

# KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU

Tähtäimenä yrittäjäys - Liiketoimintasuunnitelma Rock Oy:lle

Outi Puhakka & Mikko Saastamoinen  
Liiketalous  
Markkinointi ja yritystoiminta  
Tradenomi (AMK)  
TORNIO 2010

## TIIVISTELMÄ

Puhakka, Outi & Saastamoinen, Mikko. 2011. Tähtäimenä yrittäjyys - Liiketoimintasuunnitelma Rock Oy:lle. Opinnäytetyö. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Kaupan ja kulttuurin toimiala. Tornio. Sivuja 36.

Tämän opinnäytetyön avulla luodaan liiketoimintasuunnitelma tulevaisuudessa perustettavalle ravintola-alan yritykselle. Liiketoimintasuunnitelman avulla tarkastellaan yrityksen perustamisen olennaisia kohtia ja selvitetään liiketoiminnan kannattavuutta.

Opinnäytetyö on toteutettu kvalitatiivisen tapaustutkimuksen periaatteita noudattaen. Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen nojaa vahvasti liiketalouden teorioihin. Kannattavuuslaskelmien avulla tarkastellaan liiketoiminnan todellisia kuluja ja kannattavuutta.

Opinnäytetyön lopputulos on toimiva liiketoimintasuunnitelma uudelle yritykselle. Liiketoimintasuunnitelman avulla tutustutaan tarkasti yritystoiminnan aloittamiseen ja siihen liittyviin liiketaloudellisiin toimenpiteisiin. Liiketoimintasuunnitelma kattaa koko yrityksen toimintojen kirjon tuotteesta, markkinointiin ja kannattavuudesta henkilöstöhallintoon.

Liiketoimintasuunnitelma tulee olemaan aloittavan yrityksen toiminnan pohja. Liiketoimintasuunnitelman avulla selvitetään, mitä kannattava liiketoiminta vaatii yrittäjältä.

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys, yrityksen perustaminen

## ABSTRACT

Puhakka, Outi & Saastamoinen, Mikko 2011. Towards Entrepreneurship – Business Plan for Rock Oy. Bachelor's Thesis. Kemi-Tornio University of Applied Sciences. Business and Culture. Pages 36.

A business plan for a restaurant, i.e. Rock Oy, is created with the help of this thesis. The business plan is for scrutinising the essential parts of establishing a company. At the same time it is for researching the profitability of the company.

The thesis was created by using the methods of qualitative case study. The building of the business plan relies strongly on theories of economics. The real expenses and profitability are examined by calculations.

The outcome of this thesis is a working business plan for the new company Rock Oy. With the plan we will explore closely the procedures of setting up the business and related business measures to be taken. The business plan covers the whole variety of the company's functions, everything from the product to the marketing and from profitability to human resources management.

The business plan provides the basis for a start up company. The plan details what is needed from the entrepreneur to build up a profitable business.

Key words: business plan, entrepreneurship, establishing a company

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

## SISÄLTÖ

1 JOHDANTO .....	5
1.1 Perustelut aiheen valinnalle.....	6
1.2 Työn tavoitteet ja rajaukset .....	6
1.3 Kvalitatiivinen tapaustutkimus .....	6
2 MIKÄ ON LIIKETOIMINTASUUNNITELMA .....	8
2.1 Liiketoimintasuunnitelma yrityksen työkaluna.....	8
2.2 Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen.....	9
3 YRITTÄJYYS ELINKEINONA .....	12
3.1 Yrittäjyys Suomessa.....	12
3.2 Kenestä on yrittäjäksi.....	14
4 ROCK OY:N LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	16
4.1 Liikeidea.....	16
4.2 Perustamistoimet.....	17
4.3 Yritysmuoto .....	17
4.4 Ravintola-ala toimintaympäristönä .....	19
4.5 Kilpailijat ja kilpailukeinot .....	20
4.6 Asiakkaat.....	21
4.7 Markkinointi ja viestintä .....	22
4.8 Sosiaalinen media.....	23
4.9 Kustannuslaskelmat .....	24
4.10 Henkilöstöpolitiikka.....	26
4.11 Työhyvinvointi .....	27
4.12 Riskit .....	29
4.13 Tulevaisuus .....	31
5 LOPPUPÄÄTELMÄ .....	32
6 LÄHDELUETTELO.....	34

## 1 JOHDANTO

Yrittäjyys pyörittää tätä maailmaa. Yritystoiminta tuo yrittäjälle leivän pöytään ja luo työpaikkoja, jolloin myös kanssaihmiset hyötyvät yrityksestä. Yrittäjä ottaa vastuun omasta toimeentulostaan ja tulevaisuudestaan. Viime vuosien taloudellinen taantuma ja työpaikkojen vähäinen määrä ovat pakottaneet yhä useammat pohtimaan omaa taloudellista asemaansa ja sitä kautta myös omaa tulevaisuuttaan.

Yrittäjyys ei ole oikotie onneen, päinvastoin. Menestyvä yritys vaatii valtavan määrän työtunteja suunnitteluun, perustamiseen, pyörittämiseen ja kehittämiseen. Tärkein osa-alue on suunnittelu, yrittäjyyteen päteekin sanonta ”*hyvin suunniteltu on puoliksi tehty*”. Huolellisesti tehty liiketoimintasuunnitelma on oiva apu yrittäjälle. Liiketoimintasuunnitelmaa toteuttaessa joutuu pohtimaan omaa liikeideaa ja toteuttamismahdollisuuksia joka kantilta mahdollisuudet ja uhat huomioon ottaen. Tämän opinnäytetyön avulla lähdetään nyt tarkastelemaan yhden yrityksen elinkelpoisuutta ja sen mahdollisuuksia ja uhkia liike-elämässä.

### 1.1 Perustelut aiheen valinnalle

Tarkoituksena on toteuttaa liiketoimintasuunnitelma omalle ravintola-alan yritykselle ja tarkastella opinnäytetyön kautta liikeyrityksen perustamista. Tiukka talouden tilanne ja työmarkkinoiden niukkuus ovat pakottaneet ajattelemaan omanyrityksen perustamista ja sen järkevyyttä. Ajatus siitä, että pystyisi itse työllistämään itsensä, on houkutteleva, mutta samaan aikaan myös hyvin pelottava. Yritystoiminnassa kiehtoo sen vapaus ja mahdollisuus toteuttaa omia visioita. Pelottavaa on kuitenkin ajatus taloudellisesta pärjäämisestä ja pitkiksi venyvistä työpäivistä. Ravintola-ala ei varmasti ole se kaikkein helpoin ala pärjätä, mutta haave omasta baarista tai ravintolasta on innoittava.

Liiketoimintasuunnitelman luominen täysin uudelle yritykselle antaa hyvän mahdollisuuden tutustua tarkasti yritystoiminnan aloittamiseen ja siihen liittyviin liiketaloudellisiin toimenpiteisiin. Liiketoimintasuunnitelma kattaa koko yrityksen toimintojen kirjon tuotteesta, markkinointiin ja kannattavuudesta henkilöstöhallintoon.

### 1.2 Työn tavoitteet ja rajaukset

Tämän opinnäytetyön avulla luodaan liiketoimintasuunnitelma tulevaisuudessa perustettavalle ravintola-alan yritykselle. Liiketoimintasuunnitelman avulla tarkastellaan yrityksen perustamisen olennaisia kohtia ja selvitetään liiketoiminnan kannattavuutta. Keskeinen tutkimusongelma on, onko tämä suunniteltava ravintolayritys kannattava ja toteuttamiskelpoinen?

### 1.3 Kvalitatiivinen tapaustutkimus

Opinnäytetyö toteutetaan kvalitatiivisen tapaustutkimuksen periaatteita noudattaen. ”Tapaustutkimukselle on luonteenomaista, yksittäisestä tapauksesta tuotetaan yksityiskohtaista, intensiivistä tietoa”. (Eskola & Saarela-Kinnunen toim Aaltola &

Valli 2007, 185). Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen vaatii monipuolista tietoa ja asioiden tutkiskelua, jotta lopputulos on yritystoiminnan kannalta hyödyllinen.

”Tapaustutkimukselle ominaisia piirteitä ovat teorian vahva osuus, tutkijan osallisuus, monimetodisuus sekä rakenteelliset (väestöön liittyvä) ja historialliset (tapahtumiin liittyvät) sidokset” (Eskola & Saarela-Kinnunen 2007, 185). Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen nojaa vahvasti liiketalouden teorioihin, ja tämän opinnäytetyön tekijät valmistelevat liiketoimintasuunnitelman oman liiketoiminnan aloittamista varten, joten tutkijoiden osallisuus jatkuu myös tutkimuksen päätyttyä.

”Laadullista tutkimusprosessia voi luonnehtia myös eräänlaiseksi tutkijan oppimisprosessiksi, jossa koko tutkimuksen ajan pyritään kasvattamaan tutkijan tietoisuutta tarkasteltavana olevasta ilmiöstä ja sitä ohjailevista tekijöistä” (Eskola & Saarela-Kinnunen toim Aaltola & Valli 2007, 76).

”Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on moninaisen todellisen elämän kuvaaminen. Kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja luonnollisissa, todellisissa tilanteissa. Tavoitteena onkin ymmärtää ja tulkita jonkin valitun ilmiön esiintymisen syitä ja merkityksiä.” (Hämeen ammattikorkeakoulu 2010).

Liiketoimintasuunnitelma kytkeytyy vahvasti työelämään ja auttaa yrittäjää liiketoiminnan aloitusvaiheessa ja luo suuntaviivoja myös pidemmällä tähtäimellä.

## 2 MIKÄ ON LIKETOIMINTASUUNNITELMA

### 2.1 Liiketoimintasuunnitelma yrityksen työkaluna

*”Liiketoimintasuunnitelma on se työkalu, jonka avulla liikeidea voidaan järjestelmällisesti kehittää kohti varsinaista liiketoimintaa” (McKinsey & Company 2000, 47).*

*”Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen johdon laatima liiketoiminnan tai liiketoiminta-alueen kokonaiskuvaus, jossa kuvataan liiketoiminnan päämäärät, tavoitteet ja ne keinot, joilla päämäärät ja tavoitteet saavutetaan” (Koski & Virtanen 2005, 18).*

Kaiken liiketoiminnan perusta on toimiva liikeidea. Yrityksen tulisi tarjota ratkaisu asiakkaan ongelmaan tai tarpeeseen. Ratkaisu voi olla tuote tai palvelu tai yritys voi kehittää uusia toimintamalleja vanhoihin toimintatapoihin. Kun liikeidea on selvillä, lähdetään uuden yrityksen liiketoimintaa kehittämään ja viemään eteenpäin liiketoimintasuunnitelman avulla (McKinsey & Company 2000, 23).

Yrityksen perustamisvaiheessa liiketoimintasuunnitelma on erityisen hyödyllinen, koska se syventää yrittäjän käsitystä uudesta liiketoiminnasta ja yrityksen toimintaympäristöstä. Mahdollisissa rahoitusneuvotteluissa liiketoimintasuunnitelma on keskeinen dokumentti, jonka avulla tarkastellaan yrityksen elinkelpoisuutta markkinoilla (Kinkki & Isokangas 2003, 232).

Liiketoimintasuunnitelman avulla tuodaan esiin ja tarkastellaan yrityksen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Liiketoimintasuunnitelma sisältää olennaista tietoa yrityksen perustamisesta, toiminnasta, johtamisesta, markkinoinnista, myynnistä, kannattavuudesta ja tulevaisuuden näkymistä. Suunnitelmaa laadittaessa on kuitenkin pidettävä koko ajan kokonaiskuva mielessä, eikä takertua liikaa yksityiskohtiin (McKinsey & Company 2000, 47).

Aloittavan ja jo toimivan yrityksen liiketoimintasuunnitteluprosessit eroavat toisistaan. *”Alkavan yrityksen suunnittelu keskittyy aluksi ennemminkin yritys/liikeidean rajaamiseen ja omien voimavarojen sekä resurssien erittelyyn” (Kinkki & Isokangas*



2003, 233). Liiketoimintasuunnitelman on syytä edetä loogisesti ja kattaa kaikki olennaisesti liiketoiminnan osa-alueet. Aloittavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma sisältää enemmän epävarmoja hahmotelmia tulevaisuudesta, kun taas toimiva yritys voi piirtää sen avulla hyvinkin selkeitä strategisia suuntaviivoja (Kinkki & Isokangas 2003, 235).

Yrityksen toiminnan jatkuessa ja kehittyessä on syytä pitää liiketoimintasuunnitelmakin ajan tasalla. Liiketoimintasuunnitelma on erinomainen apuväline muutosten havainnoinnissa, niihin reagoinnissa ja ydinosaamisen määrittelyssä ja siihen keskittymisessä. Liiketoimintasuunnitelma auttaa tunnistamaan liiketoiminnan heikot kohdat, jolloin muutostarpeisiin on helpompi reagoida (Koski & Virtanen 2005, 20).

Tiivistettynä hyvä liiketoimintasuunnitelma toimii seuraavalla tavalla:

- edellyttää yrityksen perustajilta liikeidean järjestelmällistä pohtimista ja riittävän suuren markkinapotentiaalin varmistamista
- paljastaa puutteet ja auttaa korjaamaan ne
- varmistaa tehokkaan päätöksenteon ja keskittymisen olennaiseen
- toimii eri sidosryhmien yhteisenä viestinnän välineenä
- antaa yleiskuvan yrityksen resursseista ja mahdollisesta lisäresurssien tarpeesta
- testaa liiketoiminnan ennen sen varsinaista toteuttamista (Koski & Virtanen 2005, 23).

## 2.2 Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen

Liiketoimintasuunnitelman rakenne, pituus ja painotukset riippuvat hyvin paljon yrityksen kehitysvaiheesta ja siitä, millä toimialalla yritys toimii. Liiketoimintasuunnitelman rakentamisessa tulisi kuitenkin keskittyä ja analysoida ainakin seuraavia asioita:

1. Lähtökohtatilanne ja liikeidea.

- Aloittavan yrityksen on määriteltävä liikeidea, sen taustat ja resurssit. Toiminnassa oleva yritys pyrkii hakemaan toimintansa vahvuudet ja heikkoudet ja analysoimaan kehittämiskohteensa.
2. Toimintaympäristö
    - Millaisessa ympäristössä yritys toimii, millainen on yrityksen toimiala ja millainen on yleinen taloudellinen tilanne ja sen kehitys.
  3. Markkinat ja kilpailijat
    - Kartoitetaan tuotteen tai palvelun markkinat ja potentiaalinen asiakaskunta. Huolellinen segmentointi on erityisen tärkeää, koska se ohjaa myös tuotteen kehitystä. Kilpailijoiden analysointi on merkittävässä osassa kun lähdetään rakentamaan omaa markkinointisuunnitelmaa.
  4. Yrityksen päämäärä ja strategia
    - Yrityksen on syytä miettiä mihin se tulevaisuudessa tähtää ja kuinka siihen päästään. Strategia voi sisältää sekä suuria suuntaviivoja, että pienempää yksityiskohtaista tietoa.
  5. Markkinointisuunnitelma
    - Määritellään myyntitavoitteet ja markkinointiratkaisut, joiden avulla tavoitteisiin päästään.
  6. Tuote- ja palvelukehitys
    - Tuotteen tai palvelun kehittämisen keskeiset periaatteet on syytä pohtia, jotta pystytään tulevaisuudessa vastaamaan muuttuviin tarpeisiin ja kilpailuun.
  7. Henkilöstösuunnitelma
    - Suunnitellaan tarvittavat henkilöstöresurssit osastokohtaisesti, jolloin mahdollinen rekrytointi on aavistuksen helpompaa.
  8. Taloussuunnitelma

- Analysoidaan liiketoimintasuunnitelman muiden osien vaikutus yrityksen kannattavuuteen, maksuvalmiuteen, vakavaraisuuteen ja investointitarpeisiin. Tässä kohtaa voidaan myös laatia tuloslaskelma- ja tase-ennusteet.

#### 9. Riskit

- Arvioidaan riskit ja suunnitellaan toimintamallit niiden hallintaa (Iso-Kangas & Kinkki 2003, 236 & Koski & Virtanen 2005, 26).

Liiketoimintasuunnitelman luominen on monipuolinen oppimisprosessi, jossa saadaan tietoa yrityksen omista toiminnoista että markkinoilta, kilpailijoilta, yhteistyökumppaneilta ja asiakkailta. Parhaimmillaan liiketoimintasuunnitelman laatiminen on luovaa ongelmanratkaisua, jossa tunnistetaan asiakkaan ongelmat, kehitetään ongelmaan ratkaisut ja tarjotaan ratkaisuja asiakkaalle siten, että lisäarvoa syntyy niin asiakkaalle kuin yrityksellekin (Koski & Virtanen 2005, 102).

### 3 YRITTÄJYYS ELINKEINONA

#### 3.1 Yrittäjyys Suomessa

Vuoden 2003 lopussa Suomessa oli kauppaa ja teollisuusministeriön mukaan 230 400 toimivaa yritystä. Yritysten lukumäärästä huolimatta Suomessa on asukasmäärään suhteutettuna vähemmän yrityksiä kuin EU:ssa keskimäärin (Lyytinen & Piha 2004, 13).

”Vuosien 2001 ja 2010 välillä arviolta 80 000 suurten ikäluokkien yrittäjää lopettaa hommat ja menee eläkkeelle.” Näyttää siis, että nyt jos koskaan markkinoilla olisi tilaa uusille yrittäjille. Suomalaisten nuorten innokkuus alkaa yrittäjäksi on kuitenkin alhainen verrattaessa muihin vastaaviin maihin (Keitele 2008, 11).

Taloussanomien uutisoi verkkosivuillaan loppu kesällä 2010, että Finnvera rahoitti alkuvuonna useampia yrityksiä kuin vuotta aiemmin, ja myös rahoituksen euromäärä kasvoi. Rahoitusta saaneiden aloittavien yritysten määrä kasvoi 9 prosenttia 2 100:aan (Uusia yrityksiä sikiää, 2010) sekä Anne Kovalainen Taloussanomissa, että Veijo Ojala Helsingin-Sanomissa toteavat, että lama on lisännyt yrittäjyyttä kun ihmiset pyrkivät välttämään työttömyyden (Työttömyys kannustanut yhä useamman yrittäjäksi, 2010).

Suomessa puhe yrittäjyydestä on yleensä hyvin mollivoittoista ja helposti syntyy kuva ”Verotaakasta ja vatsahavasta, raadannasta ja ruikutuksesta, kymmenen vuotta sitten pidetyistä lomista. Edessä hämmöttävästä konkurssista”, kuten Jaakko Lyytinen ja Kirsi Piha ilmaisevat teoksessaan *Yritä edes – 32 syytä ryhtyä yrittäjäksi* (Lyytinen & Piha 2004, 9). Lyytinen ja Piha tuovat kuitenkin esille myös sen, että yrittäjät itse kokevat yrittäjyyden mielekkäänä työntekona, vapautena, itsensä toteuttamisena, omien arvojen edistämisenä ja elämänhallintana.

Kauppa- ja teollisuusministeriön *Yrittäjyyskatsauksessa 2004* (Lyytinen & Piha 2004, 14) tuodaan esille Suomen yrittäjyyden kannalta myönteisiä piirteitä:

- liiketoimintaympäristön kilpailukyky
- myönteinen yrittäjyysilmapiiri
- korkea koulutustaso
- edistynyt tasa-arvo
- kehittynyt tutkimus- ja innovaatioympäristö
- toimiva infrastruktuuri
- julkiset yritysten rahoitus- ja neuvontapalvelut.

Parhaimmillaan uudelle yrittäjälle on saatavilla apua aina yrityksen perustamisesta liiketoiminnan kasvattamiseen. Yrittäjällä itsellään on hyvä pohjakoulutus ja yhteiskunnan rakenne ja perustoiminnot, esimerkiksi liikenne ja turvallisuus, ovat kohdallaan.

Yrittäjyyden esteiksi Lyytinen ja Piha näkevät seuraavia seikkoja:

- turvallisuushakuisuus
- perinteiden puuttuminen
- pienet kotimarkkinat
- negatiivinen ilmapiiri (Lyytinen & Piha 2004, 85)

Suurimpana ongelmana pidetään nimenomaan ihmisten turvallisuushakuisuutta ja haluttomuutta riskin ja vieraan pääoman ottamiseen. Kotimaisten markkinoiden pienuus jarruttaa monien yritysten ponnahdusta kunnolla markkinoille. Kaupankäyntiin ja vientiin tulisi panostaa huomattavasti enemmän, sillä esimerkiksi Ruotsissa, puhumattakaan Isosta-Britanniasta tai Yhdysvalloista, asiakaspohja on jo huomattavasti suurempi kuin Suomessa. Moni yrittäjää pitää negatiivista ilmapiiriä jarruttavana tekijän yrittäjyyden esteenä.. Erityisesti yrittäjäjärjestöjen negatiivisuus edesauttaa ikävän julkisuuskuvan syntymistä. ”*Järjestöjen tehtävän olisi korostaa yrittäjyyden positiivisia puolia. Yrittäminen on oma valinta. Jos se on niin kamalaa, miksi ryhtyä yrittäjäksi?*” sanoo Station1-bensa-asemaketjun Mika Anttonen (Lyytinen & Piha 2004, 17).

### 3.2 Kenestä on yrittäjäksi

*”Yrittäjät ovat ihmisiä, jotka toteuttavat asioita, eivät vain puhu ja ideoi. Yrittäjän tulee nähdä ongelmien sijasta mahdollisuuksia.”* (Lyytinen & Piha 2004, 48).

Vaikuttaa siltä, ettei ole olemassa ihanteellista yrittäjän prototyyppiä. Yrittäjänä voi menestyä niin naiset, miehet, nuoret, vanhat, koulutetut, kouluttamattomat jne. Kuitenkin on olemassa kasa ominaisuuksia, joita yrittäjiltä yleensä löytyy. Yrittäjänä on yleensä ihminen, jolle on tärkeää saada oma ajatus toimimaan (Lyytinen & Piha 2004, 90).

Useammissa yrittäjyyttä käsittelevissä teoksissa nousevat esiin seuraavat ominaisuudet, joita yleensä löytyy yrittäjiltä:

- halu ja kyky tehdä päätöksiä
- halu oman elämän hallinnasta ja usko omaan kykyihin
- voimakas sitoutuminen omalle asialle
- korkea paineen- ja epävarmuudensietokyky
- ahkeruus
- itsekuri
- luovuus
- organisointikyky

(Lehtipuro & Kangasaho & Niemelä, 26; Lyytinen & Piha, 90)

Yrittäjyyden avain näyttää piilevän ennen kaikkea asenteessa ja halussa tehdä töitä oman onnen eteen. Yrittäjyyttä voi myös oppia esimerkiksi:

- organisaatiossa
- koulussa
- oppiminen vertaisilta
- kurssit ja yrityshautomot

(Keitele, 95; Lyytinen & Piha 2004, 111)

Korkeasti koulutettujen osuus yrittäjistä on Suomessa euromaiden alhaisimpia. Korkeasti koulutetuilla on yleensä enemmän valinnan varaa työmarkkinoilla, jolloin moni mieluummin valitsee turvallisen palkkatyön kuin ottaa riskin lähteäkseen yrittäjäksi. Vertaistuki sen sijaan on hyvä apu aloittelevalle yrittäjälle, on helpompi lähteä liikkeelle oman idean kanssa, kun on joku, joka näyttää suuntaa ja on tukena haastavissa tilanteissa. (Lyytinen & Piha 2004, 116)

TE-keskuksen yrityshautomot on koettu hyväksi ponnahdusalueeksi uusille yrittäjille. Siinä missä palvelualalla uusista yrityksistä puolet kuolee viiden vuoden sisällä, niin yrityshautomoiissa perustetuista yrityksistä 80 % on hengissä vielä viiden vuoden päästä (Keitele, 94).

## 4 ROCK OY:N LIKETOIMINTASUUNNITELMA

### 4.1 Liikeidea

Tampereen yöelämä tarjoaa tällä hetkellä kattavan valikoiman ravintoloita, mutta live-musiikkitarjonta on keskittynyt vain harvoihin ja valittuihin paikkoihin. Näissäkin paikoissa yleensä pääsevät esiintymään vain jo nimeä saaneet yhtyeet, eivätkä esimerkiksi nimeä hakevat yhtyeet saa mahdollisuutta tuoda itseään esille.

Liikeideana on perustaa ravintola, joka päivisin toimii ruokaravintolana ja öisin muuttuu yökerhoksi, joka tarjoaa live-musiikkia mahdollisimman usein. Tavoitteena on tarjota live-musiikkia jokaisena aukiolopäivänä. Tämä kuitenkin vie aikaa, sillä niin bändien kuin ravintolankin pitää saada nimeä, jotta ihmiset tulevat esityksiä katsomaan.

Palvelusta ainutlaatuisen tekee ruokailun yhdistämisen yöelämään, eli ruokaa tarjotaan myös öisin. Teemme oman yö-menun, josta asiakkaat voivat tilata pöytään tai mukaan ruokaa vielä yön pikkutunneillakin, eikä nälän tullessa tarvitse lähteä metsästäämään lähintä pizzeriaa.

Ravintolan sisustus ja tyyli tullaan toteuttamaan rock-hengessä aina 50-luvulta nykypäivään. Lähitulevaisuuden tavoitteena on, että yritystoiminta saadaan käynnistettyä yrittäjien omin voimin. Tarkoituksena on palkata muutamia ammattilaisia sekä baari-, että ravintolapuolelle. Ensimmäisen vuoden tavoitteena on tehdä nollatulos, jolla saadaan katettua yritystoiminnasta aiheutuvat kulut. Seuraavina vuosina pyritään kasvattamaan myös yhtiön tulosta.

Tulevaisuuden visiona on elävä, live-musiikistaan tunnettu, rock-henkinen baari ja ravintola, jolla on vakiintunut asiakaskunta. Tulevaisuudessa esiintyjinä on sekä pieniä, että suuria koti- ja ulkomaisia artisteja. Yritys työllistää X määrän henkilökuntaa ja elättää toisen/molemmat yrittäjät.



## 4.2 Perustamistoimet

Yrityksen perustamistoimet aloitetaan rekisteröimällä yritys kaupparekisteriin ja verohallinnolle sekä hankkimalla tarvittavat luvat yrityksen toimintaa varten.

Yritys rekisteröidään kaupparekisteriin ja verohallinnolle perustamisilmoituksella. Tämän ilmoituksen perusteella yritys saa Y-tunnuksen, joka toimii käytännössä samanlaisena tunnuksena kuin yksityishenkilön henkilötunnus. Koska yrityksestä ollaan tekemässä osakeyhtiötä, tapahtuu perustamisilmoitus Y1-lomakkeella, jonka liitteeksi laitetaan patentti- ja rekisterihallituksen liitelomake. Rock Oy käyttää perustamispaketin lomakkeessa mallia B, koska se sisältää lunastuslausekkeen. Tämä tarkoittaa siis sitä, että osakkeenomistajalla tai yhtiöllä on oikeus ensisijaisesti ostaa itselleen sellainen osake, joka on siirtymässä uudelle omistajalle. (Keskuskauppakamari, 2008, 18 – 19.)

Tämän jälkeen on vuorossa perustamissopimus. Rock Oy:llä on kaksi osakasta, jotka tulee merkitä perustamissopimukseen. Kaikkien osakkaiden tulee allekirjoittaa perustamissopimus.

Kun yritys on rekisteröity, se on virallisesti olemassa ja pystyy tekemään sopimuksia omalla y-tunnuksellaan. Tämän jälkeen on aika hakea lupia, jotta yhtiö voi alkaa toimimaan ravintola-alalla

## 4.3 Yritysmuoto

Kuten yrityksen nimikin jo kertoo, valitaan perustettavan yrityksen yritysmuodoksi osakeyhtiö. Merkittävin syy osakeyhtiön valintaan on, että tässä yritysmuodossa on selkeä ero yrittäjän ja yhtiön taloudella. Mikäli yritys ajautuu konkurssiin, menettää yrittäjä ainoastaan yhtiöön sijoittamansa pääoman, tämä taas parantaa yrittäjän riskinottoa (Puustinen 2004, 102).

Yksityisen osakeyhtiön osakepääoman on oltava vähintään 2500 euroa. Osakeyhtiön perustamisesta on tehtävä perustamiskirja, josta on löydettävä seuraavat asiat:

- Perustajan/perustajien nimi ja osoite
- Jokaisesta osakkeesta yhtiölle maksettava määrä
- aika, jonka kuluessa osakkeet on merkittävä
- milloin ja miten perustamiskokous kutsutaan koolle
- yhtiön perustamisesta yhtiön maksettavaksi tulevat kulut
- ehdotus yhtiöjärjestykseksi (Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 52).

Yhtiöjärjestyksestä on selvittävä seuraavat asiat:

- yhtiön nimi
- yhtiön kotipaikkana oleva Suomen kunta
- yhtiön toimiala
- osake pääoma
- osakkeen nimellisarvo (osakkeiden lukumäärä)
- hallituksen jäsenten ja tilintarkastajien lukumäärä ja toimikausi
- miten kutsu yhtiökokoukseen toimitetaan
- varsinaisessa yhtiökokouksessa käsiteltävät asiat
- yhtiön tilikausi.

Osakeyhtiön perustamisesta päätetään perustamiskokouksessa, jossa on laadittava selvitys yhtiön osakkeista sekä osakkaista ja heidän omistajuussuhteistaan. Yhtiölle on myös nimettävä vähintään yksi tilin tarkastaja. Yritys on lopullisesti perustettu kun se merkitään kaupparekisteriin. (Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 53)

Osakeyhtiössä päätösvaltaa käyttävät yhtiökokoukseen tulevat osakkeenomistajat ja ylin päätösvalta on yhtiökokouksella. Yhtiökokous pidetään kuuden kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. Osakeyhtiöllä täytyy olla hallitus, jonka yhtiökokous valitsee. Hallitus huolehtii yrityksen hallinnosta ja strategisista päätöksistä sekä valitsee toimitusjohtajan huolehtimaan yrityksen jokapäiväisistä juoksevista asioista. (Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 56)

Osakeyhtiön toimintamalli on huomattavasti raskaampi kuin esimerkiksi avoimessa yhtiössä, mutta tulevaisuuden kannalta ja kasvumahdollisuuksia ajatellen paras ratkaisu uudellekin yritykselle.

#### 4.4 Ravintola-ala toimintaympäristönä

Viime vuosien taantuma on ollut erityisen raskas ravintola- ja matkailualalle. Matkailu ja ravintolapalvelut eli Mara, joka on matkailu- ja ravintola-alan etujärjestö, raportoi vuoden 2010 alussa, että *”Säästämisasteen nousu, työttömyyden kasvu, alkoholinveron korotukset ja lokakuusta heinäkuuhun jatkuva kauppaja ravintolaruoan arvonlisäverokantojen epätasa-arvoisuus uhkaavat tiputtaa alan pois yleisen talouskehityksen kelkasta”* (Matkailu- ja ravintola-ala uhkaa jäädä talouskehityksen kelkasta, 2010).

Matkailu- ja ravintola-alan kannattavuuden lasku jyrkkeni selvästi vuonna 2009 ja palveluiden kysyntä tippui 7,5 prosenttia. Sektoria kurittivat vuonna 2009 etenkin ulkomaalaisten matkailijoiden väheneminen, veromuutokset, säästämisasteen nousu ja työttömyys. Konkurssiin haettujen yritysten määrä säilyi kuitenkin entisellä tasolla (Matkailu- ja ravintola-ala uhkaa jäädä talouskehityksen kelkasta, 2010).

Ruoan ja alkoholin myynti ravintoloissa notkahti vuonna 2009 noin seitsemän prosenttia. Talouslama rokotti pahiten henkilöstöravintoloita, joiden myynti tippui peräti 11,5 prosenttia. Myös pitopalveluyritysten myynti supistui 9,3 prosenttia edellisvuodesta. Ainoastaan pikaruoka maittoi entiseen malliin, sillä pikaruokaravintoloiden myynnin arvo kasvoi 3,5 prosentilla. Ravintoloiden käyttöaste jäi kuitenkin edellisvuotta heikommaksi toimipaikkojen määrän kasvettua reilusti. Myös opiskelijaravintoloiden myynti kasvoi 3,5 prosenttia.

Myyntihinnat nousivat vajaat 4,5 prosenttia pääosin ruuan tukkuhintojen kallistumisen ja alkoholiveron korotusten vuoksi. Työn tuottavuus puolestaan laski vuonna 2009 noin kolme prosenttia yksikkötyökustannusten kohotessa tuntuvasti työn hintaa nopeammin. Työn tuottavuus kääntyneen kuitenkin nousuun jo tänä vuonna. (Matkailu- ja ravintola-ala uhkaa jäädä talouskehityksen kelkasta, 2010)

Panimoyhtiö Sinebrychoff arvioi Taloussanomien artikkelissa, että ohran hinnannousu tulee nostamaan myös oluen hintaa vuonna 2011. Kilpailu asiakkaista on kuitenkin niin kova, ettei hinnan nousu välttämättä näy merkittävästi kuluttajahinnoissa. (Olut kallistuneet ensi vuonna, 2010)

Pientä helpotusta alalle toi 1.7.2010 voimaan astunut arvonlisäveron alennus, joka laski ravintolassa nautitun ruoan ja alkoholittomien juomien arvonlisäveron 22:sta 13 prosenttiin. (Ravintolat lupaavat laskea hintojaan, 2010) Suuri osa ravintoloista pitää veroalennuksen kuitenkin itsellään, mikä on taantumana aikana varsin ymmärrettävää.

Ravintola-alan haasteita ovat muun muassa:

- sesonkivuonaisuus, kesä, talvi, pyhät, juhlat
- ilta- ja yötyö
- ruuan hinnan vaihtelut
- alkoholilaki, alkoholin kallistuminen
- kova kilpailu
- sopivien toimitilojen löytyminen

Ravintola-alaa hallitsee voimakas sesonkivuonaisuus. Kaikki juhlapyhät ovat luonnollisesti ravintoloille tuottoisampia päiviä, koska ihmiset ovat silloin liikkeellä vapaapäivien johdosta. Talvi- ja kesäsesonki eroavat luonnollisesti toisistaan ja vappu, juhannus, halloween ja joulukuukuu on myös syytä ottaa huomioon ravintolan tarjontaa ja tapahtumia suunniteltaessa.

Ilta- ja yötyö tuo omat haasteensa työnantajalle työvuorojen suunnitteluun ja oikean työvoiman palkkaamiseen. Palvelualojen ammattiliitto PAM:in tekemän tutkimuksen mukaan liikkeiden ympärivuorokautinen aukiolo ja yövuorot ovat lisänneet työntekijöiden turvattomuutta. (Yötyö lisää turvattomuutta, 2010) Työnantajalla on velvollisuus huolehtia työntekijöidensä turvallisuudesta työvuoron aikana

#### 4.5 Kilpailijat ja kilpailukeinot

Tässä osiossa tarkastellaan yrityksen kilpailijoita ja kilpailukeinoja sillä oletuksella, että yrityksen kotipaikka on tekijöiden nykyinen asuinkaupunki Tampere. Kilpailijoina tarkastellaan tavanomaisia ravintola-alan yrityksiä, lähinnä baareja ja yökerhoja, mutta ennen kaikkea ravintola-alan yrityksiä, jotka tarjoavat myös live-musiikkia.

Tampereen yritykset, jotka ilmoittavat tarjoavansa live-musiikkia:

- Klubi & Pakkahuone
- Jack The Rooster
- Vastavirta
- Varjobaari
- Amadeus
- Dogs home
- Paappas

Klubi ja Pakkahuone ovat keskittyneet jo tunnettujen ison luokan artistien esille tuomiseen, joten nämä yritykset eivät ole Rock Oy:n pääkilpailijoita. Muut yllä mainitut yritykset tarjoavat säännöllisesti live-musiikkia myös pieniltä ja tuntemattomilta artisteilta.

Yrityksen kilpailuvaltteina ovat hyvä sijainti Kaupungin keskustassa, live-musiikin tarjonta ja öinen ruokailumahdollisuus. Yrityksen keskeinen sijainti takaa helpon saavutettavuuden ja hyvän näkyvyyden verrattain mikäli yrityksen tilat olisivat kaupungin laitamilla. Rock Oy tarjoaa asiakkailleen live-musiikkia vaihtoehtona tavallisen tanssiklubin jytkeelle. Yritys antaa mahdollisuuden myös pienille bändeille esiintyä ja tehdä itseään tutuksi. Öinen ruokailumahdollisuus houkuttaa nälkäisimpiä yövieraita. Hinnalla ei haluta lähteä kilpailemaan, vaan hinnat pyritään pitämään keskitasolla verrattaessa kilpailijoihin. Halvat hinnat vievät yrityksen helposti ojasta allikkoon vararikon muodossa ja korkea hintataso taas karkottaa yrityksen kohdeasiakkaat.

#### 4.6 Asiakkaat

*”Tuote tai palvelu ei ole koskaan itse hyöty, vaan keino tarjota hyötyä asiakkaalle.”(McKinsey & Company 2000, 34)*

Tuotteella tai palvelulla pyritään aina täyttämään asiakkaiden tarpeet mahdollisimman hyvin, mutta samaan aikaan myös kustannustehokkaasti. Mahdolliset asiakkaat on jaettava ryhmiin, tarkoituksenmukaisten kriteerin mukaan. Tämä on *segmentointia*. Segmentointi on onnistunutta, jos sen avulla saadaan luotua yhdenmukaisia ryhmiä, joita on mahdollista palvella tehokkaasti. Asiakkaat voidaan jaotella eri ryhmiin esimerkiksi iän, sukupuolen, tulotason, sijainnin, elämäntyylin, käyttäytymisen ja ostokäyttäytymisen mukaan. Segmentoinnin kriteerejä tulee pystyä hyödyntämään myös tuotesuunnittelussa, hinnoittelussa, mainonnassa ja jakelussa. Segmentoinnin tarkoituksena on auttaa määrittämään tuotteen ulottuvilla olevat markkinat ja auttaa laatimaan kullekin asiakasryhmälle räätälöidyn ja tehokkaan markkinointistrategian. (McKinsey & Company 2000, 72-73)

Rock Oy:n potentiaalisia asiakkaita ovat:

- kaikki täysi-ikäiset
- live-musiikin ystävät
- rock- ja metallimusiikin ystävät

Suomen kaupungit eivät ole loppujen lopuksi järin suuria, joten Rock Oy:n ei kannata näin kilpaillulla alalla lähteä karsimaan asiakkaitaan iän mukaan. Tämän vuoksi kaikki yli 18-vuotiaat ovat tervetulleita viettämään iltaa. Asiakkaiksi odotetaan live-musiikin ystäviä ja ennen kaikkea rock- ja metallimusiikin ystäviä. Esiintyvät artistit valitaan omistajien omien musiikkimieltymysten mukaan, joten tämän vuoksi musiikki tulee painottumaan rockiin ja metalliin eri muodoissaan. Yrittäjän on syytä kuunnella myös asiakkaiden toivomuksia, joten mikäli kysyntää löytyy niin, linjasta poikkeavienkin artistien on mahdollista päästä esiintymään.

#### 4.7 Markkinointi ja viestintä

Suomen Yrittäjät, mainostoimisto Grey ja Jyväskylän yliopisto tekivät vuonna 2004 suomalaisille pienyrittäjille tutkimuksen, jonka mukaan markkinointi on suuri ongelma

yrittäjille. Vastaaajista 62 % nimesi ajanpuutteen suurimmaksi ongelmaksi. ”*Pieni palveluyritys pärjää kohdistamalla vähäiset markkinointipanoksensa niihin tiedotusvälineisiin, joita yrityksen mahdolliset asiakkaat seuraavat.*”(Puustinen 2004, 177)

Rock Oy:n kannalta merkittävimpiä markkinointikanavia ovat

- Suustasuuhun-tieto
- Facebook, Twitter
- Nettisivut
- Tilojen julkisivu
- Lehtimainonta, Soundi, Rumba, Aamulehti, Tamperelainen,
- festarimainokset, opiskelijajulkaisut.

Asiakkaiden hyvät kokemukset ovat yrityksen kannalta parasta markkinointia, sillä suustasuuhun-tieto leviää nopeasti samanhenkisten ihmisten keskuudessa. Jokaisella itseään kunnioittavalla yrityksellä tulee olla kattavat internetsivut, josta asiakkaan on helppo löytää kaikki tarvittavat yhteys- ja tapahtumatiedot. Internetsivujen ohella sosiaalinen media, kuten Facebook ja Twitter, on helppo, nopea ja halpa tapa levittää tietoa omasta yrityksestä ja sen tapahtumista. Perinteinen lehtimainonta voi toimia markkinoinnin lisänä esimerkiksi avajaisten tai erikoistapahtumien yhteydessä, varsinaisten markkinointitoimenpiteiden keskittyessä internetiin. Yrityksen liiketilojen julkisivun tulee olla tarkoituksenmukaisesti huomiota herättävät, jotta satunnainen kulkijakin kiinnostuu astumaan peremmälle.

#### 4.8 Sosiaalinen media

Sosiaalisen median vaikutusta nykymarkkinoinnissa ei voi vähätellä. Sellaiset sivustot kuin esimerkiksi Facebook, YouTube ja Twitter ovat viime vuosina kasvattaneet suosiotaan huimasti. Sivustoilla on miljoonia käyttäjiä ympäri maailman ja lähes jokainen on ainakin kuullut sivustojen olemassa olosta.

Facebook on yrityksen kannalta edullinen markkinointikanava, sillä oman profiilisivuston ylläpitäminen ei maksa mitään, mutta sivuston kautta on mahdollista

tavoittaa tuhansia ihmisiä. Facebookilla on muitakin yrityksen kannalta hyviä ominaisuuksia:

- tieto kulkee ”kavereiden kautta”
- tapahtumista tiedottaminen helppoa
- sivuston päivittäminen yksinkertaista ja helppoa
- sivuston kautta asiakkaat voivat jättää palautetta ja ehdotuksia
- sivustolle on helppo lisätä kuvia ja videoita tapahtumista ym.

Facebook ei välttämättä täysin pysty korvaamaan varsinaisia kotisivuja, mutta sen olemassa olo on ehdottomasti plussaa yrittäjälle. Tietoa on oltava riittävästi ja sen saavuttamisen tulee olla loogista ja helppoa. Tiedon tuoreus ja oikeellisuus ovat myös ensiarvoisen tärkeitä viestinnän kannalta. Hyviltä Facebook- ja nettisivuilta tulisi löytyä ainakin seuraavat tiedot yrityksestä:

- mikä yritys, missä ja miksi?
- aukioloajat
- tapahtumat
- yrittäjän tiedot
- yhteystiedot
- laitteiston tiedot keikkoja varten

Facebook-tilin luominen yritykselle on tehty helpoksi. Yrityssivuston tekijän ei tarvitse itse olla rekisteröityneenä Facebookissa pystyäkseen ylläpitämään sivustoa. Tällaisella yrityssivulla on periaatteessa samat ominaisuudet kuin tavallisenkin käyttäjän sivustolla. Sivustolle voi lisätä kommentteja, kuvia, videoita jne. Ihmiset voivat liittyä sivuston seuraajiksi, jolloin heille tulee automaattisesti päivityksiä sivuston kautta, tämän vuoksi esimerkiksi tapahtumista ilmoittaminen on helppoa Facebook-sivun kautta.

#### 4.9 Kustannuslaskelmat



Yrityksen kustannukset koostuvat kiinteistä ja muuttuvista kuluista. Kiinteitä kuluja ovat esimerkiksi tilanvuokra ja palkat, kun taas muuttuvia kuluja ovat esimerkiksi vesi ja sähkö. Rock Oy:n kustannuksia on arvioitu seuraavasti:

Tarvittavan liiketilan kokonaispinta-ala tulee olla vähintään 900 neliometriä. Liiketila sisältää varastot, esiintymislavan, asiakastilan, keittiön ja sosiaalitilat henkilökunnalle. Tampereen pääkadulla eli Hämeenkadulla vuokrat ovat keskimäärin 11e/m<sup>2</sup> (arvio perustuu omaan kokemukseen), joten tilan vuokra on noin 9900e/kk (sis. alv 23%).

Palkat muodostavat merkittävän kulun yritykselle. Mitä enemmän yrittäjät pystyvät itse osallistumaan yrityksen välttämättömiin töihin, sitä vähemmän tarvitaan luonnollisesti ulkopulista apua. Työntekijöiden ja heidän palkkaus on arvioitu seuraavasti:

Palkat:      1 ravintolapäällikkö = 2141e/kk (kk-palkka)  
                  1 keittiömestari = 2004e/kk (kk-palkka)  
                  3 kokkia = täysillä tunneilla, 37,5 h/viikko (1642e/kk/hlö tai 10,33e/h) =  
                  4926e/kk  
                  4 tarjoilijaa = täysillä tunneilla 37,5 h/viikko (1642e/kk/hlö tai 10,33e/h) =  
                  6568e/kk)  
                  Yrittäjät hoitavat itse toimitusjohtajan ja markkinointijohtajan tehtävät,  
                  sekä tekevät mahdollisuuksien mukaan hommia ravintolassa. palkat =  
                  2500e/kk/hlö

Kaikki yllämainitut palkat perustuvat Palvelualojen ammattiliiton suosituksiin (Palvelualojen ammattiliitto, 2010).

Oletetaan, että kaikki saavat täydet tunnit eli 37,5 h/viikko. Joten palkkoihin menee  $20\ 639e \times 1,38 = 28\ 482e/kk$ . Kerroin 1,38 on henkilösivukuluja, jotka ovat palkoista ja palkkioista maksettavat sosiaalivakuutusmaksut, eläkevakuutusmaksut, omavastuuosuus työkyvyttömyyseläkkeestä ja muut sosiaalivakuutusmaksut. Kerroin tarkoittaa sitä, että palkan lisäksi henkilöstä maksetaan sivukuluja keskimäärin 38% palkan päälle. Tämä luku on arvio.

Muihin Kiinteisiin kustannuksiin varataan puhtaalta arviolta 16 000e /kk, sisältäen

siivouspalvelun, järjestyksenvalvontapalvelun, tilitoimistopalvelun, vakuutusmaksut, tietoliikenne- ja ohjelmistokulut, yms.

Muuttuvat kustannukset ovat arviolta 10 000e kuukaudessa, sisältäen vesi, sähkö, puhelimet, toimistokulut, pienhankinnat ja muut kulut.

Ravintolan perustamisen kuluiksi on arvioitu seuraavaa:

Keittiön koneet ja pinnat 15 000e

Remontti ja sisustus 35 000e (sisältää baaritiskit ja niiden tarvikkeet)

Äänentoisto 10 000e

Takuuvuokra 2kk 19800e

Molemmat osakkaat sijoittavat yritykseen 10 000e omaa pääomaa. Vierasta pääomaa tarvitaan perustamiskustannuksiin ja kahden ensimmäisen kuukauden kuluihin vähintään 221 000e (220 564 tarkka). Tämän jälkeen tilannetta tarkistetaan uudelleen. Tämä tarkoittaa sitä, että tuottoa pitää tulla keskimäärin vähintään 71 000e kuukaudessa, jotta ravintola tekee nollatulosta, jos perustamiskustannuksia ei oteta huomioon. Jos ravintola on avoinna joka päivä, päivää kohti tuottoa pitää tulla noin 2370 euroa. Tuotto tarkoittaa myyntiä, josta on laskettu ostokustannukset pois.

Rock Oy on täysin mahdollista saada kannattavaksi, mutta toiminnan pitää omistajien pienen varallisuuden vuoksi käynnistyä nopeasti ja markkinoinnin tulee onnistua hyvin. Yritys sisältää suuren taloudellisen riskin.

#### 4.10 Henkilöstöpolitiikka

Pienyrittäjän toimenkuva, varsinkin yrittäjyyden alkutaipaleella, voi olla hyvin monimuotoinen, kun kaikki resurssit pyritään ohjaamaan yritystoiminnan kunnolliseen käynnistämiseen. Henkilöstöstä koituvat kulut ovat sen verran merkittäviä, että mikäli yrittäjän oma ammattitaito riittää, niin lisähenkilöstön palkkaamista pyritään välttämään ainakin alkuvaiheessa. Toisaalta hyvät työntekijät ovat avainasemassa yrityksen menestyksen kannalta, joten henkilöstöratkaisuihin ja oikeiden henkilöiden löytämiseen kannattaa käyttää vaivaa.

Rock Oy tarvitsee ainakin seuraavia tekijöitä:

- ravintolapäällikkö
- baarimikko
- kokki
- lasinkerääjä eli ”blokkari”
- järjestyksenvalvoja.

#### 4.11 Työhyvinvointi

Jokaisen työnantajan tulisi miettiä, minkälainen johtaja ja esimies haluaa olla omille työntekijöilleen. Lähes jokaisella meistä on kokemuksia sekä hyvistä että, huonoista esimiehistä ja työnantajista. Omia kokemuksia hyväksi käyttäen yrittäjä voi lähteä rakentamaan omaa käsitystä hyvästä henkilöstöjohtamisesta. Tämän päivän sana on työhyvinvointi, eikä syyttä. Kun yrityksen työntekijät ovat motivoituneita ja innostuneita omasta työstään sekä kokevat tulevansa arvostetuksi omassa työssään, vaikuttaa se suoraan yrityksen ilmapiiriin ja tuottavuuteen.

*” Yrityksissä on jo oivallettu, että ihmisten hyvä fyysinen ja henkinen kunto säästää kustannuksia: sairauspoissaolot vähentyvät ja eläkekustannukset pienentyvät. Yhden sairauspäivän keskimääräiseksi hinnaksi lasketaan 300 euroa. Työhyvinvoinnin edistäminen siis säästää kustannuksia. Monelle on sen sijaan uusi asia, että laaja-alainen työhyvinvoinnin edistäminen lisää myös tuottavuutta.”* (Petäjäniemi, 2007)

Panostaminen työntekijöiden hyvin vointiin on loppujen lopuksi merkittävä sijoitus yrityksen kannalta. Monet yritykset pyrkivät edistämään työntekijöidensä hyvinvointia tarjoamalla erilaisia liikuntamahdollisuuksia esimerkiksi liikuntaseteleiden kautta tai järjestämällä erilaisia tapahtuma- tai virkistyspäiviä. Tärkeintä kuitenkin on, että jokapäiväinen työ ja työilmapiiri olisi sellainen, että töihin on mukava tulla ja haastavistakin tehtävistä pystytään suoriutumaan kunnialla.

*”Suuri merkitys on työyhteisön toimivuudella, lähiesimiehen taidoilla ja vuorovaikutuskyvyllä. Työpaikan ilmapiiriin vaikuttavat myös työntekijöiden väliset suhteet ja jokainen työntekijä itse.”* (Petäjäniemi, 2007)

Yrittäjän tulisi pystyä tutkailemaan omia esimiestaitoja kriittisesti ja pyrkiä kehittämään omia johtamistaitojaan. Kokemus on näyttänyt, että hyvä esimies pystyy kannustamaan työntekijöitä parempiin suorituksiin ja olemaan tukena ja avunantaja haastavissa tapauksissa. Kun työntekijän ja esimiehen välillä vallitsee luottamus, on työnteko paljon rennompaa, luovempaa ja tuottavampaa. Mikäli luottamussuhdetta ei ole tai työntekijä jopa pelkää esimiestään, muuttuu työnteko vastenmieliseksi ja työ laatu kärsii välittömästi.

*”Ilmapiirimittauksissa tiedonkulku ja osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet näyttävät usein punaista. Ne ovat kuitenkin tärkeimpiä työtyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä.”(Petäjaniemi 2007)*

Työntekijöiden kuunteleminen auttaa hyvän ilmapiirin luomisessa ja ruokkii luovuutta. Kun työntekijä kokee pystyvänsä vaikuttamaan oman työnsä mielekkyyteen, helppouteen ja tehokkuuteen, kannustaa se jatkuvaan kehityksen tavoitteluun. Erityisesti isoissa yrityksissä työntekijät helposti kokevat, ettei heillä ole lainkaan vaikuttamismahdollisuuksia. Pienemmässä yrityksessä omat ajatukset on helpompi tuoda julki ja saada ne toteutettua.

Vaivaton tiedonkulku on merkittävässä osassa työhyvinvoinnin kannalta, sillä kukapa meistä ei olisi joskus tuskailnut hidasta tai täysin olematonta tiedon kulkua. Yrityksen on hyvä määritellä, mitä viestintäkeinoja se käyttää ja olemaan avoin uusille ehdotuksille. Yrityksestä riippuen vaivattomin tietolähde voi olla esimerkiksi ilmoitustaulu, sähköposti, intranetti, Facebook tai joku muu kanava, pääasia on, että tieto tavoittaa työntekijät.

*”Kannustava työilmapiiri, mahdollisuus kysyä, kommentoida ja saada tietoa työhön ja työyhteisöön liittyvistä asioista lisäävät henkilöstön työmotivaatiota. Vahva motivaatio puolestaan merkitsee sitä, että työntekijät haluavat käyttää koko osaamistaan ja ovat valmiita ottamaan vastuuta. He kestävät paremmin lyhytaikaista kuormitusta ja haluavat kehittää työtään ja työolojaan.” (Petäjaniemi, 2007)*

Hyvä henkilökunta on yrittäjälle kultaakin kalliimpaa, joten työhyvinvointiin kannattaa satsata. Motivoituneen henkilökunnan avulla yritystä pystytään kehittämään jatkuvasti ja näin ollen yritys pysyy mukana kovassa kilpailussa.

#### 4.12 Riskit

*”Olellainen osa yritystoimintaa on riski. Toimintaa harjoitetaan voiton tavoittelemiseksi ja voiton kääntöpuolena on riski eli epäonnistumisen mahdollisuus.”*  
(Isokangas & Kinkki 2003, 122)

Investointeja tehdessään yritys ei voi olla varma, että se saa sijoitetut rahat takaisin. Aika ja asiakkaat aiheuttavat epävarmuutta. Asiakkaat tekevät päätöksiään täysin vapaasti, jolloin he voivat ostaa tai olla ostamatta tai ostaa kilpailijalta. Investoinnit kohdistuvat aina tulevaisuuteen ja loppujen lopuksi tulevaisuus on aina epävarmaa, mitä kauemmas tulevaisuuteen yrityksen sijoitukset kohdistuvat sitä suuremmaksi riski kasvaa. (Isokangas & Kinkki 2003, 122)

Yrittäjän on tunnettava liiketoimintaan liittyvät riskit, jotta niitä pystytään hallitsemaan ja torjumaan. Riskit voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin riskeihin. Ulkoisiin riskeihin yritys ei pysty vaikuttamaan, kun taas sisäisiin riskeihin pystytään vaikuttamaan sisäisellä päätöksenteolla. (Koski & Virtanen 2005, 98)

Yritystoimintaa liittyy seuraavia riskejä:

- vahinkoriski
- liikeriski
- rahoitusriski
- henkilöriski
- omaisuusriski
- keskeytysriski
- vastuuriski
- ympäristöriski
- kuljetusriski
- tietoriski
- yhteiskunnallinen riski (Isokangas & Kinkki 2003, 124-126).

Vahinkoriskeihin liittyy aina tappion vaara, eikä voiton mahdollisuutta ole. Vahinkoriskien haitallisuutta voidaan pyrkiä minimoimaan vakuutusten avulla.

Liikeriskit taas liittyvät yrityksen normaaliin toimintaan ja niihin liittyy yleensä tappion ohella myös tuotto-odotusten pieneneminen tai toteutumatta jääminen. Toisin sanoen liikeriski toteutuu, kun yritys ei saa tarpeeksi asiakkaita ja toiminta muuttuu tappiolliseksi (Isokangas & Kinkki 2003, 124).

Rock Oy:n kohdalla erityistä huomiota on kiinnitetty seuraaviin riskeihin:

- markkinaraon löytyminen
- yrittäjien kokemuksen puute ravintola-alalta
- taloustilanne, paraneeko vai huononeeko
- bändien peruuntuminen
- lupa-asiat
- sopivien liiketilojen löytyminen

Liiketoiminnan riskejä kartoittaessa on tärkeää koko ajan miettiä myös, miten riskien toteutumista voidaan torjua ja välttää. Jokaisella yrittäjällä ja yrityksellä on myös omat heikkoutensa, joita on myös syytä tarkastella kriittisesti. Kun yrityksen riskianalyysi on saatu päätökseen, on yrittäjällä parempi kokonaiskuva yrityksen menestymismahdollisuuksista.

Eri ihmiset kokevat eri asioita uhkaavina ja asia, joka on toiselle ylitsepääsemätön, voi toiselle olla innostava haaste. Toiset yrittäjät ovat valmiita ottamaan suurempia riskejä yritystoiminnassaan kuin toiset.

Ravintola-ala on erittäin kiivaasti kilpailtu ala, joten luonnollisesti oman markkinaraon löytäminen Rock Oy:lle huolestuttaa. Huolellisen liiketoimintasuunnitelman avulla pystytään tarkastelemaan markkinoita ja yrityksen elinkelpoisuutta, mutta vasta käytäntö antaa todellisen kuvan selviytymismahdollisuuksista. Tällä hetkelle Tampereella on paljon rock-henkisiä ravintoloita ja baareja, jotka tarjoavat livemusiikkia. Kuitenkaan mikään ei estä yritystoiminnan aloituksen siirtämistä otollisemmalle ajalle tai toiselle paikkakunnalle. Mikäli jokin vanha yritys lopettaa toimintansa, saattaa samalla avautua hyvä mahdollisuus uudelle yritykselle täyttää tämä kolo. Hyvällä markkinoinnilla, suhteilla ja asiakaskunnan tuntemuksella on myös mahdollista raivata yritykselleen tilaa ja varmistaa oma paikka yritysmaailmassa.

Alan tuntemus on tärkeää yrittäjyydessä ja tosiasia on, ettei Rock Oy:n yrittäjillä ole kokemusta ravintola-alalta. Kuitenkin työ opettaa ja luova hulluus on hyvä lähtökohta uuteen asiaan tutustuttaessa. Yrityksen taustalle on myös mahdollista hankkia henkilöitä, jotka ovat toimineet ravintola-alalla ja joilla on mahdollisesti myös kokemusta yrittäjyydestä.

Yksi suurimpia haasteita aloitukselle on oikeanlaisten liiketilojen löytyminen. Tilat tulisi sijaita aivan kaupungin ydinkeskustassa kovan kilpailutilanteen vuoksi, ja tilojen tulisi olla hyväksytyt ravintola-käyttöön. Lisäksi tilojen tulisi olla tarpeeksi suuret vetämään sisään vähintään 400 asiakasta + henkilökunnan. Tämän lisäksi tiloissa tulee olla hyvät varastotilat ja riittävästi hätäuloskäyntejä (Ravintolaa ja muita ravitsemisliikkeitä koskevia ohjeita, 2010).

Tällaisia liiketiloja ei vapaudu joka päivä ja tilojen muotoilullakin on merkitystä, jotta sinne saa rakennettua lavan ja lavan edustalla on riittävästi tilaa katsoa live-esityksiä. Äänieristys on myös suuri huomioon otettava asia, mikäli toimitilat sijaitsevat asuinrakennuksessa tai mikäli tilojen välittömässä läheisyydessä on tekijöitä, jotka voivat häiriintyä metelistä. Remonttikustannukset nousevat nopeasti taivaisiin, jos tiloja pitää alkaa eristämään alusta asti.

#### 4.13 Tulevaisuus

Yrityksen tulevaisuudessa toiminta tulee pysymään hyvin pitkälti samana. Pohjimmainen idea – eli tarjota livemusiikkia Tampereen väelle – tulee varmasti säilymään, mutta ajan saatossa, mikäli toiminta pysyy kannattavana, on mahdollista, että toimitiloja laajennetaan ja näin ollen pystytään tarjoamaan aina isompia ja isompia tapahtumia.

## 5 LOPPUPÄÄTELMÄ

Liiketoimintasuunnitelman luominen on ollut mainio tilaisuus tutustua käytännössä yrittäjyyteen ja kaikkeen siihen, mitä yrityksen perustaminen vaatii. Yrittäjyys on ennen kaikkea asenteesta kiinni. Yritys kuin yritys tarvitsee asiantuntemusta, ammattitaitoa, pääomaa, myyvän tuotteen tai palvelun ja myös ripauksen onnea onnistuakseen. Kuitenkin liikkeelle laittava voima on aina yrittäjä, joka haluaa itse määrätä tekemisestään, aikataulustaan ja työllistymisestään. Intohimo ja tahto ovat asioita, joiden avulla ratkotaan ongelmia ja ylitetään esteitä myös liike-elämässä. Tahto yksin ei kuitenkaan aina markkinataloudessa riitä, mutta sen avulla pääsee pitkälle ja tosi asia on, että jos ei koita ei myöskään voita. Jokainen yrittäjäksi mielivä joutuu punnitsemaan liikeriskinsä ja päättämään onko riskin otto kannattavaa.

Noin vuosi sitten, lokakuussa 2010, kun tämä opinnäytetyö laitettiin alulle, oli uutisten ykkösaihe talouden taantuma. Nyt lokakuussa 2011, ykkösaiheena on Euroopan velkakriisi. ”*Eurooppa ja varsinkin sen euroalue ovat vakavissa vaikeuksissa. Talouden pyörät pyörivät huonosti, ja miltei jokaisessa maassa on isoja paineita alentaa valtion menoja leikkaamalla kansalaisten saamia palveluja ja tukia sekä pidentämällä työuria – eli lyhentämällä eläkkeensaamisikää.*” (Hannu Sokala, 2011) Tällaiset uutiset saavat valitettavasti lähes kenen tahansa puntin tutisemaan, saati sitten uuden yrittäjän. Synkkä uutisointi saa ihmiset pohtimaan tulevaisuuttaan ja pyrkimään turvaamaan oman toimeentulonsa, riskejä pyritään välttämään kaikin keinoin. Tällainen ilmapiiri ei luonnollisesti ole kaikkein otollisin yrittäjyyttä ajatellen.

Kustannuslaskelmien perusteella Rock Oy on mahdollista saada kannattavaksi, mutta se edellyttää valtavaa riskiä, lainanottoa ja ehdotonta onnistumista. Tässä kohtaa tulee vastaan se yrittäjältä vaadittava tahtotila tai sen puute. Ollaanko valmiita ottamaan riski? Vastaus on, että tällä hetkellä ei. Yrittäjien kokemattomuus ravintola-alalla on suurin riskitekijä, joka pakottaa lykkäämään suunnitelmia. Rock Oy:n taakse tarvittaisiin muutama kokenut alan asiantuntija, jonka avulla yritys saataisiin käynnistettyä vakaalta pohjalta. Sinänsä markkinatilanne voisi juuri nyt olla suotuista, sillä Tampereen ainoa hevibaari Inferno lopetti hiljattain toimintansa.



Tulevaisuutta ajatellen ajatus- ja tutkimustyö on tehty valmiiksi mahdollista yritystä varten, joten liiketoimintasuunnitelman laatiminen on kuitenkin ollut ehdottoman hyödyllistä. Tällä hetkellä hulluuden ja sitoutumisen aste ei ole riittävää yritystoiminnan aloittamista varten.

## 6 LÄHDELUETTELO

Painetut:

Eskola, Jari & Maria, Saarela-Kinnunen.Aaltola, 2007. Tapaus ja tutkimus = tapaustutkimus?. Teoksessa, Aaltola,Juhani & Valli, Raine toim. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. WS Bookwell, Juva.

Holopainen, Tuulikki & Levonen, Anna-Liisa, 2006. Yrityksen perustajan opas – silta yrittäjyyteen. Edita Publishing Oy, Helsinki.

Kallio, Juha & Ripatti, Erika & Tanni, Katri, 2008. Oma yritykseni. Tammer-Paino Oy, Tampere.

Keitele, Jukka, 2008. Yrittäminen kannattaa aina! Uranus konsultointi oy, Helsinki.

Kinkki, Seppo & Isokangas, Jouko, 2003. Yrityksen perustoiminnot. WSOY, Helsinki.

Kiviniemi, Kari, 2007. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa, Aaltola, Juhani & Valli, Raine toim. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. WS Bookwell, Juva.

Koski, Toivo & Virtanen, Markku, 2005. Tulos – Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Otavan kirjapaino oy, Keuruu.

Lyytinen, Jaakko & Piha, Kirsi, 2004. Yritä edes – 32 syytä ryhtyä yrittäjäksi. Gummerus kirjapaino oy, Jyväskylä.

McKinsey & Company, 2000. Ideasta kasvuyritykseksi. WS Bookwell oy, Porvoo.

Puustinen, Terho, 2004. Avain omaan yritykseen. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu.

## Painamattomat:

Hannu Sokala, 2011. Talouskriisi ja euro: Alun loppu – vai lopun alku? Luettu 26.9.2011<<http://www.taloussanomat.fi/talouskriisi/2011/09/12/talouskriisi-ja-euro-alun-loppu--vai-lopun-alku/201112787/294>>

Matkailu- ja ravintola-ala uhkaa jäädä talouskehityksen kelkasta. Matkailu- ja ravintolapalvelut, 2010 Luettu 29.10.2010.  
<<http://www.mara.fi/?file=951>>

Nuorilla naisilla riittää taas kanttia yrittää. Taloussanomat, 2009. Luettu 22.10.2010.  
<<http://www.taloussanomat.fi/arkisto/2009/03/09/nuorilla-naisilla-riittaa-taas-kanttia-yrittaa/20093819/243>>

Olut kallistunee ensi vuonna. Taloussanomat, 2010 Luettu 29.10.2010.  
<<http://www.taloussanomat.fi/kulutustavarat/2010/08/11/olut-kallistunee-ensi-vuonna/201011052/12>>

Palvelualojen ammattiliitto, 2010. Palkkataulukko. Luettu 1.8.2010.  
<[http://www.pam.fi/fi/tyo/palkat/Palkkataulukot/Marava\\_palkkataulukot\\_010411\\_netti.pdf](http://www.pam.fi/fi/tyo/palkat/Palkkataulukot/Marava_palkkataulukot_010411_netti.pdf) perustuen>.

Petäjaniemi, Tuulikki, 2007. Työhyvinvointi lisää tuottavuutta. Luettu 12.4.2011.  
<<http://www.talouselama.fi/sivullinen/article167361.ece>>

Ravintolaa ja muita ravitsemisliikkeitä koskevia ohjeita. Luettu 13.8.2011.  
<<http://www.lahti.fi/www/cms.nsf/pages/2AF8A5274FC00FC0C2256F46003056C6>>

Ravintolat lupaavat laskea hintojaan. Taloussanomat, 2010. Luettu 29.10.2010.  
<<http://www.taloussanomat.fi/yrittaja/2010/06/07/ravintolat-lupaavat-laskea-hintojaan/20108076/137>>

Työttömyys kannustanut yhä useamman yrittäjäksi. Helsingin-Sanomat, 2010. Luettu 22.10.2010.<<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Ty%C3%B6tt%C3%B6myys+kannustanut+aiempaa+useamman+yritt%C3%A4j%C3%A4ksi/1135257545375>>

Uusia yrityksiä sikiää. Taloussanomat, 2010. Luettu 22.10.2010. <<http://www.taloussanomat.fi/yrittaja/2010/08/18/uusia-yrityksia-sikiaa/201011395/137>>

Yötyö lisää turvattomuutta. Taloussanomat, 2010. Luettu 11.11.2010. <<http://www.taloussanomat.fi/tyomarkkinat/2010/07/07/yle-yovuorot-aiheuttavat-turvattomuutta/20109411/12>>