

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra  
Majoitus- ja ravitsemisala  
Matkailun koulutusohjelma

Anna Lumisalmi

## **Interaktiivisen tapahtumakahvilan liiketoimintasuunnitelma**

Opinnäytetyö 2014

## **Tiivistelmä**

Anna Lumisalmi

Interaktiivisen tapahtumakahvilan liiketoimintasuunnitelma, 66 sivua, 5 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra

Matkailun koulutusohjelma

Opinnäytetyö 2014

Ohjaaja: lehtori Pekka Mytty, Saimaan ammattikorkeakoulu

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli luoda liiketoimintasuunnitelma toistaiseksi vain ajatuksen tasolla olemassa olevalle konseptiltaan hyvin erilaistetulle kahvilayritykselle. Työllä ei ollut ulkopuolista toimeksiantajaa, vaan työ perustui kirjoittajan omiin unelmiin yrittäjyydestä, ja sen tavoitteena oli punnita omia mahdollisuuksia alkaa yrittäjäksi omalla liikeidealla lähitulevaisuudessa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa pohdittiin yrityksen perustamisen kannalta keskeisiä tekijöitä: yrittäjäksi soveltuvuutta, liikeideaa, erilaisia yritysmuotoja, rahoituksen hankkimista ja muita perustamistoimia. Keskeisiä teemoja työn teoriaosuudessa olivat myös kahvilakulttuuri sekä liikeidean erilaistaminen. Teoriaosuuden lopuksi käsiteltiin liiketoimintasuunnitelman laatimista. Työn teoriapohjana on käytetty alan kirjallisuutta, internetlähteitä sekä asiantuntijan haastattelua.

Teoriaosuuden tarkoituksena oli tukea työn empiiristä osuutta ja antaa tärkeää taustatietoa sen laatimista varten. Työn empiirisenä osuutena syntyi liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelma on liikesalaisuuden vuoksi tämän opinnäytetyön salaisena liitteenä. Lopputuloksena tämän työn perusteella kirjoittaja totesi liikeidean ja suunnitelmien olevan hyviä ja toteuttamiskelpoisia, mutta suurten taloudellisten riskien ja oman kokemattomuuden vuoksi toteutusta on hyvä lykätä muutaman vuoden päähän.

Asiasanat: yrittäjyys, erilaistuminen, kahvila, liiketoimintasuunnitelma

## **Abstract**

Anna Lumisalmi

A Business Plan for an Interactive Event Café, 66 pages, 5 appendices

Saimaa University of Applied Sciences

Business and Culture Imatra

Degree Programme of Tourism and Hospitality Management

Bachelor's Thesis 2014

Instructor: Mr Pekka Mytty, Saimaa University of Applied Sciences

The purpose of this thesis was to create a business plan for a café with a very differentiated business idea and concept. This thesis was not commissioned, but it was based on the author's own dreams to become an entrepreneur and the will to study the possibilities to go into business in the near future with the existing business idea.

The theory discussed some key factors in starting a new business: suitability for entrepreneurship, business idea, different company forms, funding and other founding operations. Other central themes in the theory were café culture and differentiation of a business idea. Finally, the theory discussed business plans. The theory was based on professional literature, internet sources and a professional's interview.

The purpose of the theory was to support the actual business plan and provide grounds for it. Due to the trade secret, the business plan is included in this thesis as a secret attachment. As a conclusion of this thesis the author noted the business idea and plans to be good and executable, but due to the huge financial risks and the author's lack of experience the execution would be wise to be postponed.

Keywords: entrepreneurship, differentiation, café, business plan

## Sisältö

1 Johdanto .....	5
1.1 Café Lumianna .....	6
1.2 Työn tavoite ja rajaus.....	7
2 Yrityksen perustaminen .....	7
2.1 Yrittäjäksi soveltuvan ominaisuudet.....	8
2.2 Liikeidea ja erilaistuminen.....	9
2.2.1 Liikeidea .....	9
2.2.2 Erilaistuminen.....	10
2.3 Yritysmuoto.....	12
2.3.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi.....	13
2.3.2 Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö .....	13
2.3.3 Osakeyhtiö .....	15
2.4 Liiketoimintasuunnitelma .....	16
2.5 Rahoitus .....	18
2.6 Perustamistoimet.....	21
3 Kahvila .....	23
3.1 Eurooppalainen kahvilakulttuuri.....	24
3.2 Suomalainen kahvilakulttuuri .....	25
3.3 Kahvilan tunnelma .....	25
3.4 Kahviloiden trendit .....	27
5 Yhteenveto.....	28
Lähteet.....	30

# 1 Johdanto

Olen jo vuosikausia tiennyt haluavani jonain päivänä perustaa oman yrityksen. Yrittäjyys on aina ollut minulle se kaikkein varteenotettavin vaihtoehto urakehityksen kannalta, mutta toistaiseksi en ole vielä ottanut konkreettisia askeleita unelmani saavuttamiseksi. Työkokemusteni keskittyttyä viimeisten parin vuoden aikana toisaalta kahvilatyöhön, toisaalta tapahtumatuotannon tehtäviin on minussa syntynyt suuri kipinä yhdistää yrityksessäni nämä kaksi alaa. Erityisesti omasta kahvilasta olen haaveillut jo kohta kymmenen vuotta, tapahtumatuotantoyrittäminen taas on ilmestynyt haaveisiini matkailualaa opiskellessa. Yksi asia on ollut varmaa alusta lähtien: en halua kahvilani olevan liian ”tavallinen”, vaan haluan luoda siitä itseni näköisen ja persoonallisen. Luonteelleni on myös hyvin ominaista valita hieman epäsovinnainen tie, enkä halua mennä siitä, missä aita on matalin, enkä tarjota asiakkaille vain sitä, mikä heihin todistetusti puree juuri tänä päivänä.

Näin ollen teen opinnäytetyönäni toteuttamiskelpoisen ja helposti muokattavan liiketoimintasuunnitelman toistaiseksi vielä kuvitteelliselle, aloittavalle, interaktiiviselle kahvilayritykselle, jossa itse toimin yrittäjänä. Tavoitteenani on selvittää, minkälaisia toimenpiteitä ja resursseja yrityksen perustaminen tulisi minulta vaatimaan, sekä kartoittaa tämänhetkistä markkinatilannetta – onko uuden, toisista poikkeavan kahvilan perustaminen Helsinkiin minun resursseillani ihan lähiaikoina kannattavaa, vai kannattaisiko odottaa vielä jonkin aikaa? Onko liikeideani tarpeeksi valmis ja kannattava, vai tulisiko sitä vielä hioa? Toisaalta, sovellunko minä todella yrittäjäksi? Suunnitelma jää siis odottamaan toteutustaan, kunnes aika ja yrittäjä ovat kypsiä toiminnan aloittamiselle, ja tästä syystä se tehdään mahdollisimman joustavaksi, jotta sitä voidaan tulevaisuudessa muokata tarpeen vaatiessa.

Opinnäytetyöni on toiminnallinen, ja se toimii ikään kuin henkilökohtaisena pohdintanani omaa ammatillista tulevaisuuttani ajatellen. Opinnäytetyön aiheena liiketoimintasuunnitelma on minulle kaikkein luontevin ja konkreettisuudessaan eniten motivaatiota herättävä. Se sopii myös erinomaisesti restonomin opinnäytetyöksi, ja summaa hyvin koulutuksen aikana

oppimiani aiheita aina yrittäjyydestä, ravintolatoiminnasta ja tapahtumatuotannosta markkinointiin ja laskentatoimeen. Aihe on ajankohtainen sekä työelämälähtöinen, onhan tarkoitukseni työllistää vähintäänkin itseni ja muutama muu henkilö tulevaisuudessa. Toiminnallisen opinnäytetyön rakenteen mukaisesti työssä esitellään ensin aiheen taustat johdantoluvussa, jonka jälkeen käsitellään aiheen teoreettista viitekehystä, ja lopulta raportoidaan toiminnallisen osuuden suunnittelu, toteutus ja lopputulokset liiketoimintasuunnitelman ja päätelmien muodossa (Airaksinen & Vilkkä 2003).

## **1.1 Café Lumianna**

Yrityksen työnimi tässä työssä on Café Lumianna, ja yrityksen toimipaikka on Helsinki. Café Lumianna on kahvila, jonka pääasiallinen liiketoiminta on laadukkaan kahvin ja muiden juomien sekä makeiden ja suolaisten kahvileipien myynti, ja joka on sivutoimisesti erikoistunut erilaisten pienten ja keskisuurten tapahtumien järjestämiseen tilauksesta – ja toisaalta järjestää myös kaikelle yleisölle avoimia teemailtoja ja tapahtumia omissa tiloissaan säännöllisesti.

Yrityksen arvot näkyvät voimakkaasti sen sisustuksessa ja toiminnassa, ja jokaisella yksityiskohdalla on merkitystä kokonaisuuteen. Kahvilan toiminnan kannalta olennaista on ensinnäkin rakkaus tuoreisiin, laadukkaisiin tuotteisiin. Sekä suodatinkahviin että erikoiskahveihin panostetaan, ja molemmat jauhetaan paikan päällä pavuista juuri ennen valmistusta. Teevalikoima on kattava, ja smoothiet ja makeat sekä suolaiset kahvileivät ja leivokset tehdään itse tuoreista raaka-aineista paikan päällä. Toinen kahvilan olennainen arvo on aidosti ystävällinen asiakaspalvelu. Asiakkaiden kanssa jutustelu, hymyily ja joustava palvelu ovat sääntöjä enemmän kuin poikkeuksia. Jokaiseen asiakkaaseen suhtaudutaan yhtä lämpimästi, ja heidän olonsa saaminen tervetulleeksi on henkilökunnalle kunnia-asia. Kolmanneksi, kahvila syleilee luovaa ilmapiiriä. Tämä näkyy mm. musiikin olennaisena roolina kahvilan arjessa: kahvila järjestää säännöllisesti musiikkiesityksiä, open mic-iltoja, livekaraokea ja muuta musiikkiohjelmaa. Tämän lisäksi kahvila kannustaa asiakkaitaan vuorovaikuttamaan keskenään, myös ennestään tuntemattomien

ihmisten kanssa. Kahvila on myös halukas toimimaan paikallisten taiteilijoiden näyttelytilana.

Yrittäjänä sekä tapahtumatuottajana olen tietysti vielä aika kokematon, mutta motivaatio, alalle soveltuva luonne, asioihin kunnolla perehtyminen sekä nuoruuden into kompensoivat tuota kokemattomuutta hyvin. Tarkoituksena on lisäksi kerryttää kokemusta alalta vielä lisää ennen liiketoimintasuunnitelman toteuttamista.

## **1.2 Työn tavoite ja rajaus**

Työni tavoitteena on luoda toimiva ja realistinen liiketoimintasuunnitelma omalle kahvilayritykselleni. Työn teoriaosuudessa käsittelen teemoja, jotka liittyvät olennaisesti oman liiketoimintasuunnitelmani luomiseen: yrityksen perustamista, yrittäjyyttä, liikeidean erilaistamista, kahvilakulttuuria sekä tapahtumatuotantoa. Työn empiirisenä osuutena syntyy itse liiketoimintasuunnitelma, joka on laadittu kirjan *Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen* (Ahonen, Koskinen & Romero 2009) liiketoimintasuunnitelmamallin mukaan. Liiketoimintasuunnitelmassa on käytetty lähteenä myös asiantuntijan, Helsingin kaupunginkanslian Elinkeino-osaston yrityspalveluiden palvelupäällikön Toivo Utson haastattelua.

Työni pääteemoja ovat yrittäjyys ja etenkin uuden yrityksen perustaminen sekä erilaistettu konsepti.

## **2 Yrityksen perustaminen**

Yrittäjyys on psykologiaa, matematiikkaa sekä jatkuvaa mahdollisuuksien etsintää (Pyykkö 2011). Se on paitsi itsensä työllistämistä ja uuden luomista, myös elämäntapa, jonka takaa löytyy monenlaisia erilaisia motiiveja. Ensisijaisesti yrityksen perustamisen taustalta löytyy aina yrittäjän oma tahtotila yrittäjyyteen. Syyt tähän tahtotilaan vaihtelevat yksilön mukaan: yksi löytää hyvän liikeidean ja haluaa maksimoida tulonsa, toinen kokee yrittäjyyden

kutsumustyönä, kolmas haluaa tai päätyy jatkamaan perheyritystä, neljäs ajautuu yrittäjyyteen kuin sattumalta, esimerkiksi harrastuksen muuttuessa ammatiksi. (Keskuskauppakamari 2011)

Yrittäjyyteen liittyy aina olennaisesti riski ja epävarmuus. Vaikka menestyksen todennäköisyyksiä voidaankin arvioida etukäteen, ei kukaan voi sanoa varmaksi, mikä yritys tulee menestymään ja mikä ei. Menestyäkseen yrittäjä tarvitsee hyvän liikeidean, valtavaa työpanosta, kärsivällisyyttä, kekseliäisyyttä, uskoa omiin mahdollisuuksiin sekä yrittäjäominaisuuksia ja -luonteenpiirteitä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 8-9.)

## **2.1 Yrittäjäksi soveltuvan ominaisuudet**

Yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet ovat yleensä yksi yrityksen merkittävimmistä voimavaroista. Siksi olisikin hyvä pohtia jo ennen yrittäjäksi ryhtymistä, onko yrittäminen omalle persoonallisuudelle sopivaa sekä pohtia omia motiivejaan yrittäjyyteen (Keskuskauppakamari 2011). Yrittäjäominaisuuksia arvioidessa tulisi olla niin realistinen kuin suinkin mahdollista. Oma osaaminen, taidot ja luonteenpiirteet kannattaa kartoittaa tarkasti, ja sen jälkeen voi pohtia, minkälaista osaamista mahdollisesti olisi hyvä kartuttaa (Meretniemi & Ylönen 2008, 10). Itsearviointiin lisäksi voi ulkopuolinen näkemys tuoda lisävalotusta asiaan. Yksi keino on kysyä lähipiiriltään ja vähän tuntemattomiltakin ihmisiltä arvioita omista luonteenpiirteistään ja soveltuvuudestaan yrittäjäksi. Internetistä löytyy myös useita yrittäjyystestejä, joissa voi testata omaa soveltuvuuttaan (Raatikainen 2006, 20-23).

Yrittäjän tieto-, taito- ja kokemustaso vaikuttavat olennaisesti hänen mahdollisuuksiinsa luotsata menestyvää yritystä. Nämä ovat tekijöitä, joihin voidaan vaikuttaa suhteellisen helposti, niitä voidaan oppia ja ne karttavat vääjäämättä matkan varrella (Pyykkö 2011, 59-69).

Hyödyllisiä tietoja yrittäjälle ovat vähintään perustiedot sopimusasioista, markkinoinnista, kirjanpidosta ja verotuksesta sekä riittävä oman toimialan ja markkinoiden tuntemus (Meretniemi & Ylönen 2008, 11). Yrittäjällä on myös



hyvä olla ainakin liiketoiminnan kehittämistaitoa, vuorovaikutustaitoja, taitoa luoda suhteita asiakkaisiin, muihin yrittäjiin sekä muihin sidosryhmiin. Lisäksi yrittäjällä tulisi olla vankat perustaidot omalta alaltaan (YritysSuomi).

Manfred Kets de Vriesin (1995) mukaan yksi menestyvän yrittäjän ominaisuuksista on kyky tunnistaa toistuvia rytmejä, kaavoja ja säännönmukaisuuksia uusissa tilanteissa. Nämä eivät kuitenkaan ole pelkästään synnynnäisiä ominaisuuksia, vaan ne kasvavat asiantuntijuuden ohessa kokemuksen kertyessä ja monia työelämän tilanteita kokiessa. (Pyykkö 2011, 59-69.)

Hyvistä elämänhallintataidoista sekä ajanhallintakyvystä on yrittäjälle paljon apua. Yrittäjään liitetään myös sellaisia adjektiiveja kuin oma-aloitteinen, joustava, luotettava, rohkea, stressinsietokykyinen, itsenäinen, haasteita kaipaava ja positiivinen. Yrittäjällä tulisi myös olla hyviä johtajan taitoja, organisointikykyä, kommunikaatitaitoja, stressinsietokykyä, kykyä kestää muutoksia, aitoa kiinnostusta toisiin ihmisiin sekä valmiutta pitkiin työpäiviin. Nämä piirteet lisäävät todennäköisyyttä menestyä yrittäjyyden polulla. (Raatikainen 2006, 20-23)

## **2.2 Liikeidea ja erilaistuminen**

### **2.2.1 Liikeidea**

Yrityksen toiminta pohjautuu yritysideaan. Yritysidea kuvaa sitä pohjaa, jolle yrityksen synty ja olemassaolo perustuvat. Yritysideasta jalostuu liikeidea, joka kertoo, miten yritys hankkii tuloja. Liikeidea voi syntyä joko sattumalta tai vuosien pohdinnan ja hionnan tuloksena. Hyvä liikeidea tulee voida tiivistää kolmeen, kansantajuiseen lauseeseen, jotka vastaavat kysymyksiin: Mitä tehdään (muita paremmin)? Kenelle siitä on iloa tai hyötyä? Mitkä ovat idean kannattavuusedellytykset eli miten yrityksestä saadaan kannattava? (Raatikainen 2006, 38-39; Meretniemi & Ylönen 2008, 17-22; Pyykkö 2011, 34-45.)

Liikeidean on syytä olla hyvä jo siitä syystä, että jos se ei ole tarpeeksi hiottu, on hyvin todennäköistä, että rahoitus yritystä varten jää saamatta – rahoittajat tekevät ensimmäisen päätöksensä rahoittamisesta nimenomaan yrityksen liikeidean pohjalta. Menestyvä liikeidea ei perustu pelkästään hyvään tuotteeseen, vaan myös tyytyväiseen asiakkaaseen. Ilman asiakkaita yrityksen kannattavuus ei toteudu, ja siksi hyvän liikeidean onkin syytä pyrkiä lisäarvon tuomiseen asiakkaille. (Keskuskauppakamari 2011.)

Liikeidean voi löytää monin eri tavoin. Sen löytämiseen voi hyödyntää omaa osaamistaan, ammattitaitoaan tai harrastuksiaan. Liikeidea voi olla täysin uusi innovaatio tai sen voi kehitellä vanhojen ideoiden ts. jo olemassa olevien liikeideoiden pohjalta soveltamalla tai kehittämällä. Uutta liikeideaa ei toisaalta tarvita, jos yrittäjä päättää ostaa jo valmiin yrityksen. (Meretniemi & Ylönen 2008, 17-22.)

Liikeidean valmistuttua tulisi sen käyttökelpoisuus myös testata ja arvioida. Vaikka yrittäjä itse olisi liikeideastaan todella innoissaan, tulee tässä vaiheessa olla todella realistinen ja tarkastella ideaa kriittisesti monilta eri tahoilta. Tähän kannattaa myös käyttää apuna ulkopuolisia asiantuntijoita, kuten Finnvera Oyj:tä, kunnan elinkeinoasiamiestä tai vakuutusyhtiön tai pankin edustajia. Arviointivaiheessa olennaista on pohtia tuotteiden ja palveluiden sopivuutta asiakkaille, yrityksen tulevaa tapaa toimia markkinoilla sekä markkinoilla vallitsevaa kilpailutilannetta ja kuinka siinä tilanteessa itse pärjäisi. Liikeideaa voidaan pitää valmiina, kun se on niin konkreettinen, että se voitaisiin viedä markkinoille kohtuullisessa ajassa ja sen riskejä voidaan arvioida kohtuullisen luotettavasti. (Meretniemi & Ylönen 2008, 17-22; Keskuskauppakamari 2011.)

### **2.2.2 Erilaistuminen**

Liike-elämä on kovaa. Yritys, joka pyrkii tarjoamaan kaikkea kaikille, päättyy vain kaivamaan omaa kuoppaansa. Jos yritys ei pyri erottautumaan suuremmista kilpailijoistaan, sen asema tulee mitä luultavimmin pysymään heikkona. (Hafrén & Trout 2003, 20.)

Yrityksen kilpailukyky ja asema ovat riippuvaisia siitä, miten se hyödyntää vahvuuksiaan. Michael Porterin (Hafrén & Trout 2003, 51-52) mukaan yrityksen vahvuudet voidaan johtaa kahteen eri kategoriaan: operatiivinen tehokkuus tai strateginen positiointi. Operatiivinen tehokkuus tarkoittaa sitä, että yritys selviytyy kilpailijoitaan paremmin toiminnoista, joihin molemmat keskittyvät. Strateginen positiointi sen sijaan on kilpailijoista erottautumista aseman perusteella. Tämä tarkoittaa jonkin erityispiirteen löytämistä omasta toiminnasta, joka ohjaa yritystä omalle, ainutlaatuiselle polulleen.

Suomen mediaopas kuvailee positiointia näin: *Positiointi on psykologinen segmentointitekniikka, jonka tavoitteena on saada tuote jäämään kuluttajan mieleen ja erottaa se kilpailevista tuotteista.* (Suomen mediaopas)

Yrityksen täytyy määritellä omanlaisensa palvelu- ja arvokokonaisuus, jonka takana se seisoo. Samalla yrityksen täytyy luopua erinäisistä mahdollisuuksista, jotka sotivat sen omaa ideologiaa vastaan. Yritys voi jopa hyötyä siitä, että se luopuu joistain mahdollisuuksista. Jos yritys tietoisesti ui vastavirtaan markkinoilla vallitseviin normiin nähden ja luo omat ainutlaatuiset markkinansa omalla ainutlaatuisella tuotteellaan, se vaikeuttaa samalla kilpailijoiden mahdollisuutta matkia itseään. Lisäksi keskittyessään tietyn tyyppisiin markkinoihin yrityksen imago selkenee, ja riski niin asiakkaiden kuin henkilökunnankin hämmennykseen yrityksen olemuksesta ja tarjonnasta pienenee. (Porter 1996.)

Hyvä myyjä kykenee myös positioimaan itsensä realistisesti kilpailijoihinsa nähden, eikä sorru näiden heikkouksien korostamiseen asiakkaan kanssa kommunikoidessa. Sen sijaan on hyvä tietää omat ja kilpailijoiden vahvuudet ja pystyä kertomaan niistä realistisesti asiakkaalle. (Parantainen 2007.) Rehellisyys kieli myös siitä, että yritys uskoo itseensä ja tuotteeseensa siinä määrin, ettei koe tarvetta muunnella totuutta ja vähätellä kilpailijoita oman arvonsa pönkittämiseksi.

Yritys voi erilaistua loppujen lopuksi lukemattomin eri tavoin. Laatu ja asiakaskeskeisyys eivät yleensä riitä erilaistumiseen, sillä ne ovat attribuutteja, joita kilpailijatkin taatusti korostavat. Voisikin sanoa, että ne ovat välttämättömyyksiä kilpailussa mukana pysymiseen, mutta eivät kenenkään

valtteja (Hafrén & Trout, 2003). Yritys ei hyödy mitään sillä, jos se kehuu olevansa erityisen hyvä. Itseään kehumalla päätyy vain etäännyttämään asiakkaat itsestään. Samoin tulisi välttää kuvailemasta yritystään ja tuotteitaan persoonattomilla adjektiiveilla – niillä, mitä lähes jokainen kilpailijakin käyttää itsestään. Paras taktiikka on korostaa asiakkaalle sitä, mitä sellaista heille lupaa, mitä toiset eivät ole luvanneet. Hyvä lupaus täyttää neljä ehtoa: se aiheuttaa asiakkaissa uteliaisuutta ja epäuskoa, on helposti mitattavissa (asiakkaan on helppo todeta, pitkö yritys lupauksensa), erottuu kilpailijoiden lupauksista sekä on houkuttava. (Parantainen 2007.)

Rosser Reeves (1960) on määritellyt käsitteen U.S.P. (Unique Selling Proposition) eli ainutlaatuinen myyntitarjous. Tämä määritelmä on kolmeosainen: ensinnäkin jokaisen mainoksen on tehtävä asiakkaalle selkeä tarjous tai lupaus siitä, miten tuote tulee asiakasta hyödyntämään, toisekseen tarjouksen on oltava ainutlaatuinen, niin etteivät kilpailijat pysty samaan, ja kolmanneksi sen on oltava niin tehokas, että se saa suuret massat liikkeelle. (Hafrén & Trout 2003.)

### **2.3 Yritysmuoto**

Yritysmuodon valinnalla on pitkävaikutteisia seurauksia yrityksen tulevaisuuteen, joten valinta tulisi tehdä tarkkaan harkiten. Yrittäjien henkilökohtaiset elämäntilanteet ja taloudelliset resurssit on syytä myös ottaa huomioon tätä valintaa puntaroidessa. Yritysmuodon mukaan määräytyy muun muassa yrityksessä mukana olevien henkilöiden taloudellinen vastuu, päätöksentekoon osallistuminen, verotus sekä se, miten yritys lopetetaan. Yritysmuodon valintaan vaikuttavat mm. seuraavat asiat: perustajien lukumäärä, pääoman tarve, liiketoiminnan riski, yrityksen jatkuvuus, toiminnan joustavuus sekä kaavailtu voitonjako ja tappion kattaminen. Yritysmuodot jaetaan kahteen eri kategoriaan: henkilöyritykset (yksityisliike, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö) sekä pääomayritykset (osakeyhtiö ja osuuskunta). (Meretniemi & Ylönen 2008; Keskuskauppakamari 2011.)

Seuraavassa on eritelty ominaispiirteitä kustakin yritysmuodosta, poislukien osuuskunta, joka on enemmänkin useamman yrityksen verkostoituma ja siten epäolennainen yrityksen perustamisesta puhuessa.

### **2.3.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi**

Yksinkertaisin, nopein ja halvin tapa alkaa yksinyrittäjäksi on perustaa oma toiminimi. Perustaminen ei vaadi kirjallisia sopimuksia, joskin liiketoimintasuunnitelma on hyvä tehdä. Toiminimen perustajat ovat liikkeen- tai ammatinharjoittajia. Ammatinharjoittajat toimivat yleensä yksin, kun taas liikkeenharjoittajilla on kiinteä toimipaikka ja mahdollisesti palkattuja työntekijöitä. Yritys syntyy juridisesti, kun elinkeinonharjoittaminen alkaa. Elinkeinonharjoittaja työskentelee hyvin itsenäisesti, mutta samalla vastaa yritystoiminnastaan koko henkilökohtaisella omaisuudellaan. Hän voi tehdä kaikki yritystä koskevat päätökset itsenäisesti. Hän ei voi nostaa yrityksestään palkkaa, mutta varoja voi ottaa käyttöönsä niin sanottuina yksityisottoina. Kirjanpidosta on huolehdittava lainsäädännön mukaisesti. (Raatikainen 2006, 69; Meretniemi & Ylönen 2008, 42-43.)

Verotuksen kannalta ratkaisevaa on se, katsotaanko elinkeinotoiminnasta saatu tulo pääoma- vai ansiotuloksi. Pääomatuloverokanta on vuoden 2012 alusta alkaen ollut 30, mutta vero on progressiivinen siten, että 50 000 euroa ylittävästä osuudesta verokanta on 32. Ansiotuloa verotetaan progressiivisen tuloverotaulukon mukaan. (MaRa)

### **2.3.2 Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö**

Avoin yhtiö on vähintään kahden yhtiömiehen sopimukseen perustuva itsenäinen oikeushenkilö. Yhtiömiehet voivat olla joko luonnollisia henkilöitä tai yhteisöjä, ja heistä jokainen vastaa henkilökohtaisella omaisuudellaan rajoittamattomasti yhtiön velvoitteista ja veloista. Jokainen yhtiömies voi tehdä yhtiötä sitovia oikeustoimia itsenäisesti, ilman toisten yhtiömiesten suostumista, ja kaikki yhtiömiehet ovat niistä vastuussa. Jokainen yhtiömies voi myös nostaa rahaa yksityisottoina yhtiön tililtä, ja tämän lisäksi heille voidaan myös maksaa

palkkaa – josta täytyy maksaa sosiaaliturvamaksut ja muut vähennykset. Avoimessa yhtiössä on tärkeää, että yhtiömiesten välillä vallitsee syvä luottamus ja yhteisymmärrys, ja yhtiömuotoa käytetäänkin usein pienten ja keskisuurten perheyriyten muotona.

Kommandiittiyhtiölle tyypillistä on, että siinä on kahdenlaisia yhtiömiehiä: vastuunalaisia sekä äänettömiä. Vastuunalaisia yhtiömiehiä on oltava vähintään yksi, ja näillä on avoimen yhtiön lailla rajoittamaton vastuu henkilökohtaisella omaisuudellaan yhtiön velvoitteista. Äänettömiä yhtiömiehiä on niin ikään oltava yksi tai useampi, ja he toimivat yhtiössä vain rahoittajina sijoittamalla yhtiöön pääomaa, ja ollen yhtiön velvoitteista vastuussa vain sijoittamansa pääoman verran. Jos yhtiölle syntyy voittoa, äänetön yhtiömies saa sijoittamalleen panokselle vuosittain määrätyn koron. Äänetön yhtiömies ei osallistu yrityksen hallintoon.

Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö syntyvät yhtiösopimuksen tekemisellä. Yhtiösopimuksessa voidaan osapuolten halutessa sopia joitain asioita laista poikkeavasti, voidaan esimerkiksi rajoittaa yhtiömiesten vastuuta keskinäisessä suhteessaan. Yhtiösopimuksessa kannattaa käsitellä myös yhtiön nimenkirjoitusoikeus, yhtiömiesten välinen työnjako, toimitusjohtaja sekä yhtiösopimuksen irtisanominen. Kommandiittiyhtiön yhtiösopimuksessa tulee ilmetä yksityiskohtaisesti, kuinka suuri kunkin äänettömän yhtiömiehen sijoitus on ja mikä on hänen osuutensa yhtiön voitoista. Laki ei velvoita yhtiösopimuksen laatimiseen kirjallisena, eikä kummassakaan yhtiömuodossa ole pakollisia toimielimiä, mutta kirjallinen sopimus on silti hyvin suotava. Avoin yhtiö voidaan muuttaa helposti kommandiittiyhtiöksi yhtiösopimusta muuttamalla, jos siihen halutaan ottaa sijoittajaksi äänetön yhtiömies, tai kommandiittiyhtiö voidaan muuttaa avoimeksi yhtiöksi muuttamalla yhtiösopimusta niin, ettei siihen jää äänettömiä yhtiömiehiä. Etuna näissä yhtiömuodoissa on sen hallinnon mutkattomuus, sillä laki ei edellytä vuosittaisia kokouksia eikä pakollisia pöytäkirjoja. Kaikilla vastuullisilla yhtiömiehillä on oikeus tarkastaa kirjanpito ja saada tietoa yhtiön toiminnasta koska tahansa. Tätä oikeutta ei voida poissulkea yhtiösopimuksella. Avoimella ja

kommandiittiyhtiöllä ei ole tilintarkistusvelvollisuutta, ellei siitä erikseen määrätä yhtiösopimuksessa.

Yhtiön tulo ja varallisuus jaetaan verotettavaksi yhtiömiesten tulona ja varallisuutena siten kuin yhtiösopimuksessa on sovittu. Yhtiö muodostaa oman tulonlähteen, joten sen toimintaan liittyvät veronvähennykset voidaan tehdä sen tuloista, mutta niitä ei voida siirtää vähennettäviksi yhtiömiesten henkilökohtaisista tuloista. Mahdolliset tappiot voidaan vähentää yhtiön seuraavien 10 vuoden tuloista, jos niitä syntyy.

Yhtiön tulos verotetaan yhtiömiesten ansio- ja pääomatuloina. Yhtiömiehen osuus yhtiön tuloista on pääomatuloa siihen saakka, joka vastaa 20 % yhtiömiehen osuudesta yhtiön nettovarallisuuteen. Pääomatulo verotetaan 50 000 euroon saakka verokannalla 30, ja sen ylittävästä osuudesta verokannalla 32. Jäljelle jäävä osuus on ansiotuloa, jota verotetaan progressiivisella verokannalla. (Meretniemi & Ylönen 2008, 44-47; Keskuskauppakamari 2011; MaRa; Suomen Yrittäjät.)

### **2.3.3 Osakeyhtiö**

Osakeyhtiö on käyttökelpoinen yhtiömuoto kaikenlaisessa ja –kokoisessa liiketoiminnassa. Se on paras yhtiömuoto silloin, kun pääoman tarve on suuri, tai jos perustajia on useita. Kuitenkin lain mukaan on mahdollista perustaa myös ns. yhden miehen osakeyhtiö. Osakeyhtiössä osakkeenomistajat eivät vastaa yhtiön veloista ja velvoitteista henkilökohtaisella omaisuudellaan, joskin käytännössä tällä ei ole vaikutusta pienten osakeyhtiöiden tapauksessa, sillä rahoittajat vaativat yleensä joka tapauksessa lainoillensa vakuuksia yhtiön omistajilta. Osakeyhtiöitä on kahta eri lajia: yksityinen osakeyhtiö (Oy) ja julkinen osakeyhtiö (Oyj), jonka osakkeet ovat julkisessa myynnissä pörssissä. Yksityisen osakeyhtiön vähimmäisosakepääoma on 2 500 euroa, ja julkisen osakeyhtiön 80 000 euroa ja tämä vähimmäissumma tulee olla maksettuna ennen yhtiön rekisteröimistä (Finlex).

Osakeyhtiön perustamisesta päätetään osakeyhtiön perustamiskokouksessa, mutta juridisesti yhtiö syntyy vasta silloin, kun se rekisteröidään kaupparekisteriin. Osakeyhtiön ylin päättävä elin on yhtiökokous, jossa jokainen osakkeenomistaja voi äänestää, saaden jokaista omistamaansa osaketta kohden yhtä monta ääntä. Osakeyhtiölaki sallii osakkeenomistajien myös tekvän yksimielisenä päätöksiä yhtiökokouksen ulkopuolella, kunhan päätökset kirjataan, allekirjoitetaan, numeroidaan ja päivätään. Lain mukaan osakeyhtiöllä on oltava hallitus, jonka yhtiökokous valitsee, ja jolla on yhtiön toiminimenkirjoitusoikeus. Hallituksessa on oltava 1 - 5 jäsentä. Jos hallituksessa on alle kolme jäsentä, tulee sillä olla myös varajäsen.

Osakeyhtiö on itsenäinen verovelvollinen, ja sen tulo ei vaikuta sellaisenaan osakkaiden henkilökohtaiseen verotukseen. Osakeyhtiötä verotetaan 20 %:n yhteisöverokannan mukaisesti. (Suomen Yrittäjät.)

Osakkeenomistajien on otettava tulonsa yhtiöstä palkkana, osinkotuloina tai osakaslainana, sillä yhtiöstä ei voi tehdä yksityisnostoja. Tätä palkkaa verotetaan normaalisti ansiotulona. Osakaslainaa sen sijaan verotetaan luonnollisen henkilön pääomatulona. Osinkojen verotus muilla kuin julkisesti noteeratuilla yhtiöillä riippuu siitä, jaetaanko sitä enemmän vai vähemmän kuin 8 %:n vuotuinen tuotto laskettuna osakkeen matemaattiselle arvolle. Jos osinkoja jaetaan vähemmän kuin 8 % ja osinkojen yhteismäärä on alle 150 000 euroa, osingosta 25 % on verotettavaa pääomatuloa ja loput 75 % verovapaata. 150 000 euroa ylittävältä osalta 85 % verotetaan pääomatulona. Jos jaetaan enemmän kuin 8 %:n tuotto, verotetaan 8 %:n ylittävältä osuudelta 75 % pääomatulona osingonsaajan henkilökohtaisen veroprosentin mukaisesti ja 24 % on verovapaata ansiotuloa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 50-51; MaRa; Suomen Yrittäjät.)

## **2.4 Liiketoimintasuunnitelma**

Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen, tiivistetty esitys yrityksen toiminnan kokonaisuudesta. Se esittää yrityksen menestystekijät, tulolähteet ja strategian



tarkoituksenaan analysoida, perustella ja täsmentää liikeideaa. Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa joutuu yritys kartoittamaan oman ydinosaamisensa, vahvuutensa ja heikkoutensa, miettimään oman asemansa markkinoilla kilpailijoihin nähden sekä rahoituksen, henkilöstön, kehittämisen ja markkinoinnin tarpeensa. Liiketoimintasuunnitelmamalleja on lukuisia erilaisia, mutta sisällöllisesti ne ovat pääpiirteittäin hyvin samankaltaisia. Liiketoimintasuunnitelmalle ei ole määritelty pituusrajoitteita, mutta keskimääräinen liiketoimintasuunnitelma on 15 sivun pituinen. Kuitenkin tärkeintä on, että se sisältää olennaiset tiedot. (Meretniemi & Ylönen 2008, 24-25; Ahonen ym. 2009, 26-31.)

Yrittäjä itse hyötyy liiketoimintasuunnitelmasta eniten, sillä se selkeyttää omia resursseja ja toimintatapaa, ja sen avulla on helpompaa suunnitella, ohjailta ja seurata yrityksen toimintaa kohti omia tavoitteita. Liiketoimintasuunnitelma on olemassa myös rahoittajia varten. Potentiaalisia rahoittajia ja sijoittajia kiinnostaa yrityksen liiketoiminta, liikeidea sekä laskelmat, ja liiketoimintasuunnitelman pohjalta rahoittajat yleensä tekevätkin päätöksensä, myöntävätkö yrittäjälle rahoitusta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 24-25.) Hyvin tehty liiketoimintasuunnitelma kertoo yrittäjän osaavan asiansa, ja voi toimia valttikorttina liikepaikoista kilpailtaessa. Siitä on myös apua paitsi yritystä perustettaessa, myös liiketoimintaa uudistettaessa tai muutettaessa, tai ongelma- ja kriisitilanteissa, sillä se helpottaa yrittäjän päätöksentekoa. Toisaalta se myös auttaa ehkäisemään ongelma- ja kriisitilanteita, sillä hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa kartoitetaan myös liiketoiminnan riskit ja sudenkuopat. (Ahonen ym. 2009, 26-31.)

Liiketoimintasuunnitelmassa pohditaan ensinnäkin sitä, mitä palveluita tai tuotteita yritys tarjoaa, miten oma tuote tai palvelu eroaa kilpailijoista, kuinka paljon sille on kysyntää, ja millä hinnalla sitä myydään. Lisäksi pohditaan, ketä asiakkaat ovat, eli segmentoidaan oma tuote tai palvelu. Asiakkaista pohditaan mahdollisimman tarkasti, ketä he ovat, missä he sijaitsevat, miten heidät voidaan tavoittaa ja mikä heidän tarpeensa on. On hyvä myös kiinnittää huomiota siihen, miten asiakkaat reagoivat jo markkinoilla oleviin vastaavanlaisiin tuotteisiin tai palveluihin. Sitten pohditaan, miten tuote tai

palvelu tuotetaan, miten sitä markkinoidaan, minkälaisella organisaatiolla yritys toimii, miten yrityksen talous hoidetaan ja mitkä ovat yrityksen henkiset, fyysiset ja taloudelliset voimavarat. Yritys myös määrittelee itsellensä vision, eli näkemyksen siitä, missä pisteessä yritys on esimerkiksi kolmen, viiden tai kymmenen vuoden päästä. Liiketoimintasuunnitelmassa tulisi myös analysoida omaa toimialaa ja sen markkinatilannetta sekä kilpailijoita. Lisäksi suunnitellaan toimintaa, henkilöstön rakennetta ja määrää, markkinointia sekä kirjanpitoa. Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu myös hyvin oleellisena osiona talouslaskelmat, kuten investointi- ja kannattavuuslaskelma. (Meretniemi & Ylönen 2008, 24-26.)

Hyvä liiketoimintasuunnitelma on hyvin jäsennelty, selkeä ja tiivis mutta kattava. Se keskittyy olennaiseen ja on looginen sekä johdonmukainen. Se käy läpi kaikki huomionarvoiset asiat ytimekkäästi ja lukijaystävällisesti, jaarittelua välttämällä ja täsmällisin sanavalinnoin. Myös kirjoitusasultaan hyvä liiketoimintasuunnitelma on jäsennelty ja selkeä. Suunnitelman tulee olla toteuttamiskelpoinen, tarpeeksi kriittinen ja käytännössä toimiva. Hyvä liiketoimintasuunnitelma hakee näkymiä myös tarpeeksi pitkältä tulevaisuudesta, pelkkä nykyhetken toiminnan kuvaus ei riitä. (Ahonen ym. 2009, 26-31.)

## **2.5 Rahoitus**

Yritystoiminnan käynnistämiseen tarvitaan aina rahaa. Rahoitustarve on aina hyvin yksilöllistä eri yritysten välillä, ja onkin tärkeää kartoittaa oman yrityksen tarve mahdollisimman yksityiskohtaisesti ennen yrityksen perustamista. Rahoitusta kaivataan paitsi aloitushankintoihin ja mahdolliseen liiketilan remonttiin, myös yrittäjän omaan elämiseen ja yritystoiminnan pyörittämiseen vielä 6 - 12 kuukauden päästä yritystoiminnan aloittamisesta. Ongelmana on se, että yritykselle kertyy kuluja heti perustamispäätöksen syntyessä, mutta kassavirran viiveen vuoksi myyntivoittoa voidaan joutua odottamaan useita kuukausia. Suunnitelmat ja laskelmat on tehtävä tähän suhteutettuna, ja kulujen

suuruus on parempi laskea hieman yläkanttiin, jotteivät rahat lopu kesken jo varhaisessa vaiheessa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 76.)

Monen aloittelevan yrittäjän ongelmana rahoituksen suhteen on oman pääoman puute. Yritystä perustettaessa ei usein vielä ole juurikaan varoja sijoitettavaksi yritykseen. Tämä tekee rahoituksen löytämisestä haastavampaa, sillä rahoitusta on yleensä sitä helpompi saada, mitä enemmän yrityksessä on omaa pääomaa. Myös verotus on yritykselle sitä kevyempää, mitä enemmän omaa pääomaa yritykseen on sijoitettu. Riittävä oman pääoman osuus kertoo rahoittajalle, että yrittäjä on kiinnostuneempi yritystoimintansa menestymisestä. Joidenkin arvioiden mukaan oman pääoman osuus rahoituksesta tulisi olla noin 20 %. Jos yrittäjällä ei ole sopivasti pääomaa sijoitettavaksi yritykseensä, kannattaa harkita yhtiökumppanien mukaan ottamista. Yksi mahdollisuus on myös pääomasijoittajien mukaan saaminen. Pääomasijoittamisessa tehdään sijoituksia yleensä julkisesti noteeraamattomiin yrityksiin, joilla on hyvät kehitysmahdollisuudet. Pääomasijoittaja pyrkii irtaantumaan yrityksestä sovitun suunnitelman ja aikataulun mukaisesti. (MaRa) Oman pääoman lisäksi yritystään voi rahoittaa myös esimerkiksi sijoittamalla omaisuutta, kuten koneita ja laitteita yritystoimintaan (Raatikainen 2006, 118-119.) Pääomasijoittajia voi löytää esimerkiksi Suomen Bisnesenkelit ry:n kautta. Bisnesenkelit ovat yksityisiä sijoittajia ja yrittäjiä, jotka sijoittavat pääasiallisesti oman pääoman ehtoisesti kasvuyrityksiin. Tyypillinen sijoitus on 10 000 – 150 000 euroa, ja tyypillinen sijoitusaika on 2 - 4 vuotta. Pääoman lisäksi bisnesenkelit voivat antaa sijoituskohteensa käyttöön omaa osaamistaan ja tietämystään esimerkiksi konsultoimalla tai toimimalla yrityksessä hallituksen jäsenenä. (Suomen Bisnesenkelit ry.)

Vieraan pääomarahoitukseen saamiseksi täytyisi yrittäjällä olla jonkin näköisiä vakuuksia turvaamaan velkojan saamiset ja todistamaan halukkuuttaan maksaa laina ajallaan sopimuksen mukaan. Yleisimpiä vakuuksia ovat omavelkainen takaus, käteispankki, kiinteistökiinnitys, yrityskiinnitys ja pankkitakaus. Suurin osa vieraasta pääomarahoituksesta saadaan pankeilta. Rahoitusta hakiessa kannattaa pyytää tarjouksia eri pankeilta, mieluiten kirjallisena. Pankit arvioivat asiakassuhteeseen liittyvät riskit ennen luottopäätöksensä tekemistä, ja

mahdollisen luoton korko määräytyy näiden arvioiden mukaan: mitä suurempi riski, sitä suurempi korko. Majoitus- ja ravitsemisalalan tai tuotantoalan aloitteleva pk-yritys voi saada Finnvera Oy:ltä esimerkiksi pienlainaa ja takauksia. Lainan ajat vaihtelevat kahden ja kymmenen vuoden välillä. Finnvera arvioi yrityksen edellytyksiä menestykseen ennen rahoituspäätöksensä tekemistä. Pienlainaa myönnetään yritykselle, joka työllistää enintään 5 henkilöä. Lainan suuruus on 3 500 – 35 000 euroa, laina-aika on viisi vuotta, eikä sitä tarvitse lyhentää ensimmäisen vuoden aikana. Näiden lisäksi toimiva yritys voi lisäksi saada sijoituslainaa, pk-lainaa tai yrittäjälainaa vakuutusyhtiöiltä. Vakuutusyhtiöt kuitenkin noudattavat jonkin verran pankkeja tiukempia vakuuskäytäntöjä, joten lainan ehdot voivat olla selvästi tiukemmat. (MaRa.)

Yrityksen käyttöomaisuusinvestointien rahoitukseen voi löytyä ratkaisu rahoitusyhtiöiltä. Rahoitusyhtiöt tarjoavat investointien rahoitusmuotoina leasingiä ja osamaksurahoitusta esimerkiksi kassajärjestelmien, autojen, ääni- ja valolaitteistojen sekä muiden koneiden ja kaluston hankkimiseen. Leasingillä tarkoitetaan käyttöomaisuuden pitkäaikaista, yleensä 3 - 5 vuoden pituista vuokraamista rahoitusyhtiöltä. Kyseessä on rahoitus, jossa rahoitettava esine toimii vakuutena, ja leasing-sopimuksen loputtua on yrityksellä mahdollisuus lunastaa esine käyttöönsä tietyllä prosenttiosuudella esineen hankintahinnasta. Osamaksurahoituksessa kohde siirtyy ostajan omistukseen viimeisen osamaksun suorittamisen jälkeen. Osamaksuostaja tekee myyjän kanssa osamaksusopimuksen ja maksaa kohteesta käsirahan, minkä jälkeen osamaksusopimus siirtyy rahoitusyhtiölle, joka laskuttaa osamaksut suoraan ostajalta. (MaRa.)

Lainoja ja muuta rahoitusta voidaan täydentää esimerkiksi työ- ja elinkeinotoimiston myöntämällä starttirahalla, jota voidaan saada enintään 18 kuukauden ajalta, 500 – 650 euroa kuukaudessa. Starttirahan saamisen edellytyksenä on yrittäjän aikaisempi yrittäjäkokemus tai yrittäjäkoulutus, mahdollisuudet kannattavaan yritystoimintaan, tarpeellisuus yrittäjäksi ryhtymiseen toimeentulon kannalta sekä se, että raha myönnetään ennen yrityksen perustamista. Lisäksi ELY-keskukset tukevat pk-yritysten perustamista, kehittämistä ja kasvua rahoittamalla hankkeita, jotka ovat

yrityksen kehittämisen kannalta merkittäviä. Kehittämisyhteistyöstä voidaan myöntää investointeihin, kehittämistoimenpiteisiin tai pienen yrityksen uuden työvoiman palkkamenojen tai muiden toiminnan aloittamisen tai laajentamisen menojen kattamiseen. Muihin kehittämistoimenpiteisiin tarkoitetun kehittämisyhteistyön määrä voi olla enintään 50 % avustuksen perusteena olevista hyväksyttävistä menoista. TE-keskuksesta eli Työvoima- ja elinkeinokeskuksesta voi hakea rahoitusta ja tukea. Tukea voi saada esimerkiksi palkka- ja markkinointikustannuksiin, toisinaan edellyttäen, että yritys osallistuu yrityshautomoon. Tuen saamisen ehtona on, että yritys ei ole hakenut työvoimatoimiston starttirahaa. TE-keskuksesta voi saada tukea myös maaseudun ja haja-asutusalueiden elinkeinojen investointeihin ja kehittämiseen sekä hankkeisiin, jotka kannustavat uusien yritysten perustamista sekä toimivien yritysten kehitystä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 78-85; MaRa.)

## **2.6 Perustamistoimet**

Yrityksen perustamisen ensimmäiseksi askeleeksi voidaan katsoa liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Liiketoimintasuunnitelmaa ei voida lain varjolla vaatia, mutta ilman sitä on vaikea saada rahoitusta tai pysyä kärryillä siitä, missä mennään. Seuraavaksi edessä on yritysmuodon valinta, ja yritystoiminnan luvanvaraisuuden selvittäminen. Luvanvaraisia elinkeinoja ovat mm. terveydenhoitoon liittyvät alat, alkoholin anniskelu ja myynti, arvopaperi-, pörssi- ja sijoitustoiminta, teletoiminta ja ajoneuvojen katsastustoiminta. Tämän jälkeen laaditaan perustamisilmoitus yritystietojärjestelmään, järjestetään kirjanpito ja otetaan tarvittavat vakuutukset. Yrittäjäjärjestöön liittymistäkin on syytä harkita. (Suomen Yrittäjät.)

Yrityksen toiminimi kannattaa rekisteröidä ennen toiminnan aloittamista, vaikkei rekisteröintivelvollisuutta olisikaan, sillä siten saa yksinoikeuden käyttämäänsä toiminimeen (Meretniemi & Ylönen 2008, 131.)

Yrityksen perustamiseen liittyvät toimet ja ilmoitusvelvollisuudet vaihtelevat jonkin verran yritysmuodon mukaan. Ennen yritystoiminnan aloittamista on yritys kuitenkin yritysmuodosta riippumatta ilmoitettava kaupparekisteriin sekä

on tehtävä ilmoitus liiketoiminnan aloittamisesta verohallinnolle. Molemmat ilmoitukset voidaan tehdä yhdellä lomakkeella verkossa tai paperiversiona. Kun yrityksen jättämä perustamisilmoitus rekisteröidään, saa yritys Y-tunnuksen. Verohallinnossa yritys ilmoitetaan arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, työnantajarekisteriin ja/tai vakuutusmaksuverovelvolliseksi. Yritys saa esitäytetyt lomakkeet arvonlisäveron ja ennakonpidätysten maksamiseksi, sillä verot peritään pääasiallisesti ennakkokantona. (Suomen Yrittäjät; MaRa.)

Majoitus- ja ravitsemistoimintaa säätelee laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta. Laki säätelee mm. aukioloaikoja sekä anniskelua, jota ei saa harjoittaa ilman erillistä anniskelulupaa. Elintarvikehuoneistoa ei nykyisin tarvitse hyväksyttää ennakoon kunnan elintarvikeviranomaisella, vaan riittää, että ravitsemisliikkeen perustamisesta ilmoitetaan. Tämä ilmoitus tulee liittää myös anniskelulupaa hakiessa lupahakemuksen liitteeksi. Elintarvikeviranomaisen toimittama tiedon ilmoituksesta myös poliisille ja pelastusviranomaiselle. Myös ravitsemisliikkeen toiminnan lopettamisesta, keskeyttämisestä tai toimijan vaihtumisesta on ilmoitettava viipymättä elintarvikeviranomaiselle. (MaRa)

Ravintola- tai kahvilatoiminnan voi aloittaa vain sellaisessa liiketilassa, joka on hyväksytty tällaiseen tarkoitukseen ennen toiminnan aloittamista. Aina, jos huoneiston käyttötarkoitusta muutetaan, tilaa laajennetaan tai rakennetaan uusi ravitsemusliike, tarvitaan rakennuslupa. Rakennuslupaa voi hakea tontin omistaja tai haltija tai yrittäjä jommankumman myöntämällä valtakirjalla. Huoneiston muutos elintarvikehuoneistoksi ei ole aina mahdollinen, esimerkiksi jos huoneistossa on ennen sijainnut toimisto, asunto tai varasto. Kaikissa elintarvikehuoneiston muutoshankkeissa tarvitaan alusta alkaen hakijan avuksi pääsuunnittelija, joka on pätevä laatimaan tarvittavat piirustukset ja avustamaan rakennusluvan hakemisessa. Myös muut mahdolliset suunnittelijat ja työnjohtaja on hyvä rekrytoida ihan varhaisessa vaiheessa, jotta kaikki osapuolet ovat varmasti perillä tapahtumista. (Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto 2012.)

Liikehuoneiston löydyttyä on edessä vielä laitteiden ja tarvikkeiden hankinta. Tulisi miettiä, mitä kautta laitteet ja tarvikkeet kannattaa hankkia. Vaihtoehtoina on ostaminen tai esimerkiksi leasing-sopimus. Kannattaa myös tarkistaa, olisiko saatavissa edullisemmin hyväkuntoisia, käytettyjä välineitä ja kalusteita. Joka tapauksessa kannattaa aina laskea tarkkaan, kuinka paljon pääomaa sitoutuu hankintoihin, ja mikä on aidosti edullisin ja kannattavin vaihtoehto. (Meretniemi & Ylönen 2008, 138.)

Myös henkilökunnan rekrytointi kuuluu myöhempisiin perustamistoimenpiteisiin. Työsopimuksia tehtäessä ei majoitus- ja ravitsemisalalan yritys voi sivuuttaa matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajanpalveluja koskevaa työehtosopimusta. Jos työehtosopimukseen kirjataan työehtosopimuksen vastaisia ehtoja, ne ovat automaattisesti mitättömiä. Näin ollen työehtosopimus velvoittaa työnantajan noudattamaan alan vähimmäisehtoja, jotka koskevat palkkaa, työaikaa, lomarahoja, vapaapäiviä ym. (MaRa.)

### **3 Kahvila**

Kahvila on julkinen paikka, jossa tarjotaan kahvia, erikoiskahveja, teetä, virvokkeita sekä suolaisia ja makeita kahvileipiä. Usein kahvilan valikoimaan kuuluu myös keitto- ja salaattilounas. Kahviloilla on ollut erilaisia muotoja ja tehtäviä eri aikoina ja eri paikoissa, mutta se on aina palvellut ihmisten tarvetta viettää aikaa toistensa seurassa ja nauttia kupillinen virkistävää juomaa. Varsinkin varhaisessa vaiheessaan kahvilat olivat pitkälti sivistyneistön kohtaamispaikkoja, joissa syntyi uusia aatteita ja kirjallisia suuntauksia.

Eryteisesti kirjailijat, lehtimiehet ja runoilijat viettivät aikaansa kahviloissa, toistensa kanssa keskustellen. Kahviloissa myös kohtasivat poliittiset toisinajattelijat ja yliopisto-opiskelijat. Nykypäivänä kahviloissa käyvät kaikenlaiset ihmiset, sosiaaliseen asemaan, koulutustaustaan ja varallisuuteen katsomatta. (Balk & Kärkkäinen 2000; Jaatinen 2006; Hemmi, Häkkinen & Lahdenkauppi 2008.)

### 3.1 Eurooppalainen kahvilakulttuuri

Ensimmäiset kahvilat perustettiin Euroopassa 1600-luvun puolessa välissä. Ensimmäinen tunnettu kahvila perustettiin Lontoossa, joskaan Englannista ei tullut suurta kahvilamaata, ja suurin osa brittikahviloista muuttuikin lopulta pubeiksi. Sen sijaan muun muassa wieniläiset, pariisilaiset ja berliiniläiset kahvilat ovat menestyneet ja luoneet aivan omanlaisensa kahvilakulttuurin. Wieniläiset keksivät sekoittaa kahviin maitoa, ja loivat oman melange-juomansa, joka on puoliksi kahvia, puoliksi kuumaa maitoa. Kahvin kanssa tarjottiin aina lasillinen vettä, ja kahviloissa oli viihdykkeenä sanomalehtiä ja elävää musiikkia. Wienin kahviloissa oli olennaisessa osassa myös biljardin peluu, ja tyypillinen wieniläiskahvila sisustettiin pramean tyylikkäästi. Saman tyyppisiä kahviloita löytyi muualtakin Keski-Euroopasta, esimerkiksi Prahasta ja Krakovasta.

Pariisilaiskahvilat jakautuivat alkuaikoinaan 1600-luvun loppupuolella kolmeen eri ryhmään: kuningasmielisten, jakobiinien ja poliittisesti sitoutumattomien kahviloihin. Kahvinjuontia pidettiin tuolloin sopivana uuden porvarillisen elämäntavan kannattajille, sillä se antoi energiaa tehokkuutta tavoitteleville. Pariisilaiskahviloiden kulta-aikana 1800-luvulla kahviloissa kokoontuivat paitsi ylioppilaat ja taiteilijat, myös työttömät.

Venetsia oli ensimmäinen kaupunki Euroopassa, jossa yhdistettiin leivonnaiset ja kahvi. Tämä tapahtui 1600-luvulla sveitsiläisten sokerileipurien toimesta. Sveitsiläiskondiittorit muuttivat samoihin aikoihin myös muualle Eurooppaan, kuten Englantiin, Venäjälle ja Skandinaviaan, ja heidän tuotteitaan leimasi aina korkealaatuisuus. Wienin kahviloihin sveitsiläisten vaikutus ei kuitenkaan ylettänyt, vaan wieniläiset kehittivät omat leivonnaisensa, kuten Sacher-kakun. Leivosten mukaantulo kahviloihin edesauttoi vitriinien käyttöönottoa, sillä kauniit, näyttävät leivonnaiset tarvitsivat esittely- ja säilytystilaa sopivan viileässä ilmassa. Leivosten ominaispiirteet ovat muuttuneet aikakausien muuttuessa kauneus- ja makukäsitysten mukana.



### 3.2 Suomalainen kahvilakulttuuri

Suomalaiset ovat maailman ahkerinta kahvinjuojakansaa. Me kulutamme vuosittain suunnilleen 50 miljoonaa kiloa kahvia, eli 4 - 5 kuppia henkilöä kohden päivittäin. Yli 90 % kaikista suomalaisista on kahvinjuojia. Suomalaiset suosivat edelleen vaaleapaahtoista kahvia, jonka osuus kaikesta suomalaisten kuluttamasta kahvistä oli 94 % vuonna 2011. Tummapaahtoinen kahvi kuitenkin yleistyy ja kasvattaa suosiotaan kovaa vauhtia jatkuvasti, ja siitä on tarjolla yhä enemmän erilaisia vaihtoehtoja kahviloissa ja kaupan hyllyillä. (Kahvi.net.)

Ensimmäiset suomalaiset kahvilat perustettiin silloiseen pääkaupunkiin Turkuun 1700-luvun puolessa välissä. Pääkaupungin vaikutusvaltaiset virkamiehet tapasivat vaeltaa joka aamupäivä kahvilasta toiseen tavatakseen muita vaikutusvaltaisia henkilöitä. Tämä perinne päättyi, ja Turun vilkas kahvilaelämä koki kolauksen, kun Helsingistä tuli Suomen pääkaupunki ja suurin osa virkamiehistä muutti uuteen pääkaupunkiin. Kahviloita alettiin näihin aikoihin perustaa myös Helsinkiin. Suurin ero kahviloiden välillä oli se, että Turussa kahvilanpitäjät olivat suurelta osin ruotsalaissyntyisiä suomalaisia ja naisia, kun taas Helsingissä he olivat sveitsiläissyntyisiä suomalaisia, pääosin miehiä. Kahvilan pitämisen katsottiin näihin aikoihin olevan naiselle sopivaa liiketoimintaa. (Jaatinen 2006, 24.)

Helsingin keskustassa 1960-luvulla sijainneessa Nissenin Kaivokahvilassa oli erillinen espressobaari, josta espresson pystyi tilaamaan, ja se oli tarkoitus juoda nopeasti tiskillä ja jatkaa sitten matkaansa. Espresso on Suomesta saanut laajemmin 1980-luvun puolesta välistä lähtien. (Jaatinen 2006, 50.)

### 3.3 Kahvilan tunnelma

*Mutta kahvilassa myös vain oleiltiin. Tavattiin toisia, tarkkailtiin kadun vilinää, pohdittiin elämää. Solmittiin tuttavuuksia, joille kahvilan ainutlaatuinen ilmapiiri antoi mahdollisuuden sekä pysyä muodollisina että kehittyä intiimeiksi. Juuri tässä onkin nähty kahvilan viehättävyyden salaisuus: sen seinien sisällä voi olla yksin mutta silti yhdessä muiden kanssa. (Balk & Kärkkäinen 2000.)*

Kahviloissa on kautta aikain ollut sellaista tunnelmaa, jota on hyvin hankalaa pukea sanoiksi. Kahvilaan mennessä aika ikään kuin pysähtyy ja kiireettömyys valtaa ihmiset. Kahvilan on sanottu olevan kuin mielentila. Se on kuin lyhyin mahdollinen loma, jonka työstänsä voi pitää. Kahvilaan voi mennä yksin tai seurassa, ja se on molemmissa vaihtoehdoissa sosiaalinen ympäristö. Kahvilaan mennään seurassa vaihtamaan kuulumisia tai keskustelemaan tietystä aihepiiristä ystävien ja kollegojen kanssa. Toisaalta yksin kahvilaan mentäessä on tyypillistä seurata toisia ihmisiä, ohikulkijoita tai kanssa-asiakkaita. Kahvilassa voi seurustella myös lehtien, kirjojen tai vaikka läppäriin kanssa. Useat kahvilat tarjoavatkin lehtiä asiakkaidensa luettavaksi. (Jaatinen 2006, 62-63.)

Professori Matti Klinge (Jaatinen 2006, 90-91) korostaa kahviloiden miljöötä ehdottoman tärkeänä menestystekijänä: jos ympäristö on banaali, ei kahvi maistu. Ihmisten tulisikin olla tietoisia siitä, mistä he kahvilassa maksavat. Ostoksen tehdessään asiakas hyväksyy kahvilan ympäristön sekä toiset asiakkaat. Suomalaiset ovat alikuluttajia, ja siksi Suomessa laadukkaat kahvilat eivät yleensä menesty niin hyvin, kuin ne menestyisivät jossain toisessa eurooppalaisessa kaupungissa. Kahvila tarvitsee Klingen mukaan ympärilleen kaupungin keskustan miljöön. (Jaatinen 2006.)

Tärkein yksittäinen sisustuselementti kahvilassa on ikkuna, sillä ihmisten tarkkailu on hyvin merkittävä osa kahvilassa istumisen nautintoa. Yleisesti ottaen ikkunattomat kahvilat eivät menesty, ellei kyseessä ole vanhassa rakennuksessa sijaitseva tunnelmallinen kellarikahvila. Myös kahvilan sisustuksella on merkitystä laadukkuuden imagoa rakentaessa. Nostalginen tyyli syntyy esimerkiksi pehmeillä sohvilla, vanhoilla valaisimilla ja suurilla peileillä sekä asiakkaiden luettaviksi tilatuilla lehdillä. Nämä yksityiskohtat antavat asiakkaalle laadun ja kiireettömyyden vaikutelman. Näin kahvila voi osoittaa olevansa aito, ”oikea” kahvila, eikä vain osa jotain suurempaa ketjua. (Jaatinen 2006, 62-63.)

### 3.4 Kahviloiden trendit

Suomessa on ollut 1990-luvun lopusta lähtien niin sanottuja nettikahviloita, joissa alkuaikoina myytiin kahvilatuotteiden lisäksi netti-aikaa kahvilassa sijaitsevilla päätteillä. Nykyisin varsinaisten kahvilassa sijaitsevien päätteiden sijaan monet kahvilat tarjoavat asiakkailleen langattoman verkkoyhteyden, jota voidaan käyttää omalla läppärillä tai älypuhelimella samalla, kun nautitaan kahvista. (Jaatinen 2006, 110-111.)

Kiireisessä nyky-yhteiskunnassa ei asiakkaille ole aina aikaa istua alas nauttimaan kahvistaan, ja niinpä useimmat kahvilat myyvätkin kahvia myös kannellisissa pahvikupeissa mukaan otettavaksi (Jaatinen 2006, 110-111.)

Lauri Tervon artikkelin mukaan suomalaisten kahvilassa käyminen on lisääntynyt merkittävästi viime vuosina. Kahvilaan mennään paitsi nauttimaan kahvista, myös rentoutumaan, seurustelemaan, lukemaan lehtiä ja surffaamaan internetissä. Espresso-pohjaiset erikoiskahvit ovat hiljalleen lisäämässä suosiotaan perinteisen filtterikahvin sijasta, ja myös kahviloiden teevalikoimat ovat monipuolistumassa. Suomalaiset ovat vasta pikkuhiljaa oppimassa, että sekä kahvia että teetä on olemassa monia erilaisia laatuja. Kahviloiden ja ravintoloiden välinen kilpailu kiristyy jatkuvasti, ja paine erilaistumiseen kasvaa. Tervo uskookin erilaisten teemakahviloiden olevan tulevaisuuden trendi myös Suomessa. Vain mielikuvitus on rajana sille, minkälaisien teemojen ympärille kahviloita voidaan rakentaa. Esimerkiksi Thaimaassa teemakahviloita on ollut jo jonkin aikaa, ja ne ovat muotoutuneet ns. elämyspaikoiksi.

## 5 Yhteenveto

Tässä opinnäytetyössä on perehdytty yrittäjyyteen ja uuden yrityksen perustamiseen, liikeidean erilaistamiseen sekä kahvilakulttuuriin. Työn tuloksena on laadittu liiketoimintasuunnitelma interaktiiviselle kahvilalle.

Työn teoriaosuudessa on tarkasteltu uuden yrityksen perustamiseen liittyviä tekijöitä alkaen yrittäjäksi soveltuvan henkilökohtaisista ominaisuuksista jatkaen yrityksen perustamiseen liittyviin päätöksiin ja toimenpiteisiin kuten sopiva yritysmuodon valinta ja rahoitus. Lisäksi on käsitelty liiketoimintasuunnitelmaa, liikeidean erilaistamista sekä kahvilakulttuuria yleisesti ottaen. Teoriaosuuden laatiminen on auttanut minua hahmottamaan konkreettisesti, mitä yrittäjäksi ryhtyminen minulta tulisi käytännössä katsoen vaatimaan, ja miten liikeidea kannattaa hioa sekä mitä hyvältä liiketoimintasuunnitelmalta vaaditaan. Teoriaosuuden kirjoittaminen on toiminut samalla hyvänä perehdytyksenä ennen itse liiketoimintasuunnitelman laatimista.

Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa on alkuperäinen liikeideani lähtenyt kuin automaattisesti kehittymään ja konkretisoitumaan. Yksityiskohtaista suunnitelmaa tehtäessä on ollut välttämätöntä pohtia yrityksen toimintaa mahdollisimman tarkasti, ja samalla visualisoida, miltä valmis kahvila näyttäisi ja miten sitä operoitaisiin. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on yhtäaikaaisesti toiminut porttina realistiseen liikemaailmaan että itseään ruokkivana motivaattorina.

Tämän opinnäytetyöprosessin aikana on poltteeni yrittäjyyteen kasvanut entisestään, ja toisaalta asiantuntijan haastattelun yhteydessä saamani palaute liikeidean ja konseptin toimivuudesta on lisännyt uskoa ja itseluottamusta oman liikeidean mahdollisuuksiin ja omiin mahdollisuuksiin tulevana yrittäjänä. Liiketoimintasuunnitelman ohella tehdyt laskelmat ovat kuitenkin palauttaneet minut maan pinnalle sen suhteen, miten taloudellisesti haastavaa kahvilayrittäminen Helsingissä juuri nyt on, varsinkin kun omia säästöjä ei tällä hetkellä ole kasassa. Voi siis olla paikallaan kerryttää omaa kokemusta alalla

sekä omaa pääomaa vielä muutaman vuoden verran, ennen kuin on aika ryhtyä tuumasta toimeen.

## Lähteet

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2009. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. 5. uudistettu painos. Helsinki: Restamark.

Airaksinen, T. & Vilkkä, H. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Balk, E. & Kärkkäinen, T. 2000. Kadonnutta kahvilaa etsimässä. Helsinki: Otava.

Finlex. Ajantasainen lainsäädäntö. Osakeyhtiölaki. Luettu 7.8.2013.  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>

Hafren, G. & Trout, J. 2003. Erilaistu tai kuole – Selviytyminen tappavan kilpailun aikakautena. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.

Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto 2012. Ravintolan ja kahvilan perustaminen, perusasiakirja.

Hemmi, M., Häkkinen, U. & Lahdenkauppi, M. 2008. Avec – Asiakaspalvelua ravintolassa. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Jaatinen, S. 2006. Kahvilan pöydässä. 1. painos. Helsinki: Multikustannus.

Kahvi.net. Luettu 15.8.2013.  
<http://www.kahvi.net/>

Keskuskauppakamari – Yrityksen perustajan opas 2011.  
[http://media.ammattinetti.fi/Yrityksen\\_perustajan\\_opas\\_2011\\_TEM.pdf](http://media.ammattinetti.fi/Yrityksen_perustajan_opas_2011_TEM.pdf)

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n yrityksen perustamisopas. Luettu 7.8.2013.  
<http://www.mara.fi/ext/cms3/attachments/yrityksen-perustaminen-2013.pdf>

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. 1. painos. Helsinki: Otava.

Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen – rakenna palvelusta menestystuote 10 päivässä. 1. painos. Helsinki: Talentum.

Porter, M., 1996. What is Strategy? Harvard Business Review (marraskuu-joulukuu 1996, 61-78).

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? 1. painos. Helsinki: WSOYpro.

Raatikainen, L. 2006. Liikeideasta liikkeelle. 5. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima.

Suomen Bisnesenkelit ry. Luettu 14.8.2013.  
<http://www.bisnesenkelit.fi/>

Suomen mediaopas. Luettu 4.8.2013.  
<http://www.mediaopas.com/sanasto/positiointi/>

Suomen Yrittäjät. Luettu 23.3.2014.  
<http://www.yrittajat.fi/>

Tervo, L. Teekulttuuri vahvistumassa kahviloissa – Teema- ja elämyskahvilat seuraava trendi?  
<http://deski.fi/9/artikkeli-teekulttuuri-vahvistumassa-kahviloissa-teema-ja-elmyskahvilat-seuraava-trendid-5140>

Toivo, U., 2014. Palvelupäällikkö. Helsingin kaupunginkanslia, Elinkeino-osasto, Yrityspalvelut. Haastattelu 6.3.2014.

YritysSuomi. Luettu 6.8.2013.  
<http://www.yrityssuomi.fi/yrityksen-perustaminen>