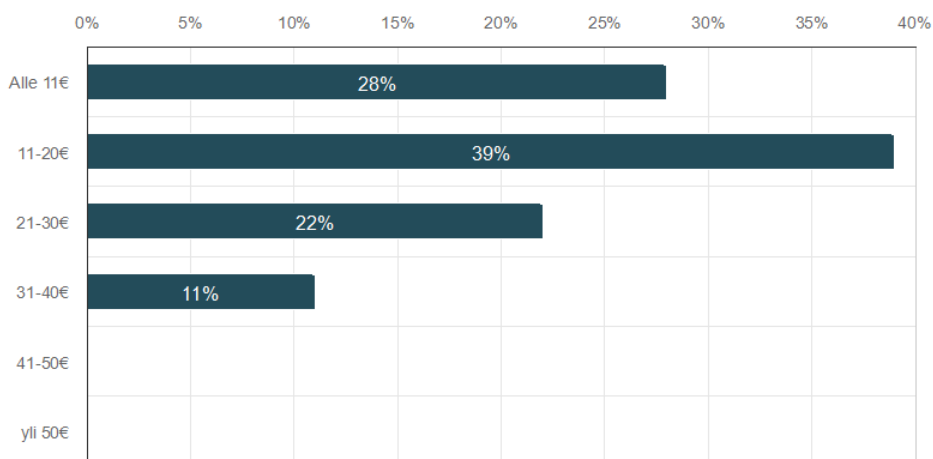
Kysyimme, kuinka tärkeänä pidät sporttibaarin tarjoamia lisäpalveluita, kuten biljardipöytiä, dartsia sekä lautapelejä? Tässä kysymyksessä vastaajaa pyydettiin vastaamaan liukukytkimellä 1= Ei lainkaan tärkeänä ja 5= Erittäin tärkeänä. Keskiarvoksi vastauksista tuli 4=melko tärkeää, joten lisäpalvelut olivat vastaajille suhteellisen tärkeitä.

Selvitimme kyselyssä kuinka paljon vastaajat käyttävät rahaa juomiin käydessään katsomassa urheilua baarissa. (Ks. kuva 11). Vastausten perusteella 17 % käyttää alle 11 euroa, 44% käyttää 11-20euroa, 17% käyttää 21-30euroa, 5% käyttää 31-40 euroa ja 17% 41-50 euroa. Kukaan vastaajista ei käytä keskimäärin yli 50 euroa juomiin.



KUVA 11 Keskimääräinen rahamäärä mitä vastaajat käyttävät juomaan sporttibaarissa

Selvitimme myös, kuinka paljon vastaajat käyttävät rahaa keskimäärin ruokaan käydessään katsomassa urheilua baarissa (Ks. kuva 12). Suurin osa vastaajista, 39 %, käyttää ruokaan 11–20 euroa. Pienin osuus, 11 %, käyttää ruokaan 31–40 euroa.



KUVA 12 Keskimääräinen rahamäärä mitä vastaajat käyttävät ruokaan sporttibaarissa

Selvitimme kuinka paljon vastaajia kiinnostaa osallistua sporttibaarin järjestämiin yhteisöllisiin aktiviteetteihin. Tässäkin kysymyksessä käytettiin liukukykintä jossa 1= ei ollenkaan ja 5= erittäin paljon. Keskiarvoksi tuli 2,8 ja mediaaniksi 3,0. Josta voidaan päätellä että, suurin osa vastauksista on neutraalin kiinnostuksen luokassa, mikä vahvistaa tulkintaa siitä, että yhteisöllisille aktiviteeteille on olemassa jonkinlaista kysyntää, mutta se ei ole erityisen suurta.

Viimeinen kysymys koski sporttibaarin tarjoaman audiovisuaalisen kokemuksen laatua. Tässä kysymyksessä liukukykimessä vaihtoehtoina 1= ei lainkaan tärkeänä ja 5= erittäin tärkeänä. Keskiarvoksi vastauksista muodostui 4,7 ja mediaaniksi 5,0. Vastaustulos kertoo, että valtaosa vastaajista arvioi audiovisuaalisen laadun tärkeydeksi lähes maksimiarvon, mikä viittaa siihen, että äänentoisto ja kuvanlaatu ovat asiakaskokemuksen kannalta keskeisiä tekijöitä. Tämä arvo osoittaa korkeaa vaatimustasoa ja odotuksia laadun suhteen.

## 9 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyn otanta jäi melko pieneksi, sillä vastauksia saatiin yhteensä vain 24 kappaletta. Tämä rajoittaa tulosten luotettavuutta ja yleistettävyyttä. Kyselyssä kartoitettiin Kuopion alueen potentiaalisen asiakaskunnan tarpeita ja mieltymyksiä sporttibaarin tarjonnan, sijainnin sekä palveluiden suhteen. Kokonaisuudessaan tulokset osoittavat, että sporttibaari muodostaa kannattavan liiketoimintamallin erityisesti nuorille aikuisille, jotka arvostavat mukautuvaa ympäristöä, kilpailukykyisiä hintoja sekä monipuolista palvelutarjontaa. Yhteenvedossa tarkastellaan keskeisiä tekijöitä, kuten demografista taustaa, käyntitiheyttä ja baariin liittyviä odotuksia.

### 9.1 Demografiset tiedot ja niiden merkitys

Kyselyyn osallistuneista vastaajista suurin osa, eli 83,3 %, oli iältään 19–34-vuotiaita, mikä osoittaa sporttibaarin potentiaalisen asiakaskunnan olevan pääosin nuoria aikuisia. Tämä ikäryhmä on usein kiinnostunut sosiaalisista kokemuksista ja urheilutapahtumien seuraamisesta yhdessä muiden kanssa, mikä tekee heistä tärkeän kohderyhmän sporttibaarille. Sukupuolijakauma oli lähes tasan: miehiä oli 50 % ja naisia 46 %, mikä viittaa siihen, että sporttibaarilla olisi tasavertainen vetovoima molempien sukupuolten keskuudessa. Lisäksi 92 % vastaajista asuu Kuopiossa, mikä osoittaa paikallisen kiinnostuksen ja tarpeen sporttibaarille Kuopion alueella.

### 9.2 Sporttibaarin tarve ja käyntitiheys

Yksi kyselyn keskeisistä havainnoista oli se, että 67 % vastaajista koki, ettei Kuopiossa ole riittävästi baareja, joissa voi seurata urheilua. Tämä tulos viittaa siihen, että uusi sporttibaari voisi täyttää alueella olevan kysynnän ja tarjota palveluja, joita paikalliset ovat kaivanneet. Vastaajien keskuudessa yleisimmät käyntitiheydet urheilutapahtumien katsomiseksi baarissa olivat muutaman kerran vuodessa (46 %) ja 1–2 kertaa kuukaudessa (13 %). Vaikka 25 % ilmoitti, ettei käy lainkaan sporttibaarissa, löytyi kysynnän perusteella selkeä kiinnostus satunnaisille käynneille, mikä saattaa korostaa yksittäisten tapahtumien tärkeyttä. Tämä kysyntä tukee myös erityistapahtumien, kuten mestaruusotteluiden tai kisojen näyttämistä, mikä mahdollisesti houkuttelisi asiakkaita, jotka eivät käy baarissa viikoittain. Näiden tutkimustulosten perusteella saadaan suuntaa antavaa tietoa vastaajien toiveista, vaikka pienen otannan vuoksi yksittäiset mielipiteet vaikuttavatkin kokonaiskuvaan enemmän kuin laajemmassa otannassa.

### 9.3 Sporttibaarin sijainti ja palvelut

Sporttibaarin sijainnin ja palveluiden suhteen tärkeimmiksi tekijöiksi nousivat henkilökohtaiset mieltymykset (3,4) ja sporttibaarin puute (3,3). Tämä osoittaa, että monilla vastaajilla on selkeitä odotuksia sporttibaarin suhteen ja että sen puuttuminen on koettu puutteena Kuopiossa. Lisäksi ilma-piiri, tunnelma ja palvelun laatu olivat tärkeimpiä valintatekijöitä, joiden keskiarvot olivat 4,4 ja 4,2. Tämä viittaa siihen, että baarin viihtyisyys ja palveluiden laatu ovat olennaisia kilpailutekijöitä sporttibaarin houkuttelevuudessa. Näiden tekijöiden ohella vastaajat arvostivat juoma- ja ruokavalikoi-  
maa, joiden keskiarvot olivat 3,3 ja 3,6. Tämä korostaa sporttibaarin merkitystä paitsi urheilun kat-  
somisen paikkana, myös kulinaristisena ja sosiaalisena kokemuksena.

#### 9.4 Taloudelliset tekijät ja kulutustottumukset

Kyselytulosten perusteella sporttibaarin asiakkaat käyttävät rahaa pääosin kohtuullisesti, mutta jakauma näyttää, että kulutustottumuksissa on jonkin verran vaihtelua. Juomien osalta suurin osa vastaajista, eli 44 %, käyttää 11–20 euroa käynnillään, mikä voisi viitata siihen, että he nauttivat muuttaman juoman. Kuitenkin 28 % vastaajista käyttää alle 11 euroa, mikä todennäköisesti tarkoittaa yhden juoman hankkimista. Myös suurempien summien, kuten 21–30 euron käyttäjiä on 17 %, mutta kukaan ei ilmoittanut käyttävänsä yli 50 euroa juomiin. Tämä osoittaa, että asiakkaiden juomien kulutus pysyy useimmiten maltillisella tasolla.

Ruokailun osalta taas 39 % vastaajista käyttää 11–20 euroa, mikä viittaa siihen, että he tilaavat yhden pääruoka-annoksen. Vastaajista 17 % käyttää alle 11 euroa, mikä voi tarkoittaa kevyttä välipalaa tai jaettavaa annosta, kun taas harvempi joukko käyttää 21–30 euroa (17 %) tai 31–40 euroa (11 %), mikä voisi viitata kokonaisvaltaisempaan ruokailuun tai isompaan annokseen. Yli 40 euron ruokaostoksia ei ilmoitettu ollenkaan.

Kokonaisuutena tulokset osoittavat, että sporttibaarin asiakkaat pitävät kohtuullisesta hinnoittelusta sekä mahdollisuudesta valita juoma- ja ruokavaihtoehtoja laajalla budjettiskaalalla. Näiden tietojen perusteella sporttibaari voisi tarjota selkeästi hinnoiteltuja yksittäisiä annoksia sekä kohtuuhintaisia juomavaihtoehtoja, mikä houkuttelisi eri kulutusprofiilin omaavia asiakkaita ja kannustaisi useampiin vierailuihin.

#### 9.5 Kiinnostus erikoistapahtumiin ja lisäpalveluihin

Erikoistapahtumat nousivat kyselyssä kiinnostaviksi palveluiksi, sillä yli puolet (55,5 %) vastaajista olisi valmis maksamaan sisäänpääsymaksun yksittäisistä erikoistapahtumista, kuten nyrkkeily- tai vapaaotteluiden näyttämisestä. Yleisimmät maksuhalukkuuden summat olivat 1–10 euroa, mikä korostaa tarvetta edullisille lipuille. Sporttibaarissa järjestettävät tapahtumat voivat tarjota erottuvuustekijän, sillä niiden avulla voidaan houkuttaa asiakkaita, jotka eivät muuten kävisi baarissa säännöllisesti.

Lisäpalveluiden, kuten biljardin, dartsin ja lautapeliin, tarjoaminen arvioitiin myös tärkeäksi (KA 4,0), mikä viittaa siihen, että sporttibaari voisi erottua muista kilpailijoista tarjoamalla kattavamman valikoiman aktiviteetteja. Myös audiovisuaalisen kokemuksen laatu, kuten ääni- ja kuvanlaatu, nousi tärkeäksi tekijäksi (KA 4,7), mikä korostaa tarvetta korkealaatuisille näytöille ja ääniasetuksille urheilutapahtumien näyttämässä.

#### 9.6 Kiinnostus eri urheilulajeihin

Kyselyssä selvitettiin vastaajien kiinnostusta eri urheilulajeihin. Suosituimmaksi lajiksi nousi jääkiekko, jonka keskiarvo oli 4,7. Myös jalkapallo, yleisurheilu ja autourheilu herättivät vastaajissa kiinnostusta. Vähiten suosittuja olivat golf, e-urheilu ja alppilajit, joiden keskiarvot olivat alle 2,0. Tulosten perusteella sporttibaarin kannattaisi painotuttaa erityisesti jääkiekkoon ja jalkapalloon, mutta myös toisenlaisia lajeja voitaisiin esitellä vaihtelevan ohjelman avulla, mikä tarjoaisi erityistä vetovoimaa urheilun ystäville. Vastaajat olivat kiinnostuneita myös lajeista, joita harvemmin näytetään

sporttibaareissa, joten monipuolinen lajivalikoima voi houkuttaa asiakkaita ja kasvattaa asiakastytyväisyyttä.

## 9.7 Yhteenveto

Kyselyn tulokset osoittavat, että sporttibaari voisi olla Kuopiossa kannattava liiketoiminta, erityisesti 19–34-vuotiaiden asiakkaiden keskuudessa. Baarin menestyksen kannalta on tärkeää panostaa viihtyisään ilmapiiriin, asiakaspalvelun laatuun sekä monipuolisiin palveluihin, jotka tekevät baarista houkuttelevan valinnan urheilutapahtumien katsomiseen. Kohtuuhintaiset ruokailu- ja juomapalvelut sekä monipuoliset erikoistapahtumat lisäävät sporttibaarin vetovoimaa, tarjoten asiakkaille paitsi urheilun katsomispaikan, myös paikan sosiaaliseen kanssakäymiseen.

## 9.8 Laskelmat

Kannattavuus- ja investointilaskelmat osoittavat, että suunniteltu toiminta on taloudellisesti kestävä ja hyvin hallittua. Vuosilaskelmassa arvioimme myyntituotot viiden pääryhmän kautta: alkoholijuomat, oluet, vedet, tupakka ja ruoka. Näiden tuoteryhmien osuus kokonaisymyynnistä on jaettu siten, että alkoholijuomien osuus on 40 %, oluiden 30 %, vesien 19 %, tupakan 1 % ja ruoan 10 %. Laskelmat osoittavat, että myyntikate on korkea (72,1 % liikevaihdosta), mikä takaa vahvan perustan kannattavalle liiketoiminnalle. Henkilöstökulut, jotka ovat 29,6 % liikevaihdosta, jäävät alle tavoitellun 30 % rajan, mikä vahvistaa henkilöstöressurssien tehokasta käyttöä. Kiinteät kulut on pidetty hallittavissa rajoissa (16 % liikevaihdosta), ja käyttökate on 213 776 euroa eli 26,3 % liikevaihdosta. Tämä osoittaa toiminnan hyvän kannattavuuden, sillä käyttökate on yli neljäsosa liikevaihdosta.

Investointilaskelmassa on huomioitu ravintolan 200 neliömetrin remontti, joka maksaa arviolta 300 000 euroa (1 500 €/m<sup>2</sup>), sekä audiolaitteiden hankinta, johon on varattu 50 000 euroa. Lisäksi käyttöpääomaksi on laskettu 5 000 euroa käteisvaroihin ja 6 000 euroa alkuvarastoon. Investoinnin rahoittamiseen otetaan pankkilainaa 372 000 euroa viiden vuoden maksuajalla ja 5 % korolla. Lainan takaisinmaksu on laskelmien mukaan mahdollista toiminnan kannattavuuden ja vuosittaisen käyttökate- ja nettotulostason ansiosta. Pankkilainan lisäksi omaa pääomaa sijoitetaan 30 000 euroa, mikä varmistaa rahoituksen riittävyyden.

Lopullinen kassavirta osoittaa, että rahan lähteet (564 841 €) ylittävät rahan tarpeen (435 400 €), jolloin ylijäämäksi jää 129 441 euroa. Tämä ylijäämä tuo taloudellista puskuria mahdollisten yllätykskulujen varalle ja vahvistaa toiminnan vakautta. Kokonaisuutena laskelmat osoittavat, että Sporttibaari X:llä on hyvät edellytykset saavuttaa taloudellisesti kannattavaa ja vakaata toimintaa. Korkea myyntikate, hallitut henkilöstö- ja kiinteät kulut sekä riittävä käyttökate varmistavat, että suunnitellut investoinnit ovat taloudellisesti toteutettavissa ja tukevat yrityksen pitkän aikavälin menestystä.

## 10 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi käynnistyi syksyllä 2023, kun löysimme aiheen, joka herätti välittömästi kiinnostuksemme. Koska olimme aiemmin tehneet useita raportteja ja projekteja yhdessä, päätimme jo kolmannen vuoden alussa, että tulemme tekemään opinnäytetyön yhdessä. Tämä aiempi kokemus ja yhteistyö antoivat meille varmuutta siitä, että yhteinen työskentely sujuisi hyvin, ja niin myös kävi. Työskentely yhdessä oli vaivatonta koko prosessin ajan, mikä helpotti työn etenemistä ja toi lisää luottamusta toisiimme.

Aiheemme herätti kiinnostusta myös opettajissa, jotka olivat innostuneita työn mahdollisuuksista. Heidän antamiensa vinkkien ja ohjeiden avulla löysimme nopeasti toimeksiantajan, joka tuki työtämme ja antoi meille vapauden toteuttaa projektia omalla tavallamme. Toimeksiantaja oli joustava ja luottavainen kykyymme hoitaa projekti, mikä teki työn toteuttamisesta miellyttävää. Tämä luottamus säilyi koko projektin ajan, kun näimme, kuinka asiat etenivät ja kuinka valitsemamme tutkimusaihe oli toteutettavissa.

Opinnäytetyö oli molemmille ensimmäinen suuri ja laaja projekti, mikä luonnollisesti toi mukanaan haasteita. Erityisesti aikataulujen hallinta tuotti haasteita, sillä joissakin vaiheissa oli odottamattomia viivästyksiä ja täydennystarpeita. Vaikka jouduimme tekemään joitakin aikataulumuutoksia, työ eteni pääosin suunnitelmien mukaisesti, ja saimme projektin valmiiksi onnistuneesti. Tämä kokemus opetti meille paljon projektinhallinnasta ja aikataulujen asettamisesta, ja vaikka aikataulutukset eivät menneet aina täysin suunnitelmien mukaan, onnistuimme kuitenkin löytämään oikean tasapainon työn tekemiseen.

Työn tekeminen antoi meille mahdollisuuden hyödyntää aikaisemmin oppimaamme tietoa ja taitoja käytännössä, mikä syvensi ammatillista osaamistamme ja antoi lisää varmuutta omiin kykyihimme. Tämän projektin myötä saimme konkreettista kokemusta, joka tulee olemaan hyödyllistä tulevaisuudessa. Koimme tämän projektin erityisen tärkeäksi koska molempia kiinnostaa yrittäjyys, emmekä ole sulkeneet pois mahdollisuutta, että tulevaisuudessa voisimme perustaa oman yrityksen. Opinnäytetyö antoi meille hyvän pohjan ymmärtää liiketoiminnan käynnistämistä ja antaa käytännön näkökulmia yrittäjyyteen.

Tutkimusaiheemme oli mielestämme erityisen kiinnostava ja ainutlaatuinen, mikä teki sen käsitteystä motivoivaa ja innostavaa. Aiheen erottuvuus myös lisäsi sen vetovoimaa ja teki siitä mielekkään tutkia. Koko prosessin ajan tunsimme, että työssä on paljon potentiaalia, ja oli inspiroivaa nähdä, kuinka työn tulokset alkoivat muotoutua. Kysely, joka oli osa tutkimusta, toi kuitenkin omat haasteensa, sillä vastaajamäärä jäi odotettua pienemmäksi. Tämä pieni otos rajoitti osaltaan aineiston analysointia ja tulosten yleistettävyyttä. Meitä yllätti se, kuinka vähän saimme vastauksia, vaikka kyselyyn oli liitetty houkutteena lahjakorttiarvonta, joka yleensä herättää kiinnostusta. Vaikka vastausprosentti jäi alhaiseksi, opimme, kuinka tärkeää on valita oikeat jakelukanavat ja tavoittaa kohderyhmä mahdollisimman tehokkaasti. Tulevaisuudessa voisi olla hyödyllistä kerätä laajempi otanta käyttämällä eri jakelukanavia, jotta kyselyn tavoitavuutta voisi parantaa.

Saamamme palaute toimeksiantajalta oli kannustavaa, sillä he olivat tyytyväisiä tutkimuksen tuloksiin, vaikka vastaajamäärä oli pieni. Tämä tuki vahvasti käsitystämme siitä, että valittu aihe oli relevantti ja kiinnostava. Toimeksiantaja oli erityisen iloinen siitä, että tutkimuksen perusteella saatiin konkreettista tietoa, jota voi hyödyntää liiketoiminnan kehittämisessä. Tämä palaute oli meille tärkeä, sillä se todisti, että työmme oli arvokasta ja tuotti hyödyllistä tietoa. Se vahvisti myös ajatusta siitä, että aihe on kannattava.

Projektin perusteella seuraavaksi voisi olla järkevää laatia liiketoimintasuunnitelma sporttibaarille, sillä tutkimus osoitti, että tällaiselle liiketoiminnalle on kysyntää ja että se voisi olla taloudellisesti kannattavaa. Liiketoimintasuunnitelma voisi syventää ja täydentää tätä tutkimusta entisestään, ja sen pohjalta voisi lähteä kehittämään ideaa eteenpäin. Samalla myös markkinointisuunnitelman kehittäminen tarjoaisi konkreettisia työkaluja asiakkaiden tavoittamiseen ja liiketoiminnan erottamiseen kilpailijoista. Sporttibaari voisi tarjota Kuopioon uudenlaisen urheiluelämyksen ja houkutella asiakkaita eri puolilta kaupunkia. Tämä opinnäytetyö luo hyvän pohjan mahdolliselle tulevaisuuden yrittäjyysprojektille, ja uskomme, että aihetta voidaan vielä kehittää ja syventää lisää tulevaisuudessa.

## 11 LÄHTEET

Aluehallintovirasto 2022. Luvat, ilmoitukset ja hakemukset. Verkkojulkaisu. [https://avi.fi/asioi/henki-  
loasiakas/luvat-ilmoitukset-ja-hakemukset](https://avi.fi/asioi/henki-<br/>loasiakas/luvat-ilmoitukset-ja-hakemukset). Viitattu 23.9.2024

Hartwall 1836-2024. Ravintolan perustamisen tietopaketti. Verkkojulkaisu [https://www.hart-  
wall.fi/perustetaanravintola/](https://www.hart-<br/>wall.fi/perustetaanravintola/). Viitattu 23.9.2024

Heikkilä, P. & Saranpää, T. 2008. Hotelli- ja ravintola-alan sisäinen laskentatoimi. 3. Painos. Rest-  
mark 2010. Viitattu 19.9.2024

Huikari, I 2024. Urheilun näyttäminen ravintolassa - mitä lupia tarvitsen?. Feelment blogi.  
26.7.2024. <https://www.feelment.com/blogi/urheilun-nayttaminen-ravintolassa-mita-lupia-tarvitsen>.  
Viitattu 23.9.2024

Huikari, I 2023. Ravintolaviihteen myyjit: Mikä urheilun kanavapaketeissa maksaa?. Feelment blogi.  
1.3.2023. <https://www.feelment.com/blogi/mika-urheilun-kanavapaketeissa-maksaa>. Viitattu  
23.9.2024

Kasvurahoitus 2022. Kannattavuus – näin parannat yrityksen kannattavuutta. Kasvurahoituksen  
blogi. 12.5.2022. <https://www.kasvurahoitus.fi/tiedotteet/kannattavuus/>. Viitattu 10.9.2024

Nordea n.d. SWOT-analyysinpohja. Verkkojulkaisu. [https://www.nordea.fi/yritysasiakkaat/yrityk-  
sesi/yrityksen-perustaminen/tutki-ja-kartoita.html](https://www.nordea.fi/yritysasiakkaat/yrityk-<br/>sesi/yrityksen-perustaminen/tutki-ja-kartoita.html). Viitattu 6.11.2024.

OP n.d. Yrityksen kassavirtalaskelma. Verkkojulkaisu. [https://www.op.fi/yritykset/asiakkuus/yritta-  
jan-talousvalmennus/taloudenhallinnan-abc/kassavirtalaskelma](https://www.op.fi/yritykset/asiakkuus/yritta-<br/>jan-talousvalmennus/taloudenhallinnan-abc/kassavirtalaskelma). Viitattu 4.11.2024

OP Media 2023. Paavoseppä, M. Mikä on korko ja mihin se liittyy?. Verkkojulkaisu. [https://www.op-  
media.fi/talous/mika-on-korko-ja-mihin-se-liittyy/](https://www.op-<br/>media.fi/talous/mika-on-korko-ja-mihin-se-liittyy/). Viitattu 4.11.2024

Pankkiasiat n.d. Nettokassavirta. Verkkojulkaisu. <https://pankkiasiat.fi/nettokassavirta> viitattu  
4.11.2024

Parviainen, J 2024. Webropol kyselyn tulokset. Valokuvat.

Passeli 2024. Ulkoinen laskentatoimi - Mitä tarkoittaa ulkoinen laskentatoimi?. Verkkojulkaisu.  
<https://www.passeli.fi/kirjanpidon-sanakirja/u/ulkoinen-laskentatoimi/>. Viitattu 24.9.2024

Procountor 2024 a. Kannattavuus – mitä on kannattavuus?. Verkkojulkaisu. [https://procountor.fi/ta-  
loushallinnon-sanakirja/kannattavuus/](https://procountor.fi/ta-<br/>loushallinnon-sanakirja/kannattavuus/). Viitattu. 10.9.2024

Procountor 2024 b. Liikevaihto – mitä on liikevaihto?. Verkkojulkaisu. [https://procountor.fi/taloushal-  
linnon-sanakirja/liikevaihto/](https://procountor.fi/taloushal-<br/>linnon-sanakirja/liikevaihto/). Viitattu 19.9.2024

Procountor 2024 c. Ulkoinen laskentatoimi – mitä tarkoittaa ulkoinen laskentatoimi?. Verkkojulkaisu  
<https://procountor.fi/taloushallinnon-sanakirja/ulkoinen-laskentatoimi/>. Viitattu 24.9.2024

Rumpu, A. 2024. Tuloslaskelma – Opi sen perusteet. Netvisor blogit. 14.2.2024. [https://netvi-  
sor.fi/blog/tuloslaskelma/](https://netvi-<br/>sor.fi/blog/tuloslaskelma/). Viitattu 4.11.2024

- Savela, H 2023. Mitä liikevaihto on ja miten se lasketaan?. Verkkojulkaisu <https://www.grofi.fi/mita-liikevaihto-kertoo-ja-miten-se-vaikuttaa-yrityksen-arvon-maaritykseen/>. Viitattu 31.10.2024
- Selander, K. & Vuokko, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemisalalla. 1. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy. Viitattu 19.9.2024
- Sortter n.d. Paakkanen, J. Laina. Verkkojulkaisu. <https://sortter.fi/sanasto/laina/>. Viitattu 4.11.24
- Suomi.fi 2021. Yrityksen pääoma. Verkkojulkaisu. Päivitetty 28.12.2021. <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-rahoitus-ja-tuet/rahoituksen-suunnittelu/opas/yritystoiminnan-rahoituksen-suunnittelu/yrityksen-paaoma>. Viitattu 1.11.2024
- Suontaka, A 2024. SWOT-analyysi Sporttibaari X. Valokuva. 6.10.2024. Kuopio: Atson kokoelmat.
- The Eagle 2007. English pubs: A closer look at how Brits watch their sports. Verkkojulkaisu. <https://www.theeagleonline.com/article/2007/09/english-pubs-a-closer-look-at-how-brits-watch-their-sports>. Viitattu 23.9.2024
- Tilastokeskus n.d. Vieras pääoma. Verkkojulkaisu. [https://stat.fi/meta/kas/viera\\_paaoma.html](https://stat.fi/meta/kas/viera_paaoma.html) . Viitattu 1.11.2024
- Valvira 2024. Anniskelu ja vähittäismyynti. Verkkojulkaisu. <https://valvira.fi/alkoholi/anniskelu-ja-vahittaismyynti>. Viitattu 23.9.2024
- Vilka, H 2007. Tutki ja mittaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy. Viitattu 10.9.2024
- Yrittajan.fi. Tuloslaskelma: mikä se on ja mistä se kertoo?. Verkkojulkaisu. Päivitetty 24.12.2023. <https://yrittajan.fi/opi/tuloslaskelma>. Viitattu 4.11.2024
- 10.fi. Mitkä ovat suosituimmat urheilulajit Suomessa?. Verkkojulkaisu. Päivitetty 27.3.2023. <https://10.fi/suosituimmat-urheilulajit/>. Viitattu 23.9.2024

## LIITE 1: KYSELYLOMAKE

**Sporttibaarin kannattavuus Kuopiossa****1. Ikä**

- alle 19
- 19-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-65
- yli 65

**2. Sukupuoli**

- Mies
- Nainen
- Joku muu
- En halua sanoa

**3. Asutko tällä hetkellä Kuopiossa**

- Kyllä
- En

## Sporttibaarin kannattavuus Kuopiossa

### 4. Koetko, että Kuopiossa on jo tarpeeksi baareja, joissa voi seurata urheilua?

- Kyllä  
 En

### 5. Kuinka usein käyt baarissa katsomassa urheilua

- En käy katsomassa urheilua baarissa  
 Muutaman kerran vuodessa  
 1-2 kertaa kuukaudessa  
 3-4 kertaa kuukaudessa  
 5-6 kertaa kuukaudessa  
 Useammin kuin 6 kertaa kuukaudessa

### 6. Miten seuraavat syyt vaikuttavat käymiseesi sporttibaarissa

	1. Erittäin vähän	2. Melko vähän	3. Ei vähän eikä paljon	4. Melko paljon	5. Erittäin paljon
Ajanpuute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etäisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökohtaiset mieltymykset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taloudelliset tekijät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terveydelliset syyt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sporttibaarin puute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 7. Miten kyseiset tekijät vaikuttavat valitessasi sporttibaaria

	1. Erittäin vähän	2. Melko vähän	3. Ei vähän eikä paljon	4. Melko paljon	5. Erittäin paljon
Hintataso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ilmapiiri ja tunnelma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juomavalikoima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lisäpalvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokavalikoima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sijainti ja saatavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 8. Kuinka paljon sinua kiinnostaa katsoa kyseisiä urheilulajeja

	1. Erittäin vähän	2. Melko vähän	3. Ei vähän eikä paljon	4. Melko paljon	5. Erittäin paljon
Alppilajit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amerikkalainen jalkapallo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autourheilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biljardi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Darts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-urheilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Golf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jalkapallo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jääkiekko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koripallo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lentopallo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maastohiihto/ampumahiihto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nyrkkeily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pesäpallo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salibandy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snooker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tennis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vapaaottelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voimistelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleisurheilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 9. Olisitko kiinnostunut katsomaan lajeja, joita harvemmin näytetään sporttibaareissa



## 10. Olisitko valmis maksamaan sisäänpääsymaksua yksittäisistä otteluista/erikoistapahtumista (esim. nyrkkeily, vapaaottelu)

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

12. Kuinka tärkeänä pidät sporttibaarin tarjoamia lisäpalveluita, kuten biljardipöytiä, dartsia sekä lautapelejä



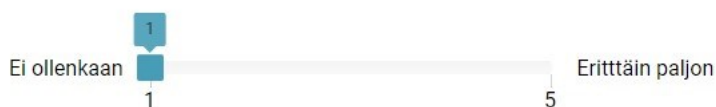
13. Kuinka paljon käytät keskimäärin rahaa juomaan käydessäsi baarissa katsomassa urheilua

- alle 11€
- 11-20€
- 21-30€
- 31-40€
- 41-50€
- Yli 50€

14. Kuinka paljon käytät keskimäärin rahaa ruokaan käydessäsi katsomassa urheilua baarissa

- Alle 11€
- 11-20€
- 21-30€
- 31-40€
- 41-50€
- yli 50€

15. Kuinka paljon sinua kiinnostaa osallistua sporttibaarin järjestämiin yhteisöllisiin aktiviteetteihin kuten esimerkiksi peli-, trivia- tai kilpailuitoihin



16. Kuinka tärkeänä pidät sporttibaarin tarjoaman audiovisuaalisen kokemuksen laatua (esim. ääni- ja kuvanlaatu)



17. Haluatko osallistua Salacavalan 50 euron lahjakortin arvontaan  
(arvonta ohjataan eri kysely pohjalle)

kyllä

ei

## LIITE 2: KYSELYN SAATE

Hei!

Olemme neljännen vuoden restonomiopiskelijoita Savonia-ammattikorkeakoulussa ja teemme opinnäytetyötä liittyen sporttibaarin toiminnan kannattavuuteen Kuopiossa, ja haluaisimme kuulla juuri sinun mielipiteesi! Työmme toimeksiantajana toimii Vararengasravintolat.

Kysely on täysin anonyymi, mutta halutessasi voit osallistua arvontaan, jossa voit voittaa 50 € lahjakortin Salacavalaan. Voit jättää sähköpostiosoitteesi arvontaa varten kyselyn lopussa.

Osallistuminen on helppoa:

1. Skannaa alla oleva QR-koodi.
2. Vastaa lyhyeen kyselyyn.
3. Osallistu arvontaan.

Kiitämme sinua jo etukäteen ajastasi ja osallistumisestasi kyselyyn.

Ystävällisin terveisin,

Julia ja Atso





## Kannattavuus/tuloslaskelma

= toiminnan (myynnin kannattavuus)

Liikevaihto	811 418	100
- muuttuvat kulut	226 500	
Myyntikate	584 918	72,1
- henkilöstökulut	240 000	
Palkkakate	344 918	42,5
- kiinteät kulut	131 142	
Käyttökate	213 776	26,3
- poisto	33 500	
Liiketulos	180 276	22,2
Korkokulut	18 600	
Tulos ennen veroja	161 676	19,9
Välittömät verot 20%	32 335	
Nettotulos	129 341	15,9

## Rahan käyttö

		poisto%	poisto e
<b>Investoinnit</b>			
Koneet ja laitteet	50 000	25 %	12 500
remontti	300 000	7 %	21 000
			0
			0
		<b>yht</b>	<b>33 500</b>
<b>Käyttöpääoma</b>			
pohjakassa	5 000		
alkuvarasto	6 000		
<b>Lainanlyhennykset</b>			
pankkilaina lyh.	74 400		
<b>Rahan tarve yht</b>	<b>435 400</b>		

## Rahan lähteet

		korko	lyhennys/v
Oma sijoitus	30 000	5 %	5
Pankkilaina	372 000	18 600	74 400
<b>Rahoitustulos</b>			
	162 841		
<b>Rahan lähteet yht</b>	<b>564 841</b>		

nettotulos+poistot=

Yli/alijäämä 129 441