



# **FRANCHISINGTOIMINTA**

## **Yrittäjien kokemuksia**

Suvi Stenberg

Opinnäytetyö  
Lokakuu 2012  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Yritystoiminnan  
suuntautumisvaihtoehto

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Yritystoiminnan suuntautumisvaihtoehto

STENBERG, SUVI:  
Franchisingtoiminta- yrittäjien kokemuksia

Opinnäytetyö 34 sivua, josta liitteitä 5 sivua  
Lokakuu 2012

---

Tämän opinnäytetyön tavoite oli kartoittaa franchisingtoiminnan hyviä ja huonoja puolia yrittäjien kokemusten perusteella. Haastateltavana oli Kotipizzan, Kiinteistömaailman ja Silmäaseman yrittäjät. Työ toteutettiin laadullisena tutkimuksena. Opinnäytetyön tarkoituksena oli haastatella franchisingyrittäjiä heidän kokemuksistaan franchisingyrittäjinä.

Teoriaosuuden lähteinä olivat franchisingyrittäjyyttä käsittelevä kirjallisuus, lehtiartikkelit, sekä franchisingyrittäjyydestä tehty väitöskirja. Haastattelut tehtiin suullisena haastatteluna, nauhuria käyttäen.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että yrittäjillä oli pääsääntöisesti positiivisia kokemuksia franchisingtoiminnasta. Hyväksi puoleksi franchisingyrittäjyydessä nousi se, että saa olla oman itsensä herra. Kaikki haastatellut yrittäjät voisivat suositella franchisingyrittäjyyttä yrittäjiksi aikoville. Vastauksiin saattoi vaikuttaa tietynlainen pelko ja lojaalisuus omaa ketjua kohtaan. Yrittäjien nimiä tai paikkakuntaa, jossa yritys toimii, ei ole mainittu työssä.

---

Asiasanat: franchising, franchise, yrittäjyys

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Entrepreneurship

STENBERG, SUVI:

The Experiences of Franchising Entrepreneurs

Bachelor's thesis 34 pages, appendices 5 pages  
October 2012

---

The aim of the thesis was to examine the pros and cons of franchising based on the experiences of franchising entrepreneurs. Entrepreneurs of Kotipizza, Kiinteistömaailma and Silmäasema were interviewed and the study was carried out as a qualitative study. The purpose of this thesis was to interview franchise entrepreneurs about their experiences of franchising.

The sources for the theoretical part comprise literature and newspaper articles dealing with franchising and a dissertation on franchising. The interviews were carried out as oral interviews using a recorder.

The results show that the entrepreneurs generally had positive experiences of franchising. All interviewees were willing to recommend franchising for those who intend to become entrepreneurs. However, the replies may have been affected by certain kind of fear and loyalty towards their own chain. The entrepreneurs' names or company locations are not mentioned in the work.

---

Key words: franchise, enterprise

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	FRANCHISINGTOIMINTA .....	6
2.1	Franchisingin määritelmä.....	6
2.2	Franchisingin peruskäsitteet .....	8
2.3	Franchisingtoiminnan eri muodot .....	8
2.4	Franchising sopimukseen perustuvista velvoitteista .....	10
2.4.1	Franchisingantajan velvoitteista.....	11
2.4.2	Franchisingyrittäjän velvoitteet.....	12
3	FRANCHISINGIN HISTORIA .....	14
3.1	Franchisingtoiminnan historia .....	14
3.1.1	Franchising Suomessa.....	15
3.1.2	Suomen Franchising Yhdistys ry .....	16
3.1.3	SFY:n jäseneksi.....	18
3.2	Franchising maailmalla .....	19
4	FRANCHISINGYRITTÄJÄ .....	20
4.1	Franchisingyrittäjän profiili .....	20
4.2	Naiset franchisingyrittäjinä.....	22
5	FRANCHISINGTOIMINNAN LOPETTAMINEN .....	23
6	HAASTATTELUTUTKIMUS YRITTÄJILLE.....	25
6.1	Tutkimuksen toteutus.....	25
6.2	Tutkimuksen tulokset.....	26
7	POHDINTA.....	28
	LÄHTEET .....	29
	LIITTEET .....	30
	Liite 1. Kysymykset franchisingyrittäjille.....	30
	Liite 2. Silmäaseman yrittäjän vastaukset .....	31
	Liite 3. Kotipizza yrittäjän vastaukset .....	32
	Liite 4. Kiinteistömaailman yrittäjän vastaukset .....	33
	Liite 5. Suomen Franchising Yhdistyksen jäsenet .....	34

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli perehtyä franchisingyrittäjien kokemuksiin. Lähdin tekemään opinnäytetyötä franchisingyrittäjyydestä, koska se oli uusi ja mielenkiintoinen aihe. Opinnoissani franchisingyrittäjyys ei ollut juurikaan tullut esille, joten halusin perehtyä aiheeseen tarkemmin. En huomannut, että vastaavanlaista työtä jossa tutkitaan franchisingyrittäjien kokemuksia, olisi tehty aiemmin opinnäytetyönä. Mielenkiintoisiksi aiheen teki se, että vaikka franchising on yrittäjyyttä, on yrittäjillä silti kovin vähän sanavaltaa ja usein yrittäjillä on ”kädet sidottuna”. Olen lukenut lehdistä jonkin verran negatiivista franchisingyrittäjyydestä ja varsinkin tietyistä ketjuista ja halusin nähdä onko tämä totta.

Työn toisessa luvussa käsitellään franchisingtoimintaa yleisesti, kerrotaan mm. franchisingyrittäjien velvoitteista, sekä franchisingin peruskäsitteistä. Kolmannessa luvussa kerrotaan franchisingtoiminnan historiasta sekä Suomessa, että maailmalla. Neljännessä luvussa on kerrottu tarkemmin franchisingyrittäjän profiilista ja viides luku käsittelee franchisingtoiminnan lopettamista. Kuudennessa luvussa kerrotaan työn toteuttamisesta, sekä tuloksista. Seitsemännessä luvussa on omaa pohdintaa työstä ja sen tuloksista.

## 2 FRANCHISINGTOIMINTA

### 2.1 Franchisingin määritelmä

Ydinasia franchisingtoiminnassa on liikeidean vuokraus, eli siis jonkinlainen yrityksen ”kloonaus” sopimus pohjaisesti korvausta vastaan (Rissanen 2007, 428).

Rissanen (2007, 428) sanoo, että määritelmän mukaan franchising on kahden itsenäisen yrityksen: franchisingantajan ja franchisingottajan välinen pitkäaikainen yhteistyösopimus, jossa franchisingantaja luovuttaa franchisingottajalle oikeuden käyttää sovitulla tavalla maksua vastaan liikeideaa, liikemerkkiä, tavaramerkkiä, valmistusmenetelmää tai koko liiketoimintamallia franchisingantajan suunnitelman, valvonnan ja toimintaohjeiden mukaisesti. Samalla kun yrittäjästä tulee franchisingottaja, useimmissa tapauksissa joutuu hän luopumaan käyttämästä näkyvänä tunnukseksi omaa tavaramerkkiään tai toiminimeään (Kauppa – ja teollisuusministeriö 2002, 43).

Monissa kotimaisissa ja kansainvälisissä tutkimuksissa on selvinnyt, että franchisingottajien yritysten epäonnistumisriski ja vaihtuvuus on omaehtoisia yrityksiä merkittävästi pienempi. Menestymisedellytyksiä franchisingyrittäjillä ovat sekä heidän korkea koulutus, että franchisingin perusidea ja myös se, että liiketoiminta on ennalta koeteltu ja testattu (Tuunanen 2010,61).

Murrayn (2006,21) mukaan oikein säädetyssä franchisingpaketissa pitäisi olla:

- koko liikeidea selitetty täysin ja selkeästi liiketoimintaohjeessa
- kaikki liiketoiminnan ulkoiset merkit, kuten tavaramerkit, logot, kuljetuskalusto, työasujen värit ja kuviot sekä toimitilojen ulkonäkö tulisi olla määritelty
- kirjanpito ja rahoitusjärjestelmät, jotka nykypäivänä ovat sähköisessä muodossa, jotta niitä on helppo käyttää
- antaa koulusta siihen, miten saa liiketoiminnan sujumaan ja auttaa sen perustamisessa
- yksilöity sopimus, jossa määritellään oikeudet ja velvollisuudet molemmille osapuolille, niin franchisingottajalle kuin franchisingantajalle
- jatkuva tuki toimipaikan toimiessa
- laillinen yksinoikeus toimia tietyllä seudulla

- markkinointi, PR- toiminta, sekä mainostuki

”Franchisingissa tällainen liikearvo kulminoituu brändiin, joka on franchiseyrittäjälle suurin yhteistyösuhteesta saatava liiketoiminnallinen etu ja hyöty. Näin varsinkin silloin, kun brändi on kansallisesti tai jopa kansainvälisesti tunnettu.” ( Tuunanen 2010, 61.)

On huomattu, että jopa yhdeksän kymmenestä franchisingyrittäjästä jatkaa toimintaa ensimmäisen viiden vuoden jälkeen, kun taasen omaehtoisista yrittäjistä vain 50 % jatkaa tämän ajan jälkeen (Tuunanen 2005, 54).

Franchisingyrietykset ovat omaehtoisia yrityksiä useammin osakeyhtiömuotoisia ja jopa 60 % franchisingyrietyksistä on osakeyhtiöitä. Tämä johtuu siitä, että usein franchisingottajan oikeudellinen muoto säädellään franchisingosopimuksella. Usein myös franchisingyrittäjien yritysten toimitusjohtaja ja hallitus ovat yksi ja sama luonnollinen henkilö (Tuunanen 2011, 109).

Tuunanen tekemässä tutkimuksessa Suomen Franchising-yhdistyksen ja Sampo Pankin kanssa, jossa he tekivät liikevaihtoluokittelun, selvisi, että franchisingyrittäjien suhteellinen määrä liikevaihtoluokasta 375 000 euroa aina 7,5 miljoonaan euroon saakka, on kaksinkertainen omaehtoisiin yrityksiin verrattuna. Sen sijaan alle 375 000 euron liikevaihtoluokassa omaehtoisia yrityksiä oli franchisingyrietyksiä enemmän (Tuunanen 2011, 109).

Kookkaammalla liikevaihdolla odotetaan olevan myönteisiä vaikutuksia suurempaan työntekijöiden määrään franchisingyrietyksissä. Franchisingyrietyksissä onkin keskiwertoa enemmän työntekijöitä, kuin omaehtoisessa yrityksessä. Kuten myös vain itsensä työllistäviä franchisingyrittäjiä on suhteellisen pieni määrä omaehtoisiin yrittäjiin verrattuna. Franchisingyrittäjät tavoittelevat seuraavan kolmen vuoden aikana liikevaihdon kasvua enemmän kuin omaehtoiset yrittäjät. Kasvuhakuisia franchisingyrittäjiä viimeisimmässä yrittäjätutkimuksissa oli noin 87 %, kun taas omaehtoisista yrittäjistä kasvuhakuisia oli noin 65 % (Tuunanen 2011, 109).

## 2.2 Franchisingin peruskäsitteet

Franchisingkonsepti on perusmalli liiketoiminnalle, jonka franchisingantaja on kehittänyt franchisingottajille luovutettavaksi korvausta vastaan. Konseptin ideana on se, että se näkyy ja tuntuu asiakkaiden kannalta samanlaisena toimintatapana ketjun jokaisessa toimipaikassa (Rissanen 2007, 430).

”Franchisingantaja on yritys, joka on kehittänyt liiketoimintakonseptin ja omistaa siihen oikeudet. Tämä yritys johtaa koko verkostoa ja hallinnoi koko järjestelmää.” (Rissanen 2007, 430.)

Franchisingottaja on puolestaan yritys, joka vuokraa käyttöönsä franchisingantajan kehittämän liiketoimintakonseptin ja pyrkii harjoittamaan sen varassa tuottoisaa yritystoimintaa itsenäisenä yrityksenä kuitenkin noudattaen tarkoin vuokraamaansa liiketoimintakonseptia. (Rissanen 2007, 430.)

Franchisingottaja on vastuussa omasta toimipaikastaan ja sen riskeistä. Koko franchising järjestelmän riskit ovat franchisingantajalla, mutta vain omalta osaltaan, ei ketjuun kuuluvien yritysten puolesta (Rissanen 2007, 430).

## 2.3 Franchisingtoiminnan eri muodot

Maailmalla franchising-sanaa käytetään kuvaamaan erilaisia toimintamalleja ja tämä aiheuttaa usein sekaannusta. Tämän vuoksi franchisingtoiminta on pyritty luokittelemaan ja jakamaan monin eri tavoin. Kansainvälinen franchising-yhdistys, IFA (International Franchise Association) on tehnyt luokittelun, joka jakaa franchisingtoiminnan kolmeen eri luokkaan (Laakso 2001, 24).

”*Trade Name Franchising* on toimintamalli, jossa franchisingantaja luovuttaa oikeuden käyttää omassa liiketoiminnassaan franchisingantajan kehittämää ja omistamaa tavaramerkkiä, liiketunnusta tai toiminimeä, mutta muutoin yrityksen toimintamallit voivat olla hyvin erilaisia.” (Laakso 2001,24.)



Tätä toimintamallia hyödyntävät mm. huoltoliikkeet ja useat hotelliketjut esimerkiksi Finlandia- hotellit. Tämän toimintamallin franchisingketjun ja jäsenten yhteistyö rajoittuu usein jonkinlaisiin markkinointijärjestelmiin tai toimenpiteisiin, kuten franchisingantajan tekemään kattomarkkinointiin (”Valtuutetun huoltoliikkeemme sijaitsevat...”). Tulonlähteenä franchisingantajalla tässä toimintamallissa on yleensä vain ketjun jäsenille tarjottavien palveluiden ja tuotteiden myynnistä tuleva tuotto (Laakso 2001,24).

”*Product Distribution Franchising* on puhdas jakelutieratkaisu. Franchisingantaja luovuttaa verkoston jäsenille oikeuden myydä kehittämänsä ja usein myös itse valmistamaansa tuotetta.” (Laakso 2001, 24.)

Tässä toimintamallissa yhteistyö osapuolten välillä rajoittuu yleensä pelkkään tuotteen ja sen myyntiin, jakeluun, sekä siihen liittyvien yhdenmukaisuuksien valvontaan. Franchisingantajat saavat franchisingantajalta myös myynnin apuvälineitä, kuten esitteitä. Myös tässä toimintamallissa ketjun tuotto perustuu pitkälti jäsenille myytävistä tuotteiden ja palveluiden katteesta, sekä joissain tapauksissa reseptien tms. käyttöperusteesta lisenssimaksusta (Laakso 2001, 25).

”*Business Format Franchising* (BFF) on franchisingtoiminnan muoto, jossa nimensä mukaisesti koko liiketoimintamallin (business format) käyttöoikeus luovutetaan franchisingantajalle.”(Laakso 2001,25.)

”Suomessa ja muualla Euroopassa franchisingtoiminnalla tarkoitetaan yleensä Business Format Franchisingia.” (Kauppa- ja teollisuusministeriön raportti, 2002,17.)

Tässä toimintamallissa yhteistyökumppaneiden välillä on syvää yhteistyötä. Yhteistyö on jatkuvaa ja kattavaa mukaan lukien markkinoinnin, sekä tavaroiden ja palveluiden hankinnan kehitystoiminnan jne. Franchisingketju saa tulonsa konseptin käyttöoikeuksien vuokraamisesta ja järjestelmän johtamisesta. BFF- toimintaa harjoittavia ketjuja ovat mm. Arnold’s Donuts ja Pentik (Laakso 2001,25).

## 2.4 Franchisingsopimukseen perustuvista velvoitteista

Rinkisen (2008, 38) mukaan hyvän franchisingsopimuksen tunnusmerkki on kohtuullisen helposti määriteltävissä ja sen täytyy olla kohtuullinen molemmille osapuolille. Hyvässä franchisingsopimuksessa onkin otettu huomioon franchisingsuhteen lainalaisuudet, eli se ei voi olla kaikilla tavoin tasapuolinen. Franchisingantaja haluaa sopimuksella turvaa tärkeimmälle omaisuudellensa, eli brändilleen sekä konseptilleen, ja tämä aloittavan yrittäjän on pakko hyväksyä (Rinkinen 2008, 38).

Franchisingsopimuksia koskevaa erityislainsäädäntöä ei ole Suomessa tehty, eikä Suomessa säädetty laki tunne edes koko franchisingkäsitettä. Ruotsissa sen sijaan on säädetty laki, Lag (2006:484) on franchisegivares informationskyldighet, joka määrittelee franchisingantajan tiedonantovelvollisuuksia. Tämä Ruotsissa säädetty laki sisältää franchisingsopimuksen määritelmän ja yksilöidyn luettelon seikoista, joista franchisingantajan on annettava franchisingottajalle tieto ennen sopimuksen tekemistä (Halila & Hemmo 2008, 264). Myös Yhdysvalloissa on säädetty laaja tiedonantovelvollisuus franchisingottajaa kohtaan (Kauppa – ja teollisuusministeriö 2002, 49). Molempien franchisingosapuolten oikeudet ja velvollisuudet, sekä yhteistyön säännöt on määritelty sopimuksessa, jossa sovitaan myös yhteistyön päättymisestä, sekä seuraamuksista (Matti, Wathén, Tommila & Rinkinen 1998, 32).

Ei ole yllättävää, että franchisingsopimuksia sääntelevää lakia ei ole, sillä useat elinkeinoelämässä tärkeät sopimustyyppit ovat vailla lakiin perustuvaa sääntelyä (Halila & Hemmo 2008, 265).

Itsesääntelytyyppisen franchisingtoimintaa koskevan säännösten muodostavat Suomen Franchising- Yhdistys ry:n julkaisemat eettiset säännöt, joissa määritellään kummankin osapuolen velvollisuuksia franchisingtoiminnan johtavien periaatteiden näkökulmasta. Eettisissä säännöissä on myös määräyksiä yrittäjärekrytoinnin menettelytavoista ja franchisingsopimusten sisällöstä. Yhdistys on lisäksi perustanut eettisen lautakunnan, joka antaa sopimusosapuolten pyynnöstä lausuntoja siitä, onko franchisingantaja tai franchisingyrittäjä tietty menettely hyvän franchisingtavan mukaista ja onko menettely kulloinkin voimassa olevien yhdistyksen eettisten sääntöjen mukaista. (Halila ym. 2008, 265–266.)

Franchisingsopimukset solmitaan kestäväksi yleensä useita vuosia. Esimerkiksi Laakson vuonna 1992 tekemässä tutkimuksessa havaittiin, että Suomessa tehtävät sopimukset

set solmitaan pääsääntöisesti yli kuudeksi vuodeksi tai toistaiseksi voimassaoleviksi. Kun taas BFA:n vuonna 1991 Englannissa tekemän tutkimuksen mukaan sopimukset laaditaan keskimäärin 5-6 vuodeksi kerrallaan, mutta esimerkiksi pisimmästä sopimusajasta voidaan mainita McDonald's jonka yhteistyösopimus oli kestoaltaan 20 vuotta (Laakso 1998, 30).

#### **2.4.1 Franchisingantajan velvoitteista**

Franchisingantaja liikeidean haltijana laatii sopimussuhteessa käytettävät ehdot ja muut asiakirjat. Franchisingsopimukset laaditaan tavallisesti franchisingantajan kannalta edulliseksi, kun taas franchisingottajalle voidaan asettaa hyvinkin ankaria velvoitteita. Franchisingantajan vahvemmassa sopimuksentekoasemasta seuraa, että mahdollinen OikTL 36§:n mukainen sopimusehtojen sovittelu tapahtuu yleensä franchisingottajan eduksi. Tarkasteltaessa franchisingsopimusten kohtuullisuutta on otettava huomioon molempien osapuolten tosiasiallinen asema, esimerkiksi franchisingyrittäjä saattaa olla miltein työntekijän asemassa, mikäli hänen toimintansa on pienimuotoista (Halila ym. 2008, 266–267).

Suomen Franchising- Yhdistyksen eettisissä säännöissä (2.2§) on, että toiminnan perustana painotettu sitä, että franchisingkonsepti tulee olla testattu ennen sopimusten tekemistä sillä tavalla, että sitä on käytetty menestyksellisesti kohtuullisen ajan ainakin yhdessä toimipisteessä.  
(Halila ym. 2008, 268.)

Tähän eettiseen sääntöön vedoten onkin mahdollista, että franchisingantaja joutuu vastuuseen franchisingottajaa kohtaan, mikäli aikaisemmin hyödyntämätön konsepti onkin puutteellisesti suunniteltu, tai epärealistisen kannattavuusoletuksen vuoksi käyttökelpoton (Halila ym. 2008, 268). On syytä kiinnittää huomiota myös siihen, mitä palveluja franchisingottaja saa. Mikäli tarjottuun liiketoimintamalliin ei sisälly suojattu tavaramerkki, toiminimi, liiketunnus, tai muun immateriaalioikeuden käyttöoikeus, kysymyksessä ei ole määritelmän mukainen franchisingsopimus (Kauppa – ja teollisuusministeriö 2002, 45).

Franchisingyrittäjän kannalta on erittäin pulmallisia sellaiset sopimusehdot, joissa franchisingantaja pitää itsellään oikeuden muuttaa sopimuksen sisältöä kesken sopimuskau-

den. Joissain lainsäädännöissä tällaisia sopimusehtoja pidetään kohtuuttomina, mutta elinkeinotoimintaan kuuluu laajempi sopimusvapaus. Toisaalta jotkut sopimusehtojen muutokset kesken sopimuskauden kuten esimerkiksi tavaravalikoiman muutos on liike-toiminnallisista syistä perusteltua (Halila ym. 2008, 267–268).

Franchisingsopimuksissa on usein koulutusta koskevia ehtoja, joiden mukaan franchisingantaja on velvollinen järjestämään franchisingyrittäjälle koulutusta, jolla tämä tutustutetaan harjoitettavan toiminnan sisältöön. Koulutustarve riippuu yrittäjän kokemuksesta ja toiminta- alasta (Halila ym. 2008, 269).

Franchisingyrittäjä käyttää toiminnassaan franchisingantajan tavaramerkkejä ja ulkoisia tunnuksia, kuten liikemerkkejä ja sisustustapaa. Franchisingantajan vastuulla on tällöin se, etteivät toiminnassa käytettävät tunnukset loukkaa kenenkään immateriaalioikeutta (Halila ym. 2008, 270).

Franchisingsopimuksissa on usein säännöksiä, jotka koskevat franchisingantajan markkinointivelvoitteita, esimerkiksi yritysketjun markkinointi voidaan keskittää kokonaan franchisingantajan vastuulle. Yrittäjän kannalta on tärkeää, että markkinointi on tarpeeksi aktiivista, sillä liian vähäinen markkinointi on periaatteessa sopimusrikkomus, jonka perusteella voidaan turvautua oikeuskeinoihin. Joillain franchisingantajilla on lisäksi kirjanpitoa, tai rahoituksen järjestämistä koskevia velvoitteita. Franchisingantaja valvoo yleensä myös yrittäjien toimintaa ja tästä saattaa seurata velvollisuus puuttua sellaiseen menettelyyn, joka franchisingketjun mainetta vaarantavana uhkaa toisten yrittäjien menestymismahdollisuuksia (Halila ym. 2008, 270).

#### **2.4.2 Franchisingyrittäjän velvoitteet**

Usein franchisingsopimukseen sisältyy kilpailukiello, eli franchisingyrittäjän edellytetään toimivan sopimuksen ajan pelkästään franchisingtoiminnassa. Franchisingantajat haluavat yleensä kieltää kilpailevan toiminnan, jolloin mahdollinen kilpaileva toiminta ei haittaa yrittäjän franchisingtoimintaa (Kauppa – ja teollisuusministeriö 2002, 73- 74). Kilpailukiello voidaan määrittää kestämään jopa vuoden sen jälkeen kun franchisingso-  
pimus on päättynyt (Laakso 2005, 67).

Franchisingsopimukseen sisältyy yleensä myös salassapitomääräys, jonka tarkoitus on estää liikesalaisuuksien kuten liiketoimintamallin, käsikirjan ym. luvaton ilmaiseminen kolmannelle osapuolelle (Kauppa – ja teollisuusministeriö 2002, 74). Salassapitovelvollisuus voidaan määrittellä kestäväksi niin pitkään kuin, luovutettava tieto ei ole ns. yleisessä tiedossa. Joissain tapauksissa tämä saattaa tarkoittaa franchisingyrittäjälle jopa koko elämän pituista salassapitovelvollisuutta (Laakso 2005,67).

Sopimukset sisältävät usein määräykset siitä, mitä sopimuksen rikkomisesta seuraa. Yleisesti sopimusta rikkonut osapuoli joutuu vahingonkorvausvastuuseen, lisäksi sopimukset sisältävät usein sopimussakkolausekkeen. Erityisesti sopimuskohtaisissa, joissa määritellään kilpailukiello ja salassapitovelvollisuus on myös sovittu, että franchisingottaja joutuu maksamaan sopimussakkoa, mikäli hän näitä velvoitteita rikkoor. Mikäli sopimuksessa on sovittu sopimussakosta, vahingon määrää ei tarvitse todistaa, mutta sopimussakko ei saa olla kohtuuton franchisingottajan näkökulmasta, koska tällöin sopimussakkoa voidaan joutua sovitteluun (Kauppa – ja teollisuusministeriö 2002, 74). Sopimusten tulee olla kuitenkin ketjun sisällä samansisältöisiä kaikille jäsenille (Laakso 2005, 67).

Franchisingsopimuksen siirto on yleensä kielletty kokonaan. Myös kuolemantapauksessa yrittäjän perilliset saavat jatkaa toimintaa vain rajatun lyhyen ajan franchisingsopimuksen perusteella. Yrittäjä ei myöskään voi myydä yritystään ilman franchisingantajan suostumusta ja tästä johtuen sopimuksessa ei ole annettu oikeutta franchisingyrittäjälle siirtää sopimusta kolmannelle osapuolelle. Tämä taas johtuu siitä, että franchisingantaja haluaa säilyttää määräysvallan siitä, kuka toimii liiketoiminnassa osana ketjua ja kuka on franchisingottajana (Kauppa – ja teollisuusministeriö 2002, 75).

### 3 FRANCHISINGIN HISTORIA

#### 3.1 Franchisingtoiminnan historia

Franchising on alun perin kehitetty Yhdysvalloissa, jolloin franchising sopimuksesta kehittyi taloudellinen yhteistoiminnan muoto, jonka tarkoituksena on luovuttaa valmis liikeidea siihen liittyvine immateriaalioikeuksineen toiselle yrittäjälle (Halila ym. 2008, 262).

Franchising lähti laajenemaan Suomessa vasta 1990-luvulla, tähän laajenemiseen saattaa liittyä samanaikainen Internetin ja televiestinnän yleistyminen, joilla voidaan tuoda lisää energiaa, mahdollisuuksia ja elinvoimaa yritykseen (Rissanen 2007, 427).

Franchising -sana otettiin käyttöön vasta 1999, jolloin luovuttiin sanan käännöksestä luvakkeesta. Luvake-sana on saanut luultavasti alkunsa alun perin sanasta franchising, joka viittaa termeihin ”lupa” tai ”oikeus” (Laakso 2005, 19).

Liikeidean lainaaminen toiselta yritykseltä ei ole ideana kovin vanha, sillä tätä menetelmää on käytetty jo pitkään, mutta siitä kenellekään mitään maksamatta ja lupaa kysymättä. Historiallisesti liiketoimintakonseptin vuokraus toiselle yrittäjälle ei ole uusi asia, vaikka toiminnan nimenä ei ole käytetty franchising-nimitystä. Perinteiset K-kauppiat ja huoltamoyrittäjät ovat olleet sisällöllisesti lähimpänä franchisingtoimintaa (Rissanen 2007, 428).

Franchisingtoimintaa on harjoitettu ensimmäisiä kertoja Englannissa 1200-luvulla panimoalalla. Yleistymään franchisingtoiminta alkoi Yhdysvalloissa, missä toimintaa käytettiin virvoitusjuomien pullotukseen ja henkilö- ja kuorma-autojen vähittäismyyntiin. 50-luvulla alkoi kehittyä Dealer-toiminta, josta tunnetumpia esimerkkejä ovat McDonald's ja Midas Muffler. USA:ssa franchisingtoiminta alkoi yleistyä huimaa vauhtia 1970-luvulla. Vuodesta 1972 vuoteen 1986 franchisingyksiköiden määrä kasvoi 189 640 yksiköstä 368 458 yksikköön, franchisingtoiminta kuusinkertaistui tänä aikana. Tähän aikaan Yhdysvaltojen vähittäiskaupan myynnistä yli 40 % oli franchisingtoimintamallia hyödyntävistä yrityksistä (Mattila ym. 1998, 19).

### 3.1.1 Franchising Suomessa

Suomeen franchising tuli 1970-luvulla kansainvälisten pikaruokaketjujen mukana, näitä olivat mm. Carrols ja Wimpy. Tähän aikaan tyypillistä oli, että toimipaikat pysyivät yleensä ns. master- oikeuden haltijalla.

Master- oikeuden haltija on paikallinen yritys, joka toimii ketjun franchisingottajana tietyllä maantieteellisillä alueilla (tässä tapauksessa Suomessa), mutta on sen lisäksi saanut oikeuden/ velvollisuuden levittää konseptia alueen sisällä joko franchising- tai omistuspohjaisesti. (Laakso 2005,19.)

Ensimmäisinä yritykset lähtivät hyödyntämään franchisingmallia vähittäiskaupan alalle. Tyypillistä oli, että toimintaa oli ulkomailta Suomeen rantautuneissa ketjuissa, kuten Yves Rocher ja Body Shop, jotka alkoivat levitä 1980-luvulla. Perimätiedon mukaan suomalaisperustainen Seppälä Oy olisi ollut ensimmäinen, joka hyödynsi franchisingtoimintamallia. Seppälä Oy aloitti myymäläverkostonsa laajentamisen kokeilemalla franchisingtoimintaa vuonna 1976. Omien liikkeiden lisäksi ketjussa aloitti ainakin kaksi franchisingottajaa ja tästä alkoikin suomalaisen franchisingtoiminnan kehitys (Laakso 2005, 20).

Franchisingtoiminta oli alkuaikoina Suomessa ulkomaalaistaustaisten yritysten toimintaa. Suomen ulkopoliittika ei ollut 1970-luvulla kovin ulkomaalaisystävällistä, joka taas nostatti epäilyksiä uuden ulkomailta tulleen toimintamallin hyödyntämisen mahdollisuuksista. Franchisingtoiminnan yleistymiselle ei ollut suuria odotuksia, kun ”franchising” joutui outona sanana ja amerikkalaisena businessmallina median hampaisiin. Franchising olikin Suomessa koko 1980- luvun varsin tuntematon ja suppeasti käytössä ollut toimintamalli. 80-luvun loppupuolella, kun yleinen talouskehitys kiihtyi, nousi kiinnostus myös franchisingiakin kohtaan ja tällöin alkoikin franchisingin ensimmäinen kasvuvaihe, kun Suomen Franchising- Yhdistys (SFY) perustettiin vuonna 1988. Yhdistys onnistui saamaan uskottavuutta toiminnalleen ja näin ollen 1990-luvulle tultaessa suomalaisetkin uskaltautuivat ryhtyä hyödyntämään franchisingtoimintaa (Laakso 2005, 20).

On sanottu, että franchising syntyi Suomessa vasta 1990- luvun puolivälissä ja se on kehittynyt viime vuosina voimakkaasti. Esimerkiksi vuosina 2000- 2003 yrittäjien lu-

kumäärä melkein kaksinkertaistui ja työpaikat ketjuissa lisääntyivät 50 prosenttia. Vuodesta 1994 franchisingketjujen määrä on nelikertaistunut Suomessa vuoteen 2005 mennessä. Suomen Franchising- Yhdistyksen vuonna 2003 julkaiseman tilaston mukaan franchisingsektorilla toimi lähes 180 ketjua, joissa oli yli 4 000 franchisingottajaa, jotka antoivat työpaikan noin 50 000 henkilölle (Laakso 2005, 20 -21).

European Franchise Federationin tekemän tutkimuksen mukaan franchisingketjujen määrä on kasvanut Suomessa vuodesta 2007 vuoteen 2009 45 ketjulla ja niiden määrä vuonna 2009 oli 265. Työpaikkojen määrä franchisingketjuissa on tässä ajassa kasvanut 7000 tuhannella (European Franchise Federation 2012).

Vuonna 2005 Suomessa toimivista ketjuista noin 25 % oli lähtöisin ulkomailta, kun taas alle 20 % suomalaisista ketjuista oli kansainvälistymässä, tai toimii jo kansainvälisillä markkinoilla. (Laakso 2005, 22).

On yllättävää vaikka franchisingtoimintaa on ollut Suomessa jo 70- luvulta lähtien, ensimmäinen Franchisingia käsittelevä väitöskirja julkaistiin vasta vuonna 2005. Kirjan kirjoitti kauppatieteiden maisteri ja Jyväskylän Yliopiston tutkija Mika Tuunanen. Tuunanen tutki franchisingin kehitystä vuosina 1996- 2004. Väitöskirja on nimeltään Essays on franchising in Finland Empirical Findings on Franchisors and Franchisees, and Their Relationships ja se on tehty Jyväskylän Yliopistossa.

### **3.1.2 Suomen Franchising Yhdistys ry**

Ajatus franchisingtoimintaa tukevan järjestön perustamisesta tuli jo 1970-luvulla. Ruotsissa perustettiin Franchising- Yhdistys jo vuonna 1973, jolloin Suomessakin oli jo franchisingtoimintaa. Suomessa ala ei kuitenkaan kehittynyt vielä niin pitkälle, että yhdistykselle olisi saatu kantavuutta, joten ideasta luovuttiin (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

Yhdistyksen perustaminen nousi uudelleen esille 1980-luvulla ja niin Suomen Franchising- Yhdistys ry perustettiin 20.10.1988. Perustajia oli 17 ja he edustivat 14 eri yri-tystä. Perustavassa kokouksessa Suomen Franchising- Yhdistys ry:lle valittiin puheen-



johtaja, joka oli varatuomari Marja Tommila. Yhdistystä perustettaessa 80-luvun lopulla Suomen talouselämä eli ylikierroksilla ja tätä seurasi syvä lama. Vaikka yhdistys alkuaikoinaan etsi itseään, oli yhdistyksen perustajilla ja ensimmäisillä vaikuttajilla kuitenkin selkeä käsitys alusta asti Suomen Franchising Yhdistyksen tulevasta roolista (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

Ensimmäisessä vuosikokouksessaan 10.5.1989 listattiin toiminnan painopistealueet seuraavasti:

1. Eettiset säännöt
2. Sopimus- ja tietopankki
3. Yhdistyksen rooli franchising- antajien yhdyssiteenä
4. Tiedon jakaminen järjestämällä koulutusta, kokouksia ja messuja sekä julkaisemalla kirjallisuutta, ohjeita ja kiertokirjeitä
5. Antaa muita palveluja, kuten rahoitus- ja vakuutuspaketteja
6. Omat franchising- messut

Monet näistä ensimmäisen toimintavuoden tavoitteita ovat nyt yli 20 vuotta myöhemmin jokapäiväisen toiminnan sisältönä (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

Yksi tärkeimmistä tehtävistä yhdistykselle on ollut Eettisten Sääntöjen luominen franchisingtoimintaan. Suomen Franchising Yhdistyksen ensimmäisiä Eettisiä Sääntöjä käsiteltiin jo vuonna 1989. Helena Haapion ja Matti Vikkulan laatiman ehdotuksen mukaiset säännöt valittiin 17.8.1989 Suomen Franchising Yhdistyksen Eettisiksi Säännöiksi. Nykyiset voimassa olevat Eettiset Säännöt ovat peräsin 1995 vuoden syyskokouksesta ja ne ovat yhteneväiset eurooppalaisten vastaavien sääntöjen kanssa (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

”Vuonna 1997 yhdistyksen Laki- ja lausuntovaliokunta ryhtyi toimimaan väliaikaisena eettisenä lautakuntana Suomessa ja vuoden 1998 alusta Suomen Franchising- Yhdistys on perustanut Suomeen riippumattoman eettisen lautakunnan.” (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012.)

SFY on ollut toimintansa alusta asti vahvasti kansainvälinen, sekä alkuvuosista lähtien yhteistyö Svenska Franchise Föreningenin kanssa on ollut erittäin kiitollista. Yksi

SFY:n keskeisimmistä toiminnan osista on ollut seminaari- ja näyttelymatkat Yhdysvaltoihin, Ruotsiin ja muualle Eurooppaan (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

SFY on ollut vuodesta 1997 European Franchise Federation'n (EFF) ja World Franchise Council'n (WFC) jäsen. Yhdistys on saanut paljon arvokasta tietoa kansainvälisestä kehityksestä toimiessaan kansainvälisissä järjestöissä, sekä SFY on voinut vaikuttaa esimerkiksi kansainvälisen säännösten kehittymiseen (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

### **3.1.3 SFY:n jäseneksi**

Suomen Franchising Yhdistyksen jäseneksi voi tulla, kun franchisingketju on ensin haikautunut ehdokasjäseneksi. Ehdokasjäseneksi hyväksytään oikeuskelpoiset yhteisöt, jotka ovat jo aloittaneet toimintansa franchisingantajana, tai ovat kiinnostuneita jakamaan harjoittamaansa liiketoimintaa franchisingantajana, ehdokasjäsenellä tulee olla suojatut tunnuksat ja testattu liikekonsepti. Ehdokkaiden koeaika on maksimissaan viisi vuotta ja mikäli varsinaiselle jäsenellä asetetut kriteerit täyttyvät aiemmin, voi varsinaisista jäsenyyttä hakea oltuaan SFY:n ehdokasjäsen vähintään yhden vuoden ajan (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

”Sekä varsinaiset jäsenet, että ehdokasjäsenet sitoutuvat noudattamaan kulloinkin voimassa olevia yhdistyksen Eettisiä Sääntöjä.” (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012.)

Varsinaiseksi jäseneksi voidaan hyväksyä ne oikeuskelpoiset yhteisöt, jotka harjoittavat franchisingtoimintaa franchisingantajana ja heillä on suojatut tunnuksat, testattu liiketoimintakonsepti, sekä vähintään viisi franchisingpohjaista toimipistettä. Yrityksen täytyy olla harjoittanut franchisingtoimintaa jo vähintään kolmen vuoden ajan (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

”Yrityksen käyttämä yrittäjäsopimus tarkastetaan yhdistyksen hallituksen määrittämän oikeudellisen asiantuntijan toimesta siten, että se täyttää yhdistyksen Eettisten Sääntöjen minimivaatimukset.” (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012.)

Yrityksen tulee olla myös vakavarainen ja hyvämaineinen, sekä lisäksi yrityksen tulee edistää yhdistyksen tarkoituksien toteuttamista ja olla kaikin tavoin sovelias yhdistyksen varsinaiseksi jäseneksi. Joitain erityisiä poikkeuksia voidaan tehdä koskien toimipisteiden lukumäärää ja toiminta-aikaa. Ehdokasjäsenet, sekä varsinaiset jäsenet sitoutuvat noudattamaan kulloinkin voimassa olevia yhdistyksen Eettisiä Sääntöjä. SFY:n logoa ja tekstiä ”Suomen Franchising- Yhdistys ry:n varsinainen jäsen” saa käyttää vain varsinaiset jäsenet ilmoituksissaan ja painotuotteissaan (Suomen Franchising Yhdistys ry, 2012).

### 3.2 Franchising maailmalla

Yhdysvallat on franchisingtoiminnan suurin viejä. Sieltä tulevat mm. McDonald’s, Donkin Donuts ja Kentucky Fried Chicken, jotka levisivät 70-luvulla (Mattila ym. 1998, 19).

Vuoden 2005 tietojen mukaan yli 10 % Yhdysvaltojen bruttokansantuotteesta ja noin puolet vähittäiskaupan arvosta tulee franchisingketjussa olevien yritysten liikevaihdosta. Vuonna 2005 ketjuja oli Yhdysvalloissa 1500, joissa toimii lähes 350 000 franchisingyksikköä ja näistä on noin 1/3 ulkomailla (Laakso 2005, 16- 17).

Franchisingyksiköt työllistivät Yhdysvalloissa noin 10 miljoonaa ihmistä vuonna 2005. Franchisingtoiminta laajenee Yhdysvalloissa koko ajan ja franchisingottajien määrä kasvaa vuosittain 7-8 %. Yhdysvalloissa franchisingtoiminnan määritelmä on eurooppalaista laajempi, joten toimintakin on siellä laajempaa (Laakso 2005, 17).

Franchising levisi Eurooppaan Pohjois-Amerikasta amerikkalaisten fast food yritysten kautta 1960-luvulla. Ketjut ovat yleisesti rantautuneet ensimmäisenä Englantiin. Ranskalaiset ovat olleet Englannin tavoin franchisingtoimintamallin hyödyntäjinä edelläkävijöitä Euroopassa. Myös muut eurooppalaiset yritykset omaksuivat toiminnan periaatteet ja alkoivat kehittää liiketoimintaansa franchisingmallin mukaan (Laakso 2005, 17).

Englanti on yksi kehittyneimmistä franchisingmaista maailmanlaajuisesti. Englannissa järjestetään eri puolilla maata franchisingmessuja lähes joka viikko ja näin ollen franchisingtoiminta on myös laadullisesti kehittynyttä (Laakso 2005, 17–18).

## 4 FRANCHISINGYRITTÄJÄ

### 4.1 Franchisingyrittäjän profiili

Yleisesti Suomessa yrittäjät ovat palkansaajia vanhempia ja heikommin koulutettuja. Peräti neljännes yrittäjistä on 55-vuotiaita tai vanhempia (Tuunanen 2010,60).

Franchisingyrittäjien ja muiden yrittäjien välillä on merkittävä sukupuolijakauma. Suomen franchisingyrittäjistä noin 45 % on naisia. Naisten määrä franchisingyrittäjinä on todella korkea verrattuna muihin pk- yrittäjiin. Selityksenä tähän voi olla se, että franchisingketjut toimivat sellaisilla palvelualoilla, jotka ovat naisvaltaisia (Tuunanen 2010,60).

Muita selityksiä franchisingyrittäjyyden naisvaltaisuuteen voi olla yrittäjyyteen liittyvä pienempi epäonnistumisen riski, sekä franchisingyrittäjyysprosessi, jossa yrittäjä saa tukea ketjulta ja kollegoilta yritystoiminnan käynnistämisen prosessissa (Tuunanen 2010,60).

Franchisingyrittäjien keski-ikä Suomessa on noin 40 vuotta, eikä tämä poikkea muista yrittäjistä. Keski-ikä on ymmärrettävissä, sillä franchisingyrittäjyyden edellytykset ja otolliset lähtökohdat ovat ajankohtaisia siinä vaiheessa, kun opinnot on suoritettu ja perhe perustettu. Työkokemusta tulee olla hankittuna, sekä varallisuustaso tulee olla kunnossa, jotta on mahdollista investoida franchisingyrittäjyyteen (Tuunanen 2010,60–61).

Franchising-yrittäjistä jopa 86 % on naimisissa tai avoliitossa. Franchisingyrityksissä yrittäjinä usein ovatkin perheet tai pariskunnat (Tuunanen 2005, 54).

Franchisingyrittäjien korkea koulutustaso verrattuna muihin yrittäjiin on merkittävä ja tämä saattaa johtua siitä, että franchisingantajilla on vaatimuksensa liiketoimintaa tukevasta ja kaupallisesta koulutuksesta (Tuunanen 2010,60). Franchisingantajan kannalta tärkeää on franchisingottajan aiempi soveltuva työkokemus, eikä niinkään koulutus, sillä franchisingketju tarjoaa franchisingottajalle liiketoiminnan edellyttämän alku- ja

myöhemmin jatkokoulutuksen niin, että yrittäjä pystyy harjoittamaan liiketoimintaansa itsenäisesti (Tuunanen 2010,61).

Franchisingyrittäjät ovat työskennelleet muita yrittäjiä huomattavasti enemmän myynti-, esimies-, liikkeenjohto-, asiakaspalvelu-, markkinointi- ja taloushallinnon työtehtävissä. Kun taas muut yrittäjät ovat työskennelleet enemmän uusien tavaroiden ja palveluiden kehittämis-, sekä asiantuntija tehtävissä, lisäksi heillä on enemmän kokemusta tuotannon ja teknologia-alan tehtävistä (Tuunanen 2010,61).

Franchisingyrittäjille on tyypillisempää kuin muille yrittäjille, että toimitilat sijaitsevat oman kodin ulkopuolella ja että yritys palvelee ensisijaisesti kuluttaja-asiakkaita. Yritykset ovat kooltaan pieniä, mutta tarkemmin katsottuna ne ovat huomattavasti omaehtoisia yrityksiä kookkaampia sekä liikevaihdolta, että työntekijämäärällä mitattuna. Vain itsensä työllistäviä franchisingyrittäjiä verrattuna omaehtoisiin yrittäjiin on vähän (Tuunanen 2010,61).

Monissa kotimaisissa ja kansainvälisissä tutkimuksissa on selvinnyt, että franchisingottajien yritysten epäonnistumisriski ja vaihtuvuus on omaehtoisia yrityksiä merkittävästi pienempi. Menestymisedellytyksiä franchisingyrittäjille ovat myös heidän korkea koulutus sekä se, että franchisingin perusidea ja liiketoiminta on ennalta koeteltu ja testattu (Tuunanen 2010,61).

”Franchisingissa tällainen liikearvo kulminoituu brändiin, joka on franchisingyrittäjälle suurin yhteistyösuhteesta saatava liiketoiminnallinen etu ja hyöty. Näin varsinkin silloin, kun brändi on kansallisesti tai jopa kansainvälisesti tunnettu.” ( Tuunanen 2010, 61.)

Jokaisella franchisingketjulla on oma yrittäjäprofiilinsa, jonka mukaisia ihmisiä ketju hakee franchisingottajiksi ketjuunsa. On jäsenten kannalta tärkeää, että ketju määrittää oman yrittäjäprofiilinsa ja pitää siitä kiinni. Jokaisella ketjulla onkin olemassa usein kirjalliset vaatimukset siitä, mitä he yrittäjiltä vaativat ja näistä vaatimuksista pidetään kiinni. Onkin suositeltavaa, että franchisingyrittäjäksi hakeutuva henkilö selvittää etukäteen oman yrittäjäprofiilinsa, sekä pyrkimänsä ketjun yrittäjäprofiilin (Laurikainen 2012, 34–35).

## 4.2 Naiset franchisingyrittäjinä

Tyypiyrittäjä Suomessa on mies, naisyrittäjiä maassamme on vain noin joka kolmas. Naisyrittäjäaktiivisuus on kuitenkin kohonnut Suomessa koko 2000-luvun. 80 % Naisyrittäjistä perustaa toiminimen ja heidän yritystoimintansa on keskivertoa pienempää. Noin kaksi kolmannesta naisten yrityksistä toimii henkilöstöpalveluiden, liike-elämän palveluiden, sekä sosiaali- ja terveystalveluiden aloilla. Naisyrittäjät ovat miesyrittäjiä nuorempia, sekä koulutustasoltaan korkeammin koulutettuja (Tuunanen 2010, 60).

Tuunanen (2004, 54) mukaan naiset eivät halua ottaa niin isoja riskejä kuin miehet, joten naiset päätyvät helpommin franchisingyrittäjiksi, yksi syy saattaa olla myös se, että franchising mahdollistaa yrittäjyyden ja perhe-elämän yhdistämisen.

## 5 FRANCHISINGTOIMINNAN LOPETTAMINEN

Franchisingsopimuskaudet ovat yleensä noin 5-10 vuotta pitkiä. Sopimus on tavallaan jatkuva, mutta kuitenkin määräaikainen sopimussuhde, eli yhteistyösuhteelle on sopimuksessa määritelty mahdollinen päättymisaika. Franchisingtoiminnan yleisenä periaatteena on pyrkiä mahdollisimman pitkäaikaiseen ja kestäväan yhteistyösuhteeseen. Yleisesti franchisingsopimukset jatkuvatkin alkuperäisen kestoajan jälkeen automaattisesti, mikäli yhteistyö on sujunut moitteettomasti ja molemmat osapuolet ovat samaa mieltä. Sopimuskautta seuraa jatkosopimuskausi, joka on kestoaltaan lyhyempi kuin alkuperäinen ja se uudistetaan usein vuodeksi kerrallaan. Tässä yhteydessä yrittäjältä ei tulisi veloittaa sopimusmaksua uudelleen, ellei sille ole jotain selkeitä perusteita (Laakso 2005, 163).

On kaikkien ketjun jäsenien edun mukaista, että ketjussa on mukana ainoastaan oikeanlaisia, optimaalisen yritysprofiilin mukaisia yrittäjiä, joten jos yrittäjä on vapaa myymään liiketoimintansa, tulee hänen hyväksyttää sopimuksen siirto franchisingantajalla. Muutoin franchisingtoiminnan myyminen yrittäjältä toiselle on normaali yritys- tai liiketoimintakauppa. Jotkut ketjut ovat kieltäneet yrityksen myymisen kolmannelle osapuolelle sopimuskauden aikana, ilman nimenomaista lupaa. Sopimuksen siirto ilman erillistä lupaa on sallittua joissain tapauksissa, esimerkiksi jos yrittäjä sairastuu tai kuolee, siirtyy sopimus tällöin perintönä yrittäjän perillisille. Yrittäjän perilliset voivat jatkaa yritystoimintaa halutessaan, tai neuvotella toiminnan myymisestä, ellei tätä ole nimenomaisesti kielletty sopimuksessa (Laakso 2005, 165).

Franchisingsopimus voidaan myös irtisanoa tai purkaa yksipuolisesti joissain tietyissä tapauksissa. Tällaisia tilanteita ovat esimerkiksi kun toinen osapuoli rikkoo toistuvasti sopimuksen ehtoja, tai laistaa velvollisuuksistaan. Käytännössä nämä sopimusrikkomukset ovat maksujen laiminlyöminen, sekä piittaamattomuus pelisäännöistä. Yksipuolisesta sopimuksen purkamisesta voi kuitenkin seurata vahingonkorvausvastuu, siksi purkamista ei suositella tehtävän aivan pienten syiden vuoksi, ainakaan ilman asianmukaisia huomautuksia ja neuvotteluja toisen osapuolen kanssa (Laakso 2005, 165).

Suomen Franchising- Yhdistyksen eettinen lautakunta antaa lausuntojaan ongelmatapauksissa, esimerkiksi mikäli franchisingottaja tuntee itseään kohdellun epäoikeudenmukaisesti tai laittomasti, eikä neuvottelut franchisingantajan kanssa tuota tulosta.

SFY:n eettinen lautakunta antaa lausuntojaan nopeasti, edullisesti, sekä kirjallisena. Lausunnot tosin ovat vain ratkaisusuosituksia, eikä niillä ole oikeudellista voimaa. Lausuntoa kuitenkin pidetään arvokkaana ”todistajan lausuntona” mahdollista oikeudenkäyntiä varten. Mikäli sovittelut ja neuvottelut eivät tuota tulosta, seuraavaksi on mentävä hakemaan ratkaisua joko alioikeuskäsittelystä tai välimiesmenettelyllä. Riitatapauksissa on yleensä kysymys taloudellisesti niin pienistä asioista, etteivät pitkät oikeudenkäynnit ole kannattavia kenellekään osapuolelle. Tämän takia riidat yleensä sovi-taankin keskenään joillain tavoin ja yhteistyösopimus puretaan yhteisellä päätöksellä (Laakso 2005, 166).



## 6 HAASTATTELUTUTKIMUS YRITTÄJILLE

### 6.1 Tutkimuksen toteutus

Haastattelin kolmea eri alan franchisingyrittäjää. Haastattelun toteutin suullisena haastatteluna nauhurin kanssa. Päädyin suulliseen haastatteluun sen joustavuuden takia. Tällöin oli mahdollisuus kysyä uudelleen ja oikaista mahdollinen väärinkäsitys sekä käydä keskustelua haastateltavan kanssa (Tuomi & Sarajärvi 2012, 73). Haastattelin Kiinteistömaailman, Silmäaseman ja Kotipizzan yrittäjiä. Se, että kaikki haastatellut yrittäjät ovat naisia, oli sattumaa. Menin suoraan yrittäjien toimipisteelle ja kysyin haluaisivatko he vastata haastatteluuni, kerroin kuka ja mistä olen ja yllättäen jotkut yrittäjät vastasivatkin mielellään.

Haastateltavia oli todella vaikea saada, ja tämän takia työssä haastateltiin vain kolmea franchisingyrittäjää. Esimerkiksi yksi yrittäjä ei suostunut haastatteluun ollenkaan. Hän sanoi; ”ei ole mitään hyvää sanottavaa ketjusta ja on kielletty puhumasta kolmansille osapuolille yhtään mitään”. Tämä kyseinen yrittäjä on lopettamassa yritystään ja sanoi olevansa niin isoissa riidoissa ketjun kanssa, että ei halua riskeerata mitään. Hän sanoi, että heillä on iso rahariita oikeudessa ja pelkää joutuvansa hankaluuksiin jos vastaa joltain väärin. Edes se, että yrittäjien nimeä tai paikkakuntaa ei laiteta työhön, ei saanut tätä yrittäjää muuttamaan mieltään ja vastaamaan haastatteluun.

Tein muistiinpanoja, mutta mukana oli myös nauhuri. Nauhurista oli todella iso apu koska kaikkea puhuttua ei millään ehdi kirjoittaa paperille. Yhteen haastatteluun meni noin puoli tuntia aikaa, joten ajallisesti haastattelut eivät olleet iso työ.

Haastateltavilta kysyttiin mm. ikä, sukupuoli, koulutus ja onko ollut aiemmin yrittäjä. Lisäksi kysyin, voivatko yrittäjät suositella franchisingyrittäjyyttä yrittäjiksi aikoville. Haastattelukysymykset ovat liitteessä 1.

## 6.2 Tutkimuksen tulokset

Tutkimuksen myötä omat ennakkoluuloni franchisingtoimintaa kohtaan muuttuivat täysin. Kaksi yrittäjästä oli yli 50- vuotiaita naisia ja tämä vastaakin täydellisesti franchisingyrittäjän profiilia, nämä yrittäjät toimivat Kiinteistömaailman ja Silmäaseman yrittäjinä. Kiinteistömaailman yrittäjä on ollut yrittäjänä 13 vuotta ja Silmäaseman yrittäjä 14 vuotta. Kotipizzayrittäjä oli todella nuori yrittäjäksi, vain 28-vuotias. Tästä johtuen hän onkin ehtinyt olla yrittäjänä vasta 5,5 vuotta. Kaikki yrittäjät ovat käyneet oman alansa koulutuksen: Kotipizzan yrittäjä ravintola-alan koulutuksen, Silmäaseman yrittäjä on koulutukseltaan optikko ja Kiinteistömaailman yrittäjä on käynyt LKV- tutkinnon.

Kukaan yrittäjästä ei ole toiminut aiemmin yrittäjänä. Jotkut franchisingketjut eivät halua ottaa franchisingyrittäjiksi jo aiemmin yrittäjinä toimineita. Ketjut haluavat yrittäjiksi ”tiimipelaajia”, eikä itsenäisiä yrittäjiä, johon on aiemman yrityksen kanssa voinut tottua.

Yrittäjäistä ei kukaan ollut suunnitellut lähtevänsä nimenomaan franchisingyrittäjäksi vaan se ”tuli sivujuonteena”, kaikki yrittäjäistä olivat työskennelleet aiemmin ostamassaan yrityksessä. Mutta kaikki yrittäjät olivat jo suunnitelleet yrittäjäksi ryhtymistä, eikä nimenomaan franchisingyrittäjäksi ryhtyminen olisi ollut kynnyksikysymys.

Kaikkien yrittäjien mielestä parasta yrittäjyydessä on ollut se, että saa olla oman itsensä herra. ”Parasta on ollut se, että saa itse määritellä työaikansa”.

Pääsääntöisesti yrittäjät olivat tyytyväisiä ketjuunsa. Kotipizzan yrittäjän mukaan kehitettävää olisi joustavuus, kun taas Silmäaseman yrittäjä sanoi olevansa tyytyväinen ketjun toimintaan, mutta yrittäjillä ei ole kaikkiin asioihin esimerkiksi mallistoihin niin paljon sanavaltaa. Kiinteistömaailman yrittäjä vaikutti erittäin tyytyväiseltä ketjuunsa. Aina on olemassa kuitenkin mahdollisuus, että vastauksissa ei oltu täysin rehellisiä, sillä ei haluta hankaluuksiin sanomalla mitään pahaa, ja halutaan olla lojaaleja omaa ketjua kohtaan.

Kaikki yrittäjät voivat suositella franchisingyrittäjyyttä yrittäjiksi aikoville, varsinkin uusille yrittäjille, joilla ei ole aiemmin kokemusta yrittäjyydestä. Silmäaseman yrittäjä suosittelee kuitenkin punnitsemaan edut ja haitat. Kotipizza yrittäjä sanoi, että franchisingyrittäjyys sopii heille jotka hakevat ”helppoa” yrittäjyyttä, sillä ketjulla on valmiina liikeidea, ulkoasu ym. Mutta jos haluaa tehdä ”oman näköistä”, ei franchisingyrittäjyys ole oikea valinta.

## 7 POHDINTA

Tekemäni työ muutti käsitystäni franchisingyrittäjyydestä melko paljon. Olin aiemmin kuullut ja lukenut vain huonoja ajatuksia ketjuyrittäjyydestä, mutta niinhän se onkin, että harvemmin lehdissä kirjoitetaan siitä, kun menee hyvin. Huomasin, että jotkut yrittäjät ”pelkäävät” franchisingketjuaan, he eivät halunneet sanoa mitään, mikä voisi koi-  
tua heille harmiksi.

Aiheen sain jo tammikuussa, minkä jälkeen jäin miettimään aihetta ja keräämään lähteitä muutamaksi kuukaudeksi. Laadin itselleni aikataulun työtä aloittaessani; kirjoittamisen aloitin huhtikuussa, jonka aikana sainkin teoriaosuuden melkein valmiiksi, tämä jälkeen kun olin tehnyt työtä niin tiiviisti, hävisi mielenkiinto. Olin ajatellut, että teen haastattelut juhannukseen mennessä, mutta kävin töissä joka päivä, joten oli vaikeaa saada itseään niskasta kiinni ja lähteä kyselemään yrittäjiltä haluaisivatko he vastata haastatteluuni, silti tämä työ ei poistunut päiväksikään mielestä. Heinäkuun alussa sain puhtia lähteä kiertelemään yrityksiä, mutta lannistuin kun yksi kieltäytyi heti kun pääsin ovesta sisälle ja toinen oli jäämässä juuri lomalle eikä ehtinyt vastaamaan. Kumminkin kun yksi yrittäjä vastasi mielellään päätin, että nyt teen kaikki haastattelut nopeasti ja saan työn pian valmiiksi. Päätin jo työtä aloittaessani, että saan sen syyskuuhun mennessä valmiiksi ja aikataulu piti hyvin. En tarkoituksella laatinut aikataulua tiukaksi, vaan halusin tehdä opinnäytetyötä kaiken muun ohella, jotta siitä ei tule liian isoa asiaa.

## LÄHTEET

European Franchise Federation. Luettu 10.9.2012.  
<http://www.eff-franchise.com/spip.php?rubrique9>

Franchising Suomessa 2008. Helsinki: Suomen franchising-liitto ry

Franchising Suomessa 2012. Suomen Franchising- Yhdistys ry.

Halila, H. & Hemmo, M. 2008. 2. painos Sopimustyytit. Helsinki: Talentum

Immonen, J. & Juurela, T. 2002. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Raportti. Yritysten yhteistyö ja franchising-sopimusriskien hallinta ja sopimusohjaus. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Laakso, H. 2005. Franchising- Malli yrittäjyyteen ja ketjurakentamiseen. Helsinki: Edita Publishing Oy

Laakso, H. 2001. Franchising- Yrittäjyys. Helsinki: Edita Publishing Oy

Laakso, H. 1998. Franchising yrityksen toimintamallina. Helsinki: Oy Edita Ab

Mattila, K. & Wathén, A. & Tommila, M. & Rinkinen, P. 1998. Franchising- käsikirja. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy

Murray I. 2006. The Franchising Handbook. Philadelphia: Kogan Page Limited

Rissanen, T. 2007. Kilpailu Markkinoilla. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti

Suomen Franchising Yhdistys ry. Luettu 15.4.2012. [www.franchising.fi](http://www.franchising.fi)

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2012. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Tuunanen, M. 2005. Essays on franchising in Finland. Empirical Findings on Franchisors and Franchisees, and Their Relationships. Jyväskylä Studies in Business and Economics. Jyväskylän Yliopisto. Väitöskirja

Tuunanen, M. 2010. Franchising yrittäjän profiili. Kaupan Maailma-lehti 2/2010,60–61.

Tuunanen, M. 2011. Minustako franchiseyrittäjä? Minustako yrittäjä? Alkavan yrittäjän tiedotuslehti 2011, 109.

## LIITTEET

### Liite 1. Kysymykset franchisingyrittäjille

1. Ikä, sukupuoli, missä yrityksessä olet yrittäjänä?
2. Mikä olet koulutukseltasi/ minkä koulun olet käynyt?
3. Kauan olet ollut yrittäjänä?
4. Oletko ollut aiemmin yrittäjänä?
5. Oletko työskennellyt aiemmin samalla alalla?
6. Olisitko lähtenyt saman alan yrittäjäksi, jos ei olisi ollut mahdollista ryhtyä franchisingyrittäjäksi?
7. Oletko ollut tyytyväinen ketjulta saamaasi tukeen ja koulutukseen?
8. Mikä on ollut parasta yrittäjyydessä?
9. Mitä kehitettävää ketjun toiminnassa olisi?
10. Miksi lähdit franchisingyrittäjäksi?
11. Voisitko suositella franchisingyrittäjyyttä muille yrittäjiksi aikoville?

Jos et, niin miksi?

## Liite 2. Silmäaseman yrittäjän vastaukset

1. 53-vuotias nainen, yrittäjänä Silmäasemalla.
2. Olen koulutukseltani optikko, valmistuin vuonna 1983 Helsingin neljännessä terveydenhuolto-oppilaitoksesta.
3. Olen ollut yrittäjä vuodesta 1998.
4. En ole ollut.
5. Kyllä, olen työskennellyt optikkona vuodesta -83 täällä samassa paikassa.
6. Olisin, ei olisi ollut kynnykskysymys ollenkaan
7. Kyllä pääsääntöisesti, meillä on koulutuspäivät kerran vuodessa. Ennen on ollut Silmäasema-päivät vuosittain.
8. Yrittäjyydessä parasta on ollut, että saa olla oman itsensä herra, saa tehdä just niin kuin tykkää. On valtaa, mutta se tuo tietenkin vastuuta mukanaan.
9. Varmaankin kaikissa ketjuissa on kehitettävää. Silmäasema ketju on ollut aina hyvin avoin ja tiedotus on toiminut. Suurin osa yrityksistä ei ole yrittäjävetoisia vaan ketjun omistuksessa ja meitä franchisingyrittäjiä on vähän, joten meillä ei ole niin hirveästi sanavaltaa.
10. Franchisingyrittäjäys tuli ”sivujuonteena”, koska tämä liike oli jo valmiina kun yhtiökumppanimme kanssa ostimme tämän. Olin ollut täällä aiemmin töissä joten asiakkaat olivat tuttuja ja paikka oli tuttu, joten ei tullut mieleen, että onko tämä franchisingyritys vai ei.
11. Kyllä voisin suositella, mutta kehottaisin miettimään tarkkaan mihin ryhtyy. Monet varmaan lähtevät etsimään ”vapauden tunnetta” yrittäjyydestä. Franchisingyrittäjyydessä ei kuitenkaan pääse päättämään kaikesta ja ei voi välttämättä olla oman itsensä herra. Jotain saa ja varmasti jotain menettää kun lähtee tähän mukaan. Kannattaa punnita etuja ja haittoja.

### Liite 3. Kotipizza yrittäjän vastaukset

1. 28-vuotias nainen, yrittäjänä Kotipizzassa.
2. Olen koulutukseltani ravintolakokki.
3. Olen ollut yrittäjä 5,5 vuotta, eli 2007 vuoden keväästä.
4. En ole ollut yrittäjä aiemmin.
5. Kyllä olisin lähtenyt, en välttämättä samalle alalle, mutta yrittäjäksi olisin ryhtynyt joka tapauksessa.
6. Kyllä, työskentelin täällä samassa pitseriassa ennen kuin ostin tämän. Olen ollut töissä myös toisessa paikassa, jossa valmistettiin Kotipizzan pitsoja.
7. Kyllä olen ollut. Olen käynyt myynnin ammattitutkinnon joka on pakollinen Kotipizza-yrittäjäksi ryhtyessä.
8. Parasta on ollut se, että saa olla oman itsensä herra.
9. Kehitettävää ketjun toiminnassa olisi joustavuus.
10. Se osui vain kohdalle.
11. Kyllä voisin suositella, koska tämä on ”helppoa” yrittäjyyttä. Jos haluaa oman näköistä, ei kannata lähteä. Mikäli haluaa päästä ”helpolla”, franchisingyrittäjäyys on juuri oikea yrittäjäyysmuoto.



#### Liite 4. Kiinteistömaailman yrittäjän vastaukset

1. 57-vuotias nainen, yrittäjänä Kiinteistömaailmassa.
2. Olen ylioppilas, olen työn myötä opiskellut. Olen myös suorittanut LKV- tutkinnon joka on pakollinen Kiinteistömaailma-yrittäjille.
3. Yrittäjänä olen ollut vuodesta 1999, eli 13 vuotta.
4. En ole ollut aiemmin yrittäjä.
5. Olen ollut Kiinteistömaailmassa töissä vuodesta 1996.
6. Kyllä olisin lähtenyt.
7. Kyllä olen ollut.
8. Parasta on ollut se, että saa itse määritellä työaikansa ja pidän myös haasteista joita yrittäjäyys tuo. Jokainen päivä on erilainen ja saa tavata ihania ihmisiä.
9. Ketjua kehitetään jatkuvasti, joten en osaa sanoa mitään kehitettävää tällä hetkellä. Meiltä yrittäjiltä myös kysytään kehitysideoita.
10. Oli luontevaa lähteä franchisingyrittäjäksi juuri Kiinteistömaailmaan. Ketjussa saa tuen, joten oli luontevaa lähteä franchisingyrittäjäksi.
11. Kyllä voisin suositella franchisingyrittäjäyttä, varsinkin uusille yrittäjille, jotka tulevat alalle.

## Liite 5. Suomen Franchising Yhdistyksen jäsenet

Arnolds

Avis Rent A Car

Bestseller

Expense Reduction Analysts

Hertz Autovuokraamo

Huomenta Toimitilapalvelut

Häggman Kahvila-Konditoria

Kaivokukka

Kiinteistömaailma

Kotipizza

Kotirinki

Laatutakuu

Lady Line, Ladyslim, Easyfit

Lemmikkieläinliike Faunatar

Life

Marian Konditoria

McDonald´s perheravintolat

MiniMarket Express

Opteam

Pancho Villa

Picnic

Pizzataxi

QTeam ®

R-Kioski

RE/MAX Suomi

Rolls ja Rolls Express

Spice Ice

Subway

Suomen Talousverkko

Synsam

Tapiola-Ryhmä

Vianor

VMP Group