

Franchising-yrittäjyys ja sen mahdollisuudet Lapissa

Heikkilä Nadja
Mukku Veera
Opinnäytetyö
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala
Liiketalouden koulutusohjelma
Tradenomi

2017

Tekijä	Nadja Heikkilä Veera Mukku	Vuosi	2017
Ohjaaja	Eija Turunen		
Työn nimi	Franchising-yrittäjyys ja sen mahdollisuudet Lapissa		
Sivu- ja liitesivumäärä	50 + 23		

Opinnäytetyömme aiheena on franchising-yrittäjyys ja sen mahdollisuudet Lapissa. Työn tavoitteena on esitellä franchising-yrittäjyyden teoriaperusta, yrittäjyyden riskejä ja niiden hallintaa, esitellä pohjoista toimintaympäristöä sekä pohtia franchising-yrittäjyyden tulevaisuudennäkymiä.

Työssä on teoriaosuus, joka käsittää tiedot franchising-yrittäjyyden perustasta, yrittäjyyden riskeistä sekä niiden hallinnasta. Teoriaosuus käsittää myös esittelyn Lapista toimintaympäristönä sekä esittelyn franchising-yrittäjyyden mahdollisesta tulevaisuudesta. Tähän etsimme tietoperustan kirjallisuudesta sekä artikkelijulkaisusta.

Työssä selvitetään myös Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden tämänhetkinen tietämys ja mielikuvat franchising-yrittäjyydestä sekä Lapista toimintaympäristönä. Tutkimussuuntana on käytetty sekä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta että kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Tutkimus toteutettiin lähettämällä Webropol-ohjelmalla laadittu kysely sadoille Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoille.

Kyselyn tuloksista kävi ilmi, että suurimmalle osalle termi franchising-yrittäjyys on tuttu, ja yleisesti ottaen franchising-yrittäjyyden tietämys oli opiskelijoilla kohutuullisen hyvin hallussa. Franchising-yrittäjyyttä pidettiin helpompana tapana aloittaa yrittäminen kuin yksityisyrittäjänä, mutta sitä pidettiin myös rajoittavampana vaihtoehtona.

Lapista toimintaympäristönä selvisi, että opiskelijoiden mielestä yrittäjyys on sijaintinsa vuoksi Lapissa haastavampaa kuin muualla Suomessa. Aasialaisten innostus Lappiin on kuitenkin tuonut heitä massoittain pohjoiseen ihmettelemään pohjoisen revontulia ja eksotiikkaa. Matkailua pidettiin Lapin suurimpana valttina, ja siihen liittyen Lapin tulevaisuus näyttää kirkkaalta.

Avainsanat Tradenomi, yrittäjyys, franchising, liiketalous, pohjoinen toimintaympäristö, Lappi

School of Business and Culture
Business Administration
Bachelor of Business Admini-
stration

Author(s)	Nadja Heikkilä, Veera Mukku	Year	2017
Supervisor	Eija Turunen		
Subject of thesis	Franchising enterprise and its opportunities in Lapland		
Number of pages	50 + 23		

Our thesis study topic is franchising enterprise and its opportunities in Lapland. The objectives of this work are to introduce theories of franchising entrepreneurship, entrepreneurship's risks and managing such enterprises, introduce the Northern operational environment and ponder the future of franchising entrepreneurship.

The work has a theory part that consists of discussions of the bases of franchising entrepreneurship, its risks and management of enterprises operating on the franchising system. The theory part also consists of an introduction of Lapland as an operational environment and discussions of the future of the franchising system. Information from existing literature and article publications was used for conducting this work.

This thesis work studied Lapland University of Applied Science students' current knowledge and image concerning franchising entrepreneurship and Lapland as an operational environment. Both quantitative and qualitative methods were used in this thesis work. The quantitative aspect of this work was conducted as a survey by sending the questionnaire via the Webropol software to hundreds of students.

The questionnaire data shows that most students recognized the franchising term and over all their knowledge about franchising entrepreneurship was quite good. Franchising entrepreneurship was considered an easy way to run a business, on the one hand. On the other hand, it was considered a more restrictive way of running a business than running a business as an independent entrepreneur.

We found out that students found entrepreneurship to more challenging in Lapland than in other parts of Finland because its location in the Northern area. The increasing number of Asian tourists who have found and come to Lapland to see the northern lights and Lapland's exoticism has been a positive development. Tourism was considered to be Lapland's biggest asset, and because of that Lapland's future was regarded as bright.

Keywords: franchising, business economics, northern operational environment, Lapland

SISÄLLYS

1 JOHDANTO..	5
2 TYÖN TAVOITTEET JA TIEDONHANKINTA.....	6
2.1 Käsitteiden ja termien avaus	6
2.2 Aiempia tutkimuksia franchising-yrittäjyydestä.....	7
2.3 Tutkimuksen työmenetelmät ja tiedonhankinta	9
3 YRITTÄJYYDEN RISKIT JA NIIDEN HALLINTA.....	11
3.1 Yrittäjyydessä ilmenevät riskitekijät.....	11
3.2 Riskien hallinta.....	12
4 FRANCHISING-YRITTÄJYYS.....	14
4.1 Franchising-yrittäjyyden piirteet ja erilaiset toimintamallit.....	14
4.2 Franchising-yrittäjyyden edut ja haasteet.....	16
4.3 Franchising-sopimukset.....	18
4.3.1 Franchising-sopimuksen sisältö.....	19
4.3.2 Franchising-yrittäjyyden eettiset säännöt.....	21
4.4 Franchising-yrittäjäksi ryhtyminen	22
4.5 Franchising- yrittäjyyden päättyminen.....	27
5 POHJOINEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA YRITTÄJYYS.....	29
5.1 Pohjoinen toimintaympäristö.....	29
5.2 Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden näkemykset.....	30
5.3 Aineiston analysointi.....	31
6 FRANCHISING-YRITTÄJYYDEN TULEVAISUUDEN NÄKYMIÄ.....	42
7 POHDINTA	43
LÄHTEET.....	45
LIITTEET	47

1 JOHDANTO

Franchise-yrittäjyys tarkoittaa yritysmuotoa, jossa yrittäjä saa oikeuden käyttää testattua yritysmuotoa sekä tavaramerkkiä korvausta vastaan. Franchising-sektorin arvellaan työllistävän tällä hetkellä Suomessa jopa 100 000 henkeä. Alan kasvuselvitykseen osallistuneet ketjut otaksuvat tarvitsevansa jopa 3700 henkeä vuoden 2016 loppuun mennessä. (Franchising Suomessa 2016.) Franchising-yrittäjyys koetaan usein helpompana kuin normaali yrittäjyys. Antaja-osapuoli antaa yrittäjälle käyttöönsä testatun konseptin sekä usein myös mainonnan, tuotteet sekä palvelun. Tämä koetaan toisinaan myös franchising-yrittäjyyden huonoimpana puolena; ketju sanelee tarkasti, miten ja millä tavalla tuotteita sekä palveluita myydään ja markkinoidaan.

Esittelemme tässä opinnäytetyössä franchising-yrittäjyyden perustan perehtymällä aiheetta koskevaan kirjallisuuteen sekä artikkeleihin. Teemme myös Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoille Webropol-kyselyn, jossa selvitetään heidän tämänhetkistä tietouttaan franchising-yrittäjyydestä, sen houkuttelevuutta sekä tietoutta Lapista toimintaympäristönä.

Tutkimme opinnäytetyössämme franchising-yrittäjyyttä sekä pohjoista toimintaympäristöä. Työssä pyritään selvittämään franchising-yrittäjyyden perusteita, tämänhetkistä tilannetta sekä mielikuvia yritysmuodosta. Pyrimme selvittämään olisiko franchising opiskelijoille potentiaalinen yritysmuoto, jos he päätyisivät yrittäjiksi. Tavoitteena on selvittää voisiko tämä olla yksi muoto saada lisää työllisyyttä valmistuville opiskelijoille, jotta he jäisivät Lappiin. Tällä hetkellä muutto-liike pois maakunnasta on suurta. Haluamme saada käsityksen siitä, kuinka paljon franchising-yrittäminen eroaa toisistaan Lapissa ja muualla Suomessa opiskelijoiden mielestä tällä hetkellä. Käsittelemme pohjoista toimintaympäristöä sekä sen mahdollisesti luomia haasteita sekä mahdollisuuksia mahdollisen yrittäjyyden näkökulmasta.

2. TYÖN TAVOITTEET JA TIEDONHANKINTA

2.1 Käsitteiden ja termien avaus

Tässä luvussa avaamme franchisingin yleisiä käsitteitä ja terminologiaa, jota käytetään myös osana tätä opinnäytetyötä.

- Franchising on liiketoimintaa, jonka muodon franchise-antaja on määritellyt. Se on myös franchise-antajan ja franchise-ottajan välistä yhteistyötä, joka on useasti pitkäaikaista. Nämä kaksi toimivat itsenäisinä yrityksinä sekä oikeudelliselta että taloudelliselta kannalta katsottuna. Yhteistyössä franchise-antaja siirtää franchise-ottajalle rahaa vastaan oikeuden käyttää hänen liiketoimintakonseptiaan ennalta määrätyn ajan. Franchise-ottajan täytyy tänä aikana toimia annettujen ohjeiden mukaisesti.
- Franchising-sopimuksella osapuolet sitoutuvat yhteistyöhön yrittäjyydessä.
- Sopimusoikeus on tehdyn sopimuksen ja yhteistyön lähtökohtana ja antaa sille raamit.
- Franchising-ottaja on itsenäinen yritys, joka ostaa konseptin käyttöoikeuden franchising-antajalta toimipisteeseensä ja noudattaa sitä kaikilla osa-alueilla.
- Franchising-ketju sisältää jokaisen yrityksen, joka on sopimuksella vuokrannut saman konseptin käyttöönsä franchising-antajalta.
- Franchising-antaja johtaa järjestelmää, joka muodostuu itsensä franchising-antajan lisäksi konseptia toteuttavista yrityksistä, franchising-keskuksesta sekä sen toiminnasta.
- Franchising-keskus on paikka, josta koko ketjun toimintaa johdetaan.

- Konsepti on liiketoiminnan perusmalli, jonka franchising-antaja on kehittänyt ja luovuttaa franchising-ottajille maksua vastaan. Konseptin perimmäisenä ajatuksena on tarjota asiakkaalleen samanlainen asiakaskokemus jokaisessa toimipaikassa.

(Laakso 2005, 30- 32, 279- 282; Franchising 2017.)

2.2 Aiempia tutkimuksia franchising-yrittäjyydestä

Franchising-yrittäjyys on kohtuullisen suosittu aihe tutkimuksissa sekä opinnäytetöissä. Siitä on myös julkaistu laajasti kirjallisuutta, johon pohjaamme teoriaosuuttamme franchising-yhdistyksen materiaalien lisäksi. Valitettavasti julkaistu kirjallisuus ei ole kovin tuoretta tai ainakin asiat ovat pysyneet hyvin samoina ja teokset tukeutuvat vahvasti aiemmin julkaistuun materiaaliin. Tutkimme Theseuksesta aiheesta julkaistuja kirjallisuuslähteitä tuoreempia ammattikorkeakoulujen opinnäytetöitä ja esittelemme tässä muutaman mielestämme aiheitamme lähellä olevan tutkimuksen. Löysimme myös aiheesta Jyväskylän yliopistossa tehdyn väitöskirjan, tosin se on vuodelta 2005.

Antti Tomperi ja Reijo Määttä tutkivat opinnäytetyössään ”Franchising-yrittäjyys uravaihtoehtona” vuodelta 2011 restonomipuolen aikuisopiskelijoiden käsityksiä franchising-yrittäjyydestä ja olisiko siitä uravaihtoehdoksi heidän valmistuttuaan. Opinnäytetyössään he esittelivät franchising-yrittäjyyden teoriaa, tutustuivat syvemmin Kotipizza-ketjuun sekä tekivät opiskelijoille kvantitatiiviseen tutkimukseen pohjautuvan kyselyn ja analysoivat vastauksia osana tutkimustaan.

He totesivat kyselynsä perusteella, että franchising-yrittäjyys kiinnostaa vastaajia sen helppouden takia, itsellä ei tarvitse olla liikeideaa valmiina ja riski ovat pienempiä kuin yksityisyrittäjillä. Tutkimuksessa tuli ilmi myös seikkoja siihen, jos franchising-yrittäjyys ei kiinnosta. Nämä olivat oman vapauden puuttuminen, konseptin liika sitovuus ja se, että ketju sanelee säännöt.

Anni Hatakka ja Marika Konttinen pureutuvat opinnäytetyössään ”Franchising-yrittämisen hyödyt ja haasteet” (2015) syvemmin franchising-yrittäjyyden teoriaan ja sen etuihin ja haasteisiin. He lähettivät yrittäjille sähköisen kyselyn, jotta he saisivat tietoonsa, minkälaisia eroja eri franchising-ketjujen välillä on sekä minkälaisia etuja ja haasteita yrittäjät kokevat franchising-yrittäjyydestä olevan. Pohdinnassaan he toteavat yrittäjien mielestä vahvuutena olevan valmiit ideat, yhtenäinen ketju, jolla on myös yhtenäinen markkinointi ja valmiit kampanjat. Ketjujen ohjaukset ja koulutukset koettiin myös positiivisena asiana.

Haasteina yrittäjät pitivät suuria kiinteitä kuluja, liikevaihdosta maksettavaa franchising-maksua ja yleisesti kannattavuutta ympärivuoden. Haasteina mainittiin myös, että kaikki konseptit eivät sovi kaikille aloille, asiakaspalvelun laadun tasaisuus on vaikea säilyttää ja omien työtuntien paljous oli myös haastavaa.

Blerina Gashi selvittää opinnäytetyössään ”Näkökulmia franchising-yrittäjyyteen” (2013) franchising-yrittäjyyden haasteita ja etuja, vertailee yksityisyrittäjyyttä franchising-yrittäjyyden kanssa ja selvittää onko yrittäjillä ollut joitakin erityisiä piirteitä tai syitä valita jompikumpi yritysmuoto omakseen. Hän myös pohtii franchising-yrittäjyyden tulevaisuuden näkymiä. Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössään hänellä oli laadullinen tutkimus. Tutkimus suoritettiin SWOT-analyysin sekä teemahaastatteluiden avulla.

Johtopäätöksessään hän toteaa, ettei yrittäjillä tarvitse olla tietynlaisia piirteitä valitakseen tietynlaisen yritysmuodon. Yrittäjät pitivät tärkeänä, että yrittäjäksi alkaminen on kunnolla mietitty valmiiksi ja että yrittäjällä on takanaan myös perheen tukea sekä omia säästöjä. Franchising-yrittäjyyden etuina pidettiin aloittamisen helppoutta, valmista konseptia sekä turvallisuuden tunnetta. Myös valmis markkinointi ja tuotekehitys ketjussa miellyttivät. Haasteina taas koettiin useita asioita, esimerkiksi ketjun oman edun ajaminen sen sijaan että ajateltaisiin yrittäjää. Tulevaisuudessa Gashi pitää todennäköisenä, että franchising-yrityksiä on yhtä paljon kuin yksityisyrittäjiä eli sen suosio jatkaa kasvamistaan.

Mika Tuunanen julkaisi vuonna 2005 väitöskirjan "Esseitä franchisingista Suomessa – Empiirisiä löydöksiä franchiseantajista, franchiseottajista ja heidän välisestä suhteistaan", jossa hän tutki franchisingin kehitystä Suomessa. Hän tutki asiaa sekä franchising-yrittäjien että ketjujen kannalta.

Tuunanen toteaa väitöksessään, että franchising alentaa yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä. Myös franchising-yrittäjien lopettamisprosentti ensimmäisen viiden vuoden aikana on huomattavasti pienempi kuin yksityisyrittäjien. Hänen tutkimuksessaan kävi myös ilmi, että franchising-yrittäjistä kuusi kymmenestä oli tyytyväinen liiketoimintaansa. Hänen näkemyksensä mukaan vuonna 2005 franchising oli vielä heikosti tunnettu yrittäjyysmuoto, mutta luo erityisesti palvelualoille mahdollisuuksia.

Yhteenvetona yllä olevista tutkimuksista voidaan päätellä franchising-yrittäjyyden etuja ja haasteita. Etuina pidettiin yleisesti yrittäjyyden helppoa aloittamista, valmista konseptia, markkinointia ja turvallisuuden tunnetta. Haasteina pidettiin luovuuden rajoittamista, maksuja sekä ketjun etujen liiallista ajamista. Silmiinpistävää oli, että tutkimuksien tuloksissa oli todella paljon yhteneväisyyksiä.

2.3 Tutkimuksen työmenetelmät ja tiedonhankinta

Tutkimukseen käytämme teoreettisia lähteitä kirjallisuudesta sekä Suomen franchising-yhdistyksen julkaisemia materiaaleja. Lisäksi teemme Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoille sähköisen Webropol-kyselyn ja koostamme ja analysoimme sen tulokset.

Työmme on toteutettu tilannekartoitus tyyppisesti. Tutkimussuuntanamme käytimme sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusta. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus mittaa jotain numeroiksi muutettavaa asiaa ja se vastaa tutkimuskysymyksiin mikä? missä? ja paljonko? Määrällistä menetelmää käytetään muun muassa kyselyissä, tilastotieteissä, ennusteissa sekä kuluttajille suuntaavissa tutkimuksissa. Tutkimuksessa hyödynnetään esimerkiksi haastattelua tai

kyselyä kohderyhmälle, meidän tapauksessamme kohderyhmänä ovat Lapin alueelle työllistymistä haaveilevat. Yhtenä mahdollisuutena heille on yrittäjyys. Tutkimusjoukoksi valitsimme Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijat. (Heikkilä 2014,7- 16.)

Halusimme selvittää valmistuvien opiskelijoiden kiinnostusta yrittäjyyttä kohtaan erityisesti Lapissa. Tällä hetkellä Lapin Liiton sivujen mukaan Lapin työllisyysaste on 65 %. Työnantajasektorilla kolme suurinta työllistäjää ovat tällä hetkellä yksityiset (49 %), kunta (30 %) sekä yrittäjät (12 %). (Lapinliitto, 2017.)

Raportoimme työmme kirjallisesti Lapin ammattikorkeakoulun opinnäytetyön ohjeiden mukaisesti ja esittelemme työmme ja sen tulokset suullisesti opinnäytetyöseminaarissa. Tutkimuksen tulokset antavat kuvan opiskelijoiden tietoisuudesta franchising-yrittäjyydestä sekä pohjoisesta toimintaympäristönä tällä hetkellä.

3 YRITTÄJYYDEN RISKIT JA NIIDEN HALLINTA

3.1 Yrittäjyydessä ilmenevät riskitekijät

Yrittäjäksi alkaminen on aina suuri päätös ja useasti iso elämänmuutos. Päätös ei synny hetkessä eikä mielijohteesta, vaan se syntyy pikkuhiljaa. Päätöstä on syytä arvioida monelta kannalta ja tutkiskella myös omassa sisimmässään, kuinka paljon on valmis panostamaan ideaansa. Koska yrittäjyydessä on aina omat riskitekijänsä, on yrittäjyyteen syytä valmistua huolellisesti ja arvioida myös ulkopuolisen näkökannalta omia edellytyksiään menestyä yrittäjänä ja oman liiketoiminnan menestymismahdollisuuksia. (Holopainen & Levonen 2008,19.)

Tärkeänä osana yritystoimintaa on riskien tunnistaminen ja niiden hallinta. Erilaisilla aloilla riskit ovat aina hieman erilaisia, mutta osana liiketoiminnan suunnittelua on hyvä tunnistaa juuri oman alansa riskit (Lipponen 2011, 41.) Yleisesti riskit ovat talouteen liittyviä, mutta myös turvallisuus ja toiminnollisuus luovat riskejä yrittäjälle (Viitala & Jylhä 2013, 285).

Yritystoiminnassa on aina riskejä ja yrittäjä valmistautuu niihin etukäteen. Se, kuinka suuria riskejä yrittäjä on varautunut ottamaan, näkyy yrityksen toiminnassa ja vaikuttaa myös sen kasvuvalmiuteen. Taloudellisia riskejä ovat esimerkiksi oman pääoman sijoittaminen, työntekijöiden palkkaus, panostukset kasvuun ja mahdolliset sopimusriskit. Jokainen yrittäjä kohtaa myös päivittäisessä yritystoiminnassa riskejä, jotka ovat hieman pienemmässä mittakaavassa ja ne täytyy hyväksyä osaksi liiketoimintaa. Esimerkiksi tuotepoistot, varastaminen (operatiivinen riski), tavaroiden rikkoutuminen ja työntekijöiden sairaspöissaolat (vahinkoriskit) ovat jokapäiväisiä riskejä, joihin ei voi mitenkään vaikuttaa etukäteen. Strategiset riskit taas vaikuttavat yrityksen toimintaan pitkällä ajalla mitattuna. Tällaisia riskejä voisivat olla esimerkiksi asiakkaiden käyttäytymisen muutos tai ne voivat olla teknologisia, esimerkiksi verkkokauppojen yleistymisen kaupan alalla. (Viitala & Jylhä 2013, 287- 291.)

3.2 Riskien hallinta

Tärkeä osa yrittäjyyttä on riskien tunnistaminen ja niiden hallinta. Jokainen yrittäjä joutuu tekemään tarkan liiketoimintasuunnitelman ja miettimään mahdollisia riskejä. Riskit johtuvat yleisesti kontrollin (luonnonilmiöt, aika, ihmiset), ajan (päätös saatetaan tehdä ilman tarvittavaa tietoa tai kontrollia) ja tiedon (tieto voi olla epäluotettavaa tai ei ennustettavissa olevaa tietoa) puutteesta (Juvonen, Koskensyrjä, Kuhanen, Ojala, Pentti, Porvari & Talala 2014, 21). Riskienhallinta onkin nimenomaan riskien etukäteen tunnistamista ja niihin varautumista. Myös tämä vaatii pitkäjänteistä suunnittelua. Riskienhallinta työmuotona on pienyrittäjälle isoa yritystä helpompi toteuttaa ja suunnitella, koska kun yritykset kasvavat ja kansainvälistyvät, suunnitelmallisuus on yhä vaikeampaa. (Viitala & Jylhä 2013, 286- 287.)

Yrityksen kannattaa tehdä riskienhallinnasta jatkuva osa liiketoimintaansa ja kartoittaa tilannetta säännöllisesti sekä oman yrityksensä, että oman alansa kannalta. Tällä saadaan taattua nopea paluu toimintaan ja vahinkojen minimalisointi mahdollisesti suuremmankin häiriön satuttua (Lipponen 2011, 41.) Riskien hallinnassa on kolme pääosiota:

- Tunnista mahdolliset riskit
- Analysoi riskit ja niiden todennäköisyys
- Määrittele keinot, jotka ovat sinun yrityksellesi sopivia riskien hallinnassa

Riskien tunnistamisen osiossa on tarkoituksena etukäteen tunnistaa mahdolliset riskitekijät (Viitala & Jylhä 2013, 287- 288.) Tähän on olemassa erilaisia apukeinoja. Esimerkiksi Keskuskauppakamari on julkaissut yrityksen perustajan oppaan, jossa on tarkistuslista mahdollisista riskitekijöistä (Liite 1). Myös asiantuntijoita käytetään apuna. Riskien tunnistaminen on yksi yrittäjän riskienhallinnan tärkeimpiä kohtia ja sen takia on syytä tehdä huolellisesti. Jos ei osaa tunnistaa riskitekijöitä, on mahdotonta ennakoita ja mahdollisesti ennaltaehkäistä vahinkoja. (Viitala & Jylhä 2013, 288.)

Riskien analysointi on hieman tieteellisempää. Tarkoituksena on ymmärtää riskien luonnetta syvemmältä ja päätellä tämän perusteella minkä tasoinen riski on kyseessä ja kuinka todennäköistä sen tapahtuminen on. Myös riskien toteutumisen seuraukset otetaan huomioon ja niitä arvioidaan erilaisilla menetelmillä. (Viitala & Jylhä 2013, 289.)

Riskien hallinnan keinot kohdistetaan yleensä riskeihin, jotka ovat tarpeeksi suuria aiheuttamaan yritykselle tuntuva vahinkoa. Lähinnä riskejä pyritään niihin varautumisen lisäksi mahdollisuuksien rajoissa poistamaan, vähentämään, ottamaan harkittuja riskejä sekä siirtämään vahinkoja, joita ei enää voi estää tapahtumasta. (Viitala & Jylhä 2013, 290- 291.)

Riskin poisto voidaan toteuttaa jättämällä riski ottamatta tai esimerkiksi suunnitteleamalla riskialttiin toiminnon vaiheet huolellisesti. Joskus riskin poisto voi kuitenkin vaatia kohtuullisen radikaaleja toimenpiteitä, esimerkiksi voi joutua poistamaan koko toiminnon yrityksestä. Riskin siirtäminen tarkoittaa yleensä sopimuksella tapahtuvaa siirtoa, jotta toinen osapuoli kantaa ainakin osan mahdollisista vahingoista. Esimerkiksi vakuutusten ottaminen on riskien siirtämistä. Kumpikaan näistä ei kuitenkaan poista huolellisen varautumisen, suunnittelun ja riskien pienentämisen tärkeyttä. (Juvonen ym. 2014, 23- 28.)

4 FRANCHISING-YRITTÄJYYS

4.1 Franchising-yrittäjyyden piirteet ja erilaiset toimintamallit

Franchising on yrittäjyyskielessä termi, joka tunnetaan kansainvälisesti samaa yritysmuotoa tarkoittavana lähes kaikkialla, huolimatta maasta tai sen kielestä (Laakso 2005, 27). Se tarkoittaa yrittäjyyden muotoa, jossa käytännössä kaksi osapuolta tekee yhteistyötä menestyvän liiketoiminnan aikaan saamiseksi. Yksinkertaistettuna franchising-antaja antaa franchising-yrittäjälle oikeuden käyttää omaa liikeideaansa ja sen ”mainetta” tietynlaista korvausta vastaan. (Holopainen & Levonen 2008, 100.)

Franchising-järjestelmään Suomessa kuuluu tyypillisesti useita eri piirteitä, jotka ovat kuitenkin samat kaikilla ketjuilla. Järjestelmä muodostuu franchising-antajasta sekä joukosta paikallisyrittäjiä. Yrittäjät toimivat kaikki samalla kaavalla ja voivat tehdä keskenään tiivistäkin yhteistyötä, mutta ovat juridiselta kannalta katsottuna itsenäisiä yrittäjiä ja tekevät myös itsenäisiä päätöksiä. Franchising-yrittäjälle annetaan yleensä kirjalliset ohjeet franchising-antajan toimesta siitä, kuinka kaikki eri toiminnot tapahtuvat kyseessä olevassa ketjussa. Yrittäjä sitoutuu noudattamaan yhteisiä sääntöjä ja voi niitä rikkoessaan joutua maksamaan suuriakin korvauksia. (Holopainen & Levonen 2008, 101.)

Franchising-yrittäjälle edullisia piirteitä ovat yhteinen, yleensä tunnettu logo, valmiiksi toimivaksi testattu liikeidea ja myös yrityksen identiteetin valmiina olo. Franchising-antaja järjestää yrittäjille koulutuksia ja vastaa liiketoiminnan kehittämistoimista, joten niitä ei tarvitse itse miettiä. (Holopainen & Levonen 2008, 101.)

Franchising-toimintamalleja on olemassa useita erilaisia. Yleisimmin käytössä ovat Business Format franchising, Product Distribution franchising sekä Trade Name Franchising. Tämä luokittelu on kansainvälisen franchising-yhdistyksen IFA:n tekemä ja sillä pyritään selventämään franchising-toimintaa. (Laakso 2001, 24- 25.)

Business Format Franchising (palveluluvakesopimus) on muoto, mikä vastaa Suomessa eniten käytettyä mallia. Siinä franchising-yrittäjä saa liikeidean ja sen toimintamallin käyttöönsä tavallaan maksamalla vuokraa siitä. Yhteistyö tässä toimintamallissa on tiiviimpää kuin kahdessa muussa toimintamallissa. (Hukka 2005, 16.)

Yhteistoiminnan piirissä on useasti mukana kehitystoiminnan lisäksi myös erilaisten palveluiden sekä tavaroiden hankinta yrittäjälle ja valmis markkinointi. Tässä toimintamallissa franchising-antajalla on tavallaan kaksi eri liiketoimintaa, perus- ja franchising. Perusliiketoimintaan sisältyy omat toimintayksiköt, jotka toimivat samalla periaatteella kuin franchising-ottajille annettava konsepti. Lisäksi hän saa franchising-toiminnalla vuokratuloja konseptinsa käytöstä ja siitä että hän johtaa franchising-järjestelmäänsä. Esimerkkejä Suomessa näin toimivista ketjuista ovat The Body Shop, Kotipizza ja R-kioski (Laakso 2005, 34- 36.)

Product Distribution Franchising on itsenäisempää yritystoimintaa kuin Business Format Franchising-mallissa. Lähinnä kyseessä on jakelutieratkaisu eli franchising-antaja antaa oman verkostonsa jäsenille oikeuden siihen, että he saavat myydä hänen kehittämäänsä ja mahdollisesti valmistamaansa tuotetta. Yrittäjälle ei ole myöskään niin paljon apua franchising-antajasta, vaikka etuna itsenäisempi yrittäjäyys onkin. Lähinnä apu voi tulla esitteiden tms. markkinointimateriaalin muodossa, mutta yleistä koulutusta, liiketoiminnan kehittämistä tms. voi olla vaikeakin saada. (Laakso 2005, 35.)

Tämä toimintamalli on kuitenkin kansainvälisesti luultavimmin eniten käytössä oleva Franchising-muoto, esimerkkeinä voisi mainita Coca-Colan tai Boss:in. Tässä muodossa franchising-antaja saa tulonsa suurimmaksi osaksi sillä, että hän myy tuotteensa verkostonsa jäsenille myytäväksi. Lisänä voi olla esimerkiksi jonkunlainen lisenssisopimus tai koneen tai tilan vuokra. (Laakso 2005, 35.)

Trade Name Franchising on eniten itsenäisyyttä yrittäjälle antava franchising-yrittäjäyden muoto. Siinä yrittäjä usein toimii vahvasti ketjun nimen tai logon lisäksi omalla yritysnimellään ja saa franchising-sopimuksella käytännössä käyttöönsä vain tavaramerkin tai liiketoimen tunnuksen, jota voi hyödyntää. Tämän mallin

yrittäjien toimipistekohtaiset tavat toimia ja esimerkiksi kampanjat voivat erota suurestikin toisistaan, koska sitovaa sopimusta yhteistyöstä tai toiminnasta ei ole. Esimerkkinä voisi käyttää isoja hotelliketjuja tai esimerkiksi jonkun tietynlaisen merkin (Toyota, Siemens) korjauspalveluita. Tulonsa franchising-antaja saa tavaramerkkinsä käytöstä yleensä osuuden yrittäjän koko liikevaihdosta tai jos kaikki tavarat/palvelut eivät mahdu kyseisen tavaramerkin alle, saa hän osuuden oman tavaramerkkinsä myynneistä. (Laakso 2005, 34.)

4.2 Franchising-yrittäjyyden edut ja haasteet

Franchising-yrittäjyys on yritysmuotona monin tavoin helpompi tapa perustaa yritys. Franchising-ottajalle tämä yrittäjyysmuoto tarjoaa useita hyviä etuja. Aloittava yritys saa käyttöönsä testatun konseptin, joka ohjaa liiketoimintaa heti oikeaan suuntaan. Taloudellinen hyöty on myös huomattava: kalliit suunnittelu- ja tuotekehityskustannukset jäävät pois, koska franchising-antaja on maksanut ne konseptin rakennusvaiheessa. Tällä pystytään välttämään ”kalliit oppirahat”, jotka ovat aloittaville yrittäjille tuttuja perustaessa uutta yritystä. (Franchising Suomessa 2016, 53.)

Muita etuja ovat perusteelliset koulutukset liiketoiminnan starttaamiseen, jatkuva tuki ja ohjaus ja tärkein, eli brändi. Brändit ovat usein tunnettuja ja menestykselliseksi havaittuja. Koska franchising-ottajat työskentelevät itsenäisinä yrittäjinä, on heidän työmotivaationsa yleensä korkealla. He tekevätkin usein lujasti töitä yrityksensä eteen, jolloin he myös hyötyvät tästä tuloksen teossa. Franchising-yrittäjien ja franchising-antajan muodostama keskinäinen verkosto antaa mahdollisuudet yhteistyön tekemiseen ja tiedon vaihtoon. Näin ollen asiakkaalta tulevat tarpeet on helpompi täyttää. Usein sanotaankin, että franchising-ketju yhdistää suurtuotannon edut ja pienyrittäjyyden tehokkuuden. (Franchising Suomessa 2016, 53.)

Franchising-toiminnan paras puoli sen *antajalle* on nopea ja edullisempi markkinoille pääsy. Aikaa säästyy, kun yhtä aikaa voidaan perustaa useita samanlaisia toimipaikkoja eri alueille. Kun alkuinvestoinnit jakautuvat franchising-ottajille, ma-

daltaa se levittäytymisen kustannuksia. Franchising helpottaa muutoinkin liiketoiminnan laajentamista, koska siinä ei tarvitse tehdä kovia investointeja paikallistasolla eikä palkata lisää henkilökuntaa. Tämä perustuu siihen, että franchising-ottajat ovat itsenäisiä yrityksiä sekä taloudellisesti että juridisesti, ja näin ollen he kantavat liiketoimintansa riskit loppujen lopuksi itse. (Laakso 2001,78.)

Franchising-antaja hyötyy yrittäjistään monin tavoin. Yrittäjät toimivat itse työnantajina työntekijöilleen, jolloin he myös hoitavat palkanmaksut ja muut työntekijään liittyvät asiat. Yrittäjät tuovat mukanaan sitoutuneisuutta ja alueen paikallistunte-
musta. Asiakkaat mieltävät paikallisen franchising-yrittäjän paikalliseksi ja tämä on vahva kilpailullinen etu. Franchising-verkosto toimii myös hyvänä tuotekehitysfoorumina. Kun yrittäjät pohtivat liiketoimintansa kehittämistä, saadaan esimerkiksi muutokset paikallisissa olosuhteissa muidenkin tietoisuuteen. Tällä tiedolla on mahdollista kehittää järjestelmää. (Laakso 2001,78.)

Koska jokainen *franchising-ottaja* toimii täysin itsenäisenä yrittäjänä, on heillä vastuu yrityksensä juridisesta ja taloudellisesta puolesta. Jos yritys menestyy, saa tuloksesta nauttia, mutta lopulta yritys kantaa itse vastuunsa. Franchising-yrittäjänä oma työpanos ei ole ainoa asia, mikä ratkaisee. Koska yritys on osa yhteistyöjärjestelmää, ratkaisee muidenkin yrittäjien panos sen kuinka hyvin tai huonosti ketju menestyy. (Franchising suomessa 2016, 53- 54.)

Suurimmiksi ongelmiksi ovat tutkimusten mukaan koettu toiminnalliset raamit, jotka sitovat yrittäjää toimimaan ketjun sääntöjen mukaan. Toisin sanoen omaa päätäntävaltaa ei juurikaan ole ja ketjun jäsenenä on sitouduttava esimerkiksi laatustandardiin sekä ketjun pelisääntöihin. Heidän on myös toimittava yhteisen brändin mukaisesti. Ketjun sitovuus jatkuu usein myös yhteistyösuhteen päättymisen jälkeen. Tyypillistä on, että yrittäjä on sopimuksen mukaisesti kilpailukiellossa vielä vuoden sopimuksen päättymisestä. (Franchising suomessa 2016, 53-54.)

Franchising-antajan todennäköisimmät riskit liittyvät antajan ja ottajan väliseen suhteeseen. Yhteistyön epäonnistuessa menetetään rahan lisäksi myös käytettyä energiaa ja mahdollisesti maineensa. Jos ottaja ei toimi konseptin mukaisesti,

vahingoittaa hän koko ketjun ja sen jäsenyritysten yrityskuvaa. Yrityskuva on pyrittävä pitämään positiivisena, koska jos yritykset saavat lokaa ”niskaansa”, on sillä suora negatiivinen vaikutus myynteihin. (Laakso 2001, 79- 81.)

Ottajan ja antajan välisiä muita yleisiä ongelmatilanteita ovat ongelmat henkilökemioissa ja luottamuksessa. Myös valvonnan ja verkoston johtaminen on haastavaa. Franchising-antaja ei voi kontrolloida täysin itsenäistä yrittäjää, vaan hänen roolinsa on ennemminkin toimia konsulttina ja valmentajana. Sopivan franchising-ottajan rekrytointi on myös haastavaa, koska se vie aikaa ja resursseja. Antajan täytyy huolehtia ottajan kouluttamisesta ja tukemisesta sekä hoitaa tämän päälle oma perusliiketoimintansa. (Laakso 2001, 79- 81.)

4.3 Franchising-sopimukset

Franchising-antajan ja franchising-ottajan välillä vallitsee sitova sopimus. Sopimuksia täytyy monesti jo allekirjoittaa ennen kuin varsinaista sitovaa yhteistyöpäätöstä on tehty. Franchising-antaja antaa jo hakuprosessin aikana paljon tietoa hakijalle ja siellä joukossa on mm. salassapito ja franchising-sopimus. Näistä ei tietenkään saa vuotaa tietoa kilpailijoille, vaikka hakuprosessi ei franchising-yrittäjyyteen kyseisessä ketjussa päätyisikään. (Lönnerberg 2016, 21.)

Franchising-ketjut odottavat useasti, että franchising-ottaja on osakeyhtiö-muotoinen yritys. Tällöin on kuitenkin aika yleistä, että franchising-yrittäjältä vaaditaan erikseen sitoutumista franchising-sopimukseen myös henkilökohtaisesti, toisin kuin osakeyhtiöön sijoitetun pääomalla, kuten osakeyhtiömuotoisessa yrittäjyydessä yleensä. (Elo, 2016.)

Franchising-yrittäjä voi allekirjoittaa franchising-sopimuksen jo ennen osakeyhtiön perustamista. Osake-yhtiön toiminimi ei saa sisältää ketjun tunnuksia, koska franchising-antajalla on niihin tavaramerkkioikeudet. Eikä nimessä saa olla myöskään osia, jotka helposti sotkeentuisivat ketjun nimeen tai merkkiin. Franchising-sopimuksen on aina hyvä sisältää tiedot immateriaalioikeuksien rekisteröintiperiaatteista ja siitä, kuinka franchising-ottaja saa käyttää ketjun tavaramerkkejä. (Elo 2016.)

Franchising-antajan tehtävänä on kasata yrityksensä toiminnasta ns. ”käsikirja”, joka sisältää toimintakuvauksen konseptista. Yrittäjän tulee saada tutustua tähän ennen franchising-sopimuksen allekirjoittamista, vaikka sitä mukaansa tilaisuudesta ei yleensä saakaan ottaa. Tämä on tärkeä osa myös itse franchising-sopimusta, koska yrityksenkäsikirja on usein sopimuksen liitteenä ja siihen viitataan sopimuksessa. Erimielisyyksien sattuessa franchising-ottaja on pulassa, jos ei tiedä mihin on sitoutunut. (Lönnerberg 2016, 21.)

Salassapitosopimus on yleensä kuitenkin ensimmäinen allekirjoitettava sopimus. Se ei sido hakijaa vielä esimerkiksi kilpailukieltoon, mutta estää liikesalaisuuksia vuotamasta. Joskus käytössä voi olla salassapitosopimuksen sijasta aiesopimus. Se on käytännössä sama sopimus, mutta siinä voi olla pykälä, joka estää hakijaa neuvottelemasta franchising-yrittäjyydestä samaan aikaan useiden eri ketjujen kanssa. Se myös korostaa enemmän neuvottelujen käynnissä oloa ja niiden tarkoitusta johtaa varsinaiseen franchising-sopimukseen. (Lönnerberg 2016, 22.)

Ennakkoon kirjoitettavana sopimuksena voi olla myös esisopimus. Tämän allekirjoittaminen tarkoittaa sitä, että käytännössä on päädytty ja sitouduttu sopimaan franchising-sopimus, mutta jostakin (monesti käytännön syystä) sitä ei vielä voida allekirjoittaa. Jos franchising-ottaja allekirjoittaa esisopimuksen, tulee hänen olla jo hyvin tutustunut käsikirjaan ja sen liitteisiin, koska esisopimus sitoo monesti jo kilpailukieltoon ja sisältää maksuvelvoitteita franchising-ottajalle. (Lönnerberg 2016, 22.)

4.3.1 Franchising-sopimuksen sisältö

Franchising-sopimuksen allekirjoittaminen vaatii sopimuksen sisällön tarkkaa läpikäymistä. Tätä varten kannattaa harkita asiantuntijan palkkaamista, jotta varmasti ymmärtää kaikki sopimuksen osat. Sopimuksen sitova määräaikaisuus on yleensä 5-10 vuotta. Franchising-sopimuksen tulisi olla jokaiselle ketjun yrittäjälle samanlainen ja siinä ei saa olla käsintehtyjä korjauksia. Sopimuksesta tulee löytyä aina seuraavat kohdat:

- sopimuskauden pituus
- sopimuksen mahdollisen uusimisen mahdollisuus
- purku- ja irtisanomisehdot
- kalusteiden ja varaston lunastusmahdollisuudet sopimuksen päättyessä
- yrittäjän vastuut (henkilökohtainen takausvastuu ja henkilökohtaisen vastuun laajuus yleensä)
- konseptin määräykset ja luovutettavat oikeudet
- molempien osapuolten oikeudet ja velvollisuudet
- franchising-antajalle maksettavat maksut
- erilaisten tukipalveluiden mahdolliset lisämaksut ja niiden sisällöt
- ostoehdot mahdollisille palveluille ja tuotteille, joita franchising-ottaja ostaa franchising-antajalta
- sopimusalue- mahdollinen yksinoikeus ja sen laajuus
- mahdollisuudet myydä yritys sopimuskauden voimassaolo aikana
- sopimussakot ja vahingonkorvaukset
- kilpailukiello ja salassapitovelvollisuus
- viittaus eettisiin sääntöihin (Suomen Franchising-yhdistys)
- Sopimuksen liitteet, varsinkin käsikirjan sisältö

(Lönnberg 2016, 24- 26.)

Yleisesti katsottuna franchising-sopimus antaa kohtuullisen laajat oikeudet franchising-antajalle yrittäjän liiketoiminnan seuraamiseen. Franchising-antajalla on oikeus antaa sitovia määräyksiä ja ohjata yrittäjää liiketoiminnassa. Tavoitteena on aina, että ketjun toiminta koko maassa olisi mahdollisimman yhtenäistä, joten franchising-sopimukset ovat kohtuullisen tiukkoja. Mutta kohtuuttomia ne eivät saa olla ja jos joku osa sopimuksessa pistää silmään ja häiritsee, kannattaa siihen puuttua heti. (Lönnberg 2016, 25.)

Suomessa ei ole lainsäädäntöä, joka erityisesti koskisi franchising-yrittäjyyttä. Tämän vuoksi franchising-toiminnassa ja sopimuksissa pitää ottaa huomioon useita eri lakeja. Tällaisia ovat erilaisia työsuhteita, immateriaalioikeuksia (eli aineettomia oikeuksia, esimerkiksi tavaramerkkioikeus tai patenttioikeus) ja sopimussuhteita koskevat lainsäädännöt. Jos jostakin syystä sopimukseen sovellettava laki olisi joku muu kuin Suomen laki, pitäisi osapuolten silti varmistaa, ettei pakottavia määräyksiä, jotka ovat Suomessa ja EU:ssa voimassa, rikota. Tällaisia ovat esimerkiksi työlainsäädäntö, markkinointisäännökset jne. (Elo 2016.)

4.3.2 Franchising-yrittäjyyden eettiset säännöt

Koska Suomessa puuttuu lainsäädäntö, joka käsittelee franchising-yrittäjyyttä, antavat *franchisingin eettiset säännöt puitteet* franchising-toiminnalle. EFF (European Franchise Federation) on määritellyt kansainväliset eettiset säännöt, joiden mukaan myös Suomen Franchising-Yhdistys ry:n jäsenet toimivat. Eettiset säännöt ovat tulleet voimaan vasta vuonna 2009. Näin ollen sopimukset, jotka on tehty tätä ennen, eivät välttämättä noudata näitä sääntöjä. Sääntöjä ei ole aina mahdollista edes noudattaa täysin johtuen esimerkiksi rakenteista, tuotteista tai palveluista. Tällöin periaatteita noudatetaan soveltaen. Franchisingin Eettiset Säännöt sisältävät seuraavat kohdat:

- Franchise-toiminnan määrittely
- Johtavat periaatteet
- Yrittäjärekrytointi, mainonta ja tietojenanto
- Yksittäisten franchise-yrittäjien valinta
- Franchise-sopimus
- Eettiset säännöt ja Master-sopimus

(Franchising Suomessa 2016, 18- 22.)

Sopimuksen on tärkeää olla selkeässä muodossa. Etenkin osiot, missä kerrotaan mitä franchising-ottaja maksaa ja mistä (eli mitä vastinetta franchising-antaja lupaa) tulee olla ymmärrettävässä muodossa. Tähän sisältyy myös mahdollinen

liitännäissopimus tuotteista tai palveluista, joita yrittäjä ostaa franchising-antajalta. Niiden hintojen pitää olla selkeästi merkittynä. (Lönnerberg 2016, 25.)

4.4. Franchising-yrittäjäksi ryhtyminen

Franchising-yrittäjyys mielletään usein helpoksi yrittäjyysmuodoksi, mutta silti kaikista ei ole siihen. Kaikissa yrityksissä löytyy yrittäjiä, jotka menestyvät paremmin kuin toiset. Liiketoiminnassa onnistuminen riippuu viimekädessä yrittäjästä itsestään. Menestyvien franchising-yrittäjien ominaisuuksiksi voidaan yleisesti mieltää esimerkiksi seuraavia ominaisuuksia; sitoutuneisuus, omavastuisuus, menestymisen halu, halu oppia uutta sekä sitoutuminen. Menestyvä yrittäjä hakee aina yrittäjyydellään taloudellista menestystä ja tämä täytyy pitää kirkkaana mielessä. Tarkastellessa piirteitä, jotka yhdistävät epäonnistuneita franchising-yrittäjiä, ovat esiin nousseet seuraavat yhteiset piirteet: sooloilu, ohjeiden kierto, itsekurin puute ja tuhlailu. (Laakso 2001, 124- 125.)

Kun päätös ryhtyä yrittäjäksi on tehty, tulisi miettiä mikä on itselle paras yrittäjyysmuoto. Se voi olla yrittäjyyttä perinteisellä mallilla tai sitten vaihtoehtoista, kuten franchising-yrittäjyyttä. Vaikka franchising-yrittäjäksi aikovalta ei välttämättä vaadita aiempaa kokemusta alalta, täytyy yrittäjäksi aikovalta löytyä selkeä kiinnostus alaa kohtaan johon hän pyrkimässä. Esimerkiksi ravintola-alalle yrittäjäksi alkavalla täytyy luonnollisesti löytyä kiinnostusta ruoanlaittoa kohtaan. Ryhdyttäessä yrittäjäksi mihin tahansa yritystoimintaan, täytyy omien resurssien riittävyttä pohtia tarkoin ja kriittisesti. Pohdittavia asioita ovat omat psyykkiset ja fyysiset voimavarat sekä yleinen terveydentila. Myös omaa perhettä ja läheisiä täytyy miettiä, koska yrittäjyys on aikaa vievää. Franchising-yrittäjyys ei ole sen helpompaa kuin muutkaan yrittäjyysmuodot. Yrittäjäksi aikovalla on löydettävä myös rahallista pääomaa ja sen puute vaikeuttaa/ tekee mahdottomaksi yritystoiminnan käynnistämisen. (Laakso 2001, 131.)

Kolmas pohdittava asia on oman osaamisen pohtiminen. Franchising-yrittäjäksi aikovalta vaadita mitään aiempaa kokemusta alalta, koska koulutus kuuluu franchising-yrittäjyyteen. Kaupallinen koulutus ja aiempi työkokemus ovat kuitenkin hyödyksi yrittäjäksi aikovalla. Muita etuja ovat taloudellinen ajattelutapa, hyvät johtamisen- ja henkilöstötaidot sekä sosiaaliset suhteet. Yrittäjyys on elämäntapa joka väistämättä vie aikaa perheeltä, tämä on hyvä ymmärtää ennen yrittäjäksi ryhtymistä. (Laakso 2001, 132.)

Edellä mainitut resurssit ja ominaisuudet ovat hyvä pohja yrittäjyydelle. On kuitenkin otettava huomioon, että jokainen ketju hakee tietyn tyyppistä yrittäjää franchising-ottajaksi. Ketjun jäseneksi pyritään hakuprosessissa. Jo ennen tätä olisi hyvä miettiä kuinka oma persoona vastaa ketjun hakemaa yrittäjäprofiilia. Ketju hakee yleensä samantyyllisiä henkilöitä franchising-ottajiksi, koska se on järkevää muidenkin yrittäjien kannalta. Jos franchising-yrittäjäksi valikoituu täysin väärän tyyppinen henkilö, tekee se hallaa yritykselle ja muille yrittäjille. Franchising-yrittäjien eettiset säännöt sanovat, että yrittäjävalinnoissa täytyy varmistua siitä, että oikeanlainen yrittäjä on oikeassa ketjussa. (Franchising Suomessa 2016, 59.)

Kun on varmistuttu omasta sopivuudesta franchising-yrittäjyyteen, voidaan alkaa varsinaisiin yrityksen perustamistoimenpiteisiin. Franchising-yrittäjyyden aloitus sisältää vaiheet, jotka on kuvattu alla olevassa taulukossa (Taulukko 1). Realistisessa yrityksen starttaustilanteessa asiat eivät etene välttämättä seuraavassa järjestyksessä tai niitä toteutetaan päällekkäin:

1. Perustiedon hankinta
2. Toimialan tarkastelu
3. Ketjun valinta
4. Yrittäjäksi hakeminen ketjun rekrytointiprosessin kautta
5. Taloudellinen tarkastelu & rahoituksen selvittäminen
6. Esisopimuksen allekirjoitus ja alkukoulutus
7. Sopimuksen analysointi ja allekirjoitus
8. Liiketoiminnan suunnittelu & valmistelu
9. Yritystoiminnan käynnistämistoimet

Taulukko 1. Franchising–yrittäjyyden aloittamisen vaiheet (Laakso 2005, 162.)

Kun idea franchising-yrittäjyydestä on syntynyt, aletaan miettiä mikä olisi sopiva toimiala tai franchising-ketju, johon hakeudutaan. Usein kyseessä on ala, jota on opiskeltu tai josta löytyy jo aiempaa työkokemusta. Usein franchising-yrittäjiksi päädytään rekrytointi-ilmoitusten kautta tai työelämän kautta. Tietynlaisilla aloilla, kuten ravintola-kahvilapuolella franchising-yrityksiä esiintyy paljon. (Laakso 2001, 134.)

Pohdittaessa toimialaa, jolle yritystä aletaan perustamaan, tulee tilannetta tarkastella kriittisesti. Toimialan potentiaalisuutta tulee miettiä tarkoin. Toimialan potentiaalisuudella tarkoitetaan sen lähitulevaisuuden näkymiä, sen kehitysastetta ja sen tuomia mahdollisuuksia. Käydessä läpi toimialan tarkastelua, se on markkina-analyysin tekoa. Yleensä päädytään muutamaa vaihtoehtoisiin toimialoihin ja sitä kautta liiketoiminta-alueisiin. Alueet käydään läpi pohtimalla muun muassa niiden kilpailijoita, ikää sekä rakenteita. Pohdittavia seikkoja ovat myös toimialan nousevuus ja laskevuus, sen trendikkyys sekä sijainti, eli onko toimialan potentiaalisuus alueellista. Eri toimialoista tuotettua materiaalia on saatavana runsaasti, esimerkiksi Tilastokeskukselta sekä muilta tutkimuslaitoksilta. (Laakso 2001, 135- 137.)

Kun on päädytty johonkin toimialaan, tulee myös franchising-ketjuja vertailla keskenään. Vaikka kyseessä olisi sama toimiala, ketjuilla on usein omat konseptinsa sekä yrittäjäprofiilinsa, eli saman alan yritykset voivat poiketa hyvinkin paljon toisistaan. Ketjujen vertailu vaatii huolellista analysointia sekä kartoitusta. Parhaimman hyödyn saa keskustelemalla franchising-antajan, muiden ketjun yrittäjien kanssa sekä sidosryhmien kautta. Ketjujen analysointiin on saatavilla kaavoja, joissa kartoitetaan muun muassa ketjun historiaa, konsepteja, koulutusta sekä koulutusta. (Laakso 2001, 138- 139.)

Löydettyä itselle sopivan konseptin ja yrityksen, ruvetaan varsinaisiin käynnistystoimenpiteisiin. Tässä vaiheessa yrittäjäksi aikovan omaa aktiivisuutta ei voi korostaa tarpeeksi. Yleensä franchising-ketjulla on töissä henkilö, joka rekrytoi potentiaalisia yrittäjiä ketjulle. Paras tapa selvittää ketjun avoimien paikkojen

tilanne on olla yhteyksissä kiinnostamaansa yritykseen esimerkiksi sähköpostitse tai puhelimitse. Ketjut hakevat uusia yrittäjiä jatkuvasti. Avoimet yrittäjäpaikat löydät netistä esimerkiksi ketju.fi- sivustolta tai Suomen Franchising Yhdistys Ry:n sivuilta. (Laakso 2001, 161- 163.)

Jos ketju rekrytoi uusia yrittäjiä juuri, lähetetään ketjulta infoa yrittäjäksi aikovalle sekä hakemuslomake. Kun lomake on käsitelty, kutsutaan potentiaaliset yrittäjät haastatteluun. Haastattelussa kartoitetaan tietoja hakijan elämäntilanteesta, sosiaalisista suhteista sekä rahoituksesta. Tällä haastattelulla pyritään selvittämään, onko hakijalla edellytyksiä toimia ketjun yrittäjänä. Haastatteluprosessin edetessä yrittäjäksi aikova käy läpi syvempiä haastatteluja, sekä mahdollisia persoonallisuus- sekä soveltuvuustestejä. Hakijoille suoritetaan myös usein terveystarkastuksia, joilla pyritään selvittämään esimerkiksi fyysiset sairaudet sekä piilevät allergiat ja altistumiset. Rekrytointiprosessi voi tuntua liiankin tarkalta, mutta sen taustalla on valikoida paras mahdollinen yrittäjä ketjulle. Oikeanlainen yrittäjä on välttämättömyys myös muille ketjun yrittäjille. (Laakso 2001, 161- 163.)

Jos yrittäjäksi aikova todetaan kaikin puolin sopivaksi ketjun jäseneksi, aloitetaan uuden yrittäjän koulutus. Koulutus voi olla hyvinkin erilainen riippuen yrityksestä, mutta usein siinä keskitytään yrityksen konseptiin. Tarpeen vaatiessa käydään läpi myös yritystoiminnan- ja johtamisen perusteita. Usein alkuvaiheessa, jo ennen koulutusta, laaditaan aiesopimus. Aiesopimus toimii eräänlaisena takaporttina niin yrittäjä- kuin antaja-osapuolelle mahdollisesti esiin nousevien ongelmien varalle. (Laakso 2001, 163.)

Franchising-yrittäjäksi aikova tekee liiketoimintasuunnitelman, johon liittyy olennaisena osana myynti- ja tulosbudjettien laadinta. Laskelmat laaditaan päivä-, viikko, - kuukausi- ja vuositasolla. Tämä auttaa hahmottamaan mitä onnistumiseen vaaditaan. Joskus voidaan ajatella, että franchising-yrittäjä pääsisi rahan suhteen helpommalla, kuin ns. normaali yrittäjä. Tosiasiassa myös franchising-yrittäjän alkuinvestoinnit ovat samoja kuin kaikilla muillakin yrittäjiksi aikovilla. Alkuinvestoinnit koostuvat liittymismaksuista, aloituskuluista sekä niin sanotuista kovista investoinneista. Investointien rahoittamisen pääperiaatteena voidaan ajatella, että 1/3:sa on omaa pääomaa, 2/3:sa vakuuksia ja loput saadaan usein eri

rahoituslähteistä. Rahoituspäätöksiin vaikuttavat esimerkiksi oman pääoman ja vakuuksien muoto, yrittäjäksi aikovan taustat ja myöskin ketjun maine. (Laakso 2001, 165- 167.)

Ennen kuin koulutus aloitetaan, allekirjoitetaan esisopimus ja sen yhteydessä yleensä tuleva yrittäjä pääsee tarkastelemaan myös yhteistyösopimuksen ehtoja. Sopimuksessa määritellään esimerkiksi siirrettävät oikeudet ja niiden käyttöehdot, molempien osapuolien oikeudet ja velvollisuudet operatiivisen toiminnan vastuut sekä muut seikat, kuten salassapito ja sopimuksen päättäminen. Franchising-sopimukseen tulee paneutua huolella ja sitä täytyy analysoida. Huomiotaonotettavia seikkoja ovat myös muut sopimukset, jotka voivat liittyä franchising-sopimukseen. Näitä voivat olla esimerkiksi vuokrasopimukset tai jälleen myyntisopimukset. Kun analysoidaan sopimusta, mieleen nousee usein monia kysymyksiä. Nyrkkisääntönä on se, että kaikkiin mieltä askarruttaviin kysymyksiin on saatava vastaus. Sopimus olisi hyvä käydä läpi sopimusjuristin tai franchising-asiantuntijan kanssa, sillä sopimuksen allekirjoituksen jälkeen sen muuttaminen tai irtisanominen on kohtuullisen vaikeaa. (Laakso 2001, 169- 171.)

Kun sopimus on allekirjoitettu, päästään itse yrityksen käynnistämisvaiheeseen. Franchising-yritystä perustaessa tehdään kaikki aloittavan yrityksen toimet; yritykselle avataan pankkitili, toiminimi rekisteröidään ja rekrytoidaan henkilökunta. Jos liikkeellä ei ole olemassa olevia tiloja, ne hankitaan ja solmitaan myös sopimukset sidosryhmien, kuten tavarantoimittajien ja rahoittajien kanssa. Kun liiketoiminta startataan, ovat franchising-antajat yleensä mukana ensimmäisten päivien tai viikkojen ajan. Joissain tapauksissa yritystoiminnan aloitus voidaan hoitaa myös avaimet käteen-periaatteella, eli kun yritystoiminta on saatu pyörimään normaalisti, astuu yrittäjä mukaan vasta tässä vaiheessa. Kun yritys on saatu pyörimään, vastaa jokainen franchising-yrittäjä omasta yritystoiminnastaan. Yhteistyötä antajan ja ottajan välillä tapahtuu kuitenkin koko ajan, ja yhteyksissä ollaan puolin ja toisin. (Laakso 2001, 172.)

4.5 Franchising-yrittäjyyden päätyminen

Kuten normaalissakin yrittäjyydessä, myös franchising-yrittäjyydessä voidaan ajautua konkurssiin. Yritys voi itse hakeutua konkurssiin, mutta yleensä se tapahtuu velkojan toimesta. Konkurssilla tarkoitetaan tilannetta, jossa yritys on pysyvästi maksukyvytön, eli tilanne ei tule korjaantumaan. Käräjäoikeus tekee päätöksen konkurssista ja samalla se määrää sille pesänhoitajan. Pesänhoitaja ottaa yrityksen omaisuuden haltuunsa ja alkaa realisoida omaisuutta. Jos omaisuutta saadaan realisoitua tarpeeksi, maksetaan jokaiselle velkojalle jako-osuus. (Franchising Suomessa 2016, 44.)

Kun yritys on määrätty konkurssiin, liiketoimintaa ei tulla jatkamaan. Sitä voidaan ainoastaan pitkittää, mikäli se on omaisuuden realisoinnin kannalta järkevää. Yleensä franchising-sopimukseen on kirjattu määräyksiä franchise-yrittäjyyden konkurssin varalta. Tavallisesti antajalla on tässä tapauksessa oikeus purkaa sopimus välittömästi. Kun franchising-yritys on asetettu konkurssiin, tulee sopijakumppanin tiedustella konkurssipesältä, sitoutuuko se velallisyhtiön ennen konkurssia tekemiin sopimuksiin. Tässä tapauksessa kyseessä ovat esimerkiksi franchise-sopimukset sekä mahdolliset vuokrasopimukset. Jos konkurssipesä ei halua sitoutua sopimukseen ei se luonnollisestikaan vastaa sopimusvelvoitteista. Kaikki saatavat ovat siis konkurssivelkaa, joita maksetaan jako-osuuksina. (Franchising Suomessa 2016, 44- 45.)

Franchising-yrittäjyydessä myös franchise-antaja voi ajautua konkurssiin. Koska franchising on yhteistyötä kahden erillisen elinkeinoharjoittajan välillä, tarkoittaa tämä sitä, että jos jompikumpi osapuoli (ottaja/antaja) ajautuu konkurssiin tarkoittaa se juridisessa mielessä vain kyseisen osapuoliyhtiön konkurssia. Tosiasiassa tilanne on toki vaikea franchise-yrittäjälle, jos antaja-osapuoli ajautuu konkurssiin. Jos antaja-osapuoli ajautuu konkurssiin, pyritään koko franchising-liiketoiminta myymään mahdollisimman nopeasti. Tilanne on yleensä ongelmallinen franchise-yrittäjälle, koska antaja-osapuolen omaisuus on tällöin konkurssipesän haltijan omaisuutta. Tämä tarkoittaa, että pesänhaltija omistaa oikeudet esimerkiksi tavaramerkkeihin, ja mikäli hän ei ole halukas sitoutumaan antajan ja yrittäjän

välisiin sopimuksiin, on toiminnan jatkaminen vaikeaa. (Franchising Suomessa 2016, 45.)

Jos yrittäjä-osapuoli ajautuu konkurssiin, on tilanne helpompi ja selkeämpi. Yleensä tällaisessa tilanteessa toimintaa pyritään jatkamaan esimerkiksi joitain viikkoja, jotta yritys voi realisoida omaisuuttaan. Yksittäisen franchise-yrityksen ajautuminen konkurssiin ei yleensä vaikuta franchise-antajaan tai toisiin yrittäjiin. (Franchising Suomessa 2016,45.)

Franchising-sopimus on sopimus, joka on jaettu kahteen osaan; perussopimuskauteen ja jatkosopimuskauteen. Näistä ensimmäinen on kestoltaan yleensä viidestä kymmeneen vuoteen. Mahdollinen jatkosopimus puolestaan uusitaan vuodeksi kerrallaan. Näin ollen franchising-sopimus on ikään kuin jatkuva, mutta kuitenkin määräaikainen sopimussuhde. Tämän vuoksi sopimusta ei tarvitse välttämättä lopettaa erikseen, vaan se päättyy aikanaan. (Laakso 2005, 163- 165.)

Joskus sopimusaikaa täytyy kuitenkin muuttaa, vaikkapa purkamalla sopimus. Koska sopimusaika määritellään aina sopimuksentekovaiheessa, käsitellään se sopimusehtojen muuttamistapauksena. Ehtojen muuttamisen voi tehdä yksin tai yhdessä. Jos sopimusta muutetaan yksin, on kyseessä lähes aina sopimuksen rikkominen ja se johtaa usein riitoihin osapuolten välillä. (Laakso 2005, 163- 165.)

Vaikka franchising-sopimukset laaditaan tekovaiheessa määräaikaisiksi, voi tilanne muuttua niin oleellisesti, että konseptin mukainen yrittäjäyys ei enää onnistu. Juuri näitä tilanteita varten sopimuksiin merkitään ehdot, joiden mukaan muutokset ovat toteutettavissa. Jos sopimus joudutaan purkamaan kesken määräaikaisuuden, on tilanne lähes aina se, että toinen osapuoli rikkoo sopimusehtoja toistuvasti. Tällöin on pystyttävä näyttämään toteen, että kehotuksista tai varoituksista huolimatta tilanne ei ole korjaantunut. Molemmat osapuolet voivat seurata toistensa toimia ja tarvittaessa puuttua laiminlyönteihin. Sopimuksen purkua ei kuitenkaan kannata tehdä heppoisin perustein, sillä se johtaa lähes aina vahingonkorvausvaatimukseen. (Laakso 2005, 163- 165.)

5 POHJOINEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA YRITTÄJYYS

5.1 Pohjoinen toimintaympäristö

Pohjoisessa yrittämiseen luovat omat haasteensa paitsi etäisyydet, myös maailmanlaajuinen taantuma sekä ulkomaiset asiakasvirrat. Tämän vuoksi Lapissa on lähdetty globaalistumaan voimakkaasti ja luomaan markkinoita myös maailmalle. Kotimarkkinat riittävät turvaamaan yhä harvemmin yrityksen menestyksen ja tästä syystä kansainvälistä toimintaa harjoittavien yritysten määrä on ollut nousussa (Viitala- Jylhä 2013, 127).

Lapin toimintaympäristön uusimmat näkymät ovat kohtuullisen positiivisia. Lappi tunnetaan monella alueella arktisena osaajana. Ennen suurina haasteina pidettyjä pitkiä välimatkoja, harvaa asutusta ja syrjäistä sijaintia on opittu pitämään ja markkinoimaan myös vahvuutena. Lapin tulevaisuutta arvioidessa tärkeässä osassa on globaali kehitys nimenomaan viennin (metsä- ja kaivosteollisuus) kannalta katsottuna. Nämä vaikuttavat vahvasti myös Lapin suurimpaan valttiin eli matkailuun. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 173.)

Verkostoituminen ja yleisesti toimiminen rajaesteiden poistamiseksi antaa Lapin yrityksille yli rajojen ulottuvia mahdollisuuksia. Lapissa suurimpia tulevaisuuden aloja ovat myös puhdas ja luomu ruoka, biotalous yleensä sekä digitaalisuus. Digitalisuutta voisi jopa korostaa enemmän, koska Lapissa panostetaan runsaasti jo valmiiksi paikasta riippumattomaan työskentelyyn pitkien välimatkojen vuoksi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 174.)

Lapissa on vireillä suuria hankkeita, jotka näkyvät myös maakuntakaavoituksessa. Haasteena Lapissa on edelleen logistiset järjestelyt. Ratkaisut näistä esimerkiksi Jäämerelle suuntautuviissa reiteistä voivat vaikuttaa suuresti Lapin tulevaisuuteen. Matkailun kannalta paremmista kulku yhteyksistä on varmasti hyötyä, mutta Lapin imagon kannalta on tärkeää säilyttää myös Lapin luonnon ominaispiirteet. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 174- 175.)

Yrittäjien kannalta Lapin suunta on myös positiivinen. Lappilaiset yritykset ovat muusta maasta poiketen kasvaneet ja Lapin yrittäjät ovat innokkaita kehittämään yritystoimintaansa. Matkailu on jatkanut kasvuaan ja sen rohkaisemana siihen

uskalletaan panostaa. Matkailu on laajentunut perinteisistä tunturikeskuksista myös pienempiin paikkoihin, esimerkiksi Nellimiin. Luovien alojen potentiaalia ei ole vielä osattu hyödyntää, mutta se voisi olla Lapin seuraava kehitysalue Lapin yrittäjille. Asiakaskokemukset ja erilaisten palvelujen kehittämistoimet voisivat hyötyä luovista aloista suuresti. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 175- 177.)

Lapin oppilaitokset ovat panostaneet suuresti toimintaympäristöosaamiseen. Tässä on tavoitteena myös työllistää valmistuvia oppilaita Lappiin ja samalla pienentää väestön vähenemistä maakunnassa. Lapin työllisyyskehitys onkin käännytynyt parempaan suuntaan, mutta työttömyystilastot ovat edelleen suuret ja pitkäaikaistyöttömyys yleistä. Yksityisellä sektorilla on tällä hetkellä parhaimmat mahdollisuudet parantaa näitä tilastoja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 177-181.) Valitsimme Lapin Ammattikorkeakoulun opiskelijat mukaan Webropol-kyselyyn, jonka tarkoituksena oli selvittää, pitäisivätkö valmistuvat opiskelijat yrittäjyyttä Lapissa realistisena vaihtoehtona.

5.2 Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden näkemykset

Toteutimme tutkimuskyselymme Webropol-ohjelmalla. Suunnittelimme kysymykset perustuen teoriaosuuteen opinnäytetyössämme. Otimme kysymysten suunnittelussa huomioon myös tavoitteemme saada selville tämänhetkinen tieto franchising-yrittäjyydestä tunnettavuudesta kaikkien Lapin ammattikorkeakouluopiskelijoiden keskuudessa. Kysely toteutettiin ajalla 27.2- 5.3.2017.

Aloitimme kyselymme peruskysymyksillä vastaajasta. Kartoitimme kyselyllä vastaajan sukupuolta, ikää, koulutusalaan, opiskelujen suorittamismuotoa sekä sitä, onko vastaaja kokopäiväinen opiskelija vai käykö hän myös töissä tai onko mahdollisesti yrittäjä. Nämä olivat kaikki pakollisia kysymyksiä vastata.

Tämän jälkeen kysyimme, onko termi franchising-yrittäjyys ennestään vastaajalle tuttu sekä esitimme väittämiä franchising-yrittäjyydestä, joihin vastattiin viiden as-

teikolla välillä ”täysin samaa mieltä”- ”täysin eri mieltä”. Näistä vastaaja valitsi lähinnä omaa käsitystään olevan vastauksen. Tarkoituksena oli selvittää, millaisia mielikuvia vastaajilla on franchising-yrittäjyydestä.

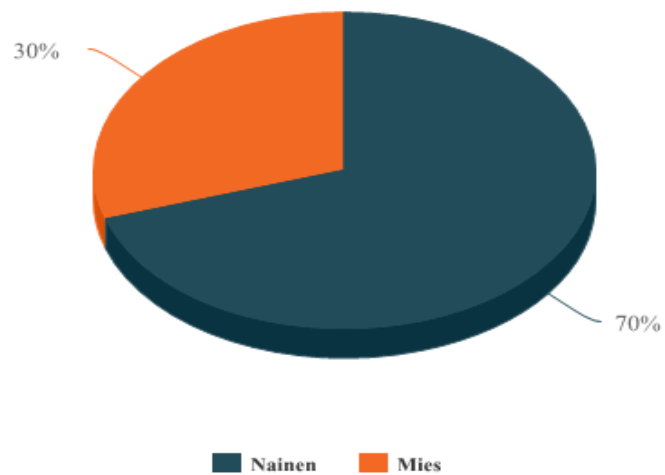
Kysyimme myös avoimilla, vapaaehtoisilla kysymyksillä osaavatko vastaajat nimetä joitakin franchising-yrityksiä Lapissa tai muualla Suomessa. Lopuksi esitimme väittämiä pohjoisesta toimintaympäristöstä, jotta saisimme selville, minkälainen mielikuva vastaajilla on tästä ja minkälaisena he näkevät Lapin tulevaisuuden toimintaympäristönä. Loppuun jätimme avoimen, ei pakollisen ”muita kommentteja”- osion.

Kysely lähetettiin Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden yhteissähköpostiin. Tarkkaa määrää tämänhetkisistä listalla olijoista ei ole, mutta kyseessä on satoja opiskelijoita.

5.3 Aineiston analysointi

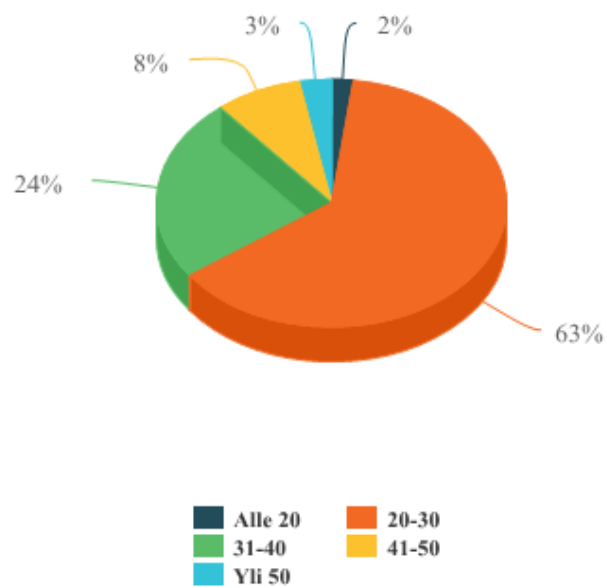
Kyselyn päätyttyä olimme saaneet 164 vastausta. Valitsimme aineiston analysointiin kuvaajia mielestämme keskeisistä kysymyksistä. Olemme kuvanneet keskeisimmät kysymykset alle, ja olemme myös pohtineet vastausten tuloksia. Koko kyselyaineisto on nähtävissä liitteessä 2.

Kuva 1. Vastaajan sukupuoli
Vastaajien määrä: 164



Yllä oleva kuvaaja (Kuva 1. Vastaajan sukupuoli) kertoo, että vastaajista reilusti yli puolet oli naisia (70 % / 30 %). Tämä oli odotettavissa, koska yleensä vastausprosentit ovat yleensä jakautuneet juuri näin sukupuolen mukaan, eli naiset ovat aktiivisempia vastaajia.

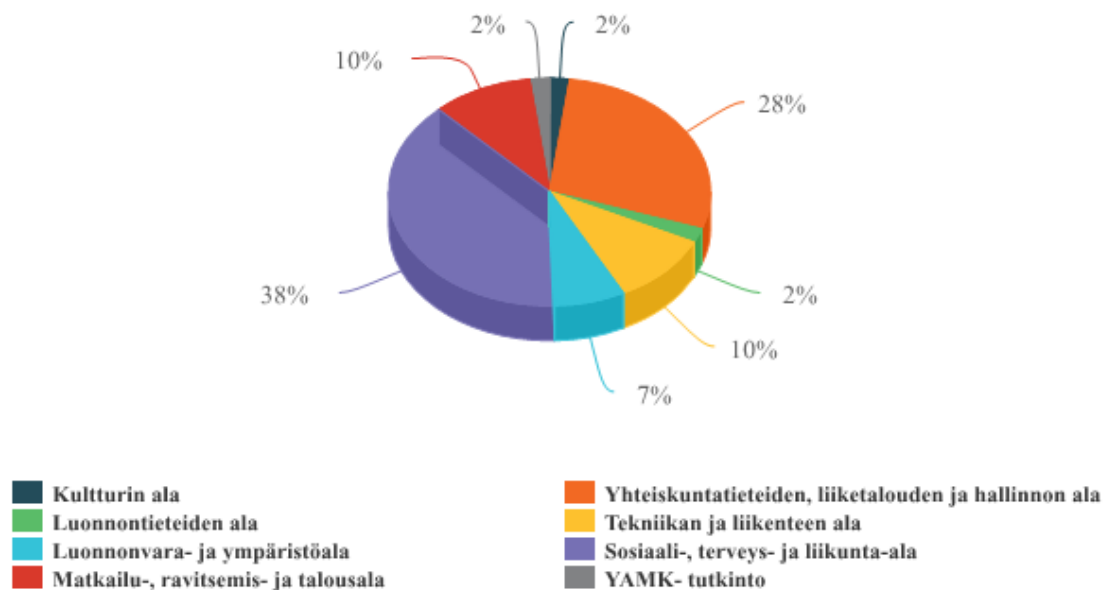
Kuva 2. Vastaajan ikä
Vastaajien määrä: 164



Kuva 2. Vastaajan ikä kertoo, että vastaajista suurin osa (63 %) on iältään 20-30-vuotiaita. Tämä selittyy sillä, että tämä on yleisin ikäväli, jolloin opinnot ammattikorkeakoulussa aloitetaan. Seuraavaksi suurin vastaajaryhmä oli iältään 31-40-vuotiaat ja loput jakautuivat melko tasaisesti.

Kuva 3. Vastaajan opiskeluala

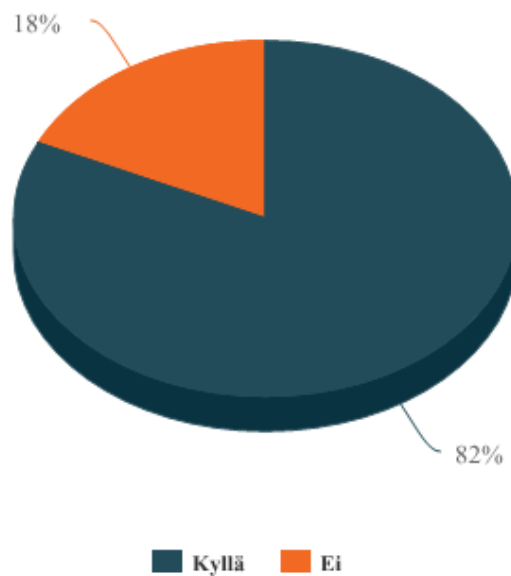
Vastaajien määrä: 164



Kuva 3. Vastaajan opiskeluala selventää, millä alalla vastaajat opiskelevat. Vastaajista suurin osa (38 %) opiskeli sosiaali- terveys- ja liikunnan alaa. Tämä oli itsellemme hiukan yllätys. Oletimme, että suurin vastaajajoukko olisi löytynyt liiketalouden puolelta, koska kyselyn aihe koski franchisingia ja pohjoista toimintaympäristöä. Liiketalouden opiskelijat olivat vastaajaryhmänä toiseksi suurimpia (28 %), kolmantena olivat tekniikan ja liikenteen alan opiskelijat sekä matkailu-, ravitsemus- ja talousalan opiskelijat samalla prosenttilukemalla (10 %). Loput jakautuivat melko tasaisesti keskenään.

Kuva 4. Onko termi franchising-yrittäjyys sinulle tuttu?

Vastaajien määrä: 164



Kysyimme franchising-yrittäjyyden tunnettavuudesta, ja suurimmalle osalle (82 %) vastaajista se oli tuttu, 18 % vastaajista ei tuntenut käsitettä (Kuva 4.). Ristiintaulukoimme kyselyn vastauksia, jotta voisimme perehtyä tuloksiin syvemmin.

Kysymyksessä ”Onko termi franchising-yrittäjyys sinulle tuttu?” halusimme tietää vastaajan sukupuolen, iän, opiskelualan sekä onko hän kokopäiväinen opiskelija tms. Ristiintaulukoinnilla selvisi, että kyselyyn vastanneista naisista (114 kpl) 80,7 % vastasi Kyllä ja 19,3 % vastasi Ei. Miehistä (50 kpl) 86 % vastasi Kyllä ja 14 % ei tunnistanut termiä.

Kokopäiväisiä opiskelijoita Kyllä- vastanneista (135 kpl) oli 54 %, opiskelun ja työn yhdistäviä 45 % ja yrittäjyyden ja opiskelun yhdistäviä 1 %. ”Ei” vastanneista

kokopäiväisiä opiskelijoita oli 48 %, opiskelijoita ja työssäkäyviä sama 48 % ja yrittäjiä ja opiskelijoita 3 %.

Alle 20- vuotiaita vastaajia oli 3 kpl ja heistä 66,67 % tunnisti termin. 21- 30 vuotiaita oli 104 kpl ja heistä 81,73 % vastasi Kyllä ja 18,27 % Ei. 31- 40 vuotiaista vastaajista, joita oli 39 kpl 87,18 % vastasi kysymykseen Kyllä. 41- 50 vuotiaista 76,92 % vastasi Kyllä ja 23,08 % Ei. Ja yli 50- vuotiaista 80 % tunnisti termin ja 20 % ei tunnistanut. Yli 50- vuotiaita vastaajia oli 5 kpl.

Kulttuurin alalta kyselyyn vastasi 3 (2 naista, 1 mies) opiskelijaa ja heistä 66,67 % vastasi Kyllä ja 33,3 % Ei. Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alalta vastasi 46 (32 naista ja 14 miestä) opiskelijaa. Heistä odotetusti suuri osa (97,83 %) vastasi Kyllä ja 2,17 % vastasi Ei. Luonnontieteiden alalta vastausprosentit olivat 100 % Kyllä. Vastaajia oli 4 kpl (2 naista, 2 miestä). Tekniikan ja Liikenteen alalta vastasi 16 (2 naista, 14 miestä) opiskelijaa ja 90,91 % tunnisti termin franchising-yrittäjäyys. Luonnonvara- ja ympäristöalalta vastasi 11(5 naista, 6 miestä) opiskelijaa ja heistä 90,91 % vastasi Kyllä. Sosiaali- terveys- ja liikunta- alalta kyselyyn vastaajia oli eniten, 63 kpl (55 naista ja 8 miestä). Heistä 71, 43 % tunnisti termin ja 28,57 % ei tunnistanut. Matkailu- ravitsemus- ja talousalalta vastaajia oli 17 kpl (14 naista, 3 miestä) ja vastausprosentit olivat Kyllä 82,35 % ja Ei 17,65 %. Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittajista kyselyyn vastasi 4 opiskelijaa (2 naista, 2 miestä) ja heistä Kyllä vastasi 75 %.

Taulukko 6. Esitämme muutamia väittämiä franchising-yrittäjyydestä. Vastaa vaihtoehdolla, joka on lähimpänä omaa käsitystäsi

Vastaajien määrä: 164

	Sa- maa mieltä	Jok- seen- kin sa- maa mieltä	Ei sa- maa mieltä eikä eri mieltä	Jok- seen- kin eri mieltä	Eri mieltä	Yh- teensä	Kes- kiarvo
Franchising-yrittäjä on itsenäisesti toimiva	25	90	15	30	4	164	2,38
	15,24 %	54,88 %	9,15 %	18,29 %	2,44 %		
Franchising-yrittäjyyden aloittamisvaihe on helpompi kuin yksityisyrittäjillä	56	76	22	6	4	164	1,94
	34,15 %	46,34 %	13,41 %	3,66 %	2,44 %		
Franchising-ketju tarjoaa yrittäjälle valmiin konseptin	124	29	10	1	0	164	1,32
	75,61 %	17,68 %	6,1 %	0,61 %	0 %		
Franchising-ketju tarjoaa koulutusta yrittäjilleen	82	61	20	0	1	164	1,64
	50 %	37,2 %	12,2 %	0 %	0,61 %		
Franchising-yrittäjyydessä on vähemmän riskejä kuin yksityisyrittäjyydessä	22	54	41	33	14	164	2,77
	13,41 %	32,93 %	25 %	20,12 %	8,54 %		
	35	44	37	32	16	164	2,7

Tiedän, mistä löytää tietoa franchising-yrittäjyydestä	21,34 %	26,83 %	22,56 %	19,51 %	9,76 %		
Franchising-ketju auttaa yrittäjää saavuttamaan tulokset vähemmällä työllä	5 3,05 %	35 21,34 %	47 28,66 %	52 31,71 %	25 15,24 %	164	3,35
Franchising-yrittäjyys ei anna tilaomien ideoiden toteuttamiseen	15 9,15 %	67 40,85 %	33 20,12 %	38 23,17 %	11 6,71 %	164	2,77
Yhteensä	364	456	225	192	75	1312	2,36

Yllä olevassa taulukossa (taulukko 6.) on esitetty väitteitä opiskelijoille koskien franchising-yrittäjyyttä. Opiskelijat vastasivat kysymyksiin 1-5 eri asteen mukaan, riippuen siitä olivatko he asiasta samaa mieltä vai eri mieltä tai jotain siltä väliltä. Vastausten perusteella opiskelijoiden tietoisuus franchising-yrittäjyydestä oli kohtuullisen hyvä.

Ristiintaulukoimalla vastauksia selvisi, että samaa mieltä väittämän 1 ”Franchising-yrittäjä on itsenäisesti toimiva” kanssa olivat eniten Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alan opiskelijat. Sosiaali - terveys- ja liikunnan alalta löytyy enemmistö eri mieltä olevista opiskelijoista. Iällä ei näyttänyt olevaan vastauksiin merkittävää vaikutusta, lähes jokaisessa ikäryhmässä yleisin vastaus oli ”jokseenkin samaa mieltä”. Ainoastaan ikäryhmässä ”yli 50” yleisin vastaus jakaantui ”jokseenkin samaa mieltä” ja ”ei samaa eikä eri mieltä” kanssa, molempien osuus oli 40 %.

Suuri osa vastaajista oli joko samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä väittämän 2 ”Franchising-yrittäjyyden aloittamisvaihe on helpompi kuin yksityisyrittäjillä”.

Väittämässä 3 ”Franchising-ketju tarjoaa yrittäjälle valmiin konseptin” oli mielenkiintoinen yksityiskohta, vain 1 vastaaja esitti eriävän mielipiteen väittämän kanssa. Vastaaja valitsi ”jokseenkin eri mieltä”- vaihtoehdon. Tämä vastaaja oli nainen ikäryhmästä 20- 30 vuotiaat ja hän opiskeli sosiaali- terveys- ja liikunta-alalla. Myös väittämässä 4 ”Franchising-ketju tarjoaa koulutusta yrittäjilleen” oli vain yksi eriävä mielipide, tämä vastaaja oli eri mieltä väittämän kanssa. Vastajan sukupuoli, ikäryhmä ja opiskeluala olivat samat kuin väittämän 3 eriävän mielipiteen.

Väittämien vastauksista voi päätellä, että yleisesti ottaen franchising-yrittäjyyden tietämys oli opiskelijoilla kohtuullisen hyvin tiedossa. Franchising-yrittäjyyttä pidettiin helpompana aloittaa kuin yksityisyrittäjyyttä, mutta sitä pidettiin myös rajoittavampana vaihtoehtona.

Vastauksista löytyi myös pari kohtaa, jotka yllättivät meidät. Väittämän ”Tiedän, mistä löytää tietoa franchising-yrittäjyydestä” -kohdassa vastaukset olivat hajautuneet melko tasaisesti, eli näiden perusteella vastaajilla ei olisi varmaa tietoa, mistä informaatiota löytyy.

Myös väitteen ”Franchising-ketju auttaa yrittäjää saavuttamaan tulokset vähemmällä työllä”-vastaukset olivat yllätys; suurin osa vastaajista oli asiasta jokseenkin eri mieltä (31,71 %) ja vain 3,05 % yhtyi väittämään. Jokseenkin eri mieltä vastanneista 63 % oli naisia ja 37 % miehiä. Heistä suurin osa, 62 % kuului ikäryhmään 20- 30-vuotiaat.

Taulukko 7. Alla on muutamia väittämiä Lapista toimintaympäristönä yrittäjyydelle. Vastaukset asteikolla 1-5, jossa 1= täysin samaa mieltä ja 5= täysin eri mieltä.

Vastaajien määrä: 164

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Yrittäjyys on Lapissa haasteellisempaa kuin muualla Suomessa	16 9,76 %	59 35,98 %	42 25,61 %	31 18,9 %	16 9,76 %	164	2,83
Lapin tulevaisuus toimintaympäristönä on kirkas	22 13,41 %	59 35,98 %	60 36,59 %	20 12,2 %	3 1,83 %	164	2,53
Matkailu on Lapin tärkein valtti	76 46,34 %	42 25,61 %	16 9,76 %	17 10,37 %	13 7,93 %	164	2,08
Logistiikan järjestäminen on haasteellista Lapissa	24 14,63 %	52 31,71 %	53 32,32 %	29 17,68 %	6 3,66 %	164	2,64
Voisin kuvitella alkavani yrittäjäksi Lapissa	29 17,68 %	34 20,73 %	40 24,39 %	26 15,85 %	35 21,34 %	164	3,02
Yhteensä	167	246	211	123	73	820	2,62

Yllä olevien väittämien (taulukko 7.) perusteella vastaajat olivat jokseenkin samaa mieltä siitä, että yrittäjyys on haasteellisempaa Lapissa kuin muualla Suomessa (35,98 %). Lappi tulevaisuus toimintaympäristönä jakoi hiukan mielipiteitä,

suurimmalla osalla vastaajista (36,59 %) ei ollut asiaan mielipidettä ja lähes yhtä suuri osa oli asiasta jokseenkin samaa mieltä (35,98 %).

Matkailua pidetään odotetustikin Lapin tärkeimpänä valttina (46,34 %). Logistiikka haasteellisuus jakoi vastaukset siten, että suurimmalla osalla (32,32 %) ei ollut asiaan mielipidettä, ja lähes sama määrä (31,71 %) oli asiasta jokseenkin samaa mieltä. Yrittäjyys Lapissa jakoi mielipiteitä; 17,68 % oli asiasta samaa mieltä ja taas 21,34 % oli asiasta täysin eri mieltä. Suurin osa vastauksista sijoittui kuitenkin keski-osioon, eli asiasta ei ollut varsinaista mielipidettä (24,39 %).

6 FRANCHISING-YRITTÄJYYDEN TULEVAISUUDEN NÄKYMIÄ

Tällä hetkellä franchising-yrittäjyyden saralla puhaltavat positiiviset tuulet. Franchise News-julkaisun (2016) mukaan kasvunäkymissä vallitsee positiivisempi vire kuin aiempina vuosina. Vuonna 2016 tehdyn franchising-yritysten toimialojen kasvuselvityksen mukaan tietynlaiset toimialat pärjäävät paremmin kuin toiset. Ravintola-alan ketjut ovat lisääntyneet vuosi toisensa jälkeen, vähittäiskaupat ovat taas laskusuhdanteessa. Tutkimuksessa mukana olleista yrityksistä $\frac{3}{4}$ on kotimaisia, loput $\frac{1}{4}$ puolestaan kansainvälisiä. Positiivinen piirre on se, että kotimaiset franchising-yritykset pyrkivät laajentamaan maan rajojen ulkopuolelle. (Franchise News 02/2016.)

Kyselymme tulosten perusteella termi franchising-yrittäjyys oli hyvin tunnettu, jopa 82 % vastaajista tunnisti termin. Tämä tukee käsitystä positiivisesta ilmapii-ristä franchising-yrittäjyyden kentällä. Muutenkin kyselyn perusteella selvisi, että Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden tietoisuus franchising-yrittäjyyden peruspiirteistä oli kohtuullisen hyvä.

Uusien yrittäjien rekrytointi on myös ahkeraa. Uusia yrittäjiä haetaan tälläkin hetkellä lähes kaikissa ketjuissa. Kun uusi franchising-yrittäjä rekrytoidaan, tarkoittaa se lisää työllistymistä. Tutkimusten mukaan vain 11,5 % franchising-yrittäjistä on yksinyrittäjiä, eli alalla on selkeä työllistävä vaikutus. Tämän hetken keskiarvon mukaan yksi franchising-ketju työllistää 195 työntekijää. Vuonna 2015 sama luku oli 190, joten kasvua on havaittavissa tälläkin saralla. (Franchise News 02/2016.)

Kyselymme perusteella vastaajista 17,68 % oli samaa mieltä väittämämme ”Voisin kuvitella alkavani yrittäjäksi Lapissa” ja 20,73 % jokseenkin samaa mieltä. Yhdistettynä tietouteen franchising-yrittäjyyden työllistävästä vaikutuksesta ja kyselyn tuloksista selvinnyt kohtuullisen hyvä tietous franchising-yrittäjyydestä, voisi tässä olla yksi potentiaalinen ratkaisuvaihtoehto Lapin työttömyysasteen parantamiseksi.

Ketjujohtajat arvioivat vuoden 2016 loppuun mennessä kokonaisliikevaihdon nousevan 3,7 %. Luvut on saatu suuresta Franchising-sektorin Kasvuselvityksestä, joka on toteutettu kesän 2016 aikana. Kohderyhmänä oli sama ryhmä, joille tehtiin kysely vuonna 2015. Näin tuloksia voitiin vertailla keskenään. (Franchise News 02/2016.)

Tulevaisuuden trendinä franchising-yrittäjyydessä voidaan pitää suomalaisten yritysten levittäytymistä ulkomaille. Esimerkiksi suomalainen SuperPark oy on tehnyt sopimuksen Suzhouhun Kiinaan, jonne se rakentaa 4-6 sisäaktiviteetti-puistoa. Ensimmäiset puistot avataan 2017 vuoden aikana ja loppujen on määrä valmistua vuonna 2019. Kiinalaiset arvostavat suomalaista laatua ja he ovat kiinnostuneita yrityksen konseptista. (Franchise News 02/2016.)

Vaikkakin suomalaisten franchising-yritysten menestystarinat ulkomailla ovat tois-
taiseksi harvassa, ei ole epäilystäkään, etteikö niin voisi käydä. Koska yrittäjyys on itsessäänkin haasteellista, on se vielä vaikeampaa siirryttäessä ulkomaille. Kun lähdetään laajentamaan kansainvälisille markkinoille, tulee yrittäjän tuntea kohdemaan toimintaympäristö hyvin. Useissa maissa on franchisingia koskevaa pakottavaa lainsäädäntöä, joka voi olla erittäin tiukkaa. Jos laiminlyö pakottavan lainsäädännön, voi seurauksena olla sopimuksien pätemättömyys sekä mittavat taloudelliset sanktiot. Jos yritys haaveilee laajenemisesta ulkomaille, on viisasta käydä paikallisen lakimiehen puheilla joko itse tai suomalaisen asianajajan kanssa. (Franchising Suomessa 2016, 50- 51.)

7 POHDINTA

Aloitimme opinnäytetyön kirjoittamisen syksyllä 2016. Opinnäytetyön idea ja toteutustapa vaihtuivat osittain työn edetessä. Olisimme toivoneet, että olisimme saaneet opinnäytetyötä varten haastateltua itse franchising-yrittäjiä, mutta valitettavasti emme onnistuneet saamaan heiltä haastatteluja yrityksistä huolimatta. Opinnäytetyön aihe oli laaja ja materiaalia paljon, joten sen työstäminen ja järkeviin kokonaisuuksiin saaminen oli haasteellista. Myös saatavilla oleva kirjallisuus ja informaatio olivat kohtuullisen vanhaa, eli uutta tietoa ei joko ollut, tai ainakin se oli vaikeasti löydettävissä. Tulimme siihen tulokseen, että franchising- yrittäjyys on pysynyt melko samankaltaisena vuosien ajan. Tällä hetkellä suurin trendi alalla vaikuttaisi materiaalin perusteella olevan kansainvälistyminen, niin suomesta ulkomaille kuin toisinkin päin.

Ajantasaisimman tiedon saimme Suomen Franchising-yhdistys Ry:n julkaisemista Franchising Suomessa 2016- kirjasta sekä samaisen yhdistyksen julkaisemasta Franchise News 02/2016- lehtisestä. Näistä saimme konkreettisia lukuja sekä ajatusta siitä, mihin päin tämän yrittäjyysmuodon kehitys on menossa. Tällä hetkellä franchising-yrittäjyydessä puhaltavat positiiviset tuulet. Tämä yrittäjyysmuoto vaikuttaa olevan noususuhdanteessa, ja samaa kertovat myös uudet lukuisat yrittäjärekrytointi-ilmoitukset netissä. Uskomme että syynä tähän on tietty helppous verrattuna normaaliin yrittäjyyteen. Franchising-yritykset ovat käytännössä testattuja konsepteja, joten yrittäjyyden aloittamiskynnys madaltuu.

Toki kaikki toimi- alat eivät ole keskenään tasavahvoja; ravintola-alojen ketjut ovat kasvaneet vuosi vuodelta, kun taas vähittäiskauppa on laskussa johtuen viime vuosien vaikeista ajoista. (Franchise News 02/2016.) Valittavan toimialan tuntemisen korostamista ei voi korostaa liikaa. Kun mietitään miksi tahansa yrittäjäksi ryhtymistä, vaatii se kriittistä tarkastelua. Yrittäjäksi ryhtyminen vaatii henkistä ja rahallista pääomaa, ja tarvittaessa on pystyttävä uhraamaan oma vapaa-aika. Myös ketjuun tutustumiseen ja sopimusten laatimiseen tulee käyttää aikaa ja vaivaa.

Halusimme ottaa opinnäytetyön tarkastelukohteeksi franchising-yrittäjyyden rinnalle pohjoisen toimintaympäristön ja sitä kautta pohtia yrittäjyyttä Lapissa. Halusimme ottaa tämän näkökulman aiheeseen, koska koemme että yrittäjyys on mielestämme haasteellisempaa Lapissa kuin muualla suomessa, johtuen esimerkiksi pitkistä välimatkoista ja haja-asutuksesta. Myös logistiikan kustannukset ovat kalliimpia johtuen maantieteellisestä sijainnista. Tosin tällä hetkellä matkailu ja palvelut ovat nousussa, aasialaisia suorastaan tulvii Lappiin ihmettelemään pohjoisen eksotiikkaa ja revontulia. Myös kesä- ja syysmatkailuun on alettu panostamaan, jotta turismi ei nojaisi pelkästään talvikauteen.

Jos aasialaisten innokkuus Lappiin säilyy, luo se lisää yrityksiä ja sitä kautta työpaikkoja. Myös venäläiset ovat taas alkaneet tehdä matkoja suomeen, ja vaikka aasialaisia tulee paljon suomeen, pitävät venäläiset yhä paikkansa kärjessä. Toki tällä hetkellä myös eri paikkakunnilla on eroja keskenään. Rajalliset kulkyhteydet (rautatieverkostot, bussi- yhteydet sekä lentokentät) ja palvelut sanelevat hyvin pitkälle sen, mihin turistit suuntaavat Lapin sisällä.

Opinnäytetyön loppuvaiheessa toteutimme ammattikorkeakoulunopiskelijoille Webropol-kyselyn, jolla kartoitimme opiskelijoiden ajatuksia pohjoisesta toimintaympäristöstä sekä franchising-yrittäjyydestä. Vastaukset olivat hyvin pitkälle samankaltaisia kuin omat ajatuksemme. Kyselimme opiskelijoilta franchising-yrittäjyyden tunnettavuudesta, sekä siitä, osaavatko opiskelijat nimetä joitain franchising-yrityksiä. Suurimmalle osalle termi oli tuttu, ja he osasivat myös nimetä yrityksiä. Ongelmana tuntui olevan se, että suurin osa opiskelijoista ei tiennyt mistä informaatiota kyseisestä yrittäjyysmuodosta olisi saatavilla.

Huolestuttava seikka, muttei yllättävä oli se, että iso osa vastaajista koki yrittäjyyden Lapissa epärealistisena vaihtoehtona. Uskomme, että tällä hetkellä valmistuvat opiskelijat joutuvat osittain muuttamaan Etelä- Suomeen töiden perässä, koska töitä ei ole tarjolla pohjoisessa. Toivomme että tämä tilanne tulisi korjautumaan tulevaisuudessa, kun toivottavasti matkailu Lappiin saadaan ympärivuotiseksi.

LÄHTEET

Elo, H-M. 2015. Sopimusjuridiikkaa, yhtiöoikeutta ja immateriaalioikeuksia franchisingissa. IPR University Center. Viitattu 16.10.2016
http://www.iprinfo.com/verkkolehti/kaikki_artikkelit/2015/4_2015/fi_FI/sopimusjuridiikka_yhtiooikeutta_ja_immateriaalioikeuksia_franchisingissa/

Franchise news 02/2016. Helsinki: FranCon Franchise Consulting.

Franchising Suomessa 2016. Suomen Franchising- Yhdistys ry.

Gashi, B. 2013. Näkökulmia franchising-yrittäjyyteen. Viitattu 3.3.2017
http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/61567/Blerina_Gashi.pdf?sequence=1

Hatakka, A. Konttinen, M. 2015. Franchising-yrittämisen hyödyt ja haasteet. Viitattu 3.3.2017
http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/97572/anni_hatakka.pdf?sequence=1

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita Publishing Oy. Viitattu 6.2.2017
<http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

Holopainen T. & Levonen A. 2008. Yrityksen perustajan opas-silta yrittäjyyteen. Helsinki: Edita.

Juvonen M., Koskensyrjä M., Kuhanen L., Ojala V., Pentti A., Porvari P., Talala T. 2014. Yrityksen riskienhallinta. Helsinki: FINVA.

Laakso, H. 2001. Franchising-yrittäjyys-. Helsinki: Edita.

Laakso, H. 2005. Franchising: Malli yrittäjyyteen ja ketjunrakentamiseen. Helsinki: Edita.

Lapin liitto. 2017. Lappi lukuina. Viitattu 27.3.2017
http://www.lappi.fi/lapinliitto/c/document_library/get_file?folderId=931431&name=DLFE-31394.pdf

Lipponen, R. 2011. Yrityksen perustajan opas. Helsinki: Keskuskauppakamari. Viitattu 12.2.2017
<https://luc.finna.fi/lapinamk/Record/juolukka.315686>

Lönnerberg.2016. Tie Franchising-yrittäjäksi opas. Viitattu 13.11.2016
http://netpaper.lonnberg.fi/francon/tie_franchising_yrittajaksi_opas/#/1/

Määttä, M. Tomperi, A. 2011. Franchising-yrittäjyys uravaihtoehtona. Viitattu 3.3.2017
http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/34875/Tomperi_Antti_Maatta_Reijo.pdf?sequence=1

Ojasalo, K., Moilanen T. & Ritalahti J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro

SFY. 2015. Suomen Franchising-yhdistys ry:n tietopaketti: Franchising Suomessa. Viitattu 6.2.2017

<http://www.franchising.fi/tietopaketti>

Suomen Franchising Ry. 2017. Viitattu 6.2.2017

<http://www.franchising.fi/franchising>

Tuunanen, M.2005. Esseitä franchisingista Suomessa – Empiirisiä löydöksiä franchiseantajista, franchiseottajista ja heidän välisistä suhteistaan. Viitattu 12.3.2017

<https://www.jyu.fi/ajankohtaista/arkisto/2005/03/tiedote-2009-10-01-09-26-19-367710>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2016. Alueelliset kehitysnäkymät. Viitattu 9.3.2017

http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2685/Alueelliset_kehitysnakymat_syksy_2016.pdf

Viitala, R.- Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen, menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

- Liite 1. Kauppakamari, kuva tarkistuslista
- Liite 2. Webropol- kysely aineisto

A Henkilöt

- Riskien tunnistaminen ja riskinäkökulmien huomioontaminen
- Turvallisuuskoulutus ja ohjeistus
- Turvallisuuskulttuurin luominen ja ylläpitäminen
- Työtöian järjestelyt ja tekniset suojauskeinot
- Turvallisuuskoulutus ja ohjeistus
- Uhkatilanteen jälkiselvittely ja uhrin auttaminen
- Työntekijöiden kannustus kertomaan havaitsemistaan turvallisuuspuutteista
- Avainhenkilöille varamiesjärjestelmä
- Henkilötietojen suojaus
- Kriisiviestintäsuunnitelma
- Matkustamisen turvallisuusohjeet
- Taustaselvitykset työntekijöistä (lain rajoitukset)
- Yhteistyökumppanien luotettavuus selvitykset
- Asiakkaiden luottokelpoisuus selvitykset
- Ainnankkijoiden referenssien tarkastaminen ja uikoistamisen turvallisuus
- Kirjalliset sopimukset
- Kilpailukieltosopimus tarvittaessa (lain rajoitukset)
- Tehtävien mukaiset pääsy- ja kulkuoikeudet

B Tieto

- Tietoja koskeva luokittelu- ja käsittelyohje
- Tiedon tekniset suojauskeinot (palomuuuri, virustorjunta, ajantasainen käyttöjärjestelmä, varmuuskopiointi, palvelimet)
- Henkilökunnan koulutus salaisten / luottamuksellisten tietojen käsittelyyn
- Työntekijöiden kannustus kertomaan havaitsemistaan turvallisuuspuutteista
- Liike- ja ammatissalaisuuksia koskeva luokittelu- ja käsittelyohje
- Ohjeet viranomaisten ja yhteistyökumppanien luovuttamille luottamuksellisille asiakirjoille ja tiedoille
- Matkustamisen turvallisuusohjeet
- Henkilötietojen suojaus
- Matkustamisen ja etätyön turvallisuusohjeet
- Tehtävien mukaiset pääsy- ja kulkuoikeudet
- Avainhenkilöiden salassapitosopimukset

C Tuotanto- ja toimitilojen suojaaminen

- Eriytetyt tuotanto-, toimisto- ja tuotekehitystilat
- Murtohälytys
- Kulunvalvonta
- Videovalvonta
- Vierailujen ohjeistus
- Vartiointi
- Henkilöstön turvallisuuskoulutus
- Valvontajärjestelmien säännöllinen toimivuustestaus
- Varalaitteet keskeisten tuotantoprosessien turvaamiseksi

D Irtaimen omaisuuden suojaus

- Omaisuusrekisteri
- Turvamerkinä
- Kameravalvonta
- Lukitusmekanismi (esimerkiksi pulttaus, vaijeri)
- Säilytys iukitussa tilassa tai kassakaapissa
- Kuljetusohjeet
- Henkilöstön turvallisuuskoulutus

E Toimintaan kohdistuvat rikokset ja väärinkäytökset

- Kirjalliset sopimukset yhteistyötahojen kanssa, yhteistyökumppanin luotettavuuden arvioiminen
- Asiantuntijat tarkastavat sopimustekstit
- Asiantuntijoiden laatimat sopimus pohjat
- Yrityksen johto tarkistaa merkittävimmät liiketoimintasopimukset
- Epätavallisen hävikin seuranta ja hävikin syiden selvittäminen
- Talousrikoksien torjunta: vaarallisten työyhdistelmien välttäminen, ammattitaitoinen tilintarkastus, sisäinen valvonta ja tarkastus, eettiset ohjeet, auditointi sekä luotettavat työntekijät

Lähde: Keskuskauppakamari ja Helsingin seudun kauppakamari. Yritysten rikosturvallisuus 2008 – Riskit ja niiden hallinta

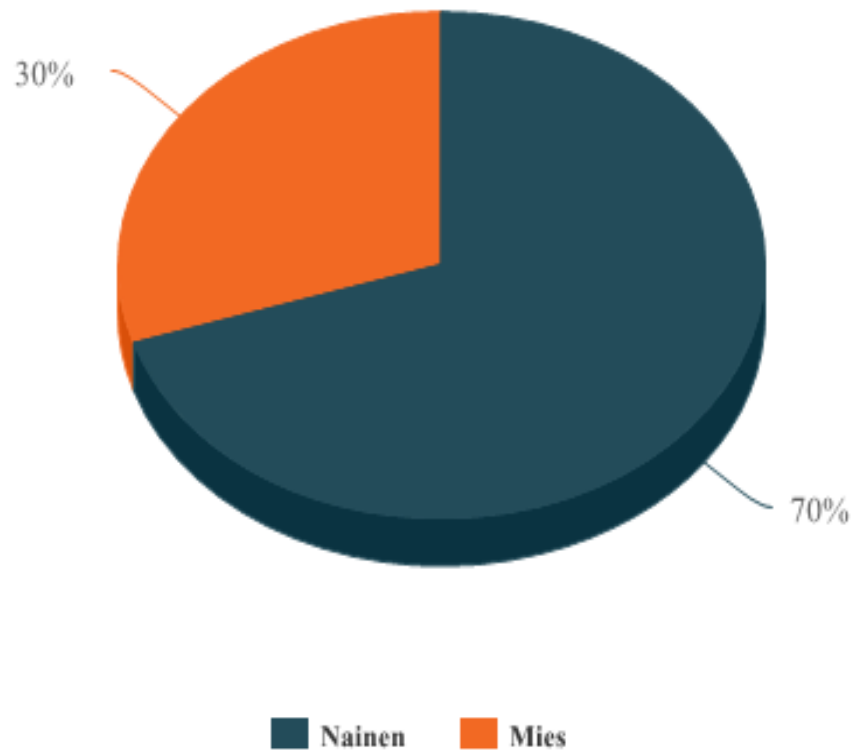
Lisätietoja: www.keskuskauppakaman.fi

Liite 2. Webropol- kysely aineisto

Franchising-yrittäjyys

1. Sukupuoli?

Vastaajien määrä: 164

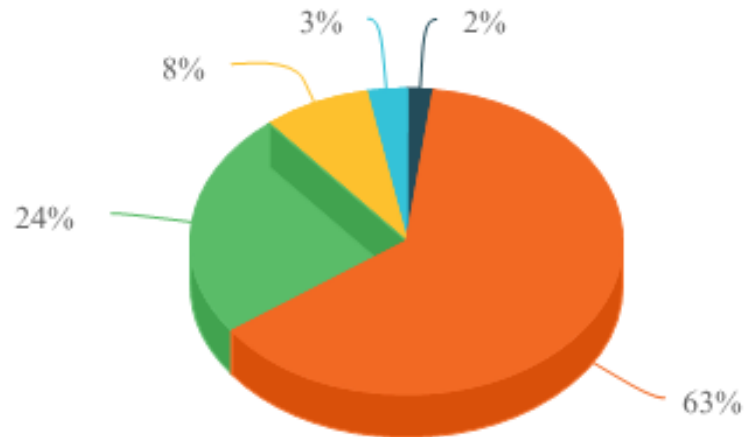


	N	Prosentti
Nainen	114	69,51%
Mies	50	30,49%

Keskiarvo
1,3

2. Ikäsi?

Vastaajien määrä: 164

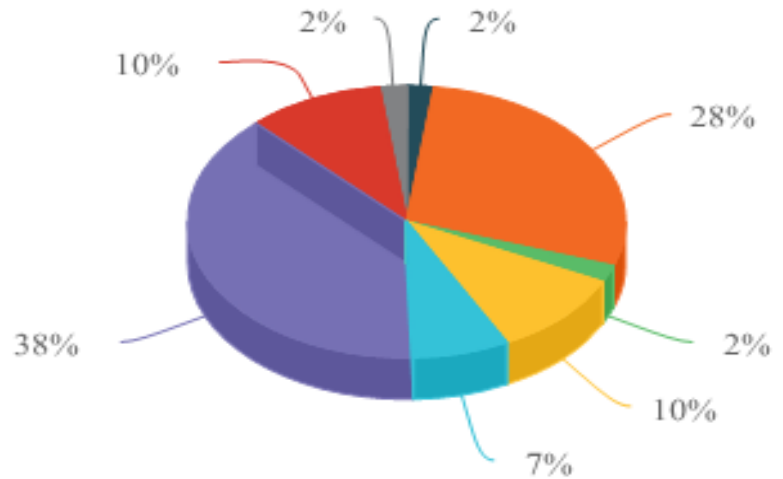


	N	Prosentti
Alle 20	3	1,83%
20-30	104	63,41%
31-40	39	23,78%
41-50	13	7,93%
Yli 50	5	3,05%

Keskiarvo
2,47

3. Mitä alaa opiskelet?

Vastaajien määrä: 164



■ Kulttuurin ala
■ Luonnontieteiden ala
■ Luonnonvara- ja ympäristöala
■ Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

■ Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala
■ Tekniikan ja liikenteen ala
■ Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala
■ YAMK- tutkinto

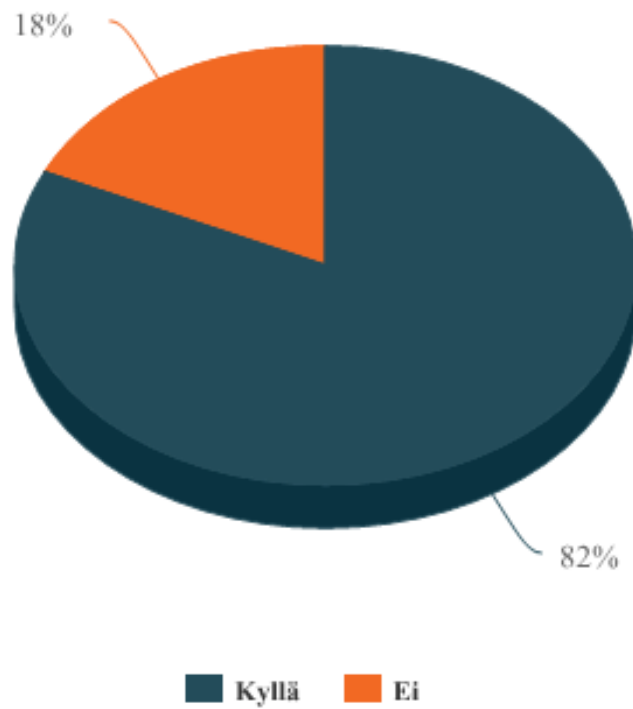
	N	Prosentti
Kulttuurin ala	3	1,83%
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	46	28,05%
Luonnontieteiden ala	4	2,44%
Tekniikan ja liikenteen ala	16	9,76%
Luonnonvara- ja ympäristöala	11	6,71%
Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala	63	38,41%
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	17	10,37%
YAMK- tutkinto	4	2,44%

Keskiarvo

4,6

4. Onko termi franchising-yrittäjyys sinulle tuttu?

Vastaajien määrä: 164

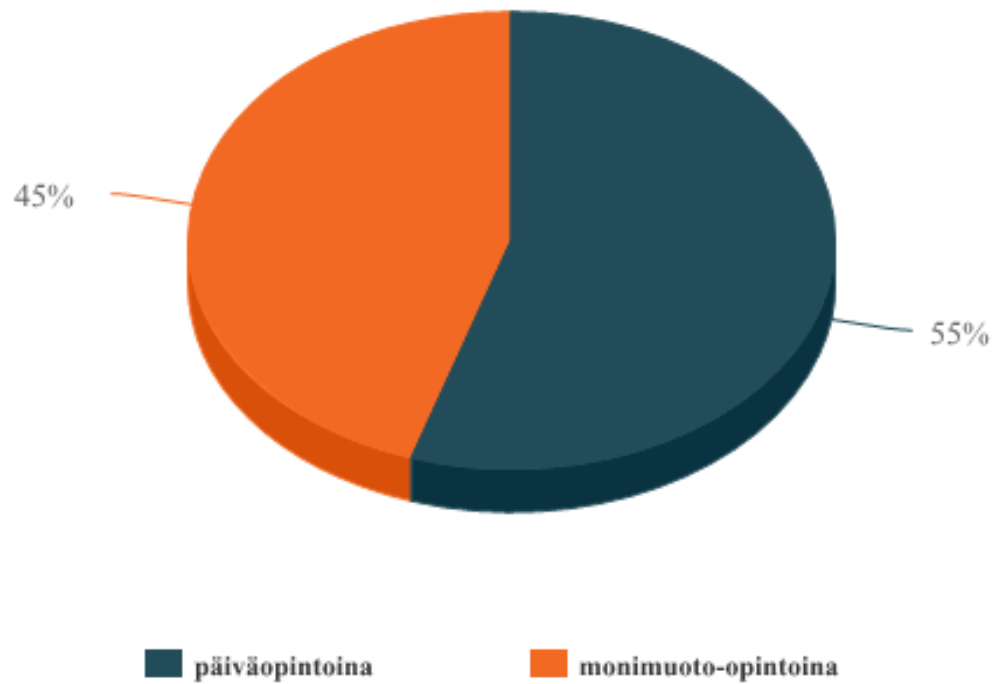


	N	Prosentti
Kyllä	135	82,32%
Ei	29	17,68%

Keskiarvo
1,18

5. Suoritatko opiskelusi

Vastaajien määrä: 164

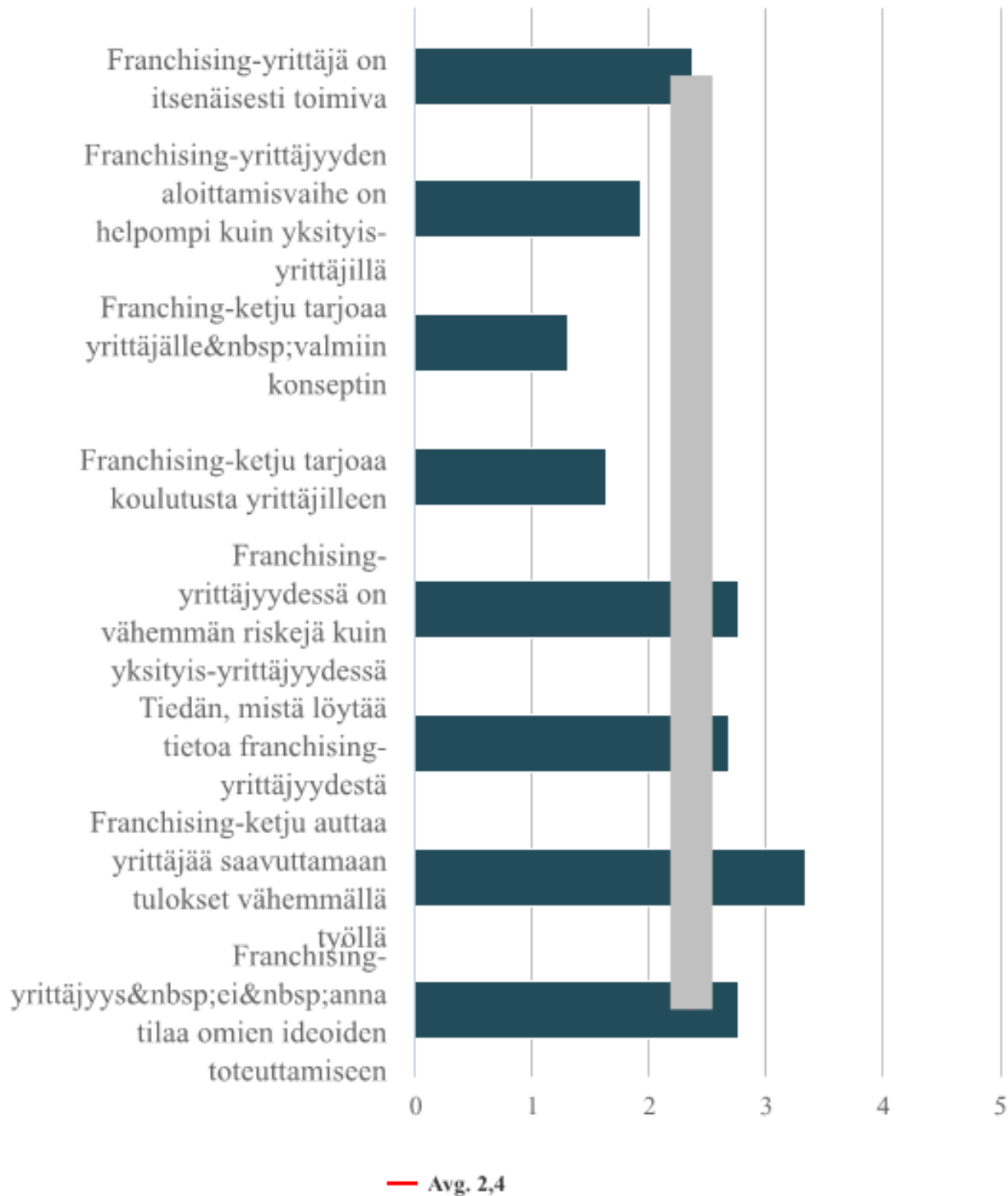


	N	Prosentti
päiväopintoina	90	54,88%
monimuoto-opintoina	74	45,12%

Keskiarvo
1,45

6. Esitämme muutamia väittämiä franchising-yrittäjyydestä. Vastaa vaihtoehdolla, joka on lähimpänä omaa käsitystäsi

Vastaajien määrä: 164



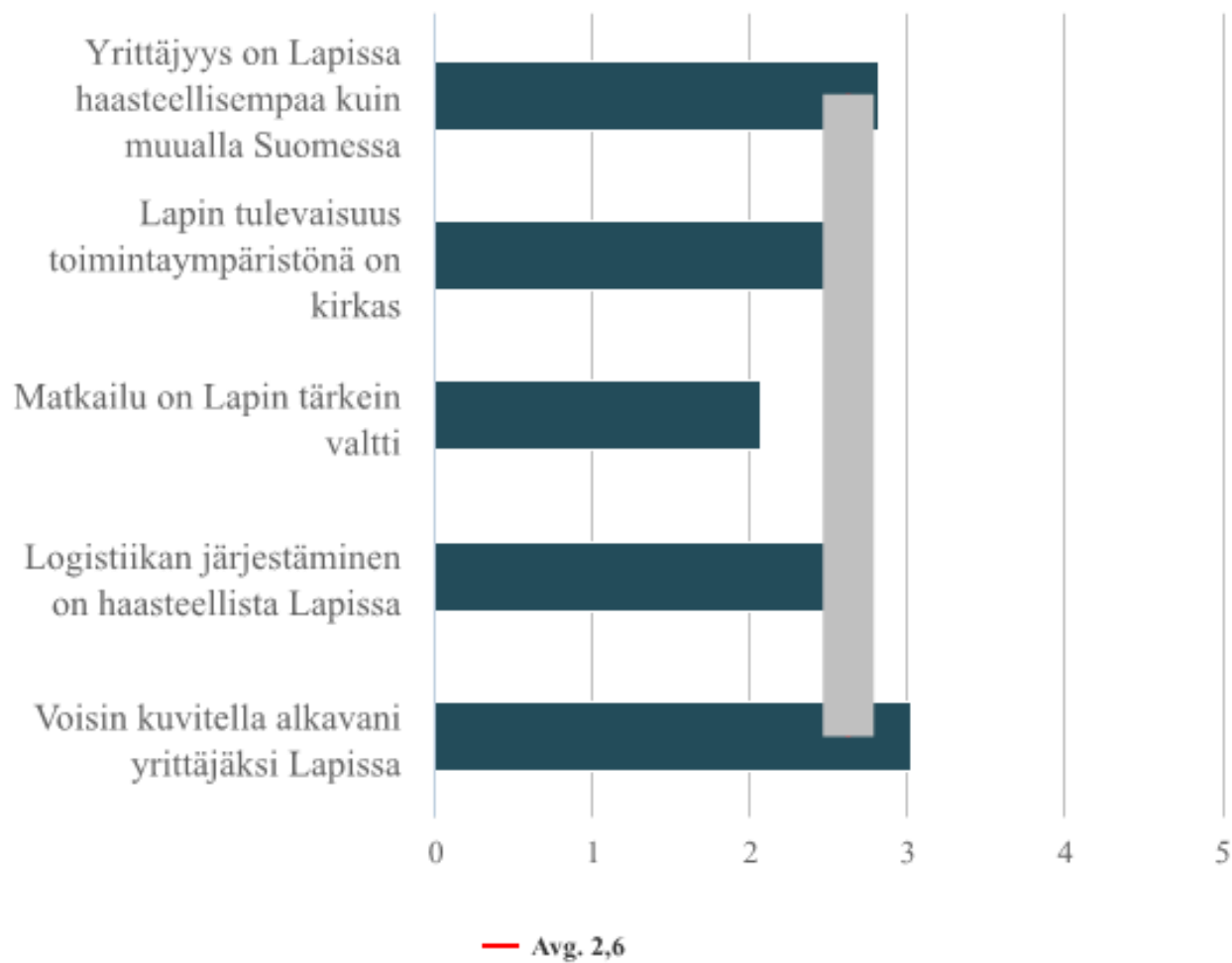
	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa mieltä eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä	Yhteensä	Keskiarvo
Franchising-yrittäjä on itsenäisesti toimiva	25	90	15	30	4	164	2,38
	15,24 %	54,88 %	9,15%	18,29 %	2,44%		
Franchising-yrittäjyyden aloittamisvaihe on helpompi kuin yksityisrittäjillä	56	76	22	6	4	164	1,94
	34,15 %	46,34 %	13,41 %	3,66%	2,44%		
Franchising-ketju tarjoaa yrittäjälle valmiin konseptin	124	29	10	1	0	164	1,32
	75,61 %	17,68 %	6,1%	0,61%	0%		

Franchising-ketju tarjoaa koulutusta yrittäjilleen	82	61	20	0	1	164	1,64
	50%	37,2%	12,2%	0%	0,61%		
Franchising-yrittäjyydessä on vähemmän riskejä kuin yksityisyrittäjyydessä	22	54	41	33	14	164	2,77
	13,41%	32,93%	25%	20,12%	8,54%		
Tiedän, mistä löytää tietoa franchising-yrittäjyydestä	35	44	37	32	16	164	2,7
	21,34%	26,83%	22,56%	19,51%	9,76%		
Franchising-ketju auttaa yrittäjää saavuttamaan tulokset vähemmällä työllä	5	35	47	52	25	164	3,35
	3,05%	21,34%	28,66%	31,71%	15,24%		
Franchising-yrittäjä ei anna tilaa	15	67	33	38	11	164	2,77
	9,15%	40,85%	20,12%	23,17%	6,71%		

omien ide- oiden to- teuttami- seen							
Yhteensä	364	456	225	192	75	1312	2,36

7. Alla on muutamia väittämiä Lapista toimintaympäristönä yrittäjyydelle. Vastaukset asteikolla 1-5, jossa 1= täysin samaa mieltä ja 5= täysin eri mieltä.

Vastaajien määrä: 164

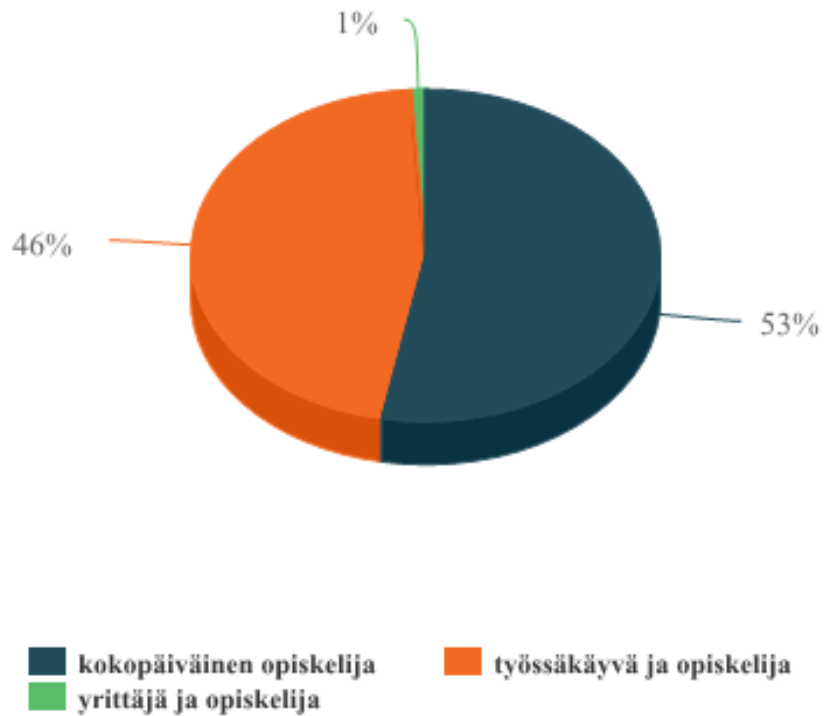


	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Yrittäjyys on Lapissa haasteellisempää kuin muualla Suomessa	16	59	42	31	16	164	2,83
	9,76%	35,98%	25,61%	18,9%	9,76%		
Lapin tulevaisuus toimintaympäristönä on kirkas	22	59	60	20	3	164	2,53
	13,41%	35,98%	36,59%	12,2%	1,83%		
Matkailu on Lapin tärkein valtti	76	42	16	17	13	164	2,08
	46,34%	25,61%	9,76%	10,37%	7,93%		
Logistiikan järjestäminen on	24	52	53	29	6	164	2,64
	14,63%	31,71%	32,32%	17,68%	3,66%		

haasteellista Lapissa							
Voisin kuvitella alkavani yrittäjäksi Lapissa	29	34	40	26	35	164	3,02
	17,68%	20,73%	24,39%	15,85%	21,34%		
Yhteensä	167	246	211	123	73	820	2,62

8. Oletko

Vastaajien määrä: 164



	N	Prosentti
kokopäiväinen opiskelija	87	53,05%
työssäkäyvä ja opiskelija	75	45,73%

yrittäjä ja opiskelija	2	1,22%
------------------------	---	-------

Keskiarvo
1,48

9. Osaatko nimetä joitakin Lapissa toimivia franchising-yrityksiä?

Vastaaajien määrä: 128

Vastaukset
Subway, Arnolds
Pancho villa, Subway, M room
Subway, Musti ja mirri, Pancho Villa, r-kioski
R-kioski, Picnic, Subway, Confetti, Kotipizza jne
Subway. Kotipizza. R kioski
Mcdonald's, H&M, yleensä kansainväliset yritykset.
-McDonalds -Hesburger
Kotipizza, Subway,
-
En
Musti ja Mirri, Kotipizza, R-kioski?
Kotipizza
Kotipizza, R-kioski
kotipizza, subway, R-Kioskit
Kotipizza
En tiedä varmasti, mutta käsitykseni mukaan Kotipizza toimii Franchising periaattella. Olisiko myös Rolls-ketju myös?
En
subway, arnolds, kotipizza, r-kioski, gigantti...
Pancho villa tai R-kioskit?
Subway, R-kioski
-
Subway, hesburger, arnolds, pancho willa, rax

En ole koskaan kuullutkaan
subway
Kotipitsat yms. Ketjuravintolat?
Kotipizza Subway R-Kioski
Kotipizza, R-kioski, Roll's, Scanburger, Autoasi -korjaamot, K-kaupat, Gigantti, Kultajousi,
Subway, McDonalds, Hesburger
En osaa nimetä yrityksiä jotka toimisivat ainoastaan Lapissa.
Subway, McDonalds, Amarillo, Hesburger
Subway, Kotipizza
Kotipizza, R-kioskit
Mm. R-Kioskeja, Kotipizzoja, Punnitse&Säästä, Intersportteja.
En osaa
En
Hesburger, Scan Burger, Gr8., Kotipitsa, Mc Donalds, Subway, Shell, St1, Smile Henkilöstövuokraukset
R-Kioski, McDonald's,
Esim. kaikki ketjuruokat, mäkkäri, hese jne.
Jysk, subway, kotipizza, r-kioski, pentik, cafe picnic
r-kioski, ruokakaupat(mm k-ketju, s-market, lidl), ravintoloita (mm panco villa, koti pizza, picnic, rosso, hesburger, subway, mcdonald's), scania rent, ladyline, easyfit ja lista jatkuu pitkäksi....
Subway, kotipizza, scan burger, easyfit,
McDonalds Subway Arnolds
Monet ravintola-ketjut
R-kioskit, Musti&Mirri-liikkeet
Kotipizza, R-kioskit, K-kaupat,
Hesburger
McDonald's, Hesburger

Subway, McDonalds, Kotipizza, Pancho Villa
RKioski
Subway, Hesburger, Arnolds, picnic
Mcdonalds, Picnic, Coffee house, Subway, Koti pitsa useita vaateliikkeitä
Kotipizza ja subway
-
Arnold's
Subway
Subway
R-kioski, mietin tässä että onkohan subwayki mutta en ole ihan varma. Tuccabaja? Pancho villa? Ei tule muita mieleen.
kotipitsa???
Subway, Arnolds, Pancho Villa, Kotipizza, Talousverkko...
R-kioskit
esim: Kotipizza.Hennes & mauriz, macdonalds
Hesburger, McDonalds, Arnold's
McDonalds, ABC.ketju, Neste-huoltoasemat, Hesburger, KotiPitsa
kotipizza, speksavers r-kioski, stemma..
En
Kotipizza, arnolds
R-kioski
Pancho villa, arnolds, robert's coffee,
Mc Donalds
Musti&Mirri, McDonald's
Koti Pizza
Subway
Noblessa-keittiö,
R- kioski, scanburger, pancho villa,specsavers..
en
R-kioski, McDonalds
Kotipizza, R-kioski
R-kioski?

Hesburger, Subway
Arnold´s, R-kioski, Kotipizza
McDonalds
R-kioski, Kotipzza, Subway, Musti ja Mirri, Picnic, Life jne.
Subway, Coffee house, Rosso, Amarillo, HM, BIKBOK, Jack&Jones, Vero Mode, Gina Tricot, Cubus, Pentik, Dressman, Suomalainen kirjakauppa, Kapphall, Lindex, Seppälä yms
Subway, R-kioski, Arnolds
Hesburger, subway, gigantti, body shop, kotipizza, makuuni, r-kioski
Kotipizza, Musti&Mirri,
r-kioski, kiinteistömaailma, jne
McDonalds, Hesburger, Kotipizza
Arnolds
Kotipizza
?
Subway, Shellin keittiö(?), pancho villa, life, mäkkäri(?), ärrä, kotipizza
Shell Select Erottaja, R-kioskit, Subaway, McDonald's, Pentik...
R-kioski
en
R-kioski, Kotipizza, Punnitse & Säästä, Subway
R-kioski, Akson hoivapalvelut
koti-pizza
Koti-pizza
R-kioski, subway jne
R-kioski. kotipizza. Rosso.
Habita Oy, Lapin Eurova Oy
Pancho Villa, R-Kioski, Spice Ice, Arnolds
Kotipizza
R-kioski
en
kotipizza, vaahtokarkkiunelmia,
subway
Subway, Hesburger,

Subway ravintolat, R-kioskit jne..
Subway ym. pikaruokalot
En tiedä pelkästään lapissa toimivia.
Koti-Pitsa, Pannukakkutalo
R-kioski, Pancho Villa, Amarillo... onhan noita
Kotipizza,R-kioski yms
Kotipizza
McDonald's, Subway
R-kioski, Kotipizza
r-kioskit
Säästä ja Punnitse, Arnolds, Koti Pizza, kiinteistövälitysfirmit, Kioskit
Subway, R-kioski, mcdonalds, hesburger, m-room, kaikki suuret autovuokraamot, pancho villa/amarillo jne, suuret kiinteistövälittäjäfirmat,
McDonalds, Subway, Kotipizza
e
R-koski, Hesburger, Life-luontaistutuokaupat, K-kaupat ?
Hesburger, kotipizza, R-kioski, Subway (leipäketju), ainakin on varmasti enemmänkin
Esimerkiksi Hese, Mäkkäri ja Keskon kauppiat kokonaisuudessaan.
En
kotipizza
Punnitse ja säästä, pancho villa, r-kioski
Koti Pizza, Supermarketit ja K-marketit?

10. Entä muualla Suomessa?

Vastaaajien määrä: 106

Vastaukset
Siipiweikot, Pancho villa, Subway, M room
kotipizza, r-kioski
kotipizza, mcdonalds.
R-kioski, Picnic, Subway, Confetti,Kotipizza jne
Kotipizza, R-kioski, Arnolds

Kotipizza, R-kioski, Subway, Arnolds, Mcdonalds
Zara, Pizza Hut, Carlings
Kotipizza, subway
Kotipizza
En.
-Easyfit
Musti ja Mirri, Kotipizza, R-kioski?
Kotipizza, R-kioski
pikaruokaketjut (Mcdonalds, ..jne.)
En osaa mainita muita edellisten lisäksi.
En
subway, arnolds, kotipizza, r-kioski, gigantti
Samat kuin ylempänä :)
R-kioski, Hesburger, Kotipizza
En jaksa luetella niitä on paljon.
en
Kotipizza, Hesburger, Specsavers
Arnold's
Sama vastaus, kuin edelliseen.
Ainakin samat
Subway, McDonalds, Hesburger
R-kioski, Subway..
Samat kuin edellisessä.
Samoja.
En
Samat
R-Kioski, kotipizza
Kotipizza
Sama
Subway, kotipizza, scan burger, easyfit,
Arnolds, rolls ym.
arnolds, robert's coffee, forever-kuntoklubit, musti ja mirri

Samat tulee mieleen, kuin Lapissakin. Isoja ketjuja, joilla franchising-yrittäjiä
Kotipizza, R-kioskit, K-kaupat, Arnolds
Samat kuin yllä
Samoja
Arnolds
Esim. Amarillo, Hertz, Europcar, Hard Rock Cafe yms.
Paljon ravintoloita
-
-
Hesburger
Arnolds, en kyllä ole satavarma onko muualla Lapissa niitä enää mutta Rovaniemeltähän lähti ainaki.
Esprit
vaikka samat
-
Hesburger, McDonalds, Arnold's, Lindex ym
samat
Kotipizza
Sama, K-kaupat
En
esprit, arnolds, pancho villa,
Arnolds
Samat
M Room
Kaivokukka, kimppu kivaa, esprit, kotipizza..
Kotipizza
en
Kotipizza?
R-kioski, McDonalds
Kotipizza, R-kioski
Kotipizza
H&M
Samat ketjut toimivat koko Suomen alueella. Vain pieniä alueellisia eroja.

Starbucks, Burger king, ylläolevat paikat yms
Subway, R-kioski, Arnolds
samat + arnolds, rolls
subway, r-kioski. hesburger, classik pizza..
Punnitsemaan&Säästä,
talenom, vmp, subway, jne
McDonalds, Hesburger, Kotipizza
KotiPizza, Pancho Villa,...
robert's coffee, kiinteistömaailma, kaivo kukka, bestseller
Starbucs, Burgerking, Western Union..
R-kioski
en
edellisten lisäksi Hesburger, Musti ja mirri, Laatutakuu, Kiinteistömaailma
R-kioski
Koti-pizza
R-kioski, subway jne
R-Kioski, rosso, kotipizza.
Kotipizza, MRoom, Subway
en
kotipizza, rax,
Sinooperi,
Samankaltaisia kahviloita, ravintoloita..
Subway ym. pikaruokat
R-kioskit ainakin, koko Suomessa.
Pannukakkutalo, koti-pitsa, punnitse & säästä, Musti ja Mirri, Cafe Picknick
Sama homma
.
Kotipizza
r-kioskit
samat
Samat kuin kohdassa 8
Easy fit
Yleisimmät hampurilais ketjut luulisi

Sama kuin 8.kysymyksessä.
En
Samat kuin lapissa.
Samat kuin edellisessä kysymyksessä

11. Muita kommentteja?

Vastaaajien määrä: 26

Vastaukset
tsemppiä
-
lycka till!
Käsitykseni mukaan yrittäminen on haastavaa missäpäin Suomea vain. Yrittäjyyttä voisi tukea keventämällä monia osa-alueita esim perustamiseen liittyen. Kuitenkin jos liike-idea on timanttinen, uskoisin sen olevan helpottava tekijä yrittäjyydessä, toisaalta timanttinen idea ei toimi jollei ole asiakkaita, joten palvelun tai tuotteen kohde pitää olla ensimmäisenä ja kirkkaan mielessä.
Franchising- yrittäjyydestä tulisi olla laajemmin tietoa, sillä ainakin minulle se ei ole tuttua. P
Lapissa olisi tarjolla työvoimaa (työttömiä), mutta yritysten kannattavuus on heikkoa, koska paikkakunnat ovat suhteellisen pieniä ja täten asiakaskunta varsinkin yksityisyrittäjän kannalta riskaapeli.
Haasteellista Lapissa on ainoastaan vähäinen väkimäärä ja sitä kautta riippuvuus maantieteellisesti laajalta alueelta tulevista asiakkaista. Monet yrittäjistä kaupunkien tai keskustaajamien ulkopuolella on "pakosta" monialayrittäjiä, kun spesifille toimialalle ei riitä asiakkaita. Luonnonvarojen hyödyntäminen ja teollisuus on olematonta, pl Kemi ja Tornion tehtaot. Muualla potentiaali on matkailussa, kun syrjäseuduilla asuvan väestön vähyys ja hajanaisuus ei mahdollista yritystoiminnan kasvua ilman kauempaa tulevia asiakkaita. Verkko kauppohen mahdollisuuksia ei liene vielä ulosmitattu, esim. "Aitojen lapinkäsitetöiden myynnissä". Käsitöinä kuitenkin tehdään paljon käyttötavaraa, vaatteita ym.
Ei

<p>Kirjaston hyllyssä oppari "Gelato! - fransicing käsikirja" kannattaa vilkaista. Siellä on teemahaastattelulla kerättyä tietoa siitä mitä fränkkärik,si aikovan kannattaa ottaa huomioon.</p>
-
--
-
<p>Lappi on laaja alue. Tietenkin Lappi tunnetaan juurikin matkailustaan ja turistikansistaan, mutta esimerkiksi täällä meillä Meri-Lapissa on myös paljon teollisuutta ja saamelaisalueella poronhoito on yksi merkittävä elinkeino. Olen yrittäjäperheessä kasvanut ja myöskin kiinnostunut mahdollisesti työllistymään oman yrityksen kautta. Tämän vuoksi franchising on tuttu asia ja kävin jopa R-kioskin rekrytilaisuudessa. Suosittelen Teillekin, jos sellaiseen avautuu mahdollisuus. Hienosti he vetävät tilaisuuden, mutta hieman kriittisemmin kuunnellessa paljastuu karu totuus tämän lajin yrittäjyydestä. Käytännössä ostat työpaikan, josta saat vain riskit, mutta et yrittäjän "vapautta", sillä ainakin kyseisellä ketjulla, jopa myytävien tuotteiden paikat ja alaisten tuntimäärät päätetään muualla. Sitä yrittäjä ei tee itse.</p>
Ei muuta :)
<p>Yrittäminen ei kannata Suomessa ilman "pomminvarmaa" ideaa. Kaupan "monopolit", kuten S-ryhmä ja K-ryhmä ovat pitkälti syynä tähän. Toisena byrokratia ja se, että suomalaiset lait, säännöt ja ohjeet eivät mahdollista yrittäjyyttä ja menestymistä vaan päivänvastoin rajoittavat niitä. Suomessa säännellään kaikkea mahdollista puhtaasti sääntelyn ilosta, vaikka näillä säännöillä saataisiin vain negatiivista pöhinää aikaiseksi.</p>
<p>Yrittäjien välinen yhteistyö toimii Lapissa osin hyvin, mutta vanhat "yrittäjyys perinteet" esim yrittäjä perheissä vaikeuttavat yritysten positiivista kehittymistä ja uusiutumista alati muuttuvassa elinkeinoelämässä.</p>
-
<p>Olen ollut R-kioskissa franchising-yrittäjänä 8,5 vuotta Rovaniemellä, Kemimaassa ja Kemissä. Tunnen ja tiedän siis hyvin franchising-yrittäjyyden sekä hyvät että huonot puolet. Nykyisin työskentelen esimiestehtävissä ja opiskelen YAMK tutkintoa yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alalla Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen koulutusohjelmassa.</p>

<p>Yrittäjyys on Lapissa haasteellisempaa kuin muualla Suomessa => Riippuu millainen yritys on kyseessä. Jos tekee vaikkapa graafista suunnittelua ja net-tisivuja niin toimipaikan fyysinen sijainti ei ole niin tärkeää.</p>
<p>Minulla on myös mielikuva että Franchising yrityksen aloittamismaksut ovat korkeita (brändimaksu) ja ei sen vuoksi ole ensimmäisenä ajatuksena yritys-muotona houkutteleva.</p>
<p>Yrittäjyys on aina liian iso riski, oli se sitten franchise tai yksityinen. Suomessa pienet yritykset menee 100% nurin ja isommat yritykset menevät 80% ellei Si-pilä lobbaa sukulaisiaan, joten ulkomaille kaikki vaan.</p>
<p>Lapin valtti on puhdas luonto.</p>
<p>En voi suositella.</p>
<p>Tsemppiä lopputyöhön luokkatoverit ;)</p>
<p>Kysymyksiä olisi voinut olla enemmän ja laajemmin.</p>
<p>Mielestäni yrittäjyys on Lapissa monella alalla ainoa vaihtoehto työllistää it-sensä. Omassa lähipiirissäni löytyy muutama mm. It alan ammattilainen, joille ei Lapista löydy töitä, mutta kynnys Etelä-Suomeen lähtemiseen on hyvin kor-kea. Yrittäjyyttä osa on miettinyt, mutta sekin on riskipeliä, koska it-puoli voi olla kuluttajille vaikea ymmärtää.</p>

