

Grundandet av ett restaurangföretag – case Eloisa Wine & Deli

Heidi Pirtelä

17.5.2015

Skribent Heidi Pirtelä	
Utbildningsprogram Utbildningsprogrammet inom turism	
Rapportens namn Grundandet av ett restaurangföretag – case Eloisa Wine & Deli	Antal sidor och bilagor 47+3
<p>Uppdragsgivaren för detta lärdomsprov är restaurang Eloisa Wine & Deli. Restaurangen är en vinbar, som fungerar som lunchrestaurang och café dagtid. Restaurangen öppnades i september 2014 på Fredsgatan 20 i Borgå centrum. Skribenten jobbar som restaurangchef på Eloisa Wine & Deli. Skribenten ville genom lärdomsprovet lära sig vad det krävs av en restaurangföretagare samt vilka utmaningar och skeden grundandet av en restaurang hämtar med sig.</p> <p>Syftet med lärdomsprovet var att ge ett konkret exempel på restaurangföretagande. Lärdomsprovet är ett stöd för dem som funderar på att grunda en restaurang. Lärdomsprovet innehåller teori om grundandet av en restaurang. Teorin behandlar bland annat risker och utmaningar en restaurangföretagare skall vara medveten om och diverse tillstånd och anmälningar som bör göras på restaurangbranschen. Lärdomsprovet innehåller också en berättelse om restaurang Eloisa Wine & Delis grundande ur restaurangföretagaren Marika Sandströms perspektiv.</p> <p>Målsättningen med lärdomsprovet var att ge en realistisk bild av restaurangföretagande och ge en uppfattning om vilka resurser som krävs för att grunda en restaurang. Med hjälp av lärdomsprovet fick skribenten en bättre uppfattning om hur processen att grunda en restaurang går till och vad som krävs av en företagare inom restaurangbranschen. De som funderar på att öppna sin egen restaurang får stöd och hjälp av lärdomsprovet. Arbetet hjälper oerfar-na en bit på vägen vid grundande av en egen restaurang.</p>	
Nyckelord Restaurangföretagare, grundandet, restaurangbransch, restaurang	

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Syfte och målsättning.....	1
1.2	Problemdiskussion.....	1
1.3	Tillvägagångssätt	2
1.4	Arbetets uppbyggnad och avgränsning	2
2	Grundande av en restaurang.....	3
2.1	Företagaregenskaper.....	3
2.2	Företagsidé.....	4
2.3	Tjänstekoncept.....	6
2.4	Marknadsundersökning.....	7
2.5	Olika typer av företag.....	8
2.6	Finansiering	9
2.7	Tillstånd och anmälningar	10
2.7.1	Registrering av ett företag och anmälan till skatteförvaltningen	10
2.7.2	Näringstillstånd	11
2.7.3	Anmälan om livsmedelslokalen	12
2.7.4	Anmälan om byggnadsarbetet.....	14
2.7.5	Detaljhandelstillstånd för tobak.....	14
2.8	Organisationer och föreningar som stöder restaurangföretagare	15
2.8.1	MaRa	15
2.8.2	PAM.....	15
2.8.3	Evira.....	16
2.8.4	Valvira.....	16
2.8.5	Regionalförvaltningsverket	16
3	Risker och utmaningar för restaurangföretagare	18
4	Metoddiskussion	21
5	Restaurang Eloisa Wine & Delis grundande.....	23
5.1	Presentation av företaget.....	23
5.2	2010-2013, affärsidén utvecklades.....	27
5.3	Sommaren 2013, perfekta lokalen hittas	27
5.4	Hösten 2013, bottenritningar i sju omgångar	28
5.4.1	Kartläggning av konkurrenterna	29
5.5	Vintern 2013-2014, inredning och grafisk design tar tid.....	31
5.6	Våren 2014, idéer från Italien och Holland	32
5.7	Sommaren 2014, full renovering påbörjades.....	32
5.8	Hösten 2014, stora utmaningar	36
5.9	Eloisas framtidsplaner.....	42

5.10 Egenskaper en bra företagare bör ha.....	42
5.11 Råd till nya företagare	42
6 Resultat diskussion	44
7 Slutdiskussion	46
Källförteckning	48
Bilagor	52
Bilaga 1. Intervju frågor 20.10.2015.....	52
Bilaga 2. Intervju frågor 3.5.2015	53
Bilaga 3. Tidtabell av Eloisas grundande.....	54

1 Inledning

Detta lärdomsprov är ett uppdrag av Eloisa Wine & Deli, som är en restaurang som öppnades i slutet av september 2014 i Borgå centrum. Målet med lärdomsprovet är att få en klar bild av vad hela processen består av när man grundar ett nytt företag. Skribenten började redan innan öppningen jobba på restaurangen och fick vara med och se hur slutspurten gick till, innan dörrarna öppnades till ett helt nytt koncept. Målet med lärdomsprovet är att ge en realistisk bild för kommande restaurangföretagare och hjälpa dem en bit på vägen vid öppnandet av en ny restaurang. Lärdomsprovet är en berättelse om Eloisas öppning ur restaurangägaren Marika Sandströms perspektiv. Det är en lång process att bli företagare och speciellt vid grundande av en restaurang är det många lagar och tillstånd som måste tas i beaktande. Lärdomsprovet ger praktisk rådgivning till dem som beslutat sig för att bli företagare. Med hjälp av detta lärdomsprov får de information om hur de steg för steg skall gå till väga och framför allt vilka utmaningar de skall vara redo att kämpa för. Lärdomsprovet hjälper även skribenten att förstå vad allt som krävdes innan restaurangöppningen och skribentens jobb började på Eloisa. Skribenten drömmer själv om att bli företagare och därför är detta lärdomsprov en ypperlig chans att ta reda på vad allt det innebär att bli restaurangföretagare.

1.1 Syfte och målsättning

Syftet med detta lärdomsprov är att de som planerar att öppna en egen restaurang skall få stöd och hjälp av detta arbete. Syftet är också att nya restaurangföretagare lätt skall hitta information om vilka lagar och förordningar som måste följas. Detta lärdomsprov görs för att hjälpa möjliga företagare att få en förståelse om hur lång process grundandet av en restaurang är. Syftet med berättelsen om Eloisas grundande ur restaurangägaren Marika Sandströms perspektiv är att ge en verklig bild om vilka utmaningar och motgångar som kan uppstå vid grundandet av en restaurang. Med hjälp av detta lärdomsprov får den oerfarna blivande företagaren en bild av vad grundandet av en restaurang egentligen kostar och vilka risker företagaren måste vara medveten om. Målsättningen är att förbättra skribentens egen kompetens som restaurangchef på Eloisa och möjligen framtida restaurangföretagare.

1.2 Problemdiskussion

Grundandet av en restaurang är en lång process och tar ofta längre än planerat. Innan själva öppnandet lönar det sig att göra en välplanerad kostnadskalkyl och marknadsanalys. Det är också många lagar och tillstånd som måste tas i beaktande vid grundandet av en ny restaurang. Det finns nu för tiden en stor konkurrens mellan restaurangerna och

därför gäller det att noggrant fundera på utbudet och om det finns luckor på marknaden. Restaurangbranschen är inte lätt och därför lönar det sig att fundera ifall man har den rätta personligheten och kunnandet. Många vet inte hur lång process det är att öppna en egen restaurang och blir överraskade när de kommit en bit på vägen. Huvudproblemet är att det inte finns konkreta case exempel på hur det är att grunda en restaurang. Därför skrivs en del av lärdomsprovet i form av en berättelse om Eloisa, ur restaurangägaren Marika Sandströms synvinkel. Utmaningarna kan vara att det kan vara svårt för Sandström att ett halvt år efter öppningen komma ihåg alla små detaljer och motgångar som skedde. Skribenten träffar ändå Sandström nästan dagligen, så insamling av information kommer inte vara ett problem.

1.3 Tillvägagångssätt

Lärdomsprovsprocessen började hösten 2014 med att få en förståelse om hur Eloisas affärsidé kom till. Bakgrund om Eloisa samlades in genom intervjuer med nyblivna restaurangföretagaren Marika Sandström. Därefter skrevs teori om grundandet av en restaurang och olika tillstånd som restaurangföretagaren måste vara medveten om. Till teoridelen användes varierande källor för att få en bred syn på de olika skedena vid grundandet av en restaurang. Samtidigt skrevs också bakgrunden om Eloisa. När teorin blev färdig skrevs en berättelse om Eloisas grundande ur restaurangägarens perspektiv. Data samlades in genom flera intervjuer med restaurangägaren Sandström. Slutligen gjordes även en uträkning på vad det kostade att grunda Eloisa i Borgå centrum.

1.4 Arbetets uppbyggnad och avgränsning

Lärdomsprovets första kapitel presenterar arbetets ämne, syfte och målsättning, problemet samt hur lärdomsprovet är uppbyggt. I den andra delen presenteras teorin. I den teoretiska delen tas det allmänt upp om företagande, olika företagstyper, registrering av ett företag, diverse tillstånd och anmälningar samt organisationer och föreningar som stöder företagare. Tredje kapitlet behandlar risker och utmaningar som företagare möter. I det fjärde kapitlet beskrivs undersökningsmetoden. Femte kapitlet beskriver hela processen då Eloisa grundades, ur restaurangföretagaren Marika Sandströms perspektiv. I sista kapitlet dras slutsatser av undersökningen. Lärdomsprovet är en berättelse om grundandet av restaurang Eloisa. Lärdomsprovet avgränsas från det att Eloisas affärsidé kommit till 2010, ända till mars 2015, då restaurang Eloisa varit öppet i sex månader. Lärdomsprovet behandlar Eloisas process ur restaurangägaren Marika Sandströms synvinkel. Lärdomsprovet behandlar alltså inte Eloisas framgång och lönsamhet.

2 Grundande av en restaurang

Man bör överväga olika alternativ och det lönar sig att fundera noga ifall man är färdig att ta risken som företagare. För att företaget skall bli framgångsrikt krävs både kompetens och resurser och framför allt en fungerande affärsidé. En omfattande marknadsanalys måste göras för att se om det finns efterfrågan för företaget och affärsidén måste vara unik, så kunderna vill komma till just din restaurang. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 13.) I figur 1 framkommer de olika skeden i grundandet av en restaurang.



Figur 1. De olika skeden i ett företags grundande (Centralhandelskammaren 2010, 11-12), modifierad

2.1 Företagaregenskaper

Utgångspunkten för att bli företagare är lusten och viljan att vara företagare. För att bli en framgångsrik företagare krävs det också en viss personlighet. Företagaren måste framför allt ha iver och förtroende för sin yrkesskicklighet och affärsidé. En stark vilja att lyckas och göra bra ifrån sig krävs också av en företagare. Andra företagaregenskaper är självständighet och eget initiativtagande, förmåga att göra beslut och tolererande av osäkerhet. Det gäller också att vara villig att våga ta risker och samtidigt vara målorienterad och

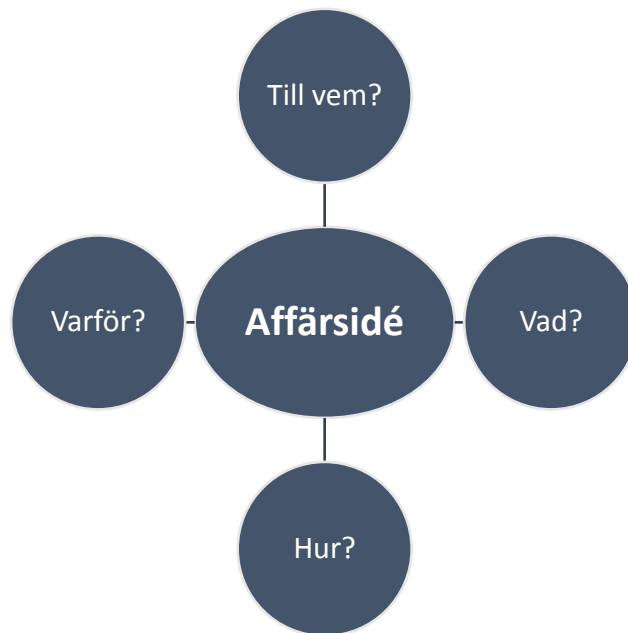
ha tålamod. Företagaren skall hitta ovannämnda egenskaper hos sig själv och beakta dem i företagandet. Personer som har de rätta egenskaperna har chansen att lyckas som företagare. Det krävs också en bra affärsidé för att bli framgångsrik. (Holopainen & Levonen 2008, 18.)

2.2 Företagsidé

Tanken bakom företagsidén kan vara en helt ny produkt eller tjänst. Oftast är ändå idén viljan att göra någonting gammalt på ett nytt sätt. Företagsidén kan också komma till genom en observation, att det fattas någon sådan produkt eller tjänst på marknaden som kunde produceras av just dig. Ofta gäller det att utveckla nya egenskaper eller tilläggsprodukter till en gammal produkt. En företagsidé kan också köpa licenser eller patent. Största delen av nya företagare öppnar ett företag i den branschen som personen jobbat inom. Företagsidén är inte något som man hittar på under en dag, utan ett resultat av ett långt och organiserat undersökningsarbete. Utgångspunkten för att hitta en fungerande företagsidé är att genom undersökning hitta luckor och brister i branschens produkter och tjänster. Huvudprincipen är ändå att affärsidén producerar pengar. Ekonomiska resurser krävs också alltid vid grundandet av ett nytt företag. (Holopainen & Levonen 2008, 18-22.)

När man utvecklar en ny produkt är första steget att "brainstorma" om produktens innehåll med hjälp av vad kunderna har utvärderat. Man måste först uppfatta kundernas behov och förväntningar och beakta dem i planeringen. Det allra viktigaste för företaget att komma ihåg när man börjar utveckla en ny produkt är att man alltid måste rikta produkten till en viss målgrupp och till en viss användning. Om produktutvecklingen grundar sig på allting till alla principen, kan man inte förvänta sig att alla kunder skall få mervärde av produkten, jämfört med någon annan produkt. I några undersökningar har man kommit fram till att 55 % av produktidéerna kommer inifrån företaget, 28 % av kunderna och 27 % av konkurrenterna (Komppula, Boxberg 2005, 100.)

En affärsidé innehåller minst tre olika faktorer. I affärsidén skall kundens problem eller behov komma tydligt fram och en förklaring på hur företaget skulle lösa problemet. Affärsidén måste också beskriva företagets lönsamhet. Företagaren skall komma ihåg att en framgångsrik affärsidé baserar sig på nöjda kunder och inte enbart på en produkt. Företagaren måste tillfredsställa kundens behov så att kunden vill köpa mera. Det viktigaste i en fungerande affärsidé är att skapa mervärde åt kunden. Hur fungerande affärsidén är beror på branschen. Ett serviceföretag måste till exempel vara beläget där kunderna rör sig, medan ett producerande företag kan ligga långt bort från efterfrågan, eftersom dagens transport- och dataöverföring är så väl utvecklad. (Centralhandelskammaren 2010, 7-8.)



Figur 2. Frågor som bör besvaras i affärsidén (Koppinen et al 2002, 24), modifierad

I figur 2 framstår vilka frågor som bör besvaras i affärsidén. När företagaren bygger upp sin egen affärsidé gäller det enligt Koppinen et al. 2002, 24 också att besvara följande frågor:

Till vem riktas tjänsterna och produkterna?
Vilka är målgrupperna?
Vad kommer företaget erbjuda för produkter och tjänster till den valda målgruppen?
Hur kommer man gå till väga för att få kunderna att komma till just dig?
Varför kommer kunderna att komma till just din restaurang och inte gå till konkurrenterna? Vilken är din image?

När affärsidé är klar gäller det att göra en preliminär skriftlig affärsverksamhetsplan som innehåller följande saker:

- ✓ företagets grunduppgifter
- ✓ affärsidén med motiveringar
- ✓ produkterna, tjänsterna och verksamhetssätten
- ✓ konkurrentanalys
- ✓ kostnadskalkyl
- ✓ bedömning av risker och sättet att hantera dem

Innan själva grundandet lönar det sig att testa affärsidén och låta en professionell utvärdera affärsidén (Centralhandelskammaren 2010, 9.)

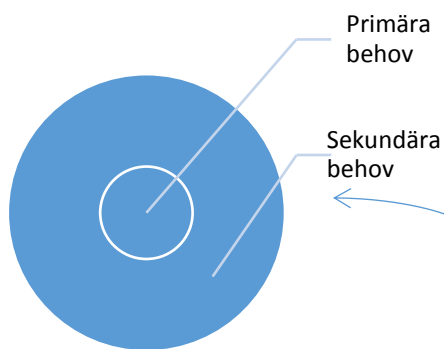
2.3 Tjänstekoncept

Med tjänstekonceptet menas produktens kärna, idén om vad kunden förväntar sig uppleva och vad som skapar förutsättningar för att uppnå denna erfarenhet. Tjänstekonceptet grundar sig på kundens behov, som däremot grundar sig på kundens primära och sekundära motiv. Tjänsten brukar beskrivas som ett paket eller en samling av olika tjänster som består av tydliga och otydliga saker som tillsammans utgör tjänsten. (Komppula, Boxberg 2005, 99.)

Både enligt Komppula och Boxberg (2005, 13) och Grönroos (2003, 56-57) är företagets verksamhetsidé oftast så klar att det är självklart vad som är kärntjänsten. Den huvudsakliga tjänsten som produceras för att tillfredsställa konsumentens primära behov, alltså orsaken till att företaget finns på marknaden (se figur 3). För att ett företag skall klara sig på marknaden måste bitjänster erbjudas. Bitjänster är tjänster som stöder kärntjänsten så den fungerar. För att tillfredsställa kundens sekundära behov läggs olika stödtjänster till för att ge ett mervärde åt kunden. Tjänstekonceptet byggs alltså upp av en kombination av kärn-, bi- (möjliggörande), och stödtjänster (värdehöjande). Det kan vara svårt att skilja på stöd- och bitjänster. I ett bra tjänstekoncept matchar kärntjänsten kundernas primära behov och stöd- och bitjänsterna kundernas sekundära behov.

Tjänstekonceptets mening är att ange på vilket sätt företaget skall lösa något problem. Tjänstekonceptet skall innehålla information om vad företaget gör för ett visst kundsegment, och hur det görs samt vilka typer av resurser som kommer att användas. I företaget är det viktigt att alla är överens om företagets tjänstekoncept och accepterar det, annars är risken stor att personalen betar sig osammanhängande. Med ett oklart tjänstekoncept vet inte personalen vad de förväntas åstadkomma och vad de borde prioritera. Företaget kan ha ett eller flera tjänstekoncept, beroende på hur mångsidig verksamheten är och hur många kundsegment förväntas nås. Det är viktigt att alla tjänstekoncept överensstämmer med affärsidén. Innan man bygger upp företagets tjänstekoncept gäller det att göra en marknadsanalys för att ta reda på om det finns en tillräckligt stor marknad för tjänsterna som produceras. (Grönroos 2008, 212-213.)

Konsumentens behov



Företagets verksamhet



Figur 3. Modell på tjänstekonceptet (Grönroos 2003, 54-55), modifierad

2.4 Marknadsundersökning

En marknadsanalys skall göras för att förbättra förståelsen av marknaden. När man valt de intressanta marknadssegmenten gäller de att samla in information om marknadsandelar och potentialer samt göra en målgruppsanalys (Eliasson & Kolár 2006, 52.)

En väl genomförd marknadsanalys påskyndar utvecklingen mot en lönsam affärsverksamhet. Gemensamt för alla marknadsundersökningar är att ett företag har något slag av marknadsföringsproblem som måste lösas. Oftast saknas information om marknaden och därför görs en marknadsundersökning. Först gäller det att göra en noggrann problemanalys, så att de som undersöker är medvetna om vad de skall koncentrera sig på och vad undersökningens syfte är. Därefter väljs sättet att samla in information, som sedan analyseras och tolkas. Det viktigaste är inte mängden av information för att förstå sin omgivning, utan att få tag på relevant information som hjälper just dig. Med hjälp av resultatet av analysen borde man kunna dra slutsatser som hjälper företagaren. (Christensen et al. 2007, 9-10.)

Innan man inleder en marknadsundersökning gäller det att fundera om det är nödvändigt att göra en marknadsundersökning. Det är svårt att uppskatta vad undersökningen kommer att kosta, men utgångsläget måste vara att kostnaderna för att ta fram nödvändig information inte får överskrida värdet av beslutet. Ofta händer det att man redan är medveten om marknadsundersökningsslutsatser och då blir undersökningen mer som en bekräftelse av någonting man redan vet. Det lönar sig alltid att överväga olika alternativ innan man sätter igång en större undersökning med stora kostnader. (Christensen et al. 2007, 22-23.)

2.5 Olika typer av företag

Det finns flera olika företagsformer när man grundar ett företag. Den vanligaste företagsformen är enskild näringsidkare. Företagsformen kräver att man är bosatt inom det Europeiska ekonomiska samarbetsområdet och det finns inget minimibelopp för vad kapitalet är för att grunda bolaget. En företagare som valt företagsformen enskild näringsidkare har inga bestämmelser om revisionen och företagaren skall själv företräda sitt företag. (Arbetskraft- och näringscentralen 2007, 22.)

Öppet bolag är en annan företagsform. Där behövs minst två grundare. I ett öppet bolag kan man ha styrelse, verkställande direktör och bolagsmännens sammanträdande och ifall något av dessa används måste det anmälas till handelsregistret. Ingen penninginsats krävs när man grundar ett öppet bolag, arbetsinsatsen räcker. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 23-25.)

Kommanditbolag, kan grundas av minst två bolagsmän, en tyst bolagsman och en som är den ansvarige bolagsmannen. Den bolagsman som är ansvarig måste vara bosatt inom det Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, medan den tyste bolagsmannen inte behöver det. I ett kommanditbolag kan man välja ut en verkställande direktör, styrelse eller bolagsmännens sammanträde, men det är inte ett måste. Den tyste bolagsmannen i bolaget måste betala en insats åt företaget, som måste vara en egendomsinsats. Medan den ansvarige inte behöver ha någon insats, det räcker med arbetsinsatsen. Den tyste bolagsmannen har inte rätt att göra några bestämmelser i företaget, ifall det inte förekommer i avtalet. När ett kommanditbolag grundas måste en företrädare ha hemorten i Finland. Företrädaren måste anmälas till handelsregistret. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 26-29.)

Den fjärde bolagsformen är ett aktiebolag. Det grundas av en eller flera aktieägare och man får inte vara omyndig, belagda med näringsförbud eller i konkurs. Hemorten har ingen betydelse i ett aktiebolag. De enda obligatoriska verksamhetsorgan ett aktiebolag har är styrelsen. Om inte annat bestämts i avtalet måste det finnas från en till fem medlemmar i styrelsen. Om styrelsen har tre medlemmar måste det finnas en som är suppleant. Över tre medlemmar kräver att en ordförande väljs. Underåriga eller juridiska personer kan inte väljas med i styrelsen. En av medlemmarna i styrelsen måste ha sin hemort i Finland. Vid behov kan man också utsätta en verkställande direktör i styrelsen, som måste vara bosatt i Finland. Aktiebolag kan ha ett förvaltningsråd, då måste de bestämmas skilt i bolagsordningen. Ett förvaltningsråd är en titel över tjänsteman i statsförvaltningen. Förvaltningsråd övervakas av förvaltningen. (Patentti- ja rekisterihallitus 2014.) Aktieägarna utö-

var sin beslutanderätt på bolagsstämman och besluten fattas av majoriteten av de givna rösterna av styrelsen. När man beslutar en bolagsstämma skall följande saker beslutas:

- ✓ fastställande av bokslutet
- ✓ användning av vinsten
- ✓ val av medlemmar i styrelsen
- ✓ övriga frågor som skall behandlas på bolagsstämman

Ett aktiebolags högsta organ är bolagsstämman. Det finns regler i bolagsordning och i aktiebolagen som bolagsstämman skall fatta beslut om. För att grunda ett aktiebolag måste kapitalet vara minst 2500 euro och aktiekapitalet för ett publikt bolag 80 000 euro. En verkställande direktör kan företräda bolaget. Den ansvarar för företagets bokföring och att medelsförvaltningen är skött på ett tillförlitligt sätt. (Arbets- och näringscentralen 2007, 29-31.)

2.6 Finansiering

Ett företag kan få sin finansiering från eget kapital eller från ett främmande kapital som lån eller någon annan slags extern kapital. Men företaget måste alltid ha en viss andel eget kapital. Det egna kapitalet kallas soliditet eller betalningsförmåga på lång sikt. Nystartade företag måste ha minst 20 % och i vissa fall endast 10 %. Stöd som man kan söka kommer att räknas med i eget kapital, som till exempel startpengen. (Stenssen 2006, 10.)

Startpeng kan ansökas om du är en arbetslös arbetssökande, inte arbetslös lönearbetare, håller på med studier eller hemarbete för att bli företagare på heltid. Före arbets- och näringsbyrån beviljar startpeng tar de reda på om man har en tillräckligt bra affärsidé, skolning, erfarenhet av yrke och om det finns efterfrågan på ditt företag på marknaden. Startpengen består av två delar, grundstöd och ett tilläggsstöd. Stödet är 32,46 euro/dag. Tilläggsstödet summa är högst 60 % av grundstödet. I samband med ansökan om startpeng kan man anmäla sig till företagarskolning. Det är en skolning som är menat för nyblivna företagare. Skolningen är gratis. Ansökan om startpeng görs på arbets- och näringsbyrån. Ansökan kan göras på nätet eller på pappersblankett. (Perustayritys 2014.)

Banklån är det vanligaste främmande kapitalet för företag. För att få banklån måste man ha betryggande säkerhet, endast personborg räcker inte (Arbets- och näringsbyrån 2007, 157-158). När en företagare lån, får man bra hjälp av Finnvera. Företaget erbjuder finansiering för etablering, tillväxt och internationalisering av företagsverksamhet och för skydd mot exportrisker. De hjälper finländska företag genom att ge lån, borgen, ge riskkapital och exportgarantier. Finnveras verksamhet styrs av finska statens ägar- och näringspoli-

tiska mål. Deras mål är att stöda små- och medelstora företag med finansieringen och främja företagens tillväxt. (Finnvera 2014.)

Posintra är ett annat företag som stöder nya företagare i Östra Finland. Posintras kontor finns i Borgå. Deras mål är också rådgivning till företag och nya företagare, regionutveckling och energieffektivt boende. Turism och skärgårdsregionernas livskraft har varit deras största tyngdpunkter men nu har även branscher inom metallindustrin i Östra Finland och välmående ökat. Posintra deltar också i internationella forsknings- och utvecklingsprojekt. (Posintra 2014.)

2.7 Tillstånd och anmälningar

Anmälningarna som bör göras vid grundandet av ett nytt företag varierar beroende på företagsformen. Nu för tiden är det lättare att grunda ett företag, eftersom de räcker med en gemensam anmälan för att registrera företaget i handelsregistret och skatteförvaltningens register. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 47.)

2.7.1 Registrering av ett företag och anmälan till skatteförvaltningen

Vid grundandet av ett företag är företagaren skyldig att anmäla företaget till handelsregistret. Handelsregistret är ett offentligt register. Om de sker några ändringar i företaget måste det också anmälas till handelsregistret och vissa företag måste också anmäla sina bokslutsuppgifter. På prh.fi finns hjälp om hur man skall anmäla sig beroende på vilken företagsform man har. Hjälp fås även per telefon eller via e-post. När man registrerar sitt företag skyddas firmanamnet i hela landet. I registret kommer uppgifter om företaget så som namn, verksamhetsområde, hemort, företrädare, adress och även personuppgifter. Uppgifterna varierar beroende på företagsform. Efter att företaget lämnat in anmälan till handelsregistret får företaget ett eget FO-nummer (Företags- och organisationsnummer). Ett FO-nummer har sju siffror med ett bindestreck emellan och till sist kommer ett kontrolltecken. Det här numret identifierar företaget. (Patent- och registerstyrelsen 2014).

En skriftlig etableringsanmälan bör göras till skattemyndigheterna för att kunna inleda en verksamhet. Etableringsanmälan görs för att företaget skall registreras i Skatteförvaltningens register. Innan en verksamhet inleds skall företagaren lämna in en gemensam anmälan till både patent- och registerstyrelsen (PRS) och skatteförvaltningen samtidigt. En blankett skall fyllas i beroende på företagsform. Etableringsanmälningsblanketten finns på webbadressen www.ytj.fi. (Vero 2014a.) Det rekommenderas att anmälan skickas per post till skatteförvaltningen i Helsingfors, men de kan även lämnas in till skatteverket, lo-

kala skattebyrån, Patent- och registerstyrelsens kundservice, magistraten eller TE-centralens kundservice. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007.)

Direkt efter att anmälan om grundandet av ett företag kommit till någon av ovan nämnda, får företaget sitt Företags- och organisationsnummer (FO-numret). Företagets anmälningar och skatter styrs med hjälp av FO-numret och numret skall även användas på företagets brev och blanketter. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007.)

2.7.2 Näringstillstånd

Vissa näringar kräver tillstånd och de har sina egna lagar och förordningar där det bland annat sägs vilken myndighet som beviljar tillståndet. Näringar som kräver myndigheternas tillstånd är följande: servering och detaljhandel av alkohol, bilskoleverksamhet, handel med skjutvapen och förnödenheter, kollektivtrafik, sjuktransport, godstrafik, taxitrafik och tjänster inom den privata hälsovården. Huvudsakligen skall tillståndet erhållas om och godkännas av handelsregistret innan verksamheten startar. Det rekommenderas att sköta tillstånds- och anmälningsärenden hos myndigheterna. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 71-72.)

Utskänkningsrättigheter bör sökas då man grundar en restaurang där alkohol säljs och serveras. Sökande anholder om serveringstillståndet genom en skriftlig ansökan av länsstyrelsen, där serveringsstället ligger. Serveringstillståndet lönar det sig att söka minst en månad innan serveringen önskas inledas. Restaurangen ansöker om A, B eller C rättigheter, beroende på hur starka alkoholdrycker restaurangen vill servera. Med A rättigheter har restaurangen rätt att servera alla alkoholdrycker. B rättigheter ger rätt till att servera alkohol med högst 22 volymprocent alkohol. En restaurang som anholder om C rättigheter är berättigad att servera endast genom jäsning tillverkade alkoholdrycker, som innehåller högst 4,7 volymprocent alkohol. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 72-74.) Serveringstillståndet berättigar servering huvudsakligen från 9.00 till 1.30. Förlängd tid kan skilt ansökas om av regionalförvaltningsverket i verksamhetsområdet. Förlängd tid kräver att serveringstället uppfyller vissa förutsättningar för att bli beviljade förlängd tid. Serveringen kan dock enligt tillstånd börja tidigast klockan 5.00 och bör sluta senast klockan 3.30. Tillståndet till förlängd serveringstid beviljas för högst två år. Tillståndet kan gälla alla veckodagar eller bara en viss dag. Tillståndet kan gälla hela restaurangen eller bara en viss avdelning. (Aluehallintovirasto 2015a).

Serveringsstället godkänns av myndigheterna och bör tydligt utmärkas så att kunderna kan urskilja serveringsområdet. Området bör effektivt kontrolleras av personalen, vilket kräver att det finns tillräckligt med personal på jobb. En avgränsningsplan av serverings-

området skall göras för att tillståndmyndigheten kan vara säkra på att serveringsområdet övervakas effektivt. (Aluehallintovirasto 2015b).

Restaurangen bör ha en ansvarig föreståndare som har tillräckligt med yrkeskunskap och ett antal annan personal, som varierar beroende på restaurangens storlek. I ansökan om serveringstillstånd skall tydligt komma fram ansvariga föreståndarnas yrkesklängd och – kunskap. Ansvariga föreståndaren bör ha tillräckligt med yrkesskicklighet, som denne fått genom utbildning eller erfarenhet, för att kunna ansvara för att alkohollagen följs på serveringsstället. För att kunna jobba som ansvarig föreståndare krävs att personen studerat heltid inom restaurangbranschen minst ett år, som sammanfattat undervisning och praktik i servering av alkoholdrycker. Tillräcklig yrkesskicklighet kan även fås genom minst två års arbetserfarenhet i huvudsyssla i att servera alkoholdrycker. Förutom arbetserfarenhet bör personen godkännas i ett examensprov, där kunnandet av alkohollagen uppvisas. Avläggande av examensprovet räcker ifall serveringsstället serverar endast genom jäsnings tillverkade alkoholdrycker. Examensprovet anordnas av läroanstalter i restaurangbranschen och de godkänner provet med ett betyg, som är beviset för att personen har en tillräcklig yrkesskicklighet. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 73-74.)

För att få tillverka alkoholdrycker och sprit, importera sprit eller utöva partihandel med alkoholdrycker, sprit och alkoholpreparat krävs en skild ansökan till social- och hälsovårdens produkt tillsynscentral (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 74). Ifall restaurangen kommer ha en skild uteservering måste det anhållas skilt om av polisen i kommunen där restaurangen är belägen (Valvira b). Restaurangen är skyldig att meddela om ändringar till regionalförvaltningsverket (Aluehallintovirasto 2015c.)

2.7.3 Anmälan om livsmedelslokalen

En livsmedelslokal är alla lokaler, byggnader eller utrymmen både utom- och inomhus där livsmedel skall säljas, tillverkas, förvaras, transporteras, saluföras, serveras eller på något sätt hanteras. Livsmedelslokaler är bland annat butiker, slakterier, mejerier, kiosker, restauranger och torgcaféer. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007; Yrityssuomi 2014b.)

Innan en verksamhet inom livsmedelsbranschen inleds eller före stora förändringar krävs att företagaren ansöker om godkännande av livsmedelslokalen. Fyra veckor innan verksamheten inleds skall företagaren göra en skriftlig anmälan till kommunens livsmedelstillsynsmyndighet. I ansökan skall finnas med företagarens namn, hemort och kontaktuppgifter. Företagarens FO-nummer (Företags- och organisationsnummer) eller ifall företagaren inte har det, räcker det med personbeteckningen. I ansökan skall även komma fram verksamhetstyp, livsmedelslokalens namn och besöksadress. Tidpunkten då

verksamheten uppskattas inledas och en uppskattad omfattning om verksamheten. En detaljerad egenkontroll krävs också. (Yrityssuomi 2014b.) För godkännande av livsmedelslokalen krävs även utredningar om byggnadssättet för produktions-, lager-, underhålls-, transport-, och städutrymmen. Även utredning om vattenförsörjning, ventilation, avlopp och avfallshantering krävs. (Arbetskraft- och näringscentralen 2007.)

MaRa (Matkailu- ja ravintola-alan edunvalvoja ja työmarkkinajärjestö) har ett färdigt egenkontrollbotten för sina medlemmar, som kan fås avgiftsfritt på www.mara.fi eller som kan köpas i form av en cd-skiva i Restamarks nätbutik www.restamark.fi (Evira 2014a).

Egenkontroll är livsmedelsföretagarens eget system. Egenkontrollen finns till för att försäkra att företagaren uppfyller de krav som fastställts i livsmedelsbestämmelserna och att livsmedlen som konsumeras är trygga. Egenkontrollplanen är också till för att ta hänsyn till naturen och känna till riskerna. Det är meningen att företagaren känner till vilka faror som finns med livsmedlen och skall därför skriftligt göra en egenkontroll, där framgår vilka metoder som används vid hantering av livsmedel och beskrivning av vilka risker som finns. Egenkontrollen skall hela tiden skriftligt följas upp och personalen skall följa planen. En provtagning- och undersökningsplan skall vid behov också göras, var framgår i vilket laboratorium proven analyseras. (Evira 2014b.)

Till ansökan skall bifogas tillståndet om utrymmets användningsändamål som byggnadstillsynsmyndigheterna godkänt och en situationsplan, planritning samt ritningar över VVS-installationerna av livsmedelslokalen. Tillsynsmyndigheterna kräver ibland ännu andra utredningar. Innan godkännande inspekteras lokalen av kommunens hälso-vårdinspektör, som ger råd åt företagaren. En restaurang eller dylikt kräver också en anmälan om förplägnadsrörelsen, som skall godkännas av kommunens polis och räddningsmyndighet. De har rätt att vara närvarande på inspektionen, som hålls i livsmedels-lokalen innan godkännande. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 77.) Anmälningssblanketten fås hos kommunens livsmedelstillsynsmyndighet eller på kommunens egen webbplats (Yrityssuomi 2014b).

Arbetarna inom livsmedelsbranschen skall genomföra ett hygienpass där framkommer att personen har tillräcklig kunskap inom livsmedelshygien, så personen kan hantera mat tryggt. Alla anställda som i sitt arbete hanterar oförpackade, lätt förskämbara livsmedel skall inom tre månader genomföra kompetenstestet, efter att första jobbet som kräver hygienpasset börjat. Hygienpasset omfattar 40 påstående varifrån testgöraren skall ha minst 34 rätta svar. (Evira 2014c.) För att få spela bakgrundsmusik i restaurangen krävs

ett lov från Teosto eller Gramex. Årsavgiften varierar beroende på mängden kundplatser. (Teosto 2014.)

2.7.4 Anmälan om byggnadsarbetet

Ett byggarbete som kräver bygglov måste alltid anmälas till skatteförvaltningen. Anmälan kan fyllas i på webbtjänsten suomi.fi genom att logga in i tjänsten med dina personliga nätbankkoder eller ett personkort med chip. En pappersblankett kan även skrivas ut och fyllas i. Uppgifterna skall lämnas in i god tid så att skatteförvaltningen hinner skicka intyg över anmälan. Intyget skall visas för byggnadstillsynsmyndigheten vid slutsynen. Om inspektionen sker i olika omgångar skall uppgifterna lämnas in före varje inspektion. (Vero 2014b.)

Ett byggnadsarbete måste med en förhandsblankett anmälas till arbetarskyddsdistriktets arbetarskyddsbyrå om arbetet pågår i mer än en månad och om fler än tio personer anställts till byggarbetet. Den person som är ansvarig för hela projektets byggnadsarbete bör lämna in blanketten. En bra sak att komma ihåg är att lämna in blanketten i god tid, senast inom en vecka efter att byggnadsarbetet satts igång. (Arbetskrafts- och näringscentralen 2007, 83.)

2.7.5 Detaljhandelstillstånd för tobak

För all form av försäljning av tobaksprodukter krävs ett skilt tillstånd. Tillståndet måste sökas skilt för varje försäljningsställe. Ansökan görs elektroniskt eller skriftligt och lämnas in till hälsomyndigheterna i kommunen där försäljningsstället är beläget. Ifall tobaksprodukter kommer säljas i ett färdmedel, skall ansökan lämnas in till hälsomyndigheterna i sökandes hemkommun. Ansökan måste innehålla följande: sökandens namn och kontaktuppgifter, FO nummer och adressen till försäljningsstället. Redogörelser om hur försäljningen kontrolleras, om antalet och placeringen av försäljningsdiskar och om tobaksprodukternas försäljningsställen och en plan över egenkontrollen skall ingå i ansökan. Ansökan om detaljhandelstillstånd för tobaksprodukter bör lämnas in i god tid innan försäljningen önskas börja, ansökan behandlas inom en månad men vid brist av information måste ansökan kompletteras och därför kan godkännande ta en längre tid. Vid försäljning av tobaksprodukter krävs att det görs upp en egenkontrollplan som beskriver hur åldern av tobaksförsäljningen kontrolleras. Avgiften för tillståndet varierar beroende på kommunen och kommunen tar även årligen en avgift av alla tobaksförsäljningsställen. (Yrityssuomi 2014a.)

Vid bygget av ett röktrum krävs bygglov av byggnadstillsynsmyndigheterna som överväger restaurangens behov av tillståndet och godkänner rummet ifall rummet uppfyller vissa krav som fasställt i lagen (Social- och hälsovårdsministeriet 2014).

2.8 Organisationer och föreningar som stöder restaurangföretagare

Inom restaurangbranschen finns det flera organisationer och föreningar som stöder restaurangföretagare. Följande stycken presenterar kort de viktigaste organisationer och föreningar restaurangföretagaren samarbetar med.

2.8.1 MaRa

MaRa är arbetsgivarens förvaltnings- och arbetsmarknadsorganisation för turism-, hotell-, restaurang- och fritidstjänstbranschen. MaRa har 2 400 medlemmar. MaRas medlemmar representerar över 85 procent av turism- och restaurangbranschens omsättning i Finland. Organisationen tar hand om turism- och restaurangbranschens kollektivavtal och övervakar företagens förmåner från lokala beslut till EU-nivån. MaRas kontor finns i Helsingfors centrum och är öppet på vardagar kl. 8.30–16.00. MaRas medlemmar får kostnadsfri rådgivning, tjänster och en omfattande skolning. Medlemmarna har chansen att nätverka och påverka tillsammans med kollegorna, med hjälp av MaRas 13 lokala föreningar runt om i Finland. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2015.)

2.8.2 PAM

PAM rf (Palvelualojen ammattiliitto) är ett fackförbund för de som jobbar inom de privata servicebranscherna. Fackförbundet hjälper till vid svåra arbetslivsfrågor och stöder löneutveckling, anställningsskydd och livskvalitet för medlemmarna. Huvudsakligen skall PAM förhandla fram kollektivavtal inom servicebranschen. PAM förstärker demokrati, rättvisa, jämställdhet och social säkerhet både i Finland och internationellt. Förbundet grundades 2000 och har ungefär 230 000 medlemmar från olika privata servicebranscher. Servicebranschens arbetare kan arbetslöshetsförsäkra sig i servicebranschernas arbetslöshetskassa. Arbetslöshetskassan betalar en dagpenning till arbetslösa medlemmar. Dagpenningen varierar beroende på inkomsterna innan arbetslösheten men är i huvudsak större än grunddagpenningen FPS betalar. Arbetslöshetskassan betalar även altemneringsersättning till medlemmar med altemneringsledighet. (Palvelualojen ammattiliitto PAM ry 2015).

2.8.3 Evira

Livsmedelssäkerhetsverket Evira grundades 2006. Då förenades Livsmedelsverket, Forskningsanstalten för veterinärmedicin och livsmedel samt Kontrollcentralen för växtproduktion. Till verket förflyttades också en del verkställande uppgifter från jord- och skogsbruksministeriets avdelning för livsmedel och hälsa, samt ministeriets informations-tjänstecentral. Eviras mål är att genom undersökningar och övervakning trygga säkerheten i livsmedel och försäkra kvaliteten, samt främja djurens och växternas hälsa och välfärd. Evira förbereder sig på alla risker och sjukdomar som hotar djurens och växternas hälsa. Evira samarbetar internationellt, för att snabbt kunna sprida information om faror och hot som uppkommer allt mer, då den internationella handeln ökat. Tillsynen över den finländska livsmedelskedjan är ett samarbete mellan många organ. Livsmedelssäkerhetsverket leder, styr samt utvecklar tillsynen över både livsmedel och de produkter som används i primärproduktionen inom jordbruket. Evira består av fem huvudområden: laboratorieverksamhet, riskvärdering, tillsyn, vetenskaplig forskning, och veterinärtjänsten. (Evira 2015d.)

2.8.4 Valvira

Valvira styr och övervakar regionalförvaltningsverken och kommunerna i uppgifter som gäller verksamheten inom social- och hälsovården, alkoholförvaltningen, miljöhälsovården och tobak. Valvira och regionalförvaltningsverket sköter tillsynsuppgifterna tillsammans med hjälp av ett gemensamt tillsynsprogram. Valvira beviljar olika tillstånd gällande idkande av näring. Tillverknings-, import-, partihandels- och användningstillstånd för alkohol, riksomfattande tillstånd att tillhandahålla privata hälso- och sjukvårdstjänster måste anställas av Valvira. De godkänner också tillstånd inom hälsa och forskning: vävnadstillstånd, tillstånd att fungera som en inrättning för embryoforskning, abort- och steriliserings-tillstånd, tillstånd enligt lagen om assisterad befruktning. Valvira tar även hand om legitimation, skyddad yrkesbeteckning och tidsbegränsade tillstånd för yrkesutbildade personer inom hälso- och sjukvården. Valvira beviljar också tillstånd att verka som testare av hushållsvatten- och bassängvattenhygien. (Valvira 2015a.)

2.8.5 Regionalförvaltningsverket

Regionalförvaltningsverket (AVI, aluehallintovirasto) finns till för att stöda friheterna, rättigheterna och rättsskyddet. Även för att främja tillgången till basservice, miljöskyddet och till ett hållbart utnyttjande av miljön. Verket säkrar en sund och trygg arbets- och levnadsmiljö i regionerna. Regionalförvaltningsverket tar han om de lagstadgade verkställighets-, styrnings- och tillsynsuppgifterna inom sitt område. Verksamheten styrs av lagar och åtta

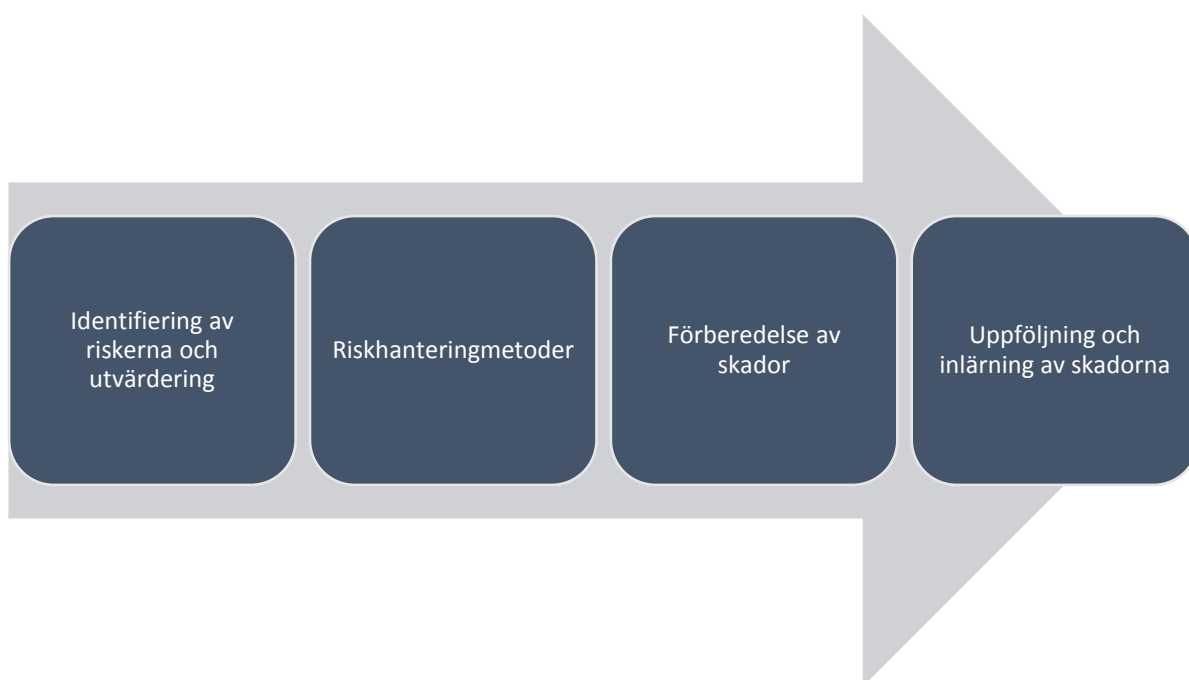
olika ministerier. Regionalförvaltningsverkets uppgifter och årligen varierande målsättningar sätts upp beroende på regeringsprogrammet som är i kraft. Magistratens verksamhet styrs, övervakas och utvecklas också av regionalförvaltningsverket. (Aluehallintovirasto 2015d.)

Verksamheten är indelad enligt följande: basservicen, rättskyddet och tillstånden, miljötillstånden, arbetarskyddet, räddningsväsendet och beredskap samt undervisnings- och kulturväsendet. Alla verk har sitt eget ansvarsområde, det vill säga alla ansvarsområden sköts inte på alla regionalförvaltningsverk. (Aluehallintovirasto 2015e.)

3 Risker och utmaningar för restaurangföretagare

I detta kapitel framkommer vilka risker och utmaningar restaurangföretagaren skall vara medveten om. Kapitlet behandlar också riskhanteringsprocessen.

Risker förekommer alltid när man grundar ett nytt företag. Största delen av riskerna orsakar människan. Företagaren kan påverka och förbereda sig för riskerna och till en viss del också skydda företaget. Företagaren måste ibland medvetet ta risker för att kunna bli framgångsrik. Risktagande hör till företagarens vardag där det gäller att överväga olika alternativ och göra förnuftiga beslut, alltså ta risker. I företagarens vardag dyker också oförväntade risker upp så som olycksfall och skador. Med en bra planerad riskhantering minimeras skadorna. Riskhantering är allt som görs i företaget för att utvärdera situationer och planera. Även praktiska åtgärder görs för att minimera riskerna. En god riskhantering karaktäriseras som förutseende, medveten, planmässig och systematisk. Riskhantering är en verksamhet för att personalen skall må bra och att trygga fortsättningen av företagets verksamhet. (Yrittäjät 2015.) I figur 4 framstår hur riskhanteringsprocessen framskrider.



Figur 4. Riskhanteringsprocessen (Suomen riskienhallintayhdistys 2015), modifierad

På restaurangbranschen går företag ofta i konkurs, för att de inte gjort en tillräckligt noggrann kostnadsuträkning. Företagaren har inte räknat med att intäkterna och utgifterna varierar mycket beroende på årstid. Ofta görs stora investeringar som leder till för mycket skulder. Restaurangbranschen är väldigt konkurrenskraftig och således kan marknaden ändra hastigt. Närområdets restaurangers uppförande inverkar omedelbart och då kan kundmängden och konsumtionen förändras drastiskt. Tjänstekonceptet och kundsegmenteringen kan misslyckas. En stor del av restaurangerna förnyar inte konceptet och därmed

är tjänsterna, produkterna, omgivningen och personalens kunnande gammalmodigt. En stor orsak till att inte restaurangen lyckas på marknaden kan vara att affärsidén är för vanlig och därför urskiljs inte företaget från konkurrenterna. En stor utmaning är även att hitta en yrkeskunnig personal som är färdig att binda sig till verksamheten. Stora risker är också rekrytering av fel personer. En risk är också priskonkurrensen, vilken är märkbar på en del orter. Restauranger anser hyresavtalens korta längd som en osäkerhetsrisk. En stor utmaning för restaurangerna är snabb omväxling bland trenderna. Det är stora ekonomiska risker som företagaren blir tvungen att ta för att öppna en ny trendig restaurang eller förnya gamla utbudet eller inredningen så att restaurangen hålls populär. En del trender håller längre, medan andra går snabbt förbi, vilket kan leda till att restaurangen går på minus. Företagarna håller branschens lagstiftning både som en riskfaktor och som ett positivt stöd för företaget. En annan risk på restaurangbranschen är den allmänt dåliga ekonomiska utvecklingen. (Haaga Instituutin ammattikorkeakoulu 2002, 11-13.)

Det är viktigt som företagare att analysera sina egna kunskaper. Största delen av företagarna jobbar efter studierna först för andra, för att få erfarenhet och bygga nätverk, innan de själv blir företagare. Kunderna och kundrelationerna är en utmaning för alla företagare. Marknadsföringen är en stor del och för små företag gäller det att fundera noga på marknadsföringen, så inte kunderna blir missnöjda om efterfrågan blir större än utbudet. Nätverkande är väldigt viktigt med tanke på att bygga företagets egna kundsegment. Med hjälp av olika nätverk hålls företagaren uppdaterad om händelserna i omgivningen. Ekonomiska frågor är alltid centrala utmaningar för företagare. Prissättningen är en stor del av lönsamhetsplaneringen. Det gäller att jämföra konkurrenter och göra en konkurrensanalys. (Suomen riskienhallintayhdistys 2015.) I figur 5 framkommer vilka utmaningar och risker företagaren skall vara redo att ta.



Figur 5. Företagarens utmaningar och risker (Holopainen & Levonen 2008, 19), modifierad

4 Metoddiskussion

Följande kapitel presenterar metoderna som använts för att samla in data. Metoden som används i detta lärdomsprov är narrativ intervju, även kallad livshistoriaintervju. Till skillnad från en kvalitativ intervju, där man har en färdig intervjuguide och vissa ämnen som intervjun skall hålla sig till, får inte den intervjuade bli styrd av intervjuaren i en narrativ intervju. En människas berättelse om sitt liv eller någon viss händelse i livet är alltså ett narrativ. Om berättelsen sker i samband med en intervju, får inte intervjuaren styra eller avbryta berättaren. På detta sätt blir berättelsen personens egen och lyssnaren har inte påverkat hur eller vad personen berättar. Nackdelarna med narrativer är att berättelsen blir styrd av intervjusituationen, eftersom personen berättar det som personen kommer på just då. Det är många faktorer i omgivningen som påverkar berättelsen, till exempel vädret och humöret. En narrativ intervju kan delas in i tre delar. I den första delen skall intervjuaren bara lyssna och uppmuntra berättaren, men inte desto mera styra eller fråga, utan låta personen fritt berätta. Nästa steg är att intervjuaren ställer frågor anknutna till berättelsen, för att få en djupare och klarare bild över de delar av berättelsen som var betydande för intervjuaren. Frågorna skall inte gälla sådana saker som inte berättaren tog upp. Frågorna skall fylla ut den första berättelsen så att den blir meningsfull för intervjuaren. Det är en risk att intervjuarens intresse styr berättelsen, men detta steg hjälper intervjuaren att få fram det som intresserar intervjuaren. Det sista steget är att ställa frågor om sådant som berättaren inte tagit upp i sin livshistoria eller som blivit oklara för intervjuaren. (Trost 2005, 27-28.)

Case study-undersökningars ändamål är ofta att utveckla eller förbättra verksamheten eller någon viss del, en produkt, tjänst eller process. Denna form av undersökning hjälper att få en djup och detaljerad bild av företagets vardag. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 58.) Skribenten har sedan början av september 2014 jobbat på Eloisa och därför är undersökningen en så kallad case study.

I detta fall är undersökningen ett verktyg som skall förebygga och hjälpa kommande företagare med utmaningar som uppstår i restaurangföretagarens vardag. Presentationen av grundandet av Eloisa är uppbyggd i en kronologisk ordning och täcker tidsperioden från 2010 då idén kom till fram till mars 2015, då restaurangen varit öppen sex månader. Skribenten får med hjälp av lärdomsprovet en förståelse för hur det är att vara företagare. Skribenten får en realistisk bild av undersökningsområdet, eftersom skribenten får vara delaktig i vardagen.

Undersökningen gjordes med hjälp av flera intervjuer med restaurangföretagaren Marika Sandström. Tabell 1 visar information om intervjutillfällena. Första intervjun gjordes 20.10.2014 med hjälp av en frågeguide (se bilaga 1). Första intervjun gjordes för att få en uppfattning om hur affärsidén kom till och hur Eloisa är finansierat. Därefter skrevs teori om grundandet av en restaurang. Andra intervjun gjordes 16.3.2015, som en narrativ intervju där Sandström fritt berättade om hur Eloisas affärsidé utvecklades till den som den är idag och vilka utmaningar och skeden ingick i grundandet av restaurangen. Den tredje intervjun gjordes 3.5.2015 med hjälp av en frågeguide (se bilaga 2). Intervjun gjordes för att få en djupare bild av narrativet. Skribenten ställde frågor anknytta till de första intervjuerna och sådant som ännu var oklart. Frågeguiden innehöll också nya frågor om vad Marika skulle ge för råd till nya företagare och vilka egenskaper hon tycker krävs av en restaurangföretagare. Frågeguiden gjordes för att få en koppling mellan lärdomsprovets teori och Eloisa. Alla intervjutillfällen bandades in för att minska på missförstånd.

Tabell 1. Intervjuer med Marika Sandström

Datum	Längd	Tema	Plats
20.10.2014	80 min	Bakgrund om Eloisa	Eloisa, Borgå
16.3.2015	60 min	Utmaningar vid grundandet av restaurangen	Haaga-institutet, Helsingfors
3.5.2015	110 min	Företagande	Eloisa, Borgå

Skribenten har i sitt dagliga arbete fått vara med och utveckla Eloisa. Genom dagliga observationer har skribenten också fått se hur Sandström arbetar som restaurangföretagare. Forskningsresultaten i detta lärdomsprov blir väldigt beroende av intervjutillfället. Eftersom undersökningen påbörjades efter att Eloisa hade öppnat, är det stor risk att Sandström inte kommer ihåg alla utmaningar och risker hon stött på. Sandström har inte dokumenterat processen av grundandet av restaurangen, förutom viktiga datum. Ifall undersökningen skulle göras på nytt i ett senare skede, skulle resultaten inte vara de samma, eftersom små detaljer glöms bort med tiden.

5 Restaurang Eloisa Wine & Delis grundande

Restaurang Eloisa öppnades 18.9.2014 på Fredsgatan 20 i Borgå centrum. Bild 1 och 2 visar restaurangens fasad. Skribenten började redan innan öppningen jobba på restaurangen som baransvarig på deltid. Sedan november 2014 har skribenten jobbat på heltid som restaurangchef. Detta kapitel behandlar Eloisas grundande ur restaurangägaren Marika Sandströms perspektiv.



Bild 1. Eloisas fasad (Pirtelä 2015)

5.1 Presentation av företaget

Eloisa Wine & Deli är en liten restaurang precis bredvid Borgå torg. Eloisa Wine & Deli är ett aktiebolag som ägs av Marika Sandström 51 % och HöyryÄssä 49 %. Bol Osaakeyhtiö är Marika Sandströms och hennes man Harri Sandströms aktiebolag. Bolaget har rätt att ha café-, restaurang- och cateringverksamhet. Även mat- och vinkurser kan ordnas och import av viner är möjligt. Det finns också möjlighet att i framtiden öppna någon övernattningsverksamhet. Samtidigt som Eloisa Wine & Deli registrerades 11.04.2014 grundades ett saftmusteri, som kommer att starta hösten 2015. *"Det lönar sig att fundera ut vad man möjligen vill öppna i framtiden, då man grundar ett aktiebolag, så kommer man lättare undan sedan"*, säger Sandström. (Sandström 20.10.2014.)



Bild 2. Eloisas ljusskylt (Pirtelä 2014)

Eloisas förebilder är Central- och Sydeuropas vinbarer med deras stämningsfulla atmosfärer. Vinet är Eloisas röda tråd och kring det bygger köksmästaren upp ett passande sortiment. Vinbaren strävar efter jämn kvalitet på vinerna och satsar speciellt på att erbjuda mer sällsynta viner från främmande vinländer. Eloisas vinexperter har valt ut smakerfarenheternas pärlor från olika delar av världen. Eloisa vill riva gränserna mellan den gamla och den nya vinvärlden, vilket innebär att varje vin behandlas skilt för sig och som en del av helheten. Personalen strävar efter att byta vinlistan i en jämn takt, för att fräscha upp så man inte hinner tröttna. (Eloisawinedeli 2014.) Bild 3 visar Eloisas utbud av vita viner i mars 2015.



Bild 3. Eloisas utbud av vita viner (Pirtelä 2015)

Eloisa vill också hämta afterwork till Borgå. På onsdagar är det super erbjudanden, det är dock afterwork varje vardag. Lunch serveras dagligen mellan 11.00–15.00. Lunchen består av en varierande salladsbar, varifrån kunden får välja sina favoritingredienser av ett varierande sortiment. Lunchtid serveras även en varmrätt som varierar dagligen. I bild 4 ses en lunchportion med ankbröst, rostade rotfrukter och sellerikräm. Alla rätter kan avnjutas i Eloisa eller tas med sig. Personalen serverar också utmärkt kaffe och te tillsammans med olika små bakverk. (Eloisawinedeli 2014.)



Bild 4. Eloisas lunch (Pirtelä 2015)

Vintastingar ordnas också i Eloisa av vinexperter för allt från nybörjare till erfarna utövare. I vinbaren ordnas en gång per månad vintastingar som leds av vinexperter. Vinkvällarnas tidpunkt och vinerna som behandlas under tillfället informeras om på restaurangens Facebook sida och hemsida. Vintastingen kräver förhandsanmälan och kostar 50€/person. (Eloisawinedeli 2014). I bild 5 ses en champagnetasting som ordnades i januari 2015.



Bild 5. Champagnetasting i Eloisa (Pirtelä 2015)

Eloisas hemsida finns på fem olika språk: finska, svenska, engelska, ryska och italienska. Restaurangens personal är också väldigt aktiva på Facebook (www.facebook.com/eloisawinedeli) och Instagram (www.instagram.com/eloisawinedeli). Restaurangen hade en blogg innan öppning. (eloisawinedeli.blogspot.fi).

Eloisa är öppet sju dagar i veckan. Restaurangen öppnar varje dag klockan 11.00 och stänger dörrarna 21.00 på vardagar medan personalen betjänar ända till 24.00 på fredagar och lördagar. Tillsammans med ett glas vin kan kunden njuta av åtta välgjorda tapas dagligen från klockan 15.00 tills restaurangen stänger. Tapas menyn byts varannan månad. I bild 7 ses en av tapasen från november 2014. På lördagar och söndagar kan kunderna njuta av en brunch mellan 11.00–15.00. I bild 6 framkommer Eloisas brunch. (Sandström 20.10.2014.)



Bild 6. Eloisas brunch (Pirtelä 2015)



Bild 7. Tartar på kallrökt gädda (Pirtelä 2015)

5.2 2010-2013, affärsidén utvecklades

Eloisa Wine & Delis affärsidé kom till redan 2010. Då fick Sandström och hennes man Harri idén om att öppna någon slags restaurang eller café i Borgå. Först var tanken att hämta Tex-mex mat till Borgå, men sedan grundades Amarillo i Borgå. Sandström började vänta barn och idén blev liggande. Idén och tanken om att i framtiden öppna en restaurang fanns ändå i bakhuvudet och under olika utlandsresor utvecklades idén. Sandström tyckte att Borgå saknade en lugn och stilig restaurang, där man kunde sitta och diskutera och njuta av omgivningen, betjäningen samt mat och dryck av hög kvalitet. Hon kände själv ett behov av en sådan restaurang. Det fanns ändå inte någon fastighet som enligt Sandström skulle ha varit passande. När hon själv varit ute och äta och ville fortsätta någonstans för att umgås med vänner, så fanns det inget trevligt ställe där man kunde umgås senare på kvällen. Därför startade idén om att grunda en vinbar i Borgå centrum. Borgå hade en efterfrågan på en vinbar och därifrån kom idén om att öppna ett snyggt och stiligt ställe, där vuxna kunde umgås i lugn och ro, utan hård musik som spelar så man inte kan diskutera. (Sandström 20.10.2014.)

5.3 Sommaren 2013, perfekta lokalen hittas

I juli 2013 skrev lokaltidningen Uusimaa att Borgå stad hyr ut det lilla gula huset bredvid stadshuset. *"Frestelsen kunde inte motstås och jag kontaktade Borgå stad omedelbart"*, minns Sandström. Borgå stad gav genast som svar ett starkt nej. Borgå stads styrelse var av den åsikten att huset fortfarande skulle användas till något slag av kontor eller byrå. På 1950 talet var huset en allmän pissoar och därefter har där bland annat funnits arrest,

parkeringsvakternas kontor och turistbyrå. Sandström var ändå väldigt intresserad av byggnaden, fastän hon inte själv någonsin varit där inne. Några månader senare fanns det en lapp på dörren att Borgå AA gruppen hade öppnats där. Då kontaktade Sandström omedelbart Borgå stad igen och försökte övertyga styrelsen om att huset skulle vara perfekt till en liten restaurang. Efter många diskussioner med Borgå stad, fick Sandström ändå en chans att berätta mera om affärsidén. (Sandström 20.10.2014.)

5.4 Hösten 2013, bottenritningar i sju omgångar

I oktober 2013 fick Sandström gå och se på fastigheten och hon blev ännu mer säker på att det var i detta hus hon ville öppna sin egen mysiga, stiliga vinbar. Hon beskrev då närmare sin affärsidé. Borgå stad gick med på att Sandström på egen bekostnad gör bottenritningar för restaurangen, och det gjorde hon. Det var en stor risk att göra ritningar utan att veta om pengarna skulle gå till spillo, eftersom Borgå stad inte ännu gett grönt ljus om att en restaurang skulle få öppna i det lilla idylliska huset bredvid stadshuset. Borgå stad misstänkte att en restaurang inte kunde fungera i 68 kvadrat. I oktober gjordes också en affärsverksamhetsplan, som innehöll bland annat affärsidén, SWOT analys, produktutbudet, kundsegmentering, konkurrensanalys och kostnadskalkyler. (Sandström 3.5.2015.)

Borgå stad gick inte med på att huset skulle användas enbart som vinbar, men affärsidén levde ännu och blev sist och slutligen till allas nöje en vinbar med café på dagen och lunch på vardagar. På egen risk gjordes bottenritningar i sju omgångar, som kostade 20 000€. Sandström minns att det var frustrerande när allting gick så långsamt. *"Bottenritningarna blev först inte alls som förväntat. Restaurangen skulle enligt första bottenritningarna ha haft bara åtta kundplatser"*, berättar Sandström. Borgå stads arkitekt var ändå av samma åsikt som Sandström själv, att personal- och förvaringsutrymmen samt toaletterna kunde förminskas, för att få fler kundplatser. Borgå stad började bli positivare till tanken om att huset skulle bli en restaurang. Sandström minns att Borgå stad hade vänlig betjäning, men att det var nervpåfrestande när allting tog så lång tid. Sandström höll sig ändå lugn och förhoppningsfull. Hon påpekar att det alltid tar tid om man samarbetar med Borgå stad. (Sandström 3.5.2015).

I oktober började också inredningsarkitekten Ingrid Wiertz i full fart visualisera Sandströms idéer. *"Det var självklart att Ingrid skulle fungera som inredningsarkitekt, eftersom hon också inrett vårt hus"*, berättar Sandström. Restaurangföretagaren visste att Wiertz hade likadan stil som Sandström och att hon är en duktig inredningsarkitekt. Wiertz är fortfarande med och planerar sommarens terrass. (Sandström 20.10.2014.)

5.4.1 Kartläggning av konkurrenterna

I samband med affärsverksamhetsplanen i september 2014 gjordes också en konkurrentanalys. Då gick Sandström en dag runt i Borgå caféerna och kollade deras utbud och priser, för att få en uppfattning om vad som erbjuds. *"Jag hade ändå en uppfattning om restaurangerna, eftersom jag bott tio år i Borgå"*, säger Sandström. Självt tycker hon ändå att hon inte fick något mervärde av att kolla andras utbud innan öppningen, eftersom Eloisas koncept var så annorlunda än de andras. Som konkurrenter i konkurrensanalysen valde hon ändå som största konkurrenter Café Rongo och Porvoon Paahtimo. Idag skulle hon även räkna Rafael's Bistro Bar & Café som en konkurrent. Kort efter Eloisas öppning stod det i tidningen att Rafael's hade förnyat sitt koncept och blivit en tapas bar. *"Jag minns att jag blev i chock, men till all tur så har vi väldigt olika kundgrupper"*, berättar Sandström. (Sandström 20.10.2014.)

Café Rongo är beläget på Fredsgatan 33 en bit ifrån Eloisa. Då konkurrentanalysen gjordes var Rongo ännu beläget på sin gamla plats på Krämaregatan. Bild 8 är tagen utanför Rongo på caféets nuvarande plats på Fredsgatan. Rongo serverar från måndag till lördag morgonmål, brunch och lunch av enkla råvaror, i en hemtrevlig miljö. Bild 9 visar Rongos brunch tallrik. Rongo har också ett stort urval av färska söta och salta bakverk. Rongo har också satsat på bra kaffe och har för tillfälle samma kaffemärke som Eloisa. Rongo stänger redan klockan sju, men de har ofta levande musik, vilket Sandström har märkt att påverkar antalet kunder i Eloisa. Rongo har ändå ett mycket mindre sortiment av drycker, speciellt vin, däremot satsar de mer på cafésortimentet. (Sandström 20.10.2014.)



Bild 8. Rongo (Caferongo 2014)



Bild 9. Rongos brunch (Caferongo 2014)

Porvoon Paahtimo räknar Sandström till en annan konkurrent. Paahtimo är ganska lika som Eloisa eftersom de är en bar men samtidigt ett café. Paahtimos fördelar enligt Sandström är att de har ett eget kafferosteri. Paahtimo har A-rättigheter och därmed ett stort urval av internationella drycker. De har också små söta och salta tilltugg som kan njutas med Paahtimos eget rostade kaffe eller någon annan varm eller kall dryck. I andra våningen finns ett utrymme som kan bokas för privat tillställningar som passar för både fest och möten. Serveringen ordnas efter kundens önskemål och behov. Paahtimo har större utrymmen än Eloisa och är beläget vid åstranden precis intill Gamla stan. Bild 10 visar Paahtimos bra läge, speciellt på sommaren. I bild 11 framkommer Paahtimos mysiga övre våning där även ett rum finns som kan bokas för möten och andra tillställningar. *"De har mycket bättre läge än vi, på sommaren går alla turister längs å stranden till Gamla stan"*, säger Sandström. Paahtimo ordnar också kaffekurser, där kaffets historia och tillredning presenteras, vilket kan jämföras med Eloisas vintastingar. Paahtimos nackdelar är att de inte har någon varm mat, men däremot satsar de på ett stort sortiment av öl och cider. (Sandström 20.10.2014.)



Bild 10. Paahtimo på sommaren (Porvoo Paahtimo 2014)



Bild 11. Paahtimos övrevåning (Porvoo Paahtimo 2014)

5.5 Vintern 2013-2014, inredning och grafisk design tar tid

"I december 2013 hade vi allt redan färdigt för att börja renovera och inreda", minns Sandström. Planen var att öppna restaurangen sommaren 2014. I januari 2014 började det grafiska arbetet. En enkel men stilig hemsida skulle göras. Sandström minns att det tog massor med tid att välja ut bland annat hurdan logo och ljusskylt restaurangen skulle ha. Namnet var inte heller från början solklart, de bollades runt med olika namnalternativ och till slut gjordes en lista på namnförslag. "Våra vänner och bekanta röstade och då blev namnet Eloisa valt", berättar Sandström. Det fanns ändå redan en skönhetssalong som hette Eloisa, och därför sattes Wine & Deli till efter namnet för att urskiljas. Personalen och största delen av kunderna använder sig ändå enbart av Eloisa. Hemsidan och marknadsföringsmaterialet innehåller det fullständiga namnet. Allt marknadsföringsmaterial krävde också jätte mycket tid och det kostar massor, påpekar den nyblivna restaurangföretagaren. En av Sandströms bekanta skötte om all grafisk design och hjälper fortfarande till vid marknadsföring och uppdatering av hemsidor. Hon är väldigt tacksam över att ha haft en så bra grafisk designer som skött sig på egen hand. "Jag tror att många redan på grund av fina hemsidor ville besöka Eloisa", säger Sandström. Hon påpekar att om man vill ha en bra och välplanerad marknadsföring tar de otroligt mycket tid. "De börjades nio månader innan restaurangen öppnades och pågår fortfarande hela tiden. Det är en evig process som aldrig får stanna", påpekar Sandström. (Sandström 20.10.2014; 3.5.2015.)

I januari anmälde Sandström företaget till handelsregistret, men ville inte anmäla företaget skatteskyltigt, eftersom de krävs att varje månad skicka försäljningen till skatteförvaltningen. Sandström glömde ändå bort att hon inte gjort det då, vilket ledde till att Sand-

ström blev tvungen att be dem behandla ärendet snabbare än normalt då restaurangen skulle öppnas. (Sandström 3.5.2015.)

5.6 Våren 2014, idéer från Italien och Holland

I april åkte Sandström och inredningsarkitekten Ingrid Wiertz på en resa till Italien, där de besökte en vinmässa. *"Det var samtidigt en avkopplingsresa från all kaos och stress"*, berättar Sandström. På våren reste hon också tillsammans med Wiertz till Holland för att få inspiration till inredningen och därifrån valdes också en hel del inredning. Innan avtalen hade gjorts var redan all planering gjord och möblerna beställda. De var tvungna att ta stora risker, för att inte förlora mer tid. (Sandström 16.3.2015.)

5.7 Sommaren 2014, full renovering påbörjades

Det tog ett halvt år för Borgå stad att fatta beslutet och skriva under papprena. Den 12 juni gjorde Borgå stads styrelse beslutet om att Sandström fick hyra huset för restaurangbruk och en månad senare blev beslutet lagligt. Huset krävde en total renovering som sattes igång omedelbart och pågick i två och en halv månad. Renoveringen betalades av eget kapital. (Sandström 20.10.2014.) En blogg sattes också upp och uppdaterades aktivt under hela byggprocessen. I bild 12-16 framkommer hur byggnaden såg ut innan renoveringen och under renoveringen. Bilderna är tagna mellan maj och augusti 2014. Bilder från renoveringen sattes upp på bloggen. I juni öppnades också en Facebook sida, som fick mycket publicitet. (Sandström 16.3.2015.)

När golvet skulle renoveras och det skulle installeras en golvbrunn i köket, så hittades en massiv sten, vilket igen tog några extra dagar. Sandström vill påminna att man alltid skall räkna med att det kommer överraskningar på vägen och speciellt när det handlar om ett gammalt hus. Ännu i detta skede kom det fram att bottenritningarna inte var väl gjorda och inte stämde överens med husets mått. En stor del av köksmaskinerna och inredningsmöblemanget var redan i detta skede beställda. (Sandström 16.3.2015.)



Bild 12. Eloisas vind i maj 2014 (Henttonen 2014)

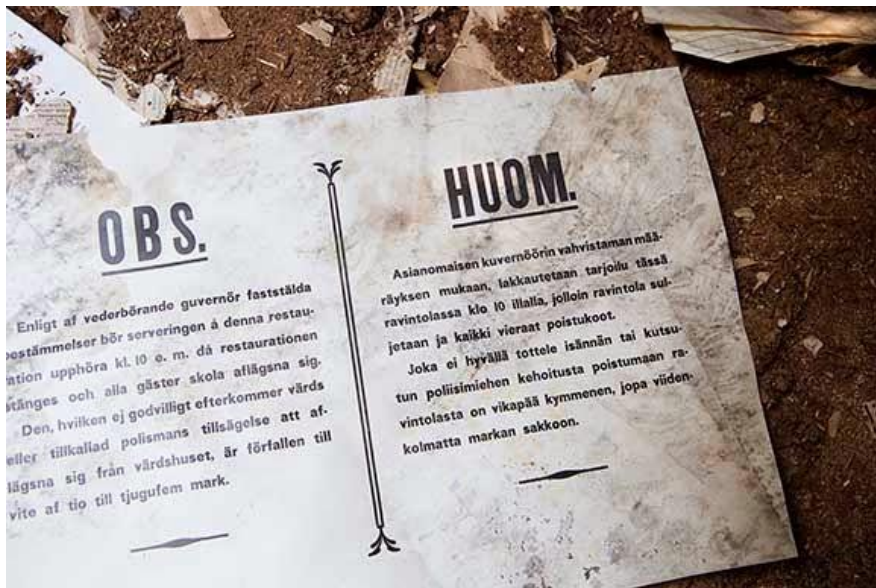


Bild 13. Gamla dokument hittades på vinden (Henttonen 2014)

Byggarbetet ställde till med stora utmaningar och det var krävande när tidtabellen måste hållas, för Eloisa var ju planerat att öppna redan på sommaren. Ägarna insåg ändå fort att det var omöjligt att öppna på sommaren så en ny deadline sattes upp i september. Sandström har efter det här lärt sig att inte alltid lita på att anställda yrkeskunniga gör så noggrant jobb som man själv förväntar sig. ”*Det lönar sig alltid att själv granska att de görs ett så noggrant jobb som är värt att betala för*”, påpekar Sandström. Det var också stora utmaningar med att välja köksutrustning, eftersom köket är väldigt litet och Sandström inte själv hade erfarenhet av restaurangdrivande. Hon säger att det inte lönar sig att spara pengar och köpa det billigaste maskinerna, för i långa loppet sparar man inte på det, eftersom man blir tvungen att förnya maskinerna inom kort. Hon vill också påminna kom-

mande företagare att lyssna på personer med mera erfarenhet och läsa responser, för att få reda på ifall företaget du köper av är pålitligt och säljer utrustning av bra kvalitet och därmed med lång livstid. Hon minns att hon blev varnad om att det inte lönar sig att köpa köksutrustning från ett visst företag, men ändå gjorde hon det vilket efteråt inte var ett bra alternativ. Maskinerna har inte fungerat så som de borde. Med inredningen kom det också emot överraskningar, eftersom det inte alltid är så lätt att få leveranserna från utlandet i tid. En del inredningsprylar de hade bestämt sig för att beställa på våren, fanns inte mera att få på sommaren. *"Det gjordes massor med onödigt jobb, på grund av att de tog ett halvt år för att få papprena i skick"*, minns Sandström. (Sandström 3.5.2015.)



Bild 14. Eloisa innan renoveringen påbörjades (Henttonen 2014)



Bild 15. Renoveringen i augusti 2014 (Henttonen 2014)



Bild 16. Byggarbetarna var tvungna att riva ner väggar (Henttonen 2014)

Sommaren var för Sandström och hennes man väldigt hektisk och tung, eftersom det var så många saker som samtidigt måste skötas. Hon hade inte själv jobbat på sex år, eftersom hon varit hemma med sina barn. HöryÄssäs kontorsjobb har Marika skött hemifrån. Den sommaren fick hon ändå hålla i många trådar för att få restaurangprojektet att framskrida. Sandström minns att det varje dag kom små motgångar i byggarbetet och det var massor med blanketter som måste fyllas i, skickas och fås godkända. I juni anhöll Sandström om näringstillstånd av Elvira och i augusti ansökte Sandström om godkännande av livsmedelslokalen, av livsmedelstillsynsmyndigheterna. Sandström berättade att ansökan om godkännande av livsmedelslokalen gjordes en aning för sent, eftersom det var mitt under semestertiderna och därför tog det sex veckor för regionalförvaltningsverket att behandla ansökan, fastän den normala tiden är fyra veckor. Sandström påpekar att man alltid måste räkna med motgångar och det gäller att hålla huvudet kallt, så fixar det sig nog. (Sandström 3.5.2015.)

Byggarbetet framskred långsamt tyckte Sandström. Därför slogs de fast en deadline att byggarbetet måste vara färdigt i slutet på augusti, för att få fart på byggarbetarna. Mot slutet jobbade alla långa dagar, för att få allting färdigt i tid, eftersom planen var att öppna redan hösten 2014. Samtidigt som Sandström såg till att byggarbetet, planeringen av inredningen och grafiska arbetet gjorde framsteg, intervjuade hon tiotals arbetssökande för att hitta passande arbetare. Det är en stor utmaning att hitta yrkeskunnig personal som jobbar bra tillsammans. Sandström har själv innan hon blev mammaledig rekryterat arbetare till Prisma, så det var ingen ny sak för henne. (Sandström 3.5.2015.)

I augusti anställdes på heltid en köksmästare och en restaurangchef och på deltid två servitörer. Köksmästaren ansvarar för planering av menyer och restaurangchefen ansvarar för restaurangens försäljning och marknadsföring. Inköpen gör restaurangchefen och köksmästaren tillsammans. Sandström fick hjälp av den erfarna yrkeskunniga personalen. De hjälpte till med att göra bland annat en ordentlig egenkontroll, mindre inköp och hjälpte förstås till med att få allting i tid på sin plats. Två av de nya anställda var till all tur finlands-svenskar och fick genast sätta igång med att översätta allt marknadsföringsmaterial och hemsidan till svenska. Sandström hade betalat åt ett universitet för översättning av hemsidan, men det märktes till all tur fort att hemsidan inte alls var korrekt översatt. Sandström har med det lärt sig att man först ska ta reda på ifall man har någon bekant som kan hjälpa till, innan man betalar för en tjänst som kanske ändå måste göras om. (Sandström 20.10.2014.)

5.8 Hösten 2014, stora utmaningar

I september jobbade alla långa dagar för att slutföra byggprojektet och få allting färdigt till öppningen. Det uppstod många utmaningar vid grundandet av Eloisa. I tabell 2 är alla utmaningar uppräknade i kronologisk ordning. Sista dagarna innan öppningen kändes stundvis omöjliga för att hinna få allting färdigt i tid.



Bild 17. Alla ytor förnyades från golv till tak (Henttonen 2014)

En sak Sandström alltid kommer minnas var när första alkoholdryckerna skulle beställas. *"Utskänkingsloven hade ansökts om i tid, men öppningsdagen var satt som datum i ansökan. Det var omöjligt att få alkohol köpt några dagar innan öppning, eftersom loven inte ännu var i kraft"*, berättar Sandström. Efter många samtal löste sig ändå problemet och

AVI satt loven i kraft omedelbart. Då var de ändå redan sen eftermiddag och inga transportbolag körde mera. Därför var ända alternativet att skicka första alkoholdryckerna med taxi från Helsingfors till Borgå. Innan dörrarna öppnades till den nya restaurangen ordnades några privattillställningar för de som varit inblandade i processen. (Sandström 16.3.2015.)

Eloisa Wine & Deli öppnades den 18 september med en bra start, kunderna har varit ivriga och nöjda. *"Det är bra att vinbaren öppnades på hösten, så personalen får träna inför sommaren, då det kommer dubbelt mer platser med en terrass med ca 25 platser"*, säger Sandström. (Sandström 20.10.2014.)

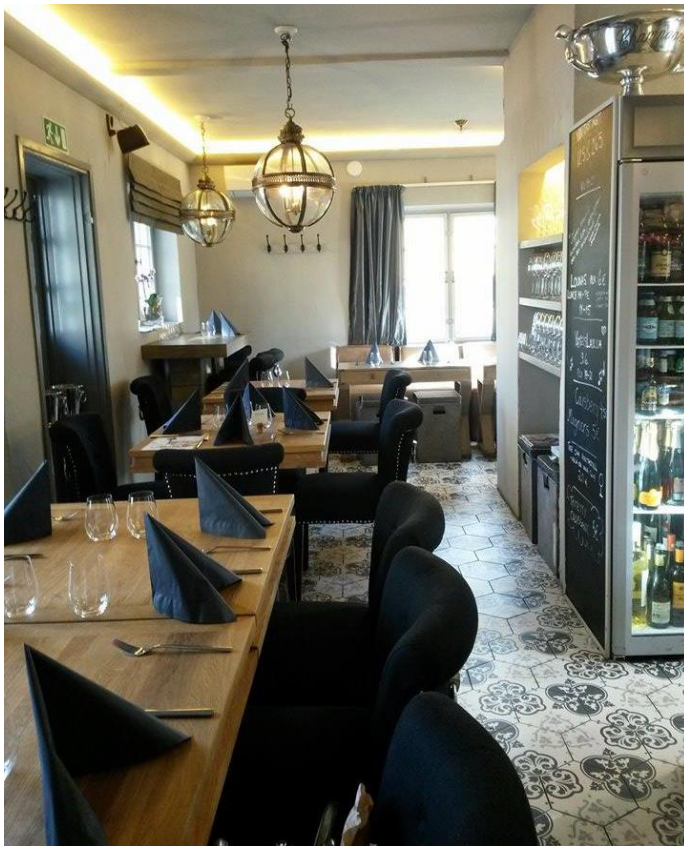


Bild 18. Eloisas sal med 24 kundplatser (Pirtelä 2015)

Som ägare är Sandströms uppgift att kontinuerligt utveckla verksamheten tillsammans med personalen och att se till att den planerade affärsidén hålls. Hon ser förstås också till att verksamheten ger vinst. Rekryteringen av arbetare och allt pengaflöde sköts av Sandström. Bokföringen sköts av bokföringsföretaget Hamarin tilipalvelu. Utanför öppethållningstiderna måste en hel del göras, som bland annat städning. Vid behov gör Sandström också arbetsturer, men eftersom hon inte har utbildning eller tillräcklig erfarenhet av restaurangbranschen kan hon inte vara ensam i en arbetstur. (Sandström 20.10.2014.)

En stor utmaning har varit att sälja konceptet då tapas är ett okänt begrepp för många. En stor del av människorna tror att tapas bara är batong, soltorkade tomater och oliver. *"Våra tapas är inte alls så enformiga, man får själv bygga ihop sitt eget sortiment från ett urval av åtta säsongbetonade välgjorda tapas. Vinet är ändå en växande trend och de som tycker om vin har nog hittat oss bra. Vi måste ännu få de som inte är så förtjusta i vin att veta att vi har ett stort urval av andra drycker också"*, säger Sandström. Hon tror ändå på att försäljningen kommer att öka mot sommaren. (Sandström 3.5.2015.)

Rekryteringen av nya arbetare kräver massor med tid och tålamod. Det lönar sig inte att ta den första bästa arbetssökanden, utan ha tålamod och vänta att den bästa hittas. Det finns alltid bara en bra arbetssökande bland alla sökande. Personalen har redan under två år bytts ut till 50 %, vilket har ställt till med en del problem, då Sandström snabbt har varit tvungen att rekrytera någon ny. Platsannonser om servitörer och kockar till sommaren sattes redan i februari upp på TE-tjänstens sidor. Sandström minns att det var jätte många sökande på sommaren 2014, jämfört med nu på våren. (Sandström 3.5.2015.)

Sandström är nöjd över all bra respons som kommit från kunderna. Hon är överraskad att de inte kommit nästan alls dålig kritik och Eloisa ligger på första plats på Tripadvisor i Borgå. *"Personalen är väldigt aktiv på Facebook och Instagram och även våra kunder gillar och kommenterar mycket bilder och statusar"*, säger Sandström. Hon har ändå märkt att fastän sociala media är gratis, krävs det mycket tid att planera och uppdatera sidorna. Marknadsföringen är väldigt dyr och det är viktigt att fundera på vad det lönar sig att satsa pengar på. Första reklamen som skickades iväg till alla 23 000 hushåll i Borgå, kostade 2 500€. *"Då måste man komma ihåg att det är en reklam"*, påpekar Sandström. De flesta läser inte ens reklamen, eftersom det jämnt kommer reklam på posten. Sandström påpekar ändå att det viktigaste är att ha en bra personal som ser till att kunderna vill komma på nytt. *"Några reklamblad har ändå skickats hem för att ge informationen om den nya restaurangen till alla hushåll i Borgå. Nästa utmaning är sedan att få turisterna att hitta oss, vilket kan vara svårt när vi inte ligger vid åstranden eller Gamla stan"*, påpekar Sandström. (Sandström 3.5.2015.)

Andra utmaningar som uppstått efter öppningen är det dagliga problemet med för små förvaringsutrymmen. Det gäller att noggrant planera beställningarna. I bild 19 framkommer hur litet köket är. Det krävs både tålamod och organisationsförmåga av personalen, eftersom det finns väldigt knappt med förvaringsutrymmen. Det finns massor med vinimportörer som alla skulle vilja sälja sina produkter. Man kan helt enkelt inte beställa av för många importörer, om man har så små utrymmen som Eloisa har, och de flesta importörer har en minimigräns på 400€ per beställning utan fraktavgift. *"I början hade vi för många importörer vilket ställde till med stora problem då vi inte kunde beställa mer vin, då*

vinerna rör sig i ojämnt takt. Men man lär sig varje dag något nytt. Man måste tänka på sin egen försäljning och våga säga nej, men ändå hålla en bra kontakt med möjliga samarbetspartners”, säger Sandström. (Sandström 16.3.2015.)



Bild 19. Eloisas lilla kök (Pirtelä 2014)

Eloisa har inte det bästa läget på sommaren då det kommer massor med turister som går längs åstranden raka vägen till Gamla stan. Sandström tror ändå att det är bra att det finns en restaurang på andra sidan torget. Många olika privattillställningar har ordnats, fastän Eloisa inte marknadsfört att det är möjligt att ordna privattillställningar. Det har ordnats släktfester, företagsmiddagar och privata vintastingar. Borgå är så litet att den bästa marknadsföringen är att ge kunden en bra upplevelse som denne vill dela med sig till sina vänner. Turistbussarna går rakt utanför Eloisa, vilket kommer locka mera kunder i framtiden när kunderna vet att bussarna går rakt utanför. Då kan de komma på en drink innan de reser iväg på en kryssning eller teater (Sandström 16.3.2015.)

Tabell 1. Marika Sandströms största utmaningar vid grundandet av Eloisa

Marika Sandströms största utmaningar vid grundandet av Eloisa

- Hittandet av en passande lokalen
- Fungerande affärsidé som skiljer sig från utbudet
- Bottenritningar som Borgå stad, företagarna och myndigheterna godkänner
- Renovering av ett gammalt hus, som aldrig varit i restaurangbruk tidigare
- Grafisk design & inredning
- Rekrytering av passande personal
- Ansökan om lov & tillstånd i tid
- Marknadsföring
- Säljandet av ett okänt (tapas) koncept
- Tillfredsställa kunderna så de sprider ett gott rykte och vill besöka Eloisa på nytt
- Små utrymmen som kräver väl planerade beställningar
- Lönsamhet

Sandström tror att kunderna först kommer för intresses skull och sedan återkommer för att stället översteg deras förväntningar. Kunderna får lite lyx i vardagen, när allting serveras till bordet. *"Vuxna som söker efter ett ställe där de kan sitta i lugn och ro med sina vänner utan oväsen omkring har hittat oss. Förstår också de som förstår sig på självgjorda tapas och goda vin hör till Eloisas kundgrupp. På dagarna besöker olika kontorsarbetare Eloisa, som vill äta en lätt lunch, snabbt i en trivsam miljö med bra service"*, säger Sandström. Personalen från stadshuset har kort väg till sitt nya lunchställe. Eloisa har redan en stor mängd stamkunder. Sandström är väldigt stolt och tacksam över den personal hon har idag. Sandström har tillsammans med restaurangchefen gått några vinkurser för att öka personalens och sitt eget kunnande om viner. Det lönar sig att skola personalen, ifall möjligt, både för att hålla personalens intresse högt och för att öka på kännedomen så försäljningen sker bättre. (Sandström 3.5.2015.)

"Den allra största utmaningen är att få verksamheten lönsam. Det är en väldigt stor konkurrens i Borgå och första året är jobbigt för vilket företag som helst", berättar Sandström. Eftersom Eloisa är så litet, är det svårt att minska på personalen, då det på vardagskvällar bara är en servitör på jobb. Första månaderna gjordes alldeles för mycket arbetstimmar, vilket ledde till förlust när lönekostnaderna var så höga. Arbetsturerna måste noggrant planeras så inte arbetstimmar går till spillo. *"Det skulle underlätta om jag själv kunde jobba alla helger, som är så dyra"*, påpekar Sandström. Hon vill påminna alla som funderar på att bli företagare att budgeteringen är väldigt viktig. Man måste alltid räkna med en dubbelt större budget då man börjar. Första året går man aldrig på vinst, då måste alla stora investeringar göras. Om man till exempel har räknat med att man får igång verksamheten med 100 000€ måste man ha 200 000€, så man kan betala alla räkningar och

satsa på marknadsföringen. *”Jag tror inte att det lyckas om man gör sakerna lite ditåt och sparar. Själv tror jag att det varit värt att satsa pengar på inredning och marknadsföring, det är viktigt att först få verksamheten och löpa. Sen när man har tillräckligt med kunder kan man börja fundera varifrån man kan spara”*, säger Sandström. (Sandström 3.5.2015.)

Tabell 3. Eloisas bokslut 1.4–31.12.2014

Omsättning	110 140€
Material- och tjänstekostnader	-54 070€
Personalkostnader	-75 930€
Avskrivningar	-12 160€
Övriga kostnader	-44 310€
Rörelseresultat	-76 330€
Finansiella poster	-1 800€
Resultat efter finansiella poster	-78 130€
Resultat före skatt	-78 130€

I tabell 3 framkommer att kostnaderna för att öppna Eloisa var 186 470€. Sandström hade från första början tänkt att en budget på 60 000€ skulle räcka för att få upp restaurangen. Arkitekten dubblade ändå genast kostnaderna och Sandström fick vänja sig med tanken om att åtminstone 120 000€ skulle gå åt till renoveringen och alla övriga kostnader som uppstår vid grundandet av en restaurang. När första räkningarna skulle betalas, märktes de fort att allting kostar mycket mer än beräknat. *”Det är omöjligt att veta vad till exempel VVS- installationerna kommer att kosta”*, säger Sandström. Slutligen gick det 180 000€ åt för att få upp dörrarna till restaurangen och övriga 30 000€ för sommarens terrass. Första månaderna måste restaurangföretagaren ha överlopps pengar för att få företaget i gång. Till all tur hade Sandström och hennes man sitt andra företag HöyryÄssä som de kunde låna 30 000€ från, för att få de första månadernas räkningar betalda. (Sandström 3.5.2015.)

Efter många utmaningar och problem har ändå Eloisas första sex månader gått bra och har varje dag massor med nöjda kunder. En hel del jobb har gjorts för att renovera en gammal pissoar till en stilig, mysig restaurang med ett mångsidigt men fungerande koncept. Ännu finns det mycket att göra och som teorin i lärdomsprovet och Sandströms berättelse lärt skribenten, så är det en evig process som aldrig får stanna upp. Hela tiden måste trender och konkurrenser följas med, konceptet och utbudet förnyas och personalen läras in. Marknadsföringen måste ske ständigt, men i rimliga mängder så inte efterfrågan blir större än utbudet. Restaurangföretagaren jobbar faktisk hårt i dagens läge. Hur Eloisas grundande gick till i stora drag finns som bilaga 3.

5.9 Eloisas framtidsplaner

Eloisa Wine & Delis framtidsplaner är att lyssna på kundernas behov och utveckla ett koncept som fungerar och är lönsamt. Lunchen kräver ännu utveckling så det skulle serveras minst 40 luncher per dag. På sommaren kommer utbudet att förnyas helt till en fungerande sommarmeny. Möjligen kommer Eloisa att ha någon artist som uppträder vid uteserveringen. Det är viktigt att helatiden utveckla utbudet och utbilda personalen och även att planera och genomföra en bra marknadsföring så verksamheten är lönsam. Det är en kontinuerlig process som aldrig får stanna upp, man måste helatiden hålla ögonen öppna och erbjuda något nytt för kunderna. I framtiden finns möjligheten att det säljs själv importerade vin i Eloisas utbud. Sandström funderar också på att öppna något slag av inkvartering i Borgå. (Sandström 20.10.2014.)

5.10 Egenskaper en bra företagare bör ha

Enligt Sandström är det viktigt att företagaren har tålamod och långa nerver. Snabb reaktionsförmåga och förmåga att göra beslut och i vissa fall väldigt snabbt. Bra fysisk kondition krävs, eftersom man måste orka jobba långa dagar. Företagaren måste förbereda sig på att vara 24 timmar om dygnet på jobb. Fastän företagaren någon dag inte fysiskt jobbar, så jobbar denne ändå psykiskt hela tiden, för denne har hela tiden tanken i huvudet om vad som måste göras till näst. Marknadsföringen är en fortgående process och speciellt på restaurangbranschen måste man helatiden fundera på olika helger, ifall man vill ordna något speciellt på till exempel morsdagen. Flera gånger till dagen måste man svara på e-post meddelanden och företagaren måste alltid vara färdig att svara i telefonen.

"Ibland måste man ändå bestämma sig för att bara vara ledig, fast man har massor med jobb som väntar. Ingen människa orkar jobba utan lediga dagar. Man måste kunna hålla semester fyra veckor per år. Det är oftast omöjligt att hålla semestern i ett sträck, ifall man själv sköter om att betala räkningar och löner, som jag. Företaget måste ändå kunna fungera en vecka utan företagaren", påpekar restaurangföretagaren. (Sandström 3.5.2015.)

5.11 Råd till nya företagare

Många dagar ångrar Sandström att hon tagit ett så stort jobb och stor risk att bära. Sandström är enligt sig själv en stark person och därför tror hon ändå att hon klarar av den stress och jobb restaurangföretaget kräver. Största delen av finländare vågar inte ta risker och är rädda att de misslyckas. Företagaren måste kunna tolerera stress. Sandström är ett undantag, eftersom hon vågar ta risker och klarar av mycket stress. Sandström brukar inte ångra sådant hon gjort, utan istället ångrar hon sådant som blev ogjort. Därför vågade hon också bli restaurangföretagare, fastän många sa till henne att hon inte skall börja med

en bransch hon inte känner till. En kommentar Sandström fick av sin vän som varit länge på restaurangbranschen var "Det är samma som om jag skulle plötsligt bli frisör". Det gäller att lära känna sin bransch, vilket är Marikas svaghet då hon inte har tidigare erfarenhet av restaurangbranschen. En sak Sandström lärt sig under första månaderna är att det inte lönar sig att rekrytera en före detta företagare. Ifall Sandström skulle ändra på någonting gällande Eloisa, skulle hon börja med ett mindre sortiment, eftersom det finns så knappt med utrymme. Sandström vill uppmana alla företagare att ingripa i arbetstagarnas sätt att jobba, ifall de inte är som förväntat. Då hinner sakerna inte spåra ut. Man måste helatiden hålla koll på att arbetet sköts på bästa möjliga sätt. Eftersom råvaruförlusten är omöjlig att komma undan på restaurangbranschen, så gäller det att planera väl till vad man kan använda bland annat föregående dags lunchråvaror. Det viktigaste är att göra snabba beslut och hålla i alla trådar. Restaurangbranschen är väldigt svår och Sandström uppmanar alla som funderar på att bli restaurangföretagare att lära känna branschen tillräckligt bra, så personen vet vad det är innan grundandet. Sandström har under de första månaderna som restaurangföretagare lärt sig att uppskatta de som jobbar på restaurangbranschen. Många andra branscher har väldigt mycket lättare. Det viktigaste innan grundandet av en restaurang är att göra en noggrann budgetering, eftersom det finns många små saker man inte tänker på. Första året är nästan aldrig lönsamt, det måste finnas extra pengar för att få verksamheten igång. Därför lönar det sig att vara jätte noggrann med vart pengarna går. (Sandström 3.5.2015.)

Det som får Sandström att orka är all den positiva feedback som Eloisa får. En annan väldigt viktig sak är ett bra arbetsteam. Trevliga och pålitliga arbetskompisar ger en bra stämning, som får alla att jobba hårdare. Fastän Eloisa inte på första månaderna ännu gett vinst, tror Sandström ändå på att restaurangen kan bli framgångsrik. Sandström beskriver sig själv som en stark person, som inte ger upp och har en stor passion att vara företagare. (Sandström 3.5.2015.)

6 Resultat diskussion

I detta kapitel jämförs lärdomsprovets teori med restaurangföretagaren Marika Sandströms berättelse om Eloisas grundande.

I kapitel 2.1. framkommer hurdan personlighet krävs av en framgångsrik företagare, enligt Holopainen och Levonen. Den nyblivna restaurangföretagaren Marika Sandström tar i kapitel 5.10 i huvudsak upp samma saker som i den teoretiska delen. Sandström tog även upp att man skall fundera innan man blir företagare ifall personen är färdig att vara 24 timmar om dygnet på jobb. Fastän personen inte fysiskt är på jobb måste företagaren alltid vara färdig att svara i telefonen och på e-post. Sandström har under de första månaderna märkt att de krävs fysiskt bra kondition för att orka jobba på restaurangbranschen. Hon påpekar också att företagaren måste komma ihåg att hålla semester några gånger per år, för att orka. Enligt skribenten har Sandström alla egenskaper som beskrivs i kapitel 2.1. och därmed alla förutsättningar att lyckas som företagare. Även affärsidén har enligt skribenten potential på marknaden, fast än konceptet ännu inte är fullständigt klart.

Kapitel 5.2. presenteras hur Eloisas affärsidé kom till. I kapitel 2.2. beskrivs teoretiskt hur en affärsidé uppkommer. Enlig skribenten har i Eloisas produktutvecklingen grundat sig på allting till alla principen och därför kan man inte förvänta sig att alla kunder skulle få mervärde av Eloisas produkter. Skribenten märkte det redan innan hon började jobba, men det har tagit många månader för att få de andra i företaget att förstå varför. Speciellt när Eloisas utrymmen är väldigt små, ställer ett stort urval av produkter till med problem. Skribenten har observerat att när Eloisas urval efter öppning har fokuserats på vin, tapas och lunch har konceptet blivit klarare för kunderna.

Tjänstekonceptets betydelsefulla mening beskrivs i kapitel 2.3. och med hjälp av teorin har skribenten förstått varför Eloisas personal inte alltid är överens om vad Eloisas kärntjänst är. Svaret är enkelt, Sandström har inte gjort ett tjänstekoncept. Som i teorin framgår är det stor risk att personalen betar sig osammanhängande, ifall det inte finns ett klart tjänstekoncept som personalen är överens om och då vet de inte heller vad de borde prioritera och vad de förväntas åstadkomma.

I kapitel 2.4. beskrivs hur en marknadsundersökning skall göras och varför. Sandström gjorde ingen marknadsundersökning, eftersom hon inte kände det nödvändigt. I teorin om marknadsundersökning kommer det fram att det lönar sig att överväga ifall marknadsundersökningen hjälper företagets framgång. Utgångsläget måste alltså vara att kostnaderna för att få fram nödvändig information inte får överskrida värdet av beslutet. Skribenten

tror att Sandström gjorde rätt beslut, då hon inte gjorde en marknadsundersökning eftersom hon tänkte att hon inte får nytta av undersökningen. Sandström skapade ett helt nytt koncept i en byggnad som inte tidigare varit en restaurang och därför var inte marknadsundersökningen nödvändig. Hon har inte försökt kopiera någon konkurrents koncept eller idéer, utan tror på sin egen idé.

I kapitel 2.7. berättas om de olika tillstånd och anmälningar som måste göras på restaurangbranschen. Enligt Sandström uppkom inte större problem med myndigheterna eller föreningarna och organisationerna, som presenteras i kapitel 2.8. Skribenten har ändå lärt sig mycket nya detaljer om när tillstånden och anmälningarna skall göras och till vem det lönar sig att vända sig ifall hjälp behövs. I kapitel 2.7.1. framkommer att det räcker med en gemensam anmälan för att registrera företaget i handelsregistret och skatteförvaltningens register. Sandström berättar ändå i kapitel 5.5. att hon inte ville registrera företaget skat-teskyldig ännu i januari och gjorde därför de en aning för sent i augusti.

I kapitel 3 framkommer vilka risker och utmaningar företagaren skall vara medveten om. I kapitlet framkommer att största risken är att företaget inte är lönsamt och möjligtvis går i konkurs, eftersom det inte gjorts en tillräckligt noggrann kostandsuträckning. I kapitel 5.8. berättar Sandström att de gjorde en lite ditåt uträkning, som inte alls stämde överens med den slutliga budgeten. Av detta har skribenten lärt sig att göra en väldigt noggrann kostnads-kalkyl och innan grundandet av en ny restaurang för säkerhets skull ha en större budget, för det är en stor sannolikhet att det går mer pengar åt än beräknat. Sandström tog upp många samma utmaningar och problem i sina berättelser som skribenten läst teori om. Det som häpnat många Eloisas kunder och även skribenten är att Sandström inte har tidigare erfarenhet av restaurangbranschen. Som i teorin framstår, jobbar största delen av företagare efter studierna först för andra, för att få tillräckligt med erfarenhet och nätverk innan de själv blir företagare. Sandström har varken studerat eller jobbat på branschen tidigare. Sandström har därför haft större utmaningar vid rekrytering av personal, eftersom hon måste försäkra sig om att personalen klarar av arbetsuppgifterna på egen hand. Skribenten har med hjälp av teorin i kapitel 3 lärt sig att marknadsföringen i små företag som Eloisa är krävande, eftersom efterfrågan lätt kan bli högre än utbudet, vilket leder till missnöjda kunder. Detta har redan hänt för Eloisa, då första reklamen skickades ut till alla hushåll i Borgå. Efter att skribenten läst teori om risker och utmaningar, har skribenten sett till att inte marknadsföra Eloisa för ett för brett område på en gång.

7 Slutdiskussion

I detta kapitel tas upp skribentens åsikter om hur lärdomsprovsprocessen framskridit och vad skribenten lärt sig. Lärdomsprovsprocessen startade redan i september 2014. Skribenten hade svårt att komma på ett ämne som intresserade och skulle vara givande för både skribenten och andra läsare. Skribenten har jobbat på restaurangbranschen i sex år och drömmer om att öppna sin egen restaurang i framtiden, därför valdes skribentens arbetsgivare som uppdragsgivare. Skribenten ville lära sig mer om hur det är att grunda en restaurang och hur det är att vara restaurangföretagare i Finland. Uppdragsgivaren visade genast intresse och tyckte det var en bra idé att dela med sig av Eloisas grundandeprocess till oerfarna, möjligen blivande företagare. Skribenten började i augusti jobba på restaurang Eloisa och därför kändes ämnet intressant och lärorikt. Lärdomsprovet framskred ändå inte enligt planerna, eftersom skribenten blev fulltidsanställd i november och fick en stor del nya utmanande arbetsuppgifter. Därför sattes lärdomsprovet på paus till några månader. I februari 2015 fortsatte skribenten med lärdomsprovet. Lärdomsprov-sämne och syfte ändrades från den ursprungliga planen. Ursprungligen var det meningen att göra en handbok, men under lärdomsprovsprocessen utvecklades idén och lärdomsprovet gjordes istället som en narrativ undersökning.

I början var det svårt att hitta tid att skriva på lärdomsprovet när skribenten nyss fått ett nytt jobb med nya intressanta arbetsuppgifter som krävde massor med tid. Skribenten har ändå hållit sig i tidtabellen, eftersom målet var att bli färdig innan sommaren. Det var intressant att till en början läsa teori om grundande av en restaurang och med hjälp av varierande källor skriva en sammanhängande teori. Det finns bra med böcker och nätsidor om restaurangbranschen, men inte om hur det är att vara restaurangföretagare. Teorin var delvis svår att skriva, eftersom skribenten inte visste vilka faktorer Sandström skulle ta upp i sin berättelse. En del teori skrevs i onödan och togs bort för att få lärdomsprovets teori och empiri att hänga ihop. Intervjuguider gjordes ändå för att få fram rätt information. En intervju gjordes ändå som en narrativ intervju, för att Sandström fritt skulle få berätta om processen av Eloisas grundande. Eftersom undersökningen påbörjades efter att Eloisa hade öppnat, är det en stor risk att Sandström inte kom ihåg alla utmaningar och risker hon hade stött på. Sandström hade inte dokumenterat processen av grundandet av Eloisa. Ifall undersökningen skulle göras på nytt i ett senare skede, skulle resultaten inte vara de samma, eftersom små detaljer glöms bort med tiden.

Målet med lärdomsprovet var att ge en realistisk bild på hur det är att grunda en restaurang. Med hjälp av flera intervjuer med nyblivna restaurangföretagaren Marika Sandström

har skribenten byggt upp en berättelse om processen av Eloisas grundande ända från att affärsidén kom till 2010 till mars 2015 då restaurangen varit öppen i sex månader. Skribentens mål var att själv lära sig mera om hur det är att vara företagare, eftersom skribenten själv drömmer om att i framtiden ha sin egen restaurang. Skribenten har lärt sig att det till allra först lönar sig att fundera om lusten som företagare är tillräckligt stor och denna har rätt personlighet. Personen måste våga ta medvetna risker och göra snabba beslut. Det är viktigt att göra en välutförd kostnads kalkyl och ha en tillräcklig budget när man grundar en ny restaurang. Budgeten överskrider oftast och därför lönar det sig att överväga ifall alla investeringar är nödvändiga. Det lönar sig att göra en välgjord affärsverksamhetsplan med ett klart tjänstekoncept, som personalen känner till. Skribenten har också lärt sig av Sandström att det lönar sig att vänta på den perfekta lokalen för just sin restaurang och att det krävs tålamod för att hitta bra personal. Det gäller också att ha en välplanerad tidtabell, så ingenting viktigt glöms bort.

Skribenten har även fått mer kunskap om företaget och därmed förbättrat sina kunskaper som restaurangchef på Eloisa. Genom att läsa teori om företagande och dess risker samt om olika tillstånd och anmälningar har skribenten lärt sig mycket nytt om restaurangbranschen. Målen med lärdomsprovet uppnåddes, eftersom skribenten lärt sig mera om Eloisa och om restaurangföretagande. Lärdomsprovet innehåller ett konkret exempel på processen av Eloisas grundandet, vilket hjälper dem som funderar på att bli företagare på restaurangbranschen.

Skribenten brinner fortfarande för att öppna sin egen restaurangverksamhet i framtiden, fastän många saker verkar svårare än skribenten kunnat tänka sig innan lärdomsprovet påbörjades. Uppdragsivaren är nöjd över skribentens arbete och hoppas på att unga som funderar på att bli företagare har nytta av att läsa historien om Eloisas grundande och med hjälp av berättelsen får tips och stöd vid grundande av sin egen restaurang.

Källförteckning

Aluehallintovirasto 2014a. Förlängd serveringstid. Finns att läsa på:
<http://www.avi.fi/sv/web/avi/jatkoaikalupa#.UrQdZnen79oi>. Läst: 18.10.2014.

Aluehallintovirasto 2014b. Serveringsställe. Finns att läsa på:
<http://www.avi.fi/sv/web/avi/anniskelupaikka#.VPRAuPmUcuc>. Läst: 18.10.2014.

Aluehallintovirasto 2014c. Serveringstillstånd. Finns att läsa på:
http://www.avi.fi/sv/web/avi/anniskeluluvat#.VPQ_DvmUcuc. Läst: 18.10.2014.

Aluehallintovirasto 2014d. Regionförvaltningsverken. Finns att läsa på:
<http://www.avi.fi/sv/web/avi/aluehallintovirastot#.VRBfbv0cTIU>. Läst: 18.10.2014.

Aluehallintovirasto 2014e. Organisaatio. Finns att läsa på:
<https://www.avi.fi/web/avi/organisaatio#.VPQ7XvmUcud>. Läst: 10.11.2014.

Arbetskrafts- och näringscentralen. 2007. Starta eget företag - praktisk handledning. 12.
Edita Prima Oy. Helsingfors.

Cafe rongo 2014. Första sida. Finns att läsa på: <http://www.caferongo.fi/rongo/>. Läst:
10.11.2014.

Centralhandelskammaren. 2010. Att bli företagare. Edith Prima Ab. Helsingfors.

Christensen, L. Engdahl, N. Gräas, C. & Haglund, L. 2007. Marknadsundersökning-en
handbok. 2. Studentlitteratur. Polen.

Eliasson, B. & Kolár, C. 2006. Affärsplanen-Praktisk handledning för affärsplanerare. Liber
Ab. Malmö.

Eloisa Wine & Deli 2014. Etusivu. Finns att läsa på: <http://eloisawinedeli.fi/>. Läst:
21.9.2014.

Evira 2014a. Hyvän käytännön ohjeet. Finns att läsa på:
<http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/asiakokonaisuudet/omavalvonta/hyvan+kaytannon+ohjeet/eviran+arvioimat+hyvan+kaytannon+ohjeet/>. Läst: 18.10.2014.

Evira 2014b. Egenkontroll. Finns att läsa på:

<http://www.evira.fi/portal/se/om+evira/sakenheter/egenkontroll/livsmedel/>. Läst: 18.10.2014.

Evira 2014c. Hygienkompetens. Finns att läsa på:

<http://www.evira.fi/portal/se/livsmedel/hygienkompetens/>. Läst: 13.10.2014.

Evira 2015d. Tietoa evirasta. Finns att läsa på:

<http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/esittely/>. Läst: 16.2.2015

Finnvera 2014. Finnvera. Finns att läsa på: http://www.finnvera.fi/swe/Finnvera_ Läst: 9.10.2014.

Grönroos, C. 2003. Marknadsföring i tjänsteföretag. 3. Liber Ab. Malmö.

Grönroos, C. 2008. Service management och marknadsföring. 2. Liber AB. Malmö.

Haaga Instituutin ammattikorkeakoulu. 2002. Riskit. Nomini. Helsingfors.

Holopainen, T. & Levonen, A. 2008. Yrityksen perustajan opas – silta yrittäjyyteen. 14. Edita Prima Oy. Helsingfors.

Komppula, R. Boxberg, M. 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Prima Oy. Helsingfors.

Koppinen, S. Kumplainen, E. Lehto, M. Manninen, L. Mustonen, P. Niskanen, N. Pettilä, L. Ojasalo, K. Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. WSOY Pro. Helsingfors.

MaRa 2015. Etusivu. Finns att läsa på: <https://www.mara.fi>. Läst: 10.2.2015.

PAM 2015. Tietoa pamista. Finns att läsa på: <https://www.pam.fi/tietoa-pamista.html>. Läst: 10.2.2015.

Patentti- ja rekisterihallitus 2014. Yrityksen perustajalle. Finns att läsa på:

http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yrityksen_perustajalle.html. Läst: 9.10.2014.

Perustayritys 2014. Starttiraha. Finns att läsa på: <https://www.perustayritys.fi/starttiraha>.
Läst: 20.9.2014

Porvoon Paahtimo 2014. Företaget. Finns att läsa på:
<http://www.porvoonpaahtimo.fi/yritys.htm>. Läst: 10.11.2014.

Salmi, K. & Viirala, K. 2002. Peti & safka-Hotelli ja ravintola-alan perusteet. Tammer-Paino Oy. Tammerfors.

Sandström, M. 16.3.2015. Restaurangföretagare. Eloisa Wine & Deli. Intervju. Helsingfors.

Sandström, M. 20.10.2014. Restaurangföretagare. Eloisa Wine & Deli. Intervju. Borgå.

Sandström, M. 3.5.2015. Restaurangföretagare. Eloisa Wine & Deli. Intervju. Borgå.

Social och hälsovårdsministeriet 2014. Rökrum i restauranger och andra förplägnadsrörelser. Finns att läsa på:
http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=39503&name=DLFE-6934.pdf.
Läst: 22.9.2014

Stensson, S. 2006. Små företagarens handbok. 1. Liber AB. Malmö

Suomen riskienhallintayhdistys 2015. Riskienhallintaprosessi. Finns att läsa på:
<http://www.pk-rh.fi/index.php?page=riskienhallintaprosessi>. Läst: 21.3.2015.

Teosto 2014. Luvat. Finns att läsa på: <http://www.teosto.fi/kayttajat/luvat/150>. Läst: 10.10.2014

Trost, J. 2005. Kvalitativa intervjuer. 3. Studentlitteratur. Uppsala.

Valvira 2015a. Valvira. Finns att läsa på: <http://www.valvira.fi/se/valvira>. Läst: 16.2.2015

Valvira 2015b. Alkoholtillstånd. Finns att läsa på:
<http://www.valvira.fi/se/tillstand/alkoholtillstand>. Läst: 23.3.2015

Vero 2014a. Att inleda företagsverksamhet i Finland. Finns att läsa på:
<http://www.vero.fi/sv->

FI/Foretags_och_samfundskunder/Oppet_bolag_och_kommanditbolag/Etablering/Att_inle
da_foretagsverksamhet_i_Finland_(15167). Läst: 16.10.2014.

Vero 2014b. Anmälningar om byggnader. Finns att läsa på: http://www.vero.fi/sv-FI/Personkunder/Anmalningar_om_byggande. Läst: 30.9.2014

Yrittäjät 2014. Riskit. Finns att läsa på: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/kv/riskit/>. Läst: 21.3.2015.

Yrityssuomi 2014a. Försäljning av tobaksprodukter. Finns att läsa på:
<http://www.yrityssuomi.fi/sv/lupa?id=246330>. Läst: 20.9.2014.

Yrityssuomi 2014b. Alkohol och tobak. Finnas att läsa på:
<http://www.yrityssuomi.fi/sv/alkoholi-ja-tupakka>. Läst: 20.9.2014.

Bilagor

Bilaga 1. Intervju frågor 20.10.2015

1. Kerro Eloisan tarjonnasta?
2. Mikä on Eloisan visio?
3. Mikä on Eloisan kohderyhmä?
4. Miten Eloisa on rahoitettu? Haitteko starttirahaa?
5. Miten liikeidea syntyi ja milloin aloititte työstämään liikeideaa?
6. Mikä on teidän yritysmuoto?
7. Teittekö perusteellisen liiketoimintasuunnitelman? Mitä kaikkea se sisältää?
8. Mitkä ovat yrityksen tulevaisuuden suunnitelmat?
9. Miten Eloisa tulee muuttumaan kesällä?
10. Mikä on sinun rooli yrityksessä? Kuka vastaa mistä tehtävistä?
11. Mitkä ovat Eloisan kilpailijat ja miksi?

Bilaga 2. Intervju frågor 3.5.2015

1. Mitä haasteita ja ongelmia Eloisan perustaminen on tuottanut?
2. Onko esimerkiksi Elviran, Valviran tai Avin kanssa tullut ongelmia?
3. Missä vaiheessa haitte minkä luvan?
4. Miten Eloisan prosessi sujui ennen avaamista?
5. Minkälaisen luonteen hyvä yrittäjä tarvitsee?
6. Teittekö markkina-analyysin?
7. Pysyittekö suunnittelussa aikataulussa?
8. Pysyittekö suunnittelussa budjetissa?
9. Mitä tekisit eri tavalla jälkeenpäin ajatellen?
10. Mitä olet oppinut?
11. Mitä vinkkejä antaisin uudelle yrittäjälle?
12. Mikä saa sinut jaksamaan vaikka Eloisa ei tuota rahaa vielä?

Bilaga 3. Tidtabell av Eloisas grundande

2010	Affärsidén kom till och utvecklades
2013	
Juli	Lokalen hittades och Sandström kontaktade Borgå stad
Oktober	AA gruppen öppnade sitt kontor i lokalen
Oktober	Sandström fick gå och se på lokalen
Oktober	Val av företagsform
Oktober	Affärsverksamhetsplanen gjordes
Oktober	Ansökan om lån
Oktober	Planeringen av inredning påbörjades
2014	
Januari	Planering av grafisk design påbörjades
Januari	Val av företagets namn
Januari	Anmälan till handelsregistret
April	Resa till Italien på vinmässa
April	Resa till Holland för att få inspiration till inredningen
Juni	Hyreskontraktet skrevs under
Juni	Ansökan om byggarbetet
Juni	Renoveringen påbörjades
Juni	En blogg om renoveringen sattes upp
Juni	Facebook sida sattes upp
Juni	Anhöll om näringstillstånd
Juli	Plats annons sattes upp
Juli	Intervjuer gjordes och personalen anställdes
Juli	Val av köksutrustning
Augusti	Godkännande av livsmedelslokalen
September	Personalen besökte mat- och vinmässan
September	Brand- och hygientillsyn
September	Städning och organisering av lokalen
September	Beställning av alla råvaror och drycker
September	15–16.9. VIP tillställning för alla som varit med under grundande processen
September	18.9. öppnades Eloisas dörrar