

OPINNÄYTETYÖ

Antti Tomperi, Reijo Määttä 2011

FRANCHISING-YRITTÄJYYS URAVAIHTOEHTONA



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences

HOTELLI- JA RAVINTOLA-ALAN
KOULUTUSOHJELMA

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU
MATKAILU -, RAVITSEMUS JA TALOUSALA
Hotelli – ja ravintola – alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö

FRANCHISING-YRITTÄJYYS URAVAIHTOEHTONA

Antti Tomperi, Reijo Määttä

2011

Ohjaaja Marja Lempiäinen

Hyväksytty _____ 2011 _____

Tekijä	Antti Tomperi, Reijo Määttä	Vuosi	2011
Työn nimi	Franchising-yrittäjyys uravaihtoehtona		
Sivu- ja liitemäärä	52 + 6		

Yrittäjäksi ryhtyminen on todella suuri päätös, ja monelle myös vaikea. Monet saattavat haluta yrittäjäksi, mutta eivät oikein tiedä mikä olisi niin kannattava liikeidea että yrittäjäksi kannattaa sekä uskaltaa ryhtyä. Franchising-yrittäjyys on helppo tapa aloittaa liiketoiminta toimien kuitenkin samalla itsenäisenä yrittäjänä.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia aikuisrestonomiopiskelijoiden käsitystä Franchising-yrittäjyydestä. Opinnäytetyössä selvitetään, ovatko restonomit kiinnostuneita franchising-yrittäjyydestä uravaihtoehtona tai miksi eivät ole kiinnostuneita franchising-yrittäjyydestä uravaihtoehtona. Työn teoriaosassa käsitellään franchising-yritysmuotoa käsitteenä, sekä kerrotaan sopimuksen sisällön merkityksestä johon perehdytään syvemmin esimerkkiyrityksen avulla. Työssä tuomme esille franchising-yrittäjyyden etuja sekä haasteita. Teoriaosassa esittelemme Kotipizza-ketjun esimerkkinä franchising-periaatteella toimivasta yrityksestä.

Opinnäytetyössä tehty empiirinen tutkimus on kvantitatiivinen tutkimus, jossa käytettiin kyselylomaketta tietojen keräämiseen. Kyselylomake lähetettiin Rovaniemen ammattikorkeakoulun aikuisopiskelijoille, potentiaalisia vastaajia oli 117 kappaletta, joista kysely tavoitti 82 opiskelijaa.

Lähteinä on käytetty pääasiassa alan kirjallisuutta ja Suomen franchising-yhdistyksen materiaaleja. Lähteiden käytössä on otettu huomioon aineiston ajantasaisuus.

Vastauksia saatiin 17 kappaletta ja vastausprosentti oli 20,7 %. Vastaukset tukivat hyvin teoriaosaa ja tutkimuksen avulla saatiin myös selville, miksi valmistuvat restonomit ovat kiinnostuneita tai eivät ole kiinnostuneita franchising-yrittäjyydestä. Franchising-yrittäjyys uravaihtoehtona kiinnostaa, koska se on helppo tapa aloittaa yrittäjyys, riski on pienempi eikä itse tarvitse miettiä liikeideaa. Toisaalta taas franchising-yrittäjyys ei kiinnosta, koska konsepti on liian sitova, ketju sanelee mitä pitää tehdä, vapaus puuttuu eikä tavallaan voi luoda mitään uutta.

Avainsana(t) franchising, restonomi, yrittäjyys, uravaihtoehto

Author	Antti Tomperi, Reijo Määttä	Year	2011
Subject of thesis	Franchising Entrepreneurship as a Career Option for a Bachelor of Hospitality Management		
Number of pages	52 + 6		

Starting one's own business is a big decision and also a difficult one. Many people might want to start a business, but they are not quite certain what would be a sufficiently profitable business idea in order to start business with low risks. Franchising entrepreneurship is an easy way to start a business while being an independent entrepreneur at the same time.

The purpose of this thesis was to research what adult students of Hospitality Management think about franchising entrepreneurship. This thesis studies, whether Hospitality Management students are interested in franchising entrepreneurship as a career choice and in also why they are not interested. The theory part of this thesis presents the concept of franchising as a company form. The thesis also explains the importance of understanding the content of the franchising contract. The thesis also reveals the benefits and challenges of franchising entrepreneurship. As an example, one franchising corporation, Kotipizza Oy, is presented.

The empirical study of this thesis was quantitative. The formulated questionnaire was based on the theoretical part of this thesis and it was sent to adult students of Hospitality Management. In total, 117 questionnaires were sent.

Together 17 answers were received, which makes the reply percentage 20.7%. The results support the theoretical part of this thesis and the answers reveal the reasons why Bachelors of Hospitality Management are interested in franchising entrepreneurship as a career or why are they not interested in it. The main reasons why franchising entrepreneurship was regarded as interesting were as follows: it is an easy way to start entrepreneurship, the risk is minor and you do not have to create the business concept yourself. On the other hand, the reasons why franchising entrepreneurship was not interesting were as follows: the concept is too binding, the chain dictates what to do, and one cannot create anything new.

Key words franchising, Bachelor of Hospitality Management, entrepreneurship, career choice

SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

TAULUKKO 1 FRANCHISING – YRITTÄJYYDEN ALOITTAMISEN VAIHEET.....	5
TAULUKKO 2 FRANCHISING - TOIMINTAMALLI.....	11
TAULUKKO 3 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 1-2 VASTAUKSET.....	34
TAULUKKO 4 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 4 VASTAUKSET.....	35
TAULUKKO 5 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 5 VASTAUKSET.....	36
TAULUKKO 6 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 6 VASTAUKSET.....	37
TAULUKKO 7 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 7 VASTAUKSET.....	37
TAULUKKO 8 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 8 VASTAUKSET.....	38
TAULUKKO 9 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 9 VASTAUKSET.....	39
TAULUKKO 10 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 10 VASTAUKSET.....	40
TAULUKKO 11 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 11 VASTAUKSET.....	41
TAULUKKO 12 TUTKIMUKSEN KYSYMYKSEN NUMERO 12 VASTAUKSET.....	42

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET.....	2
2.1 TAVOITTEET JA RAJAUS	2
2.2 AIKAISEMPI TUTKIMUS	2
2.3 TUTKIMUSMENETELMÄ.....	2
3 FRANCHISING-YRITTÄJYYS TOIMINTAMALLINA.....	3
3.1 FRANCHISING-MÄÄRITELMÄ	3
3.2 FRANCHISING-LIIKETOIMINTAMALLIN EDUT FRANCHISING-OTTAJAN NÄKÖKULMASTA	5
3.2.1 <i>Franchising-toiminnan haasteet franchising-ottajalle</i>	8
3.2.2 <i>Franchising-toiminnan haasteet franchising-antajalle</i>	10
3.3 FRANCHISING LIIKETOIMINTAMALLINA	11
3.4 FRANCHISING-HISTORIA	12
3.5 SUOMEN FRANCHISING-YHDISTYS (SFY).....	13
3.6 FRANCHISING-LIIKETOIMINNAN EETTISET SÄÄNNÖT SUOMESSA.....	13
3.7 FRANCHISING-YRITTÄMISEN PÄÄMUODOT.....	15
3.8 FRANCHISING – YRITTÄJÄN OSAAMINEN	16
3.9 YKSITYISYRITTÄJYYS VRT. FRANCHISING-YRITTÄJYYS.....	18
4 FRANCHISING- SOPIMUS & SOPIMUKSIEN MERKITYS	19
4.1 SOPIMUKSEN MÄÄRITELMÄ	19
4.1.1 <i>Franchising-sopimuksen kesto</i>	20
4.1.2 <i>Franchising sopimuksen sisältö</i>	21
4.1.3 <i>Franchising-sopimukseen liittyvät ongelmat</i>	23
4.2 FRANCHISING SOPIMUKSEEN SISÄLLÖN MERKITYS.....	23
4.3 FRANCHISING RAHOITUS	26
4.4 FRANCHISING-YRITTÄJÄN KOKONAISINVESTOINTITARVE	27
5. FRANCHISING- YRITYSESITTELY.....	28
5.1 KOTIPIZZA HISTORIA	28
5.2 TIE KOTIPIZZA YRITTÄJÄKSI	29
5.3 KOTIPIZZA YRITTÄJYYDEN HYVÄT PUOLET	30
5.4 KOTIPIZZA KOULUTTAA	31
6 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	32
6.1 TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	34
6.2 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	45
6.3 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS.....	46
6.4 TUTKIMUKSEN VERTAILU AIKAISEMPAAN TUTKIMUKSEEN	48
7 POHDINTA.....	49
LÄHTEET.....	51

1 JOHDANTO

Työmme aiheena on franchising-yrittäjyys uravaihtoehtona valmistuvalle restonomille ja tutkimusongelmanamme on selvittää aikuisrestonomiopiskelijoiden kiinnostusta franchising-yrittäjyyteen ja heidän käsityksiään franchising-yrittäjyydestä. Tutkimuksessa esimerkki franchising-ketjuna on Kotipizza, valitsimme ketjun koska se on Suomen suurin franchising-ketju. Tutkimuksessa käytämme yhtä ketjua esimerkkinä, koska näin saamme tutkimukseen kattavamman kuvan franchising-yrittäjyydestä ja siihen liittyvistä asioista. Tutkimuksessamme tuomme esille myös merkittävimpiä eroavaisuuksia yksityisyrittäjyyden ja franchising-yrittäjyyden välillä. Tutkimuksessa kerrotaan franchising-yrittäjyyteen liittyvistä eduista ja haasteista. Haasteet liittyvät esimerkiksi yrityksen myyntiin, sillä franchising-konsepti määrittelee tiukasti yrityksen myyntiin liittyviä asioita.

Franchising-yritysmuotoa on tutkittu laajasti, työn teoriaosassa käsittelemme franchising-määritelmiä, franchising-historiaa sekä kerromme Kotipizzakoncernista. Teoriaosuudessa käsitellään myös franchising-sopimuksia ja niihin liittyviä asioita, kuten esimerkiksi franchising-yrittäjän ominaisuudet sekä koulutus - ja rahoitusmahdollisuudet. Valmis työ antaa franchising-yrittäjäksi aikovalle restonomille laajemman sekä kattavamman kuvan franchising-yrittäjyydestä ja yrittäjyyden aloittamisesta. Samankaltainen tutkimus on tehty Laurea- ammattikorkeakoulussa vuonna 2009 nuorille restonomiopiskelijoille, tämä tutkimus keskittyy aikuisopiskelijoihin jolloin näemme onko opiskelijoiden välillä eroavaisuuksia franchising-yritysmuotoon liittyvissä asioissa.

2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET

2.1 Tavoitteet ja rajaus

Työn tutkimus on rajattu aikuisopiskelijoihin, koska vastaava tutkimus on jo tehty nuorille restonomi-opiskelijoille. Tutkimuksessa keskitymme yhteen franchising-ketjuun laajemmin, koska uskomme että valmis tutkimus antaa näin enemmän tietoa franchising-yritysmuodosta. Valmistuvien restonomien uramahdollisuuksia pohdittaessa franchising-yrittäjyys on yksi varteen otettava vaihtoehto restonomin ammatiksi. Tutkimuksesta on rajattu pois rahoitukseen liittyvät tunnusluvut, koska franchising-ketjujen välillä rahoitukseen liittyvissä asioissa on suuria eroavaisuuksia. Työssä käsittelemme franchising-sopimuksia hieman laajemmin, koska aiheesta on puhuttu paljon mediassa viime aikoina.

2.2 Aikaisempi tutkimus

Franchising-yrittäjyysmuodosta on tehty lukuisia opinnäytetöitä jo aikaisemmin, opinnäytetöissä on tutkittu mm. franchising-ottajia, franchising-antajia sekä franchising-ketjuja. Franchising-yritysmuotona kasvaa mielestämme edelleen ja franchising-yritykset työllistävät tulevaisuudessa entistä enemmän ihmisiä. Oma kiinnostus yrittäjyyteen herätti meidät tutkimaan franchising-yritysmuotoa laajemmin, joten päädyimme tekemään jatkotutkimuksen franchising-yrittäjyys uravaihtoehto restonomille - opinnäytetyölle, joka on tehty Laurea- ammattikorkeakoulussa vuonna 2009, aikaisemman työn on kirjoittanut Hyttinen Merja.

2.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä käytämme sähköistä kyselyä, kysely lähetetään Rovaniemen ammattikorkeakoulun aikuisopiskelijoille. Kyselylomake laaditaan Webropol-ohjelmalla ja kysymyksillä pyritään selvittämään opiskelijoiden käsityksiä franchising-yrittäjyyteen liittyen.

Työn raportoinnissa käytetään Rovaniemen ammattikorkeakoulun opinnäytetyön ohjeistusta. Raportin muoto on kirjallinen, tulokset esitetään suullisesti

opinnäytetyöseminaarissa. Valmiin tutkimuksen tulokset antavat valmistuville restonomeille kattavamman kuvan franchising-ketjun toiminnasta.

3 FRANCHISING-YRITTÄJYYS TOIMINTAMALLINA

3.1 Franchising-määritelmä

Franchising syntyy määritelmällisesti franchising-sopimuksen kautta, sopimus laaditaan franchising-antajan sekä franchising-ottajan välille. Seuraavaksi kerromme Franchising-antajan sekä franchising-ottajan ominaisuuksista.

Franchising-antajalla tarkoitetaan yritystä, joka luovuttaa oikeuden liiketoimintakonseptin hyödyntämiseen toiselle yritykselle, tarjoaa alku- ja jatkokoulutusta franchising-ottajille sekä tarjoaa teknistä ja tai kaupallista tukea eli jatkuvia tukipalveluita franchising-ottajilleen. Franchising-antajalla on käsikirja tai muu dokumentti, jolla ohjeistetaan franchising-ottajien paikallista liiketoimintaa. Franchising-antaja ei omista merkittävää osuutta franchising-ottajien yrityksistä. Franchising-antaja kontrolloi, valvoo ja ohjaa jatkuvasti franchising-ottajien liiketoimintaa. (Suomen franchising yhdistys Ry.)

Franchising-ottaja tarkoittaa yritystä, joka vastaanottaa oikeuden liiketoimintakonseptin hyödyntämiseen. Franchising-ottaja on juridisesti ja taloudellisesti franchising-antajasta riippumaton yksikkö. Franchising-ottajat maksavat liittymismaksun tai jatkuvaluontoista palvelumaksua eli rojaltia franchising-antajalle. Franchising-ottajat toimivat saman liikemerkin alla ja toimipisteet ovat ulkoisesti yhtenäisiä. Franchising-ottaja ei saa siirtää franchising-sopimuksen oikeuksia kolmannelle osapuolelle ilman franchising-antajan lupaa. (Suomen franchising yhdistys Ry.)

Franchising-toiminnan voidaan katsoa olevan erityinen yhteenkuuluvan kaupankäynnin muoto, eräänlainen partnership - suhde kahden yrityksen välillä, jotka muodostavat yhteistyöverkoston. Partnership - suhteessa toinen osapuoli monistaa testattua sekä menestyksellistä liiketoimintaa juridisesti ja taloudellisesti itsenäisten partnereiden kanssa. Franchising-toiminnan voidaan

katsoa olevan myös tavaroiden, palveluiden tai teknologian markkinointijärjestelmä, joka perustuu tiiviiseen sekä jatkuvaan yhteistyösuhteeseen juridisesti ja taloudellisesti itsenäisten yritysten kesken. (Laakso 2005, 28.)

Franchising-liiketoiminnassa on kyse kahden yrityksen välisestä yhteistoimintamallista. Kyseinen toimintamalli perustuu franchising-antajan kehittämään liikeideaan, joka on käytännössä testattu ja havaittu menestyväksi sekä kannattavaksi. Franchising-antaja luovuttaa sopimujaksi korvausta vastaan konseptin käyttöoikeuden, eli tietotaidon, tavaramerkit, ja yhteistyöedut paikallisille yrittäjille, franchising-ottajille. Näin muodostuu yhteistyöverkosto, jota kutsutaan franchising-ketjuksi. Franchising-ketjutoiminnalle on tunnusomaista kahden itsenäisen yrityksen, franchising-antajan ja franchising-ottajan, pitkäaikainen yhteistyö, joka perustuu sopimukseen. Franchising-antaja ei normaalisti rahoita franchising-yrittäjää eikä omista osuutta tämän yrityksestä. Franchising-antajalla on kuitenkin yleensä ketjussaan omiakin toimipisteitä. (Granström–Karojärvi–Tuunanen 2001, 7.)

Franchising-antajan ja franchising-ottajan yhteistyö perustuu franchising-antajan kehittämään konseptiin joka luovutetaan franchising-ottajalle. Kaikki ketjun jäsenet sitoutuvat noudattamaan konseptia liiketoiminnassaan. Ketjun jäsenet toimivat yhteisen ”brändin” alla ja yhdenmukaisella julkiasulla. Tunnusomaista on myös se, että franchising-antaja siirtää konseptiin ja sen käyttöön liittyvän tietotaidon franchising-yrittäjälle mm. koulutuksen sekä käsikirjojen avulla. Käsikirja sisältää kaikki tärkeimmät asiat ja ohjeet, jotka yrittäjän on tiedettävä liiketoiminnassaan. Franchising-yrittäjä sitoutuu liiketoiminnassaan noudattamaan kyseisiä toimintaohjeita ja täyttämään mm. konseptin mukaiset laatuvaatimukset. (Granström ym. 2001, 7.)

Franchising-antaja tuottaa jatkuvaa kaupallista ja teknistä tukea kaikille ketjun franchising-yrittäjille. Yrittäjän aloittaessa liiketoimintaansa franchising-antaja järjestää koulutuksen ja avustaa häntä kaikissa liiketoiminnan käynnistämiseen liittyvissä asioissa, esimerkiksi tilojen hankinnassa ja niiden varustamisessa, rahoitusneuvotteluissa, hankintasopimuksissa, avajaisten järjestämisessä ja niin edelleen. Franchising-antaja kehittää ketjun jäsenten kilpailukykyä sekä toimintaa markkinointitoimenpitein, koulutuksella, seuranta – ja

suunnittelujärjestelmillä, neuvontatyöllä, ketjun sisäisellä informaation välityksellä ja kokemusten vaihdolla. Tunnusomaista on myös vastikkeellisuus: yrittäjä maksaa konseptin käyttöoikeudesta, ketjun jäsenyydestä, sekä saamistaan eduista ja palveluista joko kerta tai jatkuvia maksuja franchising-antajalle. Franchising-antaja johtaa yhteistyöketjua ja kontrolloi franchising-yrittäjän toimintaa. Osapuolten oikeudet ja velvollisuudet, yhteistyön pelisäännöt, kuten myös yhteistyön päättäminen seuraamuksineen on aina mainittu kirjallisessa sopimuksessa. (Granström ym. 2001, 7.) Alla oleva taulukko osoittaa tiivistetysti franchising-yrittäjyyden aloittamiseen liittyvät asiat.

FRANCHISINGYRITTÄJYYDEN ALOITTAMISEN VAIHEET
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

Lähde: Franchising malli yrittäjyyteen ja ketjun rakentamiseen Henri Laakso 2005

3.2 Franchising-liiketoimintamallin edut franchising-ottajan näkökulmasta

Franchising-yrittäjyyden hyviin puoliin kuuluu itsenäisyys, eli franchising-ottaja vastaa itse omasta liiketoiminnastaan käyttäen omia tietojaan, taitojaan ja oivalluksiaan päivittäin. Franchising-ottaja vastaa omasta markkina-alueestaan ketjussa toimien siten, että paras mahdollinen tulos saavutetaan. Yritys vaikuttaa täysin omiin saavutuksiinsa nauttien myös tuloksesta itse, mutta on kuitenkin muistettava yhteistyökumppaneiden tuki edellytyksenä tulosten saavuttamiseen. Itsenäinen yrittäjä hakee koko ajan henkilökohtaisia saavutuksia, joihin lukeutuu mm. taloudellinen voitto ja kun yrittäjä kykenee tavoittelemaan henkilökohtaisia saavutuksia, hän motivoi itseään. On kiistatonta, että itsensä motivointi on helpompaa työskenneltäessä itselleen kuin

toisen palveluksessa. Franchising-yrittäjyys on myös tehokasta, sillä itsenäisen yrittäjän tekemä työ on yleensä tuottavampaa (Enemmän tuloksia samansuuruisilla tai pienemmillä panoksilla) kuin esimerkiksi myyntiyksikköön palkatun johtajan ja tämä palkitsee franchising suhteen molempia osapuolia. (Laakso 2001, 99–100.)

Franchising-yrittäjyys on yhteisyrittäjyyttä, yhteisö antaa hyvät edellytykset jäsenten väliseen yhteistyöhön. Etuina yhteistyöstä franchising-ottajat saavat esimerkiksi mittakaava- ja synergia etuja toimintoihinsa ja kyseisiin toimintoihin kuuluu mm. hankinnat, markkinointi, tuotekehitys ja niin edelleen. Franchising-verkoston avulla yrittäjä saa pienemmällä työpanoksella suuremman edun kuin yksin toimiessaan. Toimintamallin ansiosta franchising-ottaja sekä antaja saavat keskittyä omiin osaamisalueisiinsa. Franchising-antaja hoitaa strategiset yleislinjaukset ja päätökset johtaen yhteistyötä, tarjoten tukipalveluita sekä kehittäen järjestelmää. Franchising-ottaja taas hoitaa oman yksikönsä operatiivisen johtamisen huolehtien alueensa asiakaskunnasta. Kun kumpikin keskittyy omiin osaamis-alueisiinsa, minimoidaan toimintojen päällekkäisyys tuoden säästöjä kummallekin osapuolelle. (Laakso 2001, 100–101.)

Franchising on helppo tapa aloittaa liiketoiminta, sillä yrittäjä saa valmiin toimintamallin eli paketoitun, testatun ja jo menestyneen konseptin yritystoimintamallikseen. Yrittäjä koulutetaan konseptin hyödyntämiseen ja yrittäjälle tarjotaan jatkuvaa liikkeenjohdollista sekä teknistä tukea alusta alkaen. Tyypillistä on, että tuotteiden, rahoituksen yms. hankintalähteiden kanssa on valmiiksi neuvotellut edulliset ehdot, joita ketjuun liittyvä yritys pääsee helposti hyödyntämään. Aloittaminen on tehty mahdollisimman helpoksi, sillä aloittava yritys pääsee ”kiinni” liiketoimintaan suoraan ilman pitkiä, kalliita ja riskialttiita tuote – tai liiketoiminnan kehitysjaksoja. Uusi yrittäjä saa valmiin tavaramerkin, liiketunnuksen ja valmiit markkinat. Franchising-antaja auttaa uutta yrittäjää toimipaikan etsimisessä, avajaisten järjestämisessä, yrityksen perustamistoimenpiteissä sekä muissa yrityksen perustamiseen liittyvissä asioissa. (Laakso 2001, 102.)

Toiminta on helppo aloittaa, sillä alueen asukkaat tuntevat jo valmiiksi yrityksen tuotteet sekä palvelut. Franchising-ottajan ei tarvitse luoda yrityskuvaa, vaan hän voi keskittyä alueelliseen markkinointiin. Franchising-toiminnan aloittamisen voidaan myös katsoa olevan taloudellista, sillä siihen ei liity kalliita suunnittelu- ja tuotekehityskustannuksia. Franchising-ottaja välttyy tekemästä virheellisiä investointeja valmiiksi testatun toimintamallin ansiosta. (Laakso 2001, 103–104.)

Yritystoiminnan käynnistämisellä on yrityksen menestymisen kannalta ratkaiseva merkitys onnistumiseen ja siihen vaikuttavat alkuinvestointien suuruus takaisinmaksuaikatauluineen. Alkuinvestoinnit pyritään optimoimaan sekä määrällisesti että sisällöllisesti. Vaikka franchising-ottaja joutuu maksamaan liiketoiminnan käynnistymisvaiheessa ns. liittymismaksun, niin edullisten hankintalähteiden, optimoitujen investointien ja franchising-antajan muun liiketoimintakokemuksen ansiosta franchising-ottajan alkuinvestoinnit ovat usein loppujen lopuksi pienemmät kuin samalla toimialalla aloittavan perinteisen yrityksen. Franchising-ottaja saavuttaa huomattavan ajansäästön uuden yrityksen perustamistoimenpiteissä verrattuna perinteiseen yritykseen. (Laakso 2001, 104.)

Franchising-ottaja saa valmiiksi kehitetyn ja testatun konseptin käyttöönsä, joten riski epäonnistua on oleellisesti pienempi kuin perinteisen yrityksen perustamisessa. Franchising-antajan tarjoama jatkuva koulutus – ja kehitystuki antaa franchising-ottajalle riskin minimoimiseen hyvät edellytykset. Erilaisissa tutkimuksissa on vertailtu liiketoimintaan liittyviä riskiasteita eri yritystoimintamuotojen välillä. Eri tahojen tutkimuksissa luvut poikkeavat toisistaan hien, mutta ne ovat vahvasti samankaltaisia. Esimerkiksi aloittavat franchising-ottajat jatkavat liiketoimintaa tutkimusten mukaan pidempään kuin perinteiset yritykset. Franchising-yritykset näyttäisivät tuottavan suuremman tuoton pienemmällä sijoituksella kuin muut yritykset keskimäärin. Käytännössä asia ei ole kuitenkaan näin yksinkertainen, franchising-ottajan toiminta ei ole aina automaattisesti menestyvää. Konseptin aikaisempi menestys ei välttämättä takaa menestystä franchising-ottajalle, sillä ratkaiseva merkitys yritystoiminnan onnistumiseen tulee optimaalisesta yrittäjäprofiilista sekä konseptin ja liiketoimintaa harjoittavan yrittäjän kyvystä omaksua ketjun toiminta-

tavat menestyäkseen. Franchising-suhde takaa franchising-ottajalle toiminnan tehokkuuden, sillä tehokas konsepti pitää sisällään ainoastaan liiketoiminnan menestyksen kannalta oleelliset palaset. Franchising-järjestelmä parantaa liiketoiminnan edellytyksiä esimerkiksi kilpailutilanteessa tai heikkoina taloudellisina aikoina. Franchising-ketju käsittää yleensä kymmeniä tai jopa satoja franchising-ottajia, jotka toimivat samoilla ketjun säännöillä (Laakso 2001, 105–108.) Aiemmin mainittu franchising-yrittäjyyden pidempi kesto verrattuna tavalliseen yrittäjyyteen selittyy mielestämme sillä, että franchising-sopimukset tehdään aina pitkäkestoiseksi, joten yrittäjän on vaikeampi lopettaa yrittäjyys kesken sopimuskauden kun taas yksityisyrittäjä voi halutessaan lopettaa yritystoiminnan helpommin ja nopeammin.

Franchising-verkoston lähes kaikki yritykset ovat identtisiä keskenään. Verkoston jäsenet vievät liikeideaa tehokkaasti eteenpäin markkinoimalla ja ylläpitämällä yhtenäistä yrityskuvaa. Uudelle yrittäjälle yrityskuva luo ilmaista mainetta ja tunnettavuutta, positiivisesta yrityskuvasta hyötyvät sekä franchising-ottaja että antaja. Franchising-ketjun yrittäjillä on käytössään toisiltaan saatava informaatio, esimerkiksi yrittäjä saa helposti tietoa mm. asiakkaiden kokemuksista yrityksen palveluista, tuotteista, tuotteiden laatuasteesta ja muista menestykseen vaikuttavista tekijöistä. Informaatiota levitetään mm. säännöllisesti järjestettävissä kehitys -, koulutus ja virkistystapahtumissa. Tästä on hyötyä varsinkin aloittavalle franchising-ottajalle. Franchising-ketjuissa markkina-alueet on jaettu markkinapotentiaaliltaan samanvertaisiin alueisiin. Tällä toiminnalla pyritään siihen, etteivät oman ketjun yritykset kilpaile keskenään asiakkaista. Tämä on uudelle yritykselle suuri turvallisuus-etu, koska yrityksen ei tarvitse tuhlaa resursseja kovaan hintakilpailuun. (Laakso 2001, 108–109.)

3.2.1 Franchising-toiminnan haasteet franchising-ottajalle

Franchising-yrittäjyys asettaa erilaisia vaatimuksia molemmille osapuolille. Franchising-antajalla vaatimukset liittyvät kilpailukykyyn ja ketjun johtamiseen, kun taas franchising-ottajalle asetetut vaatimukset ovat puolestaan ketjun yhteisten pelisääntöjen noudattaminen, franchising-maksujen suorittaminen sekä luottaminen ketjun osaamiseen ja tekemiseen. Franchising-

sopimus sitoo pitkäkestoiseen vastuuseen. Sopimus koskee molempia osapuolia, joten riskit ja ongelmat liittyvät juuri sopimuksessa asetettuihin vaatimuksiin. Franchising-ottajan yritystoiminta on samankaltaista kuin mikä tahansa muukin yritystoiminta ja franchising-yrittäjän työ on yhtä työlästä kuin perinteisen yrittäjän. Franchising-ottajan ongelmat voidaan jakaa pääpiirteissään kahteen osaan, jotka ovat asemaan liittyvät riskit ja rajoitteet. Vaikka franchising-ottaja on juridisesti ja taloudellisesti itsenäinen yritys, se on toisaalta riippuvainen yhteistyöjärjestelmän toimivuudesta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jokaisen yksikön täytyy menestyä yksilönä, jotta koko verkosto menestyy ja päinvastoin. Tämä aiheuttaa franchising-ottajalle ylimääräisiä riskitekijöitä, koska se joutuu luottamaan täysin toisten osaamiseen ja toimimaan toisten antamien ohjeiden mukaisesti. Jos ohjeet ovatkin toimimattomia ja tilanteisiin sopimattomia, tulee eteen kysymys vastuunkantajan roolista, koska oman liiketoimintansa tappiot kantaa joka tapauksessa franchising-ottaja itse. Tutkimusten mukaan suurin ongelma franchising-yrittäjien mielestä on järjestelmän ja konseptin tuomat ns. toiminnan rajoitteet. Franchising-ottajan on toimittava yhdessä laadittujen ohjeiden ja säännösten mukaisesti. Franchising-ottajan on sitouduttava mm. konseptin asettamiin kampanjoihin ja aikatauluihin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että franchising-ottajan rooli on käyttää omassa yritystoiminnassaan franchising-antajan asettamaa konseptia eikä soveltaa sitä itse. Edellä mainittu ongelma rajoittaa yrittäjän omaa tuotekehitystä ja muuta innovointitoimintaa. Franchising-ottaja ei voi itse kehittää uusia tuotteita tai palveluita, tarkemmin sanoen franchising-ottaja saa suorittaa tuotekehitystä, mutta ei julkisesti, koska jokaisessa ketjun toimipisteessä täytyy olla yhdenmukainen tuote – ja palveluvalikoima. Kuitenkin franchising-ottajia kannustetaan osallistumaan kehitystyöhön. Franchising-ottajaa pyydetään tuomaan parannusehdotukset esiin ja tähän liittyy luonnollisesti oma palkitsemisjärjestelmä. Hyvänä esimerkkinä voidaan pitää McRuis - hampurilaista, jonka on keksinyt tamperelainen franchising-ottaja Aimo Toimi. Edellä mainittu hampurilainen on saanut mainetta kansainväliselläkin tasolla. Joissakin maissa franchising-yhdistykset palkitsevat julkisesti vuoden innovatiivisimman yrittäjän. (Laakso 2001, 110–112.)

Franchising-ottajan kannalta ajateltuna franchising-yritystoiminta on franchising-antajan tiukasti ohjaamaa ja valvomaa, sopimus pohjaista toimintaa.

Sopimuspohjaisuudesta johtuen yleisimmät ongelmat franchising-ottajalle liittyvät tulonjakoon tai sopimuksen tulkintoihin. Ongelmia franchising-antajan ja ottajan välille syntyy useimmiten maksuista, tarkalleen ottaen itse franchising-maksujen ei ole todettu aiheuttavan ongelmaa, vaan ongelma syntyy maksuihin liittyvistä toimintaperiaatteista ja tulkinnoista. Yhtenä ongelmana koetaan molemminpuolisen ymmärryksen puute, sillä franchising-ottaja ei välttämättä tiedä mistä maksetaan ja kuinka paljon. Franchising-ottajalle pitääkin pystyä osoittamaan, mitä kaikkia maksuja yhteistyösuhteeseen sisältyy. Franchising-ottajan on tärkeä tietää, mitä maksuilla saa ja miten maksut vaikuttavat franchising-ottajan yrityksen tulokseen sekä miten maksut laskeaan sekä peritään. Franchising-maksu koetaan usein epätasapainoiseksi, sillä uusi yrittäjä kokee maksun sopivaksi, mutta jo olemassa olevat yritykset kyseenalaistavat helposti maksun suuruuden. (Laakso 2001, 112–113.)

3.2.2 Franchising-toiminnan haasteet franchising-antajalle

Franchising-antajalle suurimmat ongelmat liittyvät yleensä yhteistyösuhteeseen franchising-ottajan kanssa, sillä yhteistyön epäonnistuessa franchising-antaja menettää etukäteen panostamansa energian, rahallisen investoinnin sekä pahimmillaan maineensa. Jos franchising-ottaja poikkeaa ketjun toiminta periaatteista tai konseptista, se vahingoittaa oman liiketoimintansa lisäksi koko ketjun sekä kaikkien sen jäsenten yrityskuvaa. Joskus ilmenee myös luottamusongelmia ja henkilökemiat eivät välttämättä sovi yhteen. Tilanteen ajautuessa riitatilanteeseen asioita voidaan joutua jopa selvittelemään oikeudessa ja tämä saattaa vahingoittaa ketjun mainetta sekä ketjun sisäinen ilmapiiri saattaa kärsiä. (Laakso 2005, 181–182.)

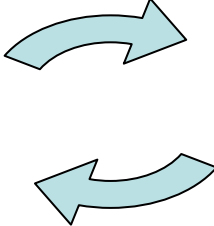
Kun konsepti on kehitetty, mallinnettu ja dokumentoitu, se voidaan luovuttaa toisen käyttöön. Haasteita tuottaa se, että oikeanlaisten franchising-ottajien löytyminen ei ole koskaan helppoa, varsinkaan silloin kun franchising-antajalle ei ole kertynyt kokemusta yrittäjärekrytoinnista eikä ketju ole vielä tunnettu. Ketjujohdolle on haasteellista motivoida kaikki franchising-ottajat yhtäaikaaisesti parempiin tuloksiin ja valvoa konseptin noudattamista. (Laakso 2005, 183.)

Vaikka tuotto sijoitetulle pääomalle on franchising-yksiköissä yleensä huomattavasti parempi kuin omissa, absoluuttiset tuotot jäävät usein pienemmiksi verrattuna menestykselliseen omistuspohjaiseen verkostoon. Tämä johtuu siitä, että omista toimipisteistä franchising-antaja saa koko voiton itselleen, mutta franchising-pisteistä vain osuuden liikevaihdosta. Toisaalta täytyy muistaa, että franchising-antajalla ei ole franchising-yksiköissä investointi riskejäkään. Heikkona puolena antajan näkökulmasta voidaan katsoa olevan franchising-toiminnan heikko yleinen tunnettavuus. Franchising-toiminnan periaatteet eivät ole kovin tunnettuja yritystoiminnan sidosryhmien keskuudessa ja tästä johtuen franchising uutena yritystoiminnan mallina herättää helposti epäluuloja sidosryhmissä. Tämä näkyy esimerkiksi ketjujen jäsenten toimiessa esimerkiksi rahoittajien kanssa. Tällä saattaa olla vaikutusta yksiköiden toimintaan, joka näkyy esimerkiksi päätöksenteon hitautena. (Laakso 2005, 183–184.)

3.3 Franchising liiketoimintamallina

Seuraavassa taulukossa on tiivistettynä franchising-toimintamalli, taulukko havainnollistaa toimintamallin perusajatuksen.

Taulukko 2 Franchising - toimintamalli

Franchising-antaja:	Yhteistyö	Franchising-ottaja:
Omistaa sekä luovuttaa oikeudet: Konseptiin ja tavaramerkkiin		Hyödyntää ja käyttää oikeuksia Yhdenmukainen toimintamalli ulkoisesti ja sisäisesti
Ketjun perustaja		Ketjun jäsen
Johtaa yhteistyötä mm: Markkinoinnissa, Ostoyhteistyössä,		Oman alueensa liiketoiminnan vetäjä
Tukipalveluiden antaja Esi-merkiksi: Kattomarkkinointi, koulutus ja konsultointi sekä kehitystyö		

Franchising-toimintamalli (Laakso 2005, 33)

Taulukossa on tiivistettynä franchising-toimintamalli ja sen osapuolten yhteistyösuhteessa olevat roolit. Franchising-toimintamallissa franchising-antaja ja franchising-ottaja tekevät yhteistyötä ja kummallakin osapuolella on oma roolinsa. Mallissa kaksi itsenäistä yritystä ovat tehneet sopimuksen keskenään. Franchising-antaja luovuttaa käyttöoikeuden kehittämäänsä konseptiin toiselle osapuolelle sopimuksessa määrätyn ehdoin sekä koordinoi ja johtaa yhteistyötä, kun taas franchising-antajan tehtäviin kuuluu myös kehittää konseptia, koko järjestelmän toimintaa ja franchising ketjua. Franchising-ottajan oikeus on hyödyntää konseptia sopimuksen voimassaoloaikana noudattaen konseptia tarkalleen, ei soveltaen sitä. Näillä kahdella yrityksellä on mahdollisuus syvään yhteistyöhön, kun toiminnan pohjana on yhteinen osaaminen. Tämän yhteistyön ansiosta molemmat osapuolet saavat tuntuja sekä tärkeitä kilpailuetuja. (Laakso 2005, 33.)

3.4 Franchising-historia

Franchising saapui Suomeen 1970 – luvulla kansainvälisten ketjujen tuomana, ensimmäisiin franchising-ketjuihin kuuluivat mm. Carrols, Avis – autovuokraamo sekä Wimpy. Nämä maailmalla franchising-toimintaa harjoittaneet ketjut eivät aluksi levittäytyneet Suomen rajojen sisäpuolella franchising – toimintamallilla, vaan toimipaikat pysyivät oikeuden haltijalla. Ensimmäiset yritykset, jotka hyödynsivät franchising-toimintamallia toimivat vähittäiskaupan alalla. Tyypillistä alkuaikojen franchising-toiminnaalle oli, että sitä harjoittivat tyypillisesti ulkomailta Suomeen saapuneet ketjut, kuten esimerkiksi BodyShop. Kansainvälisten ketjujen levittäytyminen Suomeen voimistui 1980 – luvulla. (Laakso 2005, 19–20.)

Erään perimätiedon mukaan Suomen ensimmäinen franchising-toimintamallia hyödyntävä yritys oli Seppälä oy, joka aloitti franchising-toiminnan vuonna 1976. Seppälässä toimi omien liikkeiden lisäksi 2 franchising-ottajana toimivaa yritystä, josta alkoi nykyisen franchising-toiminnan kehitys Suomessa. Franchising-toiminnan alkuaikat Suomessa olivat siis ulkomaalaistaustaisten yritysten toimintaa. (Laakso 2005, 20.)

Franchising-toiminnan saapuminen Suomeen ei ollut helppoa, koska Suomen ulkopoliittika ei ollut mitenkään ulkomaalaisystävällistä ja tämän lisäksi

franchising koettiin outona sanana, ns. amerikkalaisena business-mallina. Näiden seikkojen vuoksi franchising-toimintamallin yleistymiselle ei ollut suuria edellytyksiä. Koko 1980 – luvun ajan franchising oli Suomessa varsin tuntematonta ja hyvin vähäisessä käytössä oleva toimintamalli, mutta vuosikymmenen loppupuolelle tultaessa talouskehityksen myötä kiinnostus uusiin liiketoiminnan muotoihin alkoi yleistyä. Tästä alkoi ensimmäinen franchising-toiminnan kasvuvaihe ja tätä tuki Suomen Franchising-yhdistyksen (SFY) perustaminen vuonna 1988, yhdistys perustettiin edistämään toimintamallin positiivista määrällistä sekä laadullista kehittämistä. 1990 – luvulle tultaessa franchising saavutti tarvittavan uskottavuuden niin, että suomalaisetkin yritykset uskaltautuivat aloittaa franchising-toimintamallin hyödyntämisen. Voidaankin sanoa, että franchising syntyi Suomessa vasta 1990 – luvun puolivälissä. Tämän jälkeen kehitys on ollut voimakasta, jota kuvaa mm. se että vuosina 2000 – 2003 yrittäjien lukumäärä lähestulkoon kaksinkertaistui ja työpaikkojen määrä kasvoi huomattavasti. (Laakso 2005, 20.)

3.5 Suomen franchising-yhdistys (SFY)

Suomen franchising-yhdistys on perustettu vuonna 1988, yhdistys tarjoaa ajankohtaista tietoa franchising-toiminnasta ja palvelee franchising-yrityksiä sekä franchising-toiminnasta kiinnostuneita tahoja. Yhdistyksen toiminnassa on keskeistä myös ylläpitää ja kehittää franchising-toiminnan eettisiä sääntöjä, joita yhdistyksen jäsenet sitoutuvat noudattamaan. Näin edistetään hyvää franchising tapaa Suomessa, sillä yhdistys järjestää seminaareja sekä koulutustapahtumia tehden yhteistyötä viranomaisten ja talouselämän eri toimijoiden kanssa. Tällä tavalla franchising-toimintaa edistetään sekä Suomessa että Euroopassa. Suomen franchising-yhdistys on vuodesta 1996 ollut European Franchise Federationin (EEF) jäsen ja se on myös World Franchise Councilin (WFC) jäsen. Yhdistys on kaikille jäsenilleen tasapuolinen, voittoa tavoittelematon yhdistys. (Franchising Suomessa 2011, 10–11.)

3.6 Franchising-liiketoiminnan eettiset säännöt Suomessa

Suomen Franchising-yhdistyksen eettisten sääntöjen noudattaminen on olennainen osa franchising-antajina toimivien Suomen franchising-yhdistyksen jäsenten velvollisuuksista. Yhdistyksen säännöt on muokattu kansainvälisten järjestöjen ja eri maissa toimivien franchising-yhdistysten

eettisten sääntöjen perusteella. Suomessa ensimmäiset eettiset säännöt hyväksyttiin vuonna 1989 ja niihin on tehty muutoksia ajan myötä. Tällä hetkellä voimassa olevat säännöt on hyväksytty vuonna 2009 ja kyseiset eettiset säännöt on luotu koska franchising-toimintaan ei ole olemassa omaa lainsäädäntöä tai viranomaisvalvontaa. Jäljennös eettisistä säännöistä on annettava franchising-ottajalle ennen sopimuksen allekirjoittamista. Yhdistyksen jäsenenä toimivan franchising-antajan varsinaisen franchising-sopimuksen tulee täyttää eettisten sääntöjen asettamat minimivaatimukset. Eettisillä säännöillä voi olla myös oikeudellista merkitystä franchising-sopimusta tulkittaessa. On kuitenkin huomattava, että eettiset säännöt eivät korvaa tai täydennä franchising-sopimusta, säännöt eivät myöskään tule ilman nimenomaista määräystä franchising-sopimuksen osaksi. Joitakin franchising-suhteita ei voida järjestää täysin eettisten sääntöjen mukaisiksi, esimerkiksi kauppatavan tai tarjottavien tuotteiden erityisyyden vuoksi. Näissä tapauksissa sääntöjä tulee soveltaa joustavasti ottaen huomioon kunkin yksittäisen tapauksen erityispiirteet. (Franchising Suomessa 2011, 20.)

Seuraavaksi kerromme hieman eettisten sääntöjen sisällöstä, eettisten sääntöjen mukaan franchising-toiminta pitää määritellä. Johtavana periaatteena voidaan pitää määritelmää, jossa franchising-antaja johtaa ja hallinnoi koko franchising-järjestelmää, jonka muodostaa franchising-antaja sekä franchising-ottaja. Eettisissä säännöissä kerrotaan franchising-antajan velvollisuuksista, joiden mukaan franchising-antajan on tarjottava franchising-ottajalle alkukoulutus ja koko sopimuksen voimassaoloajan jatkuvaa kaupallista tai teknistä ohjausta. Franchising-antajan on oltava ketjun toiminimen, tavaramerkkien tai muiden liiketunnusten omistaja tai niiden laillisen käyttöoikeuden haltija. Eettisten sääntöjen mukaan franchising-ottajan on noudatettava franchising-sopimusta, franchising-ottaja ei saa vahingoittaa toiminnallaan ketjun mainetta. Franchising-ottajan on toimitettava franchising-antajalle toimintaa koskevia ilmoituksia säännöllisesti. Franchising-ottajan on lisäksi annettava franchising-antajalle tai tämän edustajalle mahdollisuus tutustua liiketilaan sekä liiketoimintaan liittyvään aineistoon. Eettisten sääntöjen mukaan molempien osapuolten on toiminnassaan toimittava lojaalisti toista kohtaan, esimerkiksi franchising-antajan on sopimusrikkomus tilanteessa ilmoitettava yrittäjälle kirjallisesti sopimusrikkomuksesta ja annettava yrittäjälle

kohtuullinen aika korjata tällainen rikkomus. Osapuolten on pyrittävä ratkaisemaan sopimussuhteessa ilmenevät erimielisyydet hyvässä yhteisymmärryksessä avoimissa neuvotteluissa. Eettisten sääntöjen mukaan uusille yrittäjille tulee antaa franchising-suhdetta koskeva kirjallinen aineisto hyvissä ajoin, jolloin uusi yrittäjä pystyy tutustumaan aineistoon ennen varsinaisen sitovan sopimuksen kirjoittamista. (Franchising Suomessa 2011, 21–22.) Ajatuksia herättävä asia on sopimussuhteessa ilmenevät erimielisyydet, sillä eettisten sääntöjen mukaan riitatilanteet tulee sopia ketjun sekä yrittäjän välillä suullisesti. Tästä voidaan päätellä, että julkisuuteen ei päästetä ns. negatiivista tietoa franchising-ketjuyrittäjyydestä. Työssämme tuomme myöhemmin esille sen, että franchising-toiminnasta ei tiedoteta tarpeeksi mediassa.

Eettisten sääntöjen mukaan yksittäisen franchising yrittäjän valinta tulee perustua seuraavaan kriteeriin:

”Franchising-antajan tulee valita ja hyväksyä yksittäiseksi franchising-yrittäjäksi ainoastaan sellaisia yrittäjiä, joilla kohtuullisen selvitystyön jälkeen vaikuttaa olevan kyseisessä liiketoiminnassa vaadittava osaaminen, koulutus, henkilökohtaiset ominaisuudet ja taloudelliset edellytykset.” (Franchising Suomessa 2011, 22.)

Eettisten sääntöjen mukaan franchising-sopimuksen tulee vastata kansallisen lainsäädännön, Euroopan Unionin lainsäädännön sekä edellä mainittujen eettisten sääntöjen ja mahdollisten kansallisten lisäsäännösten määräyksiä. (Franchising Suomessa 2011, 22.)

3.7 Franchising-yrittämisen päämuodot

Franchising-yhteistyö voidaan jakaa kolmeen eri luokkaan yhteistoiminnan syvyyden sekä kattavuuden perusteella. Trade name Franchising – toiminnassa franchising-antaja luovuttaa franchising-ottajalle oikeuden käyttää omistamaansa toiminimeä tai tavaramerkkiä. Varsinaista yhteistyötä ketjun sisällä ei ole, vaan yhteistyö on lähinnä markkinointia tai esimerkiksi hotelliketjun yhteinen varauspalvelu. Kyseistä toimintamallia hyödyntävät esimerkiksi hotelliketjut sekä huolto - tai asennusliikkeet ja kyseisessä toimintamal-

lissa sopimukset antavat yrittäjille vapauksia ja franchising-kustannukset eivät ole korkeita, mutta heikkona puolena kyseisessä toimintamallissa voidaan pitää sitä, että asiakas ei voi olla varma saamastaan palvelutasosta, palveluverkostosta tulee ajan mittaan vaihteleva. Franchising-antaja saa tuottoonsa tässä toimintamallissa lisenssimaksuista ja mahdollisista yhteismarkkinointimaksuista. (Rissanen 2005, 394.)

Product Distribution Franchising käsittää tuotteiden tai palveluiden jakelua, jossa franchising-antaja luovuttaa franchising-ottajille oikeuden myydä tuotteita tai palveluita liiketoimintamallin mukaisesti, kyseistä toimintamallia sovelletaan mm. virvoitusjuoma – ja ohjelmistojakelussa sekä vaatekaupassa. Franchising-antaja saa tuottoa lisenssimaksuista sekä myytävien tuotteiden tai palveluiden katteesta. (Rissanen 2005, 394–395.)

Business Format Franchising on tunnetuin franchising-toiminnan muoto, jossa franchising-antaja luovuttaa ottajalle korvausta vastaan liiketoimintamallin kokonaisuudessaan ja yhteistyötä voidaan pitää jatkuvana ja tiiviinä. Kyseistä franchising-toimintamallia hyödyntävät mm. R-kioski, Tiimari sekä Kotipizza. Ulkomaisista kaikista tunnetuimpia ovat McDonald's sekä Body shop. Tässä toimintamallissa franchising-antaja saa tuloja liiketoimintamallin vuokraamisesta, tavaroiden ja palvelusten myynnistä, johtamisesta sekä koulutuksesta. Kustannuksia voidaan pitää kuitenkin sen verran korkeina että franchising-ottaja tarvitsee oman alkupääoman sekä tarkkaan harkitun liiketoimipaikan. Tätä franchising–liiketoimintamallia on haasteellista soveltaa maaseudun syrjäkylillä tai vaihtelevan kysynnän matkailukeskuksissa. (Rissanen 2005, 395.)

3.8 Franchising – yrittäjän osaaminen

Franchising-toiminnassa aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä ei vaadita, mielestämme henkilö jolla ei ole aikaisempaa kokemusta yrittämisestä on helpompi kouluttaa toimimaan franchising-ketjun toimitapojen mukaisesti. Tämä oletamus tukee myös tutkimuksen aikana läpikäymäämme teoria-aineistoa.

Franchising-antajan tulee valita ja hyväksyä yksittäiseksi franchising-yrittäjäksi ainoastaan sellaisia yrittäjiä, joilla kohtuullisen selvitystyön jälkeen vaikuttaa olevan kyseisessä liiketoiminnassa vaadittava osaaminen, koulutus, henkilökohtaiset ominaisuudet sekä taloudelliset edellytykset. (Franchising Suomessa 2011, 22.) Mihin tahansa yritystoimintaan lähdetäessä henkilökohtaisien resurssien täytyy olla kunnossa, taloudellisten voimavarojen lisäksi tulee aina tarkastella myös omaa terveydentilaansa, fyysisiä ja psyykkisiä ominaisuuksia sekä elämäntilannetta. Franchising-yrittäjä joutuu tekemään töitä yhtä paljon kuin perinteinen yrittäjäkin. Alkavan franchising-yrittäjän tulee tarkastella omalla kohdallaan sitä, onko hänellä tarvittava osaaminen yritystoiminnan harjoittamiseen. Useissa franchising-ketjuissa lähtökohtana on, että ketjuun liittyvä uusi yrittäjä ei tarvitse ammattiosaamista tai kokemusta kyseiseltä toimialalta. Toisaalta on kuitenkin olemassa tiettyjä aloja sekä ketjuja, joissa aiemmin hankittu ammattikokemus – ja pätevyys on yrittäjäksi ryhtymisen ehdoton edellytys. (Suomen franchising 2011, 42–43.)

Yleisiä eduiksi katsottavia ominaisuuksia yrittäjäksi aikovalla on yrittäjähenkisyys, taloudellinen ajattelutapa, käytännön kokemus, tavoiteasettelu sekä liiketoiminnan periaatteiden tuntemukset. Näiden edellä mainittujen asioiden lisäksi tutkimuksien mukaan on voitu todeta, että menestyvä franchising-yrittäjä omaa hyvät operatiivisten asioiden organisointi - sekä henkilöstön johtamistaidot. Muita yrittäjän taustoihin liittyviä oleellisia asioita ovat mm. hyvät sosiaaliset suhteet, perhesuhteiden on syytä olla kunnossa, koska läheisten tuki on tärkeää menestymisen kannalta, joissakin ketjuissa franchising nähdään jopa perheyrittäjyyden muotona. Liiketoiminnan onnistumisen kannalta on merkittävää, että koko perhe osallistuu aktiivisesti liiketoimintaan. Edellä mainitut vaatimukset ovat eräänlainen lähtötaso franchising-yrittäjyyteen ja huomioitavan arvoinen asia on, että ketjuja sekä konsepteja on hyvin erilaisia ja ne toimivat eri liiketoiminta-alueilla sekä toimialoilla. Näin ollen edellä vaadittujen vaatimusten sisältö saattaa vaihdella ketjuittain suuresti, koska jokaisella ketjulla on ns. oma yrittäjäprofiili, jonka mukaisia franchising-ottajia ketju jäsenikseen etsii ja hyväksyy. Jokaisella ketjulla on olemassa omat kirjalliset vaatimukset uudelle yrittäjälle, joista pidetään kiinni yrittäjää valittaessa. (Suomen franchising 2011, 42–44.)

3.9 Yksityisyrittäjyys vrt. franchising-yrittäjyys

Franchising-yrittäjyys sekä yksityisyrittäjyys ovat suurilta osin samankaltaista yrittäjyyttä. Seuraavaksi tuomme esille muutamia mielestämme merkittävimpiä eroavaisuuksia kyseisten yrittäjyysmuotojen välillä. Yksityisyrittäjyyden sekä franchising-yrittäjyyden kokonaisvaltainen vertailu vaatisi mielestämme oman tutkimuksen, mikä taas ei ole tutkimuksemme tarkoitus, joten kerromme ajatuksia herättävässä muodossa mielestämme merkittävimpiä eroavaisuuksia yrittäjyysmuotojen välillä.

Yrittäjyys vaatii ainakin yhden motivoituneen henkilön, hän etsii aktiivisesti tilaisuuksia liiketoiminnan kehittämiseen ja rakentaa organisaation. Perinteisessä mielessä yrittäjänä voidaan pitää henkilöä joka on kehittänyt liikeidean sekä kerännyt resurssit luodakseen menestyksekkään yrityksen. (Schaper – Volery 2007, 3–5.) Alkavan franchising-yrittäjän tie on suhteellisen helppo verrattuna alkavaan yksityisyrittäjään, sillä hänen puolestaan on jo valmiiksi ratkaistu tiettyjä yrityksen perustamisvaiheen ”kysymyksiä”. Aloittavan franchising-yrittäjän ei tarvitse kehitellä omaa liikeideaa, koska yrittäjä sitoutuu valmiiksi testattuun ja kehitettyyn konseptiin. Franchising-yrittäjä saa lukuisia etuja franchising-ketjulta, näitä ovat mm. koulutusmahdollisuudet, yhteinen markkinointi sekä valmiit ketjun tuotteet. Franchising-yrittäjän ei tarvitse uhrata aikaa eikä resursseja liiketilan etsimiseen ja toimitilojen sisustukseen. Nämä edellä mainitut asiat ovat sellaisia, joita aloittava yrittäjä joutuu miettimään aloittaessaan omaa yritystoimintaa.

Toisaalta, aloittava yksityisyrittäjä pystyy käyttämään omaa luovuuttaan esimerkiksi liikeideassa ja myytävissä tuotteissa, kun taas franchising-yrittäjä joutuu tiukasti noudattamaan ketjun konseptia ja näin ollen hänellä ei ole mahdollisuutta omien ideoiden toteuttamiseen. Tämä voi haitata sellaista franchising-yrittäjää, joka on tottunut vapaaseen, omien ideoiden luovaan toteuttamiseen.

Franchising-toiminnan aloittaminen on rahallisesti usein edullisempaa kuin yksityisyrittäjyksen perustaminen, toisaalta, yrittäjäksi haluaville on saatavilla monenlaista apua ja tukea, eri tahot, mm. ELY – keskuskeskukset, uusyrityskeskukset.

set jne. tarjoavat yrittäjyyttä harkitsevalle ilmaista neuvontaa. Nämä konsultaatiot ovat maksuttomia, yksilöllisiä sekä luottamuksellisia. Keskusten yritysneuvojat ovat alan ammattilaisia, joiden työ on arvioida aloittavien yrittäjien liikeideoita ja liiketoimintasuunnitelmia. Yritysneuvojilta saa myös tärkeää tietoa käytännön asioista sekä neuvoja rahoituksen hakemiseen. Hyvä liiketoimintasuunnitelma on yrityksen perustamisvaiheessa elintärkeä vaihe, sillä siinä hahmotellaan taloudelliset edellytykset ja se asettaa kannattavuuden reunaehdot. Usein yrittäjyysvaihtoehtoa miettivät ihmiset kokevat laskelmien tekemisen varsin hankalaksi. (Pyykkö 2011, 10–11.) Nämä edellä mainitut seikat yksityisyrittäjän tulee ratkaista itse jo ennen varsinaisen yrityksen perustamista, kun taas franchising-yrittäjänä yrittäjä saa kaiken valmiina itselleen.

Franchising-yrittäjän valitsee ketju itse, mutta yksityisyrittäjä voi itse päättää, perustaako hän yrityksen yksin vai yhdessä jonkun kanssa. Eroavaisuuksia löytyy myös hankinnoissa, sillä yksityisyrittäjä päättää itse yhteistyökumppanit, eli raaka-ainetoimittajat sekä muut alihankkijat. Kyseisessä asiassa franchising-yrittäjä taas käyttää niitä alihankkijoita, joita ketju määrää. Yksityisyrittäjänä aloittaminen ei välttämättä ole helppoa, koska potentiaalinen asiakas on tuskin kuullut sinusta tai yrityksestäsi aikaisemmin. Kun tuntematon tyyppi soittaa tuntemattomasta yrityksestä, asian pitää olla todella painavaa, jotta asiakas kiinnostuisi asiasta. Ketjuyrittäjällä tilanne on usein toinen, sillä jos ketjuyrittäjä soittaa samalle asiakkaalle, asiakas on todennäköisesti kuullut yrityksestä jo aikaisemmin. (Pyykkö 2011, 28.) Tutkimuksessa on tuotu esille aikaisemmin franchising-yrittäjän edut ja haasteet. Nämä samat edut ja haasteet liittyvät myös yksityisyrittäjyyden aloittamiseen, joten yrittäjäksi haluava joutuu tarkkaan miettimään, kumman yrittäjyysmuodon hän valitsee.

4 FRANCHISING- SOPIMUS & SOPIMUKSIEN MERKITYS

4.1 Sopimuksen määritelmä

Franchising on kahden yrityksen välistä yhteistyötä, joka perustuu sopimukseen. Yhteistyön sisältö ja puitteet määritellään yhteisesti solmitussa, normaalisti määräaikaaisessa kirjallisessa sopimuksessa. Sopimuksen myötä

franchising-antaja luovuttaa franchising-ottajalle oikeuden käyttää omista maansa nimeä, tunnusta, liikeideaa – siis koko liiketoiminta malliaan. Sopimuksen myötä franchising-ottaja sitoutuu noudattamaan liiketoimintamallia sekä franchising-antajalta saatuja toimintaohjeita. Sopimuksessa määritellään myös franchising-antajalle velvollisuudet liittyen konseptin hallintaan ja kehittämiseen, yhteistyön johtamiseen, tukipalveluiden antamiseen ja koulutukseen. Franchising on yritysten välinen yhteistyömalli ja onkin suositeltavaa, että sopimuksen molemmat osapuolet ovat yrityksiä eikä yksityishenkilöitä. Franchising-sopimuksen osapuolet ovat elinkeinon harjoittajia ja näin ollen sopimuksessa sovelletaan liikejuridiikan säännöksiä. (Laakso 2005, 62–63.)

Esisopimus tehdään yleensä ennen varsinaista sopimusta, esisopimuksessa määritellään yleensä se, että yrittäjäksi hakeutuva on velvollinen allekirjoittamaan varsinaisen franchising-sopimuksen. Esisopimuksen yhteydessä allekirjoitetaan vaitiolovelvollisuussopimus ja tämä kannattaa ottaa huomioon koska vaikka lopullista franchising-sopimusta ei koskaan syntyisikään, yrittäjäksi hakeutunut ei saa kertoa mitään tietoonsa saamiaan liikesalaisuuksia. (Laakso 2001, 37.)

4.1.1 Franchising-sopimuksen kesto

Yritys toiminnan aloittaminen on aina suuripäätös, niin myös franchising-suhteen molemmille osapuolille. Osapuolet panostavat yhteistyön käynnistämiseen ja harjoittamiseen runsaasti fyysisiä ja henkisiä resursseja, joita ei saada takaisin lyhyellä aikavälillä. Sopimuksia ei koskaan solmita saatikka irtisanota hetken mielijohteesta, vaan kirjallisella sopimuksella osapuolet sitoutuvat pitkäkestoiseen yhteistyöhön. Franchising-sopimus on yleensä määräaikainen ja määräajat sovitaan erikseen perussopimuskaudelle sekä jatkosopimuskaudelle. Näin toimitaan siltä varalta, ettei jompikumpi haluakaan jatkaa yhteistyötä. (Laakso 2005, 64.)

Sopimuksien kesto vaihtelee franchising ketjujen välillä, Suomessa toimivien franchising-ketjujen sopimukset ovat perussopimuskaudeltaan 5-10 vuoden kestoisia. Sopimuksen pituus ratkaistaan aina tapauskohtaisesti, mutta ylei-

senä eettisten sääntöjen mukaisena ohjeena voidaan todeta, että sopimuksen peruskauden voimassaoloaika tulisi säätää niin pitkäksi, että franchising-ottajalla on realistiset mahdollisuudet saavuttaa liiketoiminnan perustavoitteet. Optimaalinen sopimusaika on syytä laskea liiketoiminnan tulosennusteista sekä vaadittavista alkuinvestoinneista molempien osapuolten näkökulmasta, arvioiden sitä myös yhteistyösuhteen kehittymisen näkökulmasta. (Laakso 2005, 65.)

Jatkosopimuskausi, eli mahdollinen sopimuksen jatkoaika määritellään yhteisellä sopimuksella. Vaikka franchising-sopimukset ovat yleensä määräaikaaisia, yhteistyöllä pyritään pitkään ja kestävään yhteistyösopimukseen. Hyvän kumppanin löydyttyä ei ole syytä lopettaa yhteistyötä muutoseikkojen vuoksi ja näin ollen sopimuksessa määritellään ehdot, joilla sopimusta jatketaan automaattisesti perussopimuskauden jälkeen, olettaen kummankin osapuolen haluavan jatkaa yhteistyötä. Sopimuksen jatkokaudet ovat normaalisti lyhyempiä kuin ensimmäinen sopimusjakso, jatkokaudet solmitaan usein 1-3 vuoden pituisiksi riippuen ketjusta. (Laakso 2005, 65–66.)

4.1.2 Franchising sopimuksen sisältö

Franchising-sopimus on yhteistyösopimus. Sopimus käsittää juridisesti tarkasteltuna kaksi keskeistä elementtiä: aineettomien oikeuksien (tavaramerkit, toiminimet), lisensioinnin sekä teknologian ja liiketoiminnallisen osaamisen siirron. Edellä mainitut termit muodostavat konseptin, eli liiketoimintamallin, joihin franchising-ottaja saa sopimuksella käyttöoikeuden. Franchising-sopimuksessa määritellään tarkoin, millä ehdoilla liiketoimintamallin käyttöoikeus annetaan franchising-ottajalle. Sopimuksessa määritellään myös, millä ehdoilla käyttöoikeus on voimassa. Sopimuksesta selviää luovutettavien oikeuksien lisäksi tyypillisesti myös molempien osapuolten toiminnalliset oikeudet ja velvollisuudet. Sopimus sisältää myös yhteistyön ehdot ja pelisäännöt. Sopimuksesta selviää myös yhteistyön päättämisen velvollisuudet seuraamuksineen. Sopimuksen mukaan franchising-antajan velvollisuus on toimia koko ketjun johtajana, kun taas franchising-ottajan velvollisuudet liittyvät tiiviisti konseptin mukaisen liiketoiminnan harjoittamiseen. Erityisenä franchising-sopimusten piirteenä on, että franchising-ottaja sitoutuu noudatta-

maan konseptia ja siihen liittyviä ohjeistuksia. Franchising-ottajan tulee olla myös valmis tietynlaisiin avoimuuden periaatteisiin. Avoimuuden periaatteet tarkoittavat mm. sitä, että franchising-antajalla on oikeus ja velvollisuus, selvittää se miten franchising-ottaja onnistuu liiketoiminnan johtamisessa. Edellä mainitusta asiasta johtuen franchising-ottajalla on erityinen raportointivelvollisuus franchising-antajalle. Sopimuksessa määritellään franchising-antajalle oikeus asiakirjoihin ja tiedostoihin, toisin sanoen franchising-antaja saa tutustua kaikkiin liiketoiminnan harjoittamista koskeviin asiakirjoihin. (Laakso 2005, 66 – 67.)

Franchising-sopimussuhteessa on aina kyse osaamisen siirrosta. Yhteisenä piirteenä kaikkien franchising-ketjujen sopimusten sisällölle on ankarat salassapitovelvollisuudet molemminpuolisesti. Erityisesti salassapitovelvollisuus koskee franchising-ottajaa. Sopimuksen mukaan salassapitovelvollisuus määritellään yleensä kestäväksi niin pitkään kuin luovutettava tieto ei ole yleisessä tiedossa, tämä voi tarkoittaa yrittäjälle koko elinikää. Sopimuksen salassapitovelvoitetta teräستetään ankarilla sakoilla ja vahingonkorvausvelvoitteilla. Sopimussakkojen ja vahingonkorvausvelvoitteiden määrät on määriteltävä sopimuksessa erikseen. Franchising-sopimuksessa tyypillinen pykälä on myös kilpailukiello, joka määrittelee konseptin mukaista ketjun jäsenten kanssa suoritettavaa kilpailevaa liiketoimintaa ja on voimassa usein myös sopimuksen päättymisen jälkeenkin. Tämä seikka kannattaa huomioida sopimusehtoja tehtäessä. (Laakso 2005, 67–68.)

Yleispäteviä franchising-sopimusmalleja ei ole olemassa, mutta kuitenkin ketjun sisällä toimivien yrittäjien sopimusten tulee kuitenkin aina olla sisällöltään samanlaisia. Poikkeuksena voidaan kuitenkin mainita se, että ketjulla saattaa olla käytössään useita eri sopimussukupolia eri aikaan liittyneille yrittäjille. Kun vanhemmat sopimukset umpeutuvat, ne tulisi korvata käytössä olevilla sopimuksilla. Erityistapauksissa voi olla perusteltua myöntää tietyille yrittäjille erityisiä poikkeuksia ketjun vakiosopimuksista. Sopimuspoikkeusten tulisi perustua objektiivisiin syihin, esimerkiksi maantieteellisen alueen erityisolosuhteisiin. (Laakso 2005, 67–68.)

Franchising-sopimuksen laatimiseen ja allekirjoittamiseen voi sisältyä merkittäviä riskejä. Tästä syystä kannattaa turvautua franchising-sopimukseen erikoistuneeseen asiantuntijaan. Franchising-suhteen sinetöivistä sopimuksista muodostuu yleensä pitkiä. Sopimuksen tulisi kuitenkin olla mahdollisimman selväkielisiä ja sisällöltään kattavia. Franchising-ottajalle tarkoitettu käsikirja tulisi aina olla liitteenä sopimuksessa. (Laakso 2005 67–68).

Tutkimuksen liitteenä on franchising-sopimuksen sisältö, johon on listattu sopimuksen yleisimmät asiat. Lista ei ole kuitenkaan kaiken kattava ja ei ole tarkoitettu malliksi sopimuksen tekoon. Lista ei ole kattava, koska franchising-toimintaa koskevaa lainsäädäntöä ei ole olemassa. Katso liite 1.

4.1.3 Franchising-sopimukseen liittyvät ongelmat

Sopimukseen liittyvät ongelmat ovat luonnollisia sopimussuhteisissa toimintamalleissa. Väistämättä eteen tulevat muutostilanteet aiheuttavat monesti tulkinta – ja muita ongelmia. Yritystoiminnan lopettaminen voi joskus olla franchising-ottajalle vaikeampaa kuin ns. perinteisellä yrittäjällä. Franchising -sopimuksen perushenki on sopia pitkäaikainen yhteistyösuhde, josta ei hetken mielijohteesta helposti irtauduta. Sopimuksen vuoksi myös yrityksen tai liiketoiminnan myyminen toiselle voi olla vaikeampaa, koska franchising-sopimusta ja siihen liittyviä oikeuksia ei voi siirtää kenelle tahansa. Tämä johtuu siitä, että franchising-antaja valitsee itse ketjuun uudet jäsenet ja siksi yrityksen myyntitilanteessakin uusi jäsen on hyväksyttävä franchising-antajalla. Lisää rajoitteita toiminnan lopettamiseen saattavat tuottaa myös kilpailurajoitteet, yhteistyön jälkeinen kilpaileva liiketoiminta on yleensä rajattua joksikin aikaa kuitenkin maksimissaan yhden vuoden ajaksi. (Laakso 2005 65–69.)

4.2 Franchising sopimukseen sisällön merkitys

Seuraavaksi kerromme elävän esimerkin kautta, miksi franchising-sopimukseen tulisi tutustua huolellisesti ennen sopimuksen allekirjoittamista. Esimerkkimme koskee R-kioski yrittäjää, artikkeli on julkaistu Lapin Kansa –lehdessä 17.7.2011.

Aloittaessaan R-kioski yrittäjyyden Rautakirja oli ottanut käyttöön järjestelmän, jossa yrittäjällä ei tarvinnut olla alkupääomaa yrittäjyyden aloittamiseen. Alkuvaraston sai Rautakirjalta lainaksi ja yrittäjä oli valmis paiskimaan töitä ja Rautakirja lupasi hoitaa kirjanpidon yrittäjän puolesta. Ensimmäinen vuosi R-kioski yrittäjällä meni hyvin, mutta kun tuli tilinpäätöksen aika ymmärsi yrittäjä, ettei yrittämisestä jää itselle yhtään mitään käteen. Rautakirjan kanssa tehty sopimus oli laadittu useaksi vuodeksi ja mikäli sopimuksen halusi purkaa ennen määräaikaa, tulisi yrittäjän maksettavaksi kerralla runsaasti kuluja. Yrittäjälle ei jäänyt muuta mahdollisuutta kuin jatkaa yrittäjänä toimimista, sillä rahat eivät riittäisi aloitusmaksun maksamiseen kerralla, koska sopimus oli tehty 5 vuodeksi. Sopimuksen mukaan kioski piti pitää auki seitsemänä päivänä viikossa, vuoden jokaisena päivänä ja koska kioski oli auki 12 tuntia päivässä, työmäärä kasvoi niin suureksi, ettei elämässä jäänyt aikaa millekään muulle. (Lapin kansa 2011.)

Yrityksen tulos jäi kolmannekseen Rautakirjan laskelmasta, Maija sai kuukaudessa noin 2500 euron tuloutuksen, josta hänen piti maksaa kioskin sähkölasku, vakuutusmaksu, lehdet sekä työntekijän että oma palkka sosiaalikuuluineen. Vaikka työtuntien määrä oli valtava, yrittäjälle ei jäänyt käteen kuin 700 – 800 €/kk. Eniten vaikeuksia aiheutti Rautakirjan kanssa tehty sopimus, joka oli vedetty niin tiukalle kuin mahdollista ja tämän lisäksi R-kioskillä myytävien tuotteiden katteet ovat niin alhaiset, että riittävää tulosta on vaikea tehdä. (Lapin kansa 2011.)

Sopimuksen vuoksi yrittäjä ei voinut lopettaa yrittämistä, vaikka toiminta oli selvästi tappiollista ja henkilökohtainen elämä kärsi. Rautakirjan mukaan yrittäjä käytti liikaa ulkopuolista työvoimaa vaikka yrittäjä vietti suurimman osan ajastaan työpaikalla. Artikkelissa mainitaan, että useat R-kioskin yrittäjät ovat jääneet tappiollisiksi. Mikäli toiminta on ollut tappiollista useilla paikkakunnilla, mielestämme Rautakirjan olisi kannattanut pienentää sopimukseen liittyviä maksuja, jolloin yrittäjät olisivat voineet jatkaa liiketoimintaa.

Pyykön (2011) mukaan mikäli harkitset yrittäjyyttä franchising-muodossa, sinun täytyy osata arvioida liiketoimintamallia sekä ketjutoimintaa järkevästi, koska on olemassa erilaisia ketjuyrittäjyysmalleja joista parhaissa voitot ja-

kautuvat oikeudenmukaisesti, paitsi ketjun mutta myös yksittäisen yrittäjän kannalta. Toisissa taas franchising-mallit jakavat voitot epäsymmetrisesti ainakin yksittäisen yrittäjän näkökulmasta. (Pyykkö 2011, 28.)

Kun sopimuskausi oli kulunut loppuun, yrittäjä irtisanoi kioskisopimuksensa ja sopimuksen päätyttyä tasattiin varasto. Yrittäjä lunasti osan tuotteista itselleen ja osan hän myi alennuksella pois. Yrittäjän loppusaldo 3 vuoden kioskiyrittäjyydestä oli lähes 20 000 € velka Rautakirjalle. Yrittäjän mielestä sopimukseen tutustuminen on todella tärkeää ja hän kehottaa ottamaan yhteyttä henkilöihin, jotka ovat aikaisemmin toimineet ketjun yrittäjänä. Sopimus kannattaa käyttää myös ammattilaisen luettavana ennen varsinaisen sopimuksen allekirjoittamista. (Lapin kansa 2011.)

Suomisen mukaan franchising-sopimus on franchising-antajan yksipuolisesti laatima, yksityiskohtainen ja ehdoiltaan tiukka. Koska sopimus on merkittävä yrittäjän kannalta, yrittäjän on syytä selvittää itselleen ennen sopimuksen allekirjoittamista huolellisesti, mitä sopimustekstit tarkalleen tarkoittavat. Asiantuntevan lakimiehen avulla yrittäjälle selviää sopimukseen sisältyvät velvollisuudet ja mahdolliset riskit, vaikkakin sopimusehdoista ei yleensä voi neuvotella. Lakimiehen on syytä olla perehtynyt franchising-toimintaan ja sen sopimuskäytäntöihin. Artikkelista saa sen käsityksen, että R-kioski yrittäjä ei ole ymmärtänyt sopimuksen sisältöä riittävän hyvin sopimuksen allekirjoitusvaiheessa. (Suominen 2011, 18.)

Franchising-sopimuksessa on tärkeää, että se on kohtuullinen ja että kaikki oikeudet ja velvollisuudet määritellään yksiselitteisesti, maksuvelvollisuuksien tulee perustua selkeisiin sopimusmääräyksiin. Ennen kuin yrittäjä allekirjoittaa sopimuksen hänen tulee saada täsmällinen käsitys kokonaisinvestoinnin suuruudesta kuten myös liikevaihto ja katerakenteesta. Sopimuksessa tulee selkeästi lukea tukipalveluiden laatu ja saatavuus. Mikäli konseptiin liittyy franchising-antajan tuotteiden jälleenmyyntiä, sopimuksesta tulee ilmetä tuotteiden hankinta ehdot ja hinnat. (Suominen 2011, 18.)

Franchising-sopimuksien sisällöt ovat laajuudeltaan pitkiä sekä pikkutarkkoja. Tutkimuksessamme käsitellään franchising-sopimusta, mutta todellisen ku-

van franchising-sopimusten sisällöstä saa Kauppa ja teollisuusministeriön raportista, jossa on käsitelty sopimuksen sisältöä jopa 30 sivun verran. Teollisuusministeriön raportin tavoitteena on antaa sopimusohjausta ja apuvälineitä yhteistyösopimusten tekemiseen sekä pyrkiä varmistamaan sopimusehtojen tasapuolisuutta ehkäisemällä kohtuuttomia sopimusehtoja. Raporttiin sisältyy ns. tarkistus – ja kysymyslista, jonka avulla franchising-ottaja voi arvioida laadittavan sopimuksen kokonaisuutta sekä sopimusmääräysten merkitystä. Raportti on laadittu auttamaan yritystoimintaa aloittavaa henkilöä. (Kauppa – ja teollisuusministeriö 2002.)

4.3 Franchising rahoitus

Franchising-yrittäjyys on lähtökohdiltaan aivan samanlaista yrittäjyyttä kuin ns. perinteinen yrittäjyyskin. Kaikenlainen yritystoiminta vaatii niin omaa kuin vierastakin pääomaa, franchising-yrittäjyys ei ole tästä poikkeus. Franchising-yrittäjyyden aloitus vaatii myös paljon alkuinvestointeja, sillä pääomaa tarvitaan mm. kalustoon, tiloihin, tavaravarastoon, markkinointiin, palkkoihin sekä tilan vuokriin. Franchising-yrittäjälle kuuluu näiden edellä mainittujen asioiden lisäksi myös ketjun liittymismaksut, oma palkka sekä alkukoulutuksen aikana vaadittava raha. Franchising-liiketoiminnan alkuinvestointitarpeet vaihtelevat ketjujen välillä, ajankohtaista tietoa alkuinvestointien määristä löytyy ketjujen katalogeista ja esitteistä. (Laakso 2005, 140–150.) Kotipizzan uusimmat yritystiedot tutkimuksen liitteenä josta löytyy alkuinvestointien määrät sekä muita tietoja yrityksen perustamiseen liittyen. Franchising-antaja ei tyypillisesti rahoita yrittäjiä mutta franchising-antaja tyypillisesti neuvoo, opastaa, välittää tai osallistuu rahoitusneuvotteluihin sekä rahoituksen suunnitteluun. (Franchising Suomessa 2011, 75.)

Siihen, miten aloittava yrittäjä järjestää rahoituksen toiminnan alkuvaiheessa vaikuttaa mm. oman pääoman ja vakuuksien muoto, rahoituskohteet, ketjun maine, yrittäjän taustat sekä toimenpiteet. Kun toiminnalle haetaan ulkopuolista rahoitusta, niin ratkaisut ovat aina tapauskohtaisia. Ulkoista rahoitusta voi hakea pankeilta ja Finnvera Oyj:ltä. (Laakso 2005, 151–152.)

Seuraavaksi on tuotu esille Finnveran roolia franchising-yrittäjien rahoituksessa. Franchising-periaatteella toimivat yritykset ovat Finnveralle tuttuja,

Finnvera voi rahoittaa ketjun yksittäistä yrittäjää tai emoyhtiötä. Finnvera rahoittaa franchising-yrittäjiä täysin samoin ehdoin kuin itsenäisiäkin yrittäjiä. Yritystoiminnan ja sen menestyksellisyyden arvioinnin lisäksi Finnveran yksittäisiin rahoituspäätöksiin vaikuttaa yrittäjän henkilökohtainen taloudellinen tilanne. Rahoituspäätöksiin vaikuttaa myös yrittäjän oma osaaminen, liikepaikan sijainti sekä alan kilpailutilanne. Finnvera voi ottaa rahoituspäätöksissään enemmän riskiä verrattuna pankkeihin tai muihin luotonantajiin, tämä tarkoittaa käytännössä sitä että aloittavan yrityksen vakuusvaatimukset ovat usein lievemmat. (Suomen franchising yhdistys 2011, 48–49.)

Rahoituskohteita franchising-periaatteella toimivissa ketjuyrityksissä voivat olla esimerkiksi ketjun liittymismaksut, liiketilat, laitteet, kalusteet, alkuvarastot tai toiminnan käynnistämiseen vaadittava käyttöpääoma. Yrittäjän oman rahoitusosuuden tulee olla riittävän suuri, vähintään 20 % lainan määrästä, jotta velkaosuus ei kasva yrittäjälle liian suureksi. Huomioitava asia on myös se että Finnverasta rahoitusta hakevan franchising-ottajan tulee olla valittu ketjun yrittäjäksi jo ennen myönteistä rahoituspäätöstä haettaessa. Hakijan luottotietojen tulee luonnollisesti olla kunnossa, rahoituksen myöntämisessä kiinnitetään erityistä huomiota liiketoimintasuunnitelmaan sekä budjettiennusteeseen, joka on laadittu yhdessä franchising-antajan ja ottajan välillä. Finnvera rahoittaa vuosittain noin 3500 aloittavaa yritystä ja rahoituksella myötävaikutetaan yli 10 000 työpaikan syntyyn. (Suomen franchising yhdistys 2011, 48–49.)

4.4 Franchising-yrittäjän kokonaisinvestointitarve

Franchising-yrittäjän kokonaisinvestointi sisältää kaikki uuden yrityksen käynnistämiseen vaadittavat alkuinvestoinnit, franchising-ottaja on yksin vastuussa kokonaisinvestoinnin rahoituksen järjestämisestä. Alkuinvestoinnit pitävät sisällään mm. liittymismaksun, joka on korvaus mm. yrittäjälle myönnettyistä oikeuksista, alkukoulutuksesta, sekä rekrytoinnista. Kokonaisinvestoinnin rahamäärä vaihtelee ketjukohtaisesti, on otettava myös huomioon että investoinnit ovat aina tapauskohtaisia ja ne vaihtelevat mm. yrityksen sijainti paikkakunnan perusteella. Kokonaisinvestointitarve ei sisällä yrityksen käyttöpääomaa, aloittavan franchising-ottajan kokonaispääomantarve koostuu

kokonaisinvestoinnin määrästä sekä käyttöpääomasta. (Franchising Suomessa 2011, 75.)

Käyttöpääoma tarkoittaa yrityksen juoksevaan liiketoimintaan liittyvän rahan määrää, käyttöpääomaksi lasketaan mm. yrityksen varastot sekä myyntisaamiset. Liiketoiminnan aloitusvaiheessa yrityksen menot kertyvät ennen tuottoa, joten tarvitaan niin sanottu alkukassa mikä on nimeltään käyttöpääoma. Kokonaisinvestointi sisältää ketjun liittymismaksun, joka on kertaluonteinen ja sitä ei palauteta. Liittymismaksu peritään franchising-ottajalta toiminnan alkuvaiheessa heti sopimuksen solmimisen jälkeen. (Franchising Suomessa 2011, 75.)

Edellä mainittujen maksujen lisäksi franchising-ottaja maksaa jatkuvia maksuja, joihin kuuluvat mm. yhteistyömaksu, markkinointi ja mainontamaksu sekä mahdolliset muut maksut, kuten esimerkiksi korvaus atk-järjestelmistä. Yhteistyömaksu sisältää franchising-antajan tarjoaman tukitoiminnan sekä liiketoimintamallin hyödyntämisoikeudet. (Franchising Suomessa 2011, 75.)

5. FRANCHISING- YRITYSESITTELY

5.1 Kotipizza historia

Kotipizza Oyj on suomalainen, vuonna 1987 perustettu pizaravintolaketju, jolla on tällä hetkellä yli 270 myymälää yli 130 paikkakunnalla Suomessa, kotipizzan perustaja on Rabbe Grönblom. Kotipizzaketjun myymälöiden myynti vuonna 2009 oli 64,9 miljoonaa euroa. Melkein kaikki Suomen Kotipizza-myymälät ovat franchising-periaatteella toimivia itsenäisten franchising-yrittäjien johtamia myymälöitä. (Kotipizza 2011.)

Rabbe Grönblom myi pari vuotta sitten enemmistön pizzaketjustaan työntekijöilleen, mutta vuonna 2010 hän osti ketjun takaisin omaan ja perheensä omistukseen. Kotipizzan perustaja Rabbe Grönblom osti takaisin 53 prosenttia Kotipizza Oyj:n osakekannasta. Pari vuotta sitten Grönblom myi enemmistön osakekannasta työntekijöilleen Kari Leppilahdelle, Heikki Sikströmille, Tapio Poudalle ja Timo Jalolle sekä yhtiön hallituksessa työskennelleelle Kim

Hanslinille. Osakkeet ostettiin Four Toppings Oy:lle, vuonna 2010 Rabbe Grönblom osti osakkeet takaisin ostamalla Four Toppingsin. (Riitta Koski 2010.)

Yrityksen omistajuussuhde muuttui jälleen vuonna 2011, kun Rabbe Grönblom myi enemmistön osakekannastaan pääomasijoittaja Sentica Partnersille. Syynä myyntiin on Rabbe Grönblomin halu keskittyä tulevaisuudessa Omena – hotellien liiketoiminnan kehittämiseen Rabbe Grönblom jää yritykseen vähemmistöosakkaaksi viidenneksen osuudella Sentican omistaessa 75 % osakkeista ja loput viisi prosenttia omistaa toimiva johto. Yrityskaupan myötä Kotipizza saa lisää resursseja kehitykseen ja kansainvälistymiseen. (Taloussanomat 2011.)

Kotipizza Oyj kuuluu Ab R. Grönblom International Ltd -konserniin, jonka muut yhtiöt ovat Omena Hotellit Oy, Helsinki Foodstock Oy, Kotipizza Tilipalvelut Oy, Domipizza Oy ja RG Line Oy Ab. Konsernin yhteenlaskettu liikevaihto vuonna 2009 oli noin 57 miljoonaa euroa. Tarkemmat yritystiedot tutkimuksen liitteenä katso liite 2.

5.2 Tie Kotipizza yrittäjäksi

Kotipizzan mukaan se tarjoaa turvallisen tien yrittäjyyteen, sillä se tarjoaa uuden yrittäjän käyttöön testatun, kehittyneen ja toimivan liikeidean sekä herkulliset ja tunnetut tuotteet. Konsernilta saa paljon tietoa sekä jatkuvaa tukea yrittämiseen. Kotipizza kehittää jatkuvasti tuotteitaan, mikä parantaa Kotipizza-yrittäjien toimintaa ja kilpailukykyä. Kotipizza-yrittäjä voi hyödyntää konsernin osaamista ja samalla toimia kuitenkin täysin itselleen. Kotipizza-yrittäminen on vastikkeellista, eli Kotipizzalle suoritetaan joka kuukausi sopimuksessa määritelty franchising-maksu ja samalla uusi yrittäjä sitoutuu noudattamaan Kotipizzan toimintaohjeita. Kotipizza-ketju etsii jatkuvasti uusia yrittäjiä joukkoonsa. Uudeksi yrittäjäksi alkamisen aikana sekä varsinaisen hakuprosessin aikana uusi yrittäjä saa kattavan tietopaketin Kotipizzan toimintamallista, jonka perusteella voi arvioida Kotipizza-ketjun vahvuuksia. Pitkän yrityshistorian ja saadun kokemuksen ansiosta Kotipizza tietää, millaisia ominaisuuksia menestyvällä yrittäjällä täytyy olla, Kotipizza arvioikin hakijoiden kyvyt tarkkaan ennen varsinaisen franchising-sopimuksen solmimista.

Uudelle yrittäjälle annetaan samalla mahdollisuus tutustua Kotipizzan toimintamalliin monipuolisesti ennen lopullista päätöksentekoa. Franchising-ketjuyrittäjyys mahdollistaa laajamittaisen tiedon ja kokemusten vaihdon. Aloittava yrittäjä voi välttää turhat virheet, koska tarvittavaa tietoa on aina saatavilla. Lisäksi taloudellinen riski on huomattavasti pienempi kuin ketjuihin kuulumattomilla yrittäjillä. (Kotipizza 26.4.2011.)

Kotipizza-yrittäjyys alkaa perusteellisella koulutuksella. Koulutukseen sisältyy monipuolista teoriaopetusta ja käytännön harjoittelua Kotipizza-konsernissa. Moniin kotipizzan koulutusohjelmiin sisältyy virallinen valtakunnallinen tutkinto, kuten myynnin tai yrittäjän ammattitutkinto. Kotipizza-opistossa on mahdollisuus suorittaa mittava Kotipizza-yrittäjän BDA- johtamiskoulutusohjelma. (Kotipizza 26.4.2011.)

5.3 Kotipizza yrittäjyyden hyvät puolet

Aloittava Kotipizza yrittäjä saa konsernin sanojen mukaan vahvaa taustatukea muun muassa yrityksen perustamiseen, toiminnan ylläpitämiseen ja raaka-ainehankintoihin saaden tuekseen yli 20 vuoden ainutlaatuisen kokemuksen Kotipizza-konsernin puolelta. Yrittäjälle annetaan perusteellinen koulutus jo ennen varsinaisen yrittämisen aloittamista. Uusi yrittäjä saa käyttöönsä Suomen ykkös-pizzamerkin, koko Suomen tuntemaa Kotipizzaa on helppo ja mukava myydä. Kotipizza konserni tarjoaa hyvät jatkokoulutus mahdollisuudet, Kotipizza järjestää yrittäjille myös säännöllisesti erilaisia koulutuspäiviä. Kotipizza konserni tarjoaa jatkuvasti neuvoja ja tukea rahoitus- järjestelyissä, näin ollen uusi yrittäjä saa keskittyä täysin omaan toimintaansa. Kotipizza Tilipalvelu Oy hoitaa paperiasiat uuden yrittäjän puolesta ja tämän lisäksi yrittäjä saa tehokasta valtakunnallista ja paikallista näkyvyyttä monipuolisen mainonnan ja markkinoinnin kautta. Ryhtymällä Kotipizza yrittäjäksi uusi yrittäjä saa mahdollisuuden itsenäisyyteen, yrittäjällä on mahdollisuus vaikuttaa omiin asioihinsa, vapaa-aikaan ja oman elämänsä laatuun. Ennen kaikkea uusi yrittäjä saa arvostetun ketjun tuen eikä jää pulmiensa kanssa yksin (Kotipizza 26.4.2011.) Edellä mainittu kappale on kerätty Kotipizza-konsernin Internet-sivuilta. Olisi ollut mielenkiintoista haastatella yrittäjiä ja saada heiltä tietoa siitä, kuinka hyvin edellä mainitut asiat toteutuvat käytännössä ja miten he ovat kokeneet Kotipizza-yrittäjyyden aloittamisen.

5.4 Kotipizza kouluttaa

Pitääkseen yllä ketjun jäsenten kilpailukykyä franchising-antaja tekee jatkuvasti tuote – ja konseptin kehitystyötä. Tästä johtuen jokaisella ketjulla pitää olla alkukoulutuksen lisäksi toimiva jatkokoulutusmalli, jolla ketjun jäsenten kilpailukykyä ylläpidetään. Aloittavan yrittäjän kannattaa selvittää, millainen koulutusmalli kullakin ketjulla on. Tärkeää on selvittää myös koulutuksen tavoitteet ja miten koulutus toteutetaan. Tämä tieto on tärkeää aloittavalle yrittäjälle, koska koulutukseen osallistuminen merkitsee rajoitteita jokapäiväisen työn tekemiseen. Koulutukseen osallistumisperiaatteet kannattaa selvittää, koska koulutuksesta voi koitua ylimääräisiä kustannuksia. Koulutukseen osallistuminen on yleensä ketjun yrittäjille pakollista toimintaa, vaikka franchising-maksut kattavat koulutuksesta aiheutuvat järjestelykulut. Yrittäjälle itselle jää maksettavaksi usein matka, -majoitus yms. kulut. Franchising-toimintaan liittyvä erityiskoulutus on yleensä myös erillisillä maksuilla katettavaa. (Laakso 2005, 140–141.)

Franchising-toiminnan yleisten eettisten sääntöjen mukaan franchising-antajan velvollisuus on tarjota alkukoulutus kaikille ketjun franchising-ottajille. Franchising-antajan tehtävänä on kouluttaa kaikki aloittavat franchising-ottajat. Koulutuksen johdosta franchising-yrittäjien osaaminen on jatkuvasti ajan tasalla. Yrittäjäkoulutukseen panostamisella on monissa tutkimuksissa havaittu olevan keskeinen merkitys koko ketjun liiketoiminnalliseen menestykseen. Vaikka koulutus vaihtelee ketjuittain, voidaan koulutuksen sisältö jakaa 3 osa-alueeseen: tekniseen, konseptiin liittyvään sekä liiketoiminnalliseen koulutukseen. Franchising-antajan tarjoama koulutus tulee aina suorittaa kokonaisuudessaan läpi hyväksytysti. Franchising-antaja määrittelee osaamisen tason sekä läpäisyvaatimukset. Koulutuksen läpäiseminen on tärkeää molempien osapuolten kannalta. (Laakso 2005, 79–80.)

Jatkokoulutus on tärkeä osa franchising-ottajien arkipäivää ja se aloitetaan usein heti liiketoiminnan ensimmäisestä päivästä lähtien esimerkiksi hands – on konsultoinnilla, jossa franchising-antajan edustaja on paikalla varmistamassa, että kaikki aloittamiseen liittyvät toimenpiteet onnistuvat. Jatkokoulutusta tehdään jatkuvasti monessa eri muodossa, näitä ovat mm. lähiopetus-

päivät, yhteiskoulutustilaisuudet, etäopiskelu ja itsenäinen ohjattu harjoittelu. Jatkokoulutuksella varmistetaan yrittäjille mm. se, että heillä on koko ajan käytettävissä viimeisin osaaminen ja uusimmat tiedot konseptin mukaisesta liiketoiminnasta. Pääosin suomalaisissa ketjuissa jatkokoulutus on 2 kertaa vuodessa toteutettavia lähiopetustilaisuuksia, joiden sisältö muodostuu ketjua koskevista aiheista. Näitä voivat olla mm. vuosittaiset yrittäjäpäivät. Useilla kehittyneillä franchising-antajaorganisaatioilla on omia koulutuskeskuksia Suomessa. Esimerkiksi Kotipizza-ketjulla on oma, jatkuvasti toimiva Kotipizza – opisto. (Laakso 2005, 82–83.)

6 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää aikuisrestonomiopiskelijoiden käsitystä franchising-yritysmuodosta. Tutkimuksessa selvitetään myös restonomien halukkuutta ryhtyä franchising-yrittäjäksi. Kyseisen tutkimuksen menetelmäksi sopi parhaiten kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä sekä eri asioiden välisiä riippuvaisuuksia. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan tutkia myös ilmiöissä tapahtuneita muutoksia, joka edellyttää riittävän suurta otantamäärää. Kvantitatiivisen aineiston keruussa käytetään yleensä valmiita tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Tutkimuksen tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoiden ja kuvioiden avulla. Tutkimuksen avulla saadaan kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus vastaa kysymyksiin *mikä, missä, paljonko, kuinka usein*. Kvantitatiivisen tutkimuksen tiedot voidaan kerätä erilaisista tilastoista, rekistereistä tai tietokannoista, tiedot voidaan kerätä myös itse. (Heikkilä 2011, 16–18.)

Tutkimusaineiston keräämiseen on valittavissa joko kyselylomake, systemaattinen havainnointi tai valmiiden rekisterien ja tilastojen käyttö. Kyselylomake on yleisin määrällisessä tutkimuksessa käytetty aineiston keräämisen tapa. Kyselystä käytetään myös nimitystä *survey – tutkimus*, eli kysely on vakioitu. Vakioituminen tarkoittaa, että kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään samat kysymykset täsmälleen samalla tavalla. Kyselylomakepohjaisessa tutkimuksessa vastaaja lukee itse kirjallisesti esitetyn kysymyksen ja vastaa

siihen kirjallisesti. Tämän tyylinen aineiston keräämisen tapa soveltuu erinomaisesti suurelle ja hajallaan olevalle joukolle. Kyselylomaketutkimusta käytetään myös silloin, kun tutkimuksessa käsitellään arkaluontoisia asioita. Lomakkeen etu on siinä, että vastaaja jää aina tuntemattomaksi. Kyselylomakkeen tyypillinen haitta on, että riski vastausprosentin alhaisuuteen on suuri. Nykyään kyselylomake voidaan lähettää sähköpostitse, mutta sähköpostitse lähetettyyn kyselyyn liittyy omia huomioita otettavia asioita. Etukäteen on varmistettava, että vastaajat joilta tutkimustieto kerätään, on mahdollisuus sähköpostin tai Internetin käyttöön. Parhaiten sähköpostikysely toimii, kun vastaajat muodostuvat yritysten tai organisaatioiden jäsenistä. Tällöin luodaan kaikille vastaajille yhtäläiset mahdollisuudet vastata kyselylomakkeeseen. (Vilka 2009, 73–75.)

Tutkimuksen aineiston keräämisessä käytettiin sähköistä kyselylomaketta joka luotiin Webropol-ohjelmalla. Lomakkeen kysymykset laadittiin työn teoriaosan pohjalta sekä aikaisemman tutkimuksen avulla. Kysymyksissä 1-2 kysyttiin vastaajan taustatietoja, kysymykset 3-7 koskivat yrittäjyyttä. Kysymysten avulla pyrittiin myös selvittämään, kiinnostaako yrittäjyysuravaihtoehtona valmistuvia restonomeja. Suurin osa kysymyksistä, kysymykset 8-15 olivat väittämiä, joissa vastaajan tuli valita mielestään paras vaihtoehto. Väittämissä käytettiin 5-portaista asteikkoa ja kyselylomakkeessa oli myös avoimia kysymyksiä, joihin vastaajaa pyydettiin kirjoittamaan oma vastaus. Kysymykset käytiin läpi opinnäytetyöohjaajan Marja Lempiäisen kanssa, joka hyväksyi kysymykset joiden pohjalta laadittiin sähköinen kyselylomake.

Lomakkeen hyväksymisen jälkeen vastauslinkki lähetettiin Rovaniemen ammattikorkeakoulun aikuisopiskelijoille, vuosina 2007 – 2011 aloittaneille opiskelijoille. Vastausaikaa opiskelijoilla oli 10 päivää ja suurin osa vastauksista saatiin heti kyselyn lähettämisen jälkeen. Tutkimuksen tulokset koottiin lomakkeista manuaalisesti ja sen jälkeen vastauksista tehtiin Excel-ohjelman avulla kuviot. Ratkaisuun päädyttiin, koska vastaajien määrä ei ollut suuri ja spss -ohjelman opetteluun olisi mennyt liian paljon aikaa. Avointen kysymysten vastaukset on listattu siinä muodossa kuin ne on vastauslomakkeeseen

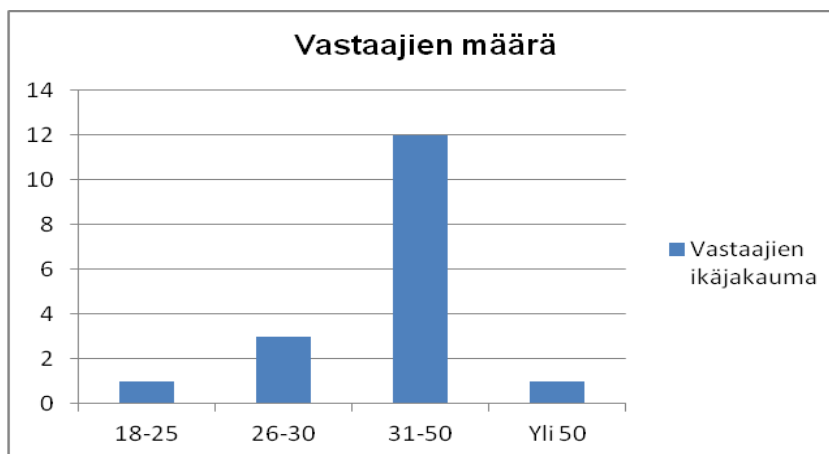
kirjoitettu. Tästä johtuen vastauksissa voi olla toistoa, mutta vastaukset ovat kuitenkin jokainen oma vastauksensa eikä niiden kirjoitusasua ole muokattu.

6.1 Tutkimuksen tulokset

Tutkimuksen vastausprosentti oli 20,7 %, potentiaalisia vastaajia oli 82 vastaajaa joista 17 vastasi kyselyyn. Kysely lähetettiin kaikille 117 aikuisopiskelijalle mutta kysely ei tavoittanut 35 oppilasta, koska heidän sähköpostinsa oli kyselyn lähettämisen aikana täynnä.

Seuraavaksi esittelemme tutkimuksen tulokset kysymyksittäin. Tutkimuksen tuloksia esitellessä vertaamme tutkimuksen tuloksia aikaisempaan työhön, jolloin selviää ero nuoriso – ja aikuisopiskelijoiden vastauksissa. Aikaisemmassa työssä ei käsitelty ollenkaan yksityisyrittäjyyttä, mutta otimme yksityisyrittäjyyden tutkimukseen mukaan, koska halusimme tietää ovatko aikuisopiskelijat kiinnostuneita yrittäjyydestä, ei pelkästään franchising-yrittäjyydestä. Mielestämme yksityisyrittäjyys kuuluu osana työhön koska vaikka franchising-yrittäjä on ns. itsenäinen yrittäjä, yksityisyrittäjän ja franchising-yrittäjän oikeudet ja velvollisuudet eroavat toisistaan. Lisäämällä yksityisyrittäjyyden tutkimukseen mukaan saamme kattavamman kuvan valmistuvien restonomien kiinnostuksesta yrittäjyyteen yleisellä tasolla.

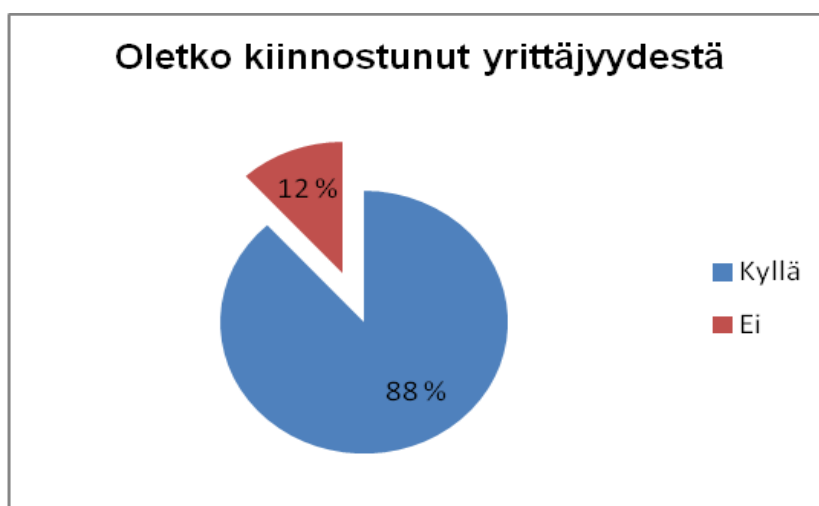
Tutkimuksen kysymyksissä 1 – 2 selvitimme vastaajien taustatietoja. Vastaajista naisia oli 15 kpl, joka on prosentteina 88,2. Miehiä kyselyyn vastasi 2 kpl, eli 11,8 %. Kyselyyn vastanneista suurin osa oli iältään 31 – 50 -vuotiaita.



Taulukko 3 tutkimuksen kysymyksen numero 1-2 vastaukset

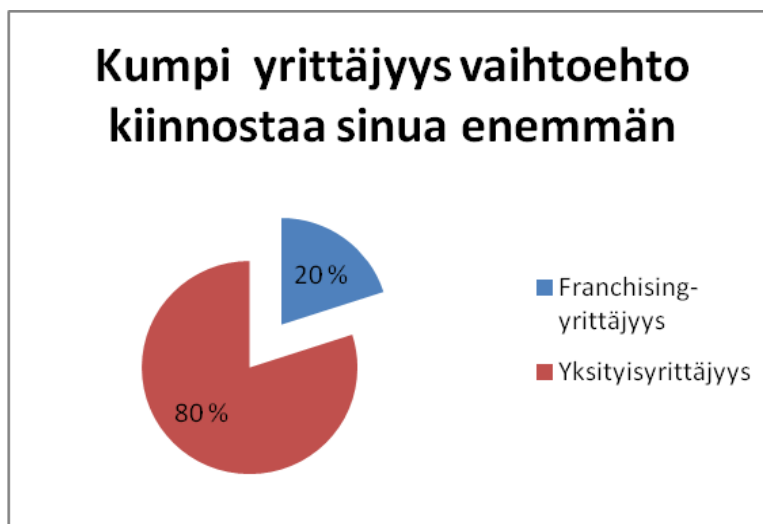
Kysymyksessä numero 3 kysyttiin sitä, onko vastaaja toiminut yrittäjänä aikaisemmin. Vastaajista 4 oli aikaisemmin toiminut yrittäjänä ja 13 ei ollut toiminut aikaisemmin yrittäjänä. Vastauksia kysymykseen saatiin yhteensä 17 kpl. Kysymyksessä ei kuitenkaan selvitetty vastaajan yrittäjätaustaa tarkemmin.

Kysymyksessä numero 4 selvitettiin vastaajien kiinnostusta yrittäjyyteen ja selvä enemmistö vastaajista, 15, oli kiinnostunut yleisesti yrittäjyydestä. 2 vastaajaa taas ei ollut kiinnostunut yrittäjyydestä ollenkaan. Enemmistön kiinnostusta yrittäjyyteen voidaan selittää vastaajien iän vuoksi, sillä aikuisopiskelijat ovat saaneet jo kokemusta työelämästä ja oman yrityksen perustaminen voi olla heille taloudellisesti helpompaa kuin nuorilla, valmistuvilla restonomeilla.



Taulukko 4 tutkimuksen kysymyksen numero 4 vastaukset

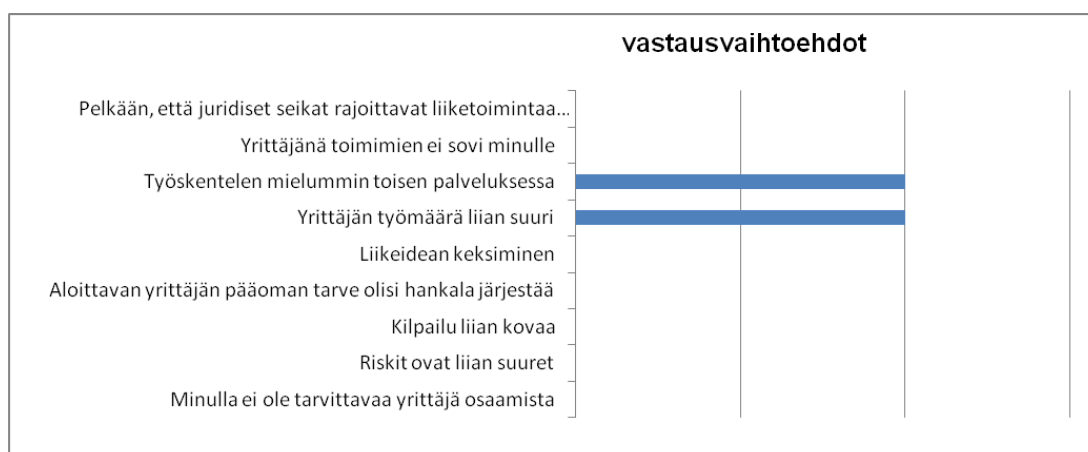
Kysymyksessä numero 5 yrittäjyydestä kiinnostuneilta kysyttiin, kumpi yrittäjämuoto, franchising vai yksityisyrittäjyys kiinnostaa vastaajaa enemmän. Kysymykseen vastasi 15, joista 12 oli kiinnostunut yksityisyrittäjyydestä ja vain 3 vastaajaa piti franchising-yrittäjämuotoa kiinnostavampana.



Taulukko 5 tutkimuksen kysymyksen numero 5 vastaukset

Franchising-yrittäjyys uravaihtoehto restonomeille - opinnäytetyössä saman kysymyksen tulos oli päinvastainen, sillä 17 vastaajasta 15 oli kiinnostunut franchising-yrittäjyydestä. Tutkimuksen mukaan nuoret restonomiopiskelijat kokivat franchising-yrittäjyyden riskit pienemmäksi kuin perinteisen yrittäjyyden. Franchising-yrittäjyyden aloittamisen helppous kiinnosti ensisijaisesti nuoria restonomi- opiskelijoita. Nuoret restonomi-opiskelijat ovat tutkimuksen mukaan helpommin sitoutuvia ketjuyrittäjyyteen, kun taas aikuisopiskelijat kokivat ketjuyrittäjyyden liian sitovaksi toiminnaksi.

Kysymyksessä numero 6 vastaajia pyydettiin valitsemaan valmiista väittämistä tärkeimmät syyt, miksi he eivät ole kiinnostuneita yrittäjyydestä. Vastauksia kysymykseen saatiin 2 kpl ja vastauksista ilmeni, että, vastaajat kokivat yrittäjän työmäärän liian suureksi ja he työskentelevät mieluummin toisen palveluksessa kuin omassa yrityksessä. Muihin vastausvaihtoehtoihin ei tullut vastauksia tässä kysymyksessä, vastausvaihtoehdot ilmenevät alla olevasta taulukosta.



Taulukko 6 tutkimuksen kysymyksen numero 6 vastaukset

Kysymyksessä numero 7 tutkittiin franchising-yritysmuotoa koskevia väittämiä. Vastaajaa pyydettiin valitsemaan vaihtoehdoista se, joka parhaiten vastaa omaa käsitystä, kysymykseen vastasi 16 opiskelijaa. Franchising-yrittäjyyden aloittaminen koettiin helpommaksi verrattuna perinteiseen yrittäjyyteen. Kysymyksessä väitettiin, ettei franchising-yrittäjä tarvitse aikaisempaa osaamista yrittäjyydestä, suurin osa vastaajista oli asiasta eri mieltä. Kuriosteettina voidaan pitää sitä, että franchising-yrittäjiltä ei vaadita aikaisempaa osaamista, jota ketjut myös markkinoivat värvätessään uusia yrittäjiä. Kuitenkin, kysyttäessä franchising-liiketoimintamallin periaatteista sekä franchising-yritysmuotoon liittyvistä riskeistä suurin osa vastaajista tiedosti yritysmuotoon liittyvät riskit. Ketjuun sitoutumiseen ja franchising-maksuihin liittyvät väittämät jakoivat mielipiteet tasan. Alla olevasta taulukosta ilmenee vastauksien määrät vastaajien kesken.

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa mieltä eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Franchising- yrittäjyys on helpompi aloittaa kuin perinteinen yrittäjyys	2	12	1	0	1
Franchising - yrittäjä ei tarvitse aikaisempaa osaamista yrittäjyydestä	1	3	4	8	0
Tunnen franchising- liiketoimintamallin periaatteet, sen tuomat mahdollisuudet ja riskit	1	10	2	3	0
Olen valmis maksamaan osaamisesta, valmiin konseptin ja brändin käytöstä sekä yhteistyöketjun jäsenyydestä	2	5	3	6	0
Pystyn sitoutumaan valmiiksi kehitettyyn konseptiin	1	6	3	5	1

Taulukko 7 tutkimuksen kysymyksen numero 7 vastaukset

Kysymyksessä numero 8 esitettiin franchising-yrittäjän ominaisuuksiin sekä osaamiseen liittyviä väittämiä. Vastaaajien tuli valita ne väittämät, jotka parhaiten vastasivat omaa käsitystä asiasta. Kysymykseen saatiin vastauksia 16 kappaletta. Tutkimukseen vastanneet olivat täysin samaa mieltä siitä, että yrittäjä tarvitsee hyvät asiakaspalvelutaidot ja että yrittäjällä tulee olla halu menestyä. Vastaaajat pitivät tärkeänä myös sitä, että yrittäjä tarvitsee hyvät liikkeenjohdolliset taidot sekä taloudellista ajattelukykyä toiminnassaan. Alla oleva taulukko havainnollistaa vastaukset tutkimuksessa esitettyihin väittämiin.

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa mieltä eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Franchising-yrittäjällä tulee olla halu menestyä	14	2	0	0	0
Franchising-yrittäjän tulee olla joustava toimenkuvassaan ja hänen tulee omata hyvät yhteistyötaidot	12	4	0	0	0
Franchising-yrittäjä tarvitsee hyvän koulutuksen	8	5	2	1	0
Franchising-yrittäjälle riskinottokyky on tärkeää	4	7	1	4	0
Franchising- yrittäjä tarvitsee hyvät asiakaspalvelutaidot	16	0	0	0	0
Franchising-yrittäjä tarvitsee hyvät liikkeenjohdolliset taidot sekä taloudellista ajattelukykyä	10	4	1	1	0

Taulukko 8 tutkimuksen kysymyksen numero 8 vastaukset

Aikaisemmassa tutkimuksessa suurin osa vastaajista piti myös hyvää koulutusta ja halua menestykseen tärkeänä tekijänä. Aikaisemman tutkimuksen vastaukset jakautuivat melko tasaisesti muiden väittämien osalta, eli suuria eroavaisuuksia yrittäjän ominaisuuksien arvioinnissa ei ollut aikuis- ja nuori-so-opiskelijoiden välillä. Yrittäjän osaamista koskevissa väittämissä asiakaspalvelutaidot sekä liikkeenjohdolliset taidot nousivat selvästi esiin myös aikaisemmassa nuorille tehdyssä tutkimuksessa.

Kysymyksessä numero 9 käsiteltiin franchising-yritysmuotoon liittyviä etuja, vastauksia kysymykseen saatiin 16 kpl. Vastaaajat pitivät tärkeänä ketjun tarjoamaa koulutusta sekä ketjun tukea rahoitukseen liittyvissä asioissa. Franchising-yrittäjyyden aloittamisen helppoutta pidettiin myös tärkeänä etuna.

Vastaajat pitivät tärkeänä myös ketjun jatkuvaa tukea yritystoiminnassa sekä ketjun luomia mahdollisuuksia mm. ostoetujen muodossa. Tilitoimistojen palveluita vastaajat pitivät melko tärkeänä. Erimielisyyttä vastaajien kesken tuottivat väittämät, jotka koskivat yrittäjän itsenäisyyttä sekä konseptin alaista toimintaa. Alla oleva taulukko havainnollistaa vastaukset tutkimuksessa esitettyihin väittämiin.

	Erittäin tärkeänä	Tärkeänä	En osaa sanoa	En tärkeänä	En ollenkaan tärkeänä
Franchising- ketju järjestää yrittäjille tarvittavan koulutuksen	12	4	0	0	0
Franchising- ketju antaa tukea rahoitukseen liittyvissä asioissa	8	7	1	0	0
Franchising - yrittäjyyden aloittamisen helppous	9	4	2	1	0
Franchising- ketju antaa valmiin konseptin	3	9	2	1	1
Franchising- ketjun luomat ostoedut, esimerkiksi raaka-ainehankinnoissa, koneissa ja laitteissa	8	3	4	1	0
Franchising- ketju tarjoaa tilitoimiston palvelut	4	7	3	2	0
Mainonta ja markkinointi järjestetään keskitetysti ketjun toimesta	5	9	2	0	0
Jatkuva tuki ketjun toimesta	10	5	1	0	0
Saat itsenäisyyttä, voit vaikuttaa omiin asioihisi, vapaa-aikaasi ja elämäsi laatuun	8	2	5	1	0
Franchising- yrittäjänä saat kollegoiksesi ammattitaitoisia yrittäjiä	3	7	5	0	0
Olet osa menestyvää joukkoa, joka tuntee käytännön yrittäjyyden sekä antaa toisilleen tietoa ja tukea	7	5	3	1	0

Taulukko 9 tutkimuksen kysymyksen numero 9 vastaukset

Kysymyksessä numero 10 esitettiin franchising-yritysmuotoon liittyviä haasteita väittämien muodossa. Vastaajien piti valita se väittämä, joka parhaiten vastasi omaa käsitystä. Vastauksia kysymykseen saatiin 16 kpl. Tulosten mukaan franchising- toimintamalli koettiin liian rajoittavana eikä franchising-liiketoiminta anna riittävästi tilaa luovuudelle. Franchising-maksujen koettiin asettavan haasteita yritystoiminnalle sekä vastaajien mielestä konseptia on haasteellista noudattaa. Suurin osa vastaajista koki, että franchising-sopimuksien kesto on liian pitkä. Franchising-yrittäjyyden lopettamista koskevassa kysymyksessä suurin osa vastaajista ei osannut vastata kysymykseen.

Edelle mainitusta asiasta voisimme päätellä, että franchising-liiketoiminnan lopettamiseen liittyvistä asioista ei ole tiedotettu julkisuudessa riittävästi.

Aikaisemmassa tutkimuksessa franchising-yrittäjyyden haasteita koskevista väittämistä toimintamallin rajoitteet ja franchising-maksut koettiin myös haasteelliseksi asiaksi uudelle yrittäjälle. Aikaisemmassa tutkimuksessa ei ole myöskään osattu ottaa kantaa franchising-yrittäjyyden lopettamiseen liittyvistä asioissa. Näin ollen tulokset nuoriso – ja aikuisopiskelijoiden välillä ovat hyvinkin samankaltaisia. Alla oleva taulukko havainnollistaa vastaukset tutkimuksessa esitettyihin väittämiin.

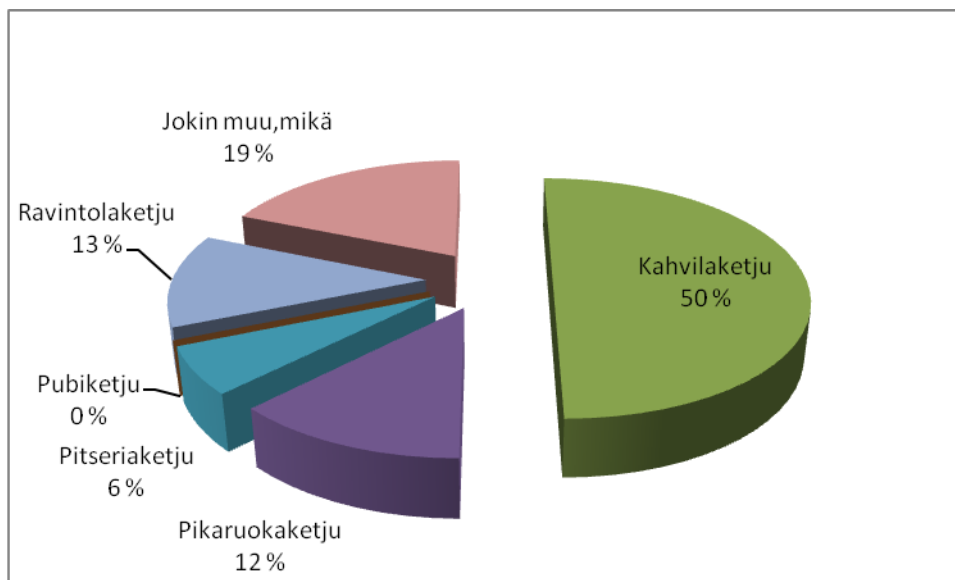
	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa mieltä eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Franchising- toimintamalli on rajoittava eikä anna tilaa luovuudelle	9	6	1	0	0
Franchisingmaksut asettavat haasteita yritystoiminnalle	12	3	1	0	0
Konseptia on haasteellista noudattaa	0	7	6	3	0
Franchising- yrittäjyyden lopettaminen on vaikeaa	2	5	9	0	0
Franchising-sopimuksien kesto on liian pitkä ja yrittäjä sitoutuu ketjuun usein jopa 10 vuodeksi	5	6	5	0	0
Franchising-liiketoimintamalliin sisältyy enemmän riskejä kuin yksityisyrittäjyyteen	1	3	6	5	1

Taulukko 10 tutkimuksen kysymyksen numero 10 vastaukset

Kysymyksessä numero 11 haluttiin selvittää, mikä franchising-ketjuista on kiinnostavin vaihtoehto. Vastauksia kysymykseen saatiin 16 kpl. Suurimman kiinnostuksen kohteena oli kahvilaketju, josta oli kiinnostunut puolet vastaajista. Pikaruokaketju sekä ravintolaketju herättivät myös kiinnostusta vastaajien kesken. Kyselylomakkeessa oli myös jokin muu, mikä – vaihtoehto, johon vastaaja sai itse kertoa kiinnostavan vaihtoehdon. Vastaajista 19 %, eli 3 vastaajaa valitsivat tämän vaihtoehdon, alla heidän vastauksensa muokkamattona.

- *Eryityskauppaan kuuluva ala*
- *Franchising-toimintamalli ei kiinnosta*
- *Matkailu*

Alla oleva taulukko havainnollistaa vastaukset tutkimuksessa esitettyihin väittämiin.



Taulukko 11 tutkimuksen kysymyksen numero 11 vastaukset

Aikaisemmassa tutkimuksessa kahvilaketjun suosio oli lähes yhtä suuri. Pikaruoketju ei saanut aikaisemmassa tutkimuksessa yhtä suurta mielenkiintoa aikaan, vastaajista vain 3 % olisi valinnut pikaruokaketjun. Mielenkiintoista on havaita, että siinä missä aikuisopiskelijoista ravintolaketjusta oli kiinnostunut 13 % vastaajista, nuoriso-opiskelijoista 29 % oli kiinnostunut ravintolaketjusta. Pubiketju ei herättänyt kiinnostusta aikuisopiskelijoiden joukossa, kun taas nuoriso-opiskelijoista 13 % oli kiinnostunut pubiketjusta. Aikaisemmassa tutkimuksessa pitseriaketjusta ei oltu lainkaan kiinnostuneita. Jokin muu, mikä - kysymyskohta sai kannatusta 6 %, mutta kukaan vastaajista ei osannut erikseen nimetä, mikä tämä vaihtoehto voisi olla.

Kysymyksessä numero 12 esitettiin joukko väittämiä, joihin vastaajien tuli vastata kyllä, ei tai en osaa sanoa – vaihtoehtojilla. Vastauksia kysymykseen saatiin 16 kpl. Suurin osa vastaajista ymmärsi, mitä franchising-liiketoimintamalli tarkoittaa ja mitä se pitää sisällään. Vastaajat myös kokivat, että franchising-yrittäjyys ei anna itsenäisyyttä yrittäjälle. Opiskelijoiden mielestä franchising-liiketoimintaan liittyvistä haasteista ei tiedoteta tarpeeksi julkisesti mediassa. Kyselystä käy ilmi myös se, etteivät opiskelijat osaa ottaa

kantaa ketjun määrien lisääntymiseen tulevaisuudessa tai siihen, työllistävätkö franchising-ketjut tulevaisuudessa enemmän ihmisiä. Alla oleva taulukko havainnollistaa vastaukset tutkimuksessa esitettyihin väittämiin.

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
Franchising-ketjujen määrä lisääntyy lähivuosina	5	1	10
Franchising-ketjut tulevat työllistämään entistä enemmän uusia yrittäjiä	8	0	8
Franchising-liiketoimintaan liittyviä haasteita ei tuoda tarpeeksi esille mediassa	13	1	2
Olen perehtynyt franchising-sopimuksien sisältöön	4	10	2
Olen valmis sitoutumaan ketjuyhteistyöhön tietäen, että kaikki ketjun sisällä tapahtuvat päätökset eivät välttämättä ole aina omaksi eduksi vaan päätöksillä haetaan kilpailuetua koko ketjulle	2	6	7
Ymmärrän, mitä franchising-liiketoimintamalli tarkoittaa	14	0	2
Franchising-yrittäjyys antaa itsenäisyyttä	0	12	4
Franchising-verkoston avulla yrittäjä saa pienemmällä työpanoksella suuremman edun kuin yksin toimiessaan	4	5	6

Taulukko 12 tutkimuksen kysymyksen numero 12 vastaukset

Aikaisemmasta tutkimuksesta käy ilmi, että nuoret opiskelijat ovat luottavaisempia siihen, että franchising-ketjujen määrä tulee lisääntymään lähivuosina ja että franchising-ketjut tarvitsevat uusia yrittäjiä / työntekijöitä myös tulevaisuudessa. Tätä asiaa voi selittää maailmantalouden paremmalla tilanteella vuonna 2009, toisaalta tutkimusten tulokset osoittavat että nuoret restonomi-opiskelijat olivat halukkaampia perustamaan franchising-yrityksen.

Kysymys numero 13 oli avoin kysymys, jossa kysyttiin miksi vastaaja on kiinnostunut franchising-yrittäjyydestä uravaihtoehtona. Kysymykseen saatiin vastauksia 7 kpl. Vastaajat pitivät franchising-yrittäjyyttä hyvänä vaihtoehtona, koska liiketoiminta on helppo aloittaa, liikeidea tulee valmiina jolloin yrittäjän on helppo aloittaa yritystoiminta. Alla kysymykseen vastanneiden vastaukset sellaisessa muodossa, kuin he ovat ne itse kirjoittaneet:

- Aloittamisen yksinkertaisuus

- *Helppo aloittaa yrittäjänä, tukiverkosto, koulutusmahdollisuudet, valmis liikeidea ja toimiva liikeidea*
- *Sen vuoksi että niillä on testattu ja toimiva konsepti. Itselläni oli liiketoimipaikan sijainti ja valmiin kahvilatilan kalleus vrt. kahvilan tuottoon*
- *yrittäjyys sinällään kiinnostaa, mutta ei franchising-yrittäjyys*
- *On helpompaa aloittaa jo tunnetusta asiasta, ihmiset tietävät tuotteen ja ovat valmiita maksamaan samanlaisesta tuotteesta myös uudessa paikassa.*
- *Ei kiinnosta*
- *Yrittämisen aloittamisen helppous, mainostus tulee valmiina ja valmis konsepti*

Aikaisemmassa tutkimuksessa vastaukset ovat hyvin samankaltaisia. Aloittamisen helppous ja helppo tapa kokeilla yrittäjyyttä nousivat nuorten restonomiopiskelijoiden joukossa myös esille.

Kysymys numero 14 oli avoin kysymys, jossa selvitettiin sitä, miksi vastaajat eivät ole kiinnostuneita franchising-yrittäjyydestä uravaihtoehtona. Vastauksia kysymykseen saatiin 9 kpl. Vastauksissa tulee selvästi esille se, että franchising-yrittäjyys koetaan liian sitovaksi toiminnaksi eikä yrittäjä pysty itse vaikuttamaan yritystoimintaan riittävästi. Vastaajat kokivat myös, että liiketoimintamalli itsessään rajoittaa toimintaa liikaa konsernin toimesta eivätkä vastaajat myöskään kokeneet taloudellisen hyödyn tulevan yrittäjälle itselleen, vaan taloudellisesti joku muu hyötyisi yrittäjää enemmän. Vastaajat kokivat myös sopimuskauden liian pitkäksi. Alla kysymykseen vastanneiden vastaukset sellaisessa muodossa, kuin he ovat ne itse kirjoittaneet:

- *Oman identiteetin myyminen ja omien voimien antaminen yksityisyrittäjänä pyramidin huipulla rahaa keräävälle lekottelijalle ei kiinnosta vähääkään.*
- *Ei pysty itse vaikuttamaan yritystoimintaan vaan käskyt tulevat etelä-suomesta pääkonttoreilta, esimerkiksi markkinointi yms. Ehkä joutuu olemaan liikaa muiden armoilla. Ei itse saa kaikkea päättää*
- *Liian valmis malli ja liikaa rajoittava liiketoimintatapa*
- *Ei ole vapautta päättää omista asioista, ei saa käyttää omaa luovuuttaan*
- *Haluan yrittäjänä kokea itsenäisyyttä ja luovuutta ja tämän hetkiselä tietopohjalla franchising ei luo niille edellytyksiä*

- *Siinä sitoutuu tiettyyn tapaan toimia ja joutuu itkemään niin kuin muut ovat päättäneet, rahat valuvat muiden taskuun*
- *Koska olisi hankala päästä kehittämään liiketoimintaa ja tuotteita itse*
- *Sitovuus ajallisesti, toiminnallisesti ja taloudellisesti arveluttavat. Joskus olen kuullut aika negatiivisia kokemuksia yrittäjän joutumisesta ahdinkoon, kun sopimuskautta ei ole voinut purkaa, vaikka yrityksen tulos on ollut heikko ja työmäärä hirvittävä. Ei ehkä sovi kaikille tämä yritysmuoto. Ajattelen, että voi sopia sellaiselle, joilla on vankka kokemus yrittäjyydestä ja sen suden kuo-
pista.*
- *Se sitoo liikaa eikä anna mahdollisuutta yksilöityä. Miksi vastausvaihtoehtoissa on, kiinnostaako franchising vai yksityisyrittäjyys ja kuitenkin kysymyksissä 7 – 12 ehdollistetaan ja oletetaan kiinnostavuus vain franchising-yrittämiseen. Eli jos vastaaja vastaa kiinnostuvan vain yksityisyrittäjyydestä, niin pitäisi olla vaihtoehto hypätä nuo kysymykset yli.*

Aikaisemmassa tutkimuksessa 9 vastaajaa 26:sta ei ollut kiinnostunut franchising-yrittäjyydestä. Franchising-yrittäjyyttä pidettiin liian sitovana, koska konseptille pitää olla uskollinen eikä voi luoda varsinaisesti mitään omaa. Franchising-liiketoiminnan kannattavuus yrittäjälle koettiin yhtenä tekijänä, miksi franchising-yritysmuoto ei kiinnosta. Tutkimuksen tulos tältä osin on samankaltainen nuoriso – ja aikuisopiskelijoiden välillä.

Kysymyksessä numero 15 pyydettiin valitsemaan valmiista väittämistä tärkeimmät syyt, miksi vastaaja haluaa perustaa oman yrityksen omalla konseptilla. Vaihtoehtoissa oli myös avoin kohta, johon vastaaja pystyi ilmoittamaan jonkin muun syyn yrittäjyyden aloittamiseen. Kysymykseen vastasi 14 oppilasta. Työskentely omassa yrityksessä, joka antaa mahdollisuuden oman toimialan kehittämiseen sai suurta kannatusta vastaajien keskuudessa. Vastaajat kokivat myös, että heidän liikeidea/yritysidea on erittäin hyvä, joten oman yrityksen perustaminen on järkevää eikä alan kilpailutilanne ole liian vaativa aloittavalle yrittäjälle. Mahdollisuus hankkia toimeentulo itse oli myös yksi tärkeänä pidetty tekijä oman yrityksen perustamiseen. Vaikka yrittäjän työmäärä on suuri, oman yrityksen avulla vastaajien mielestä voi vaikuttaa työn määrään ja laatuun. Perheyriksen jatkaminen ei saanut kannatusta, mutta harrastuksen kautta saatu osaaminen sai jonkin verran kannatusta. Koska perheyriksen jatkaminen ei saanut kannatusta, voimme päätellä että

vastaajat ovat kaikki perustamassa uutta yritystä. Alla kysymysvaihtoehto jokin muu syy, mikä - vastanneiden vastaukset sellaisessa muodossa, kuin he ovat ne itse kirjoittaneet:

- *Elämässä tulee olla haasteita ja ideani on haasteellinen, mutta erittäin kannattava. Tosin muutto ulkomaille edessä*
- *En halua omaa enkä franchising- yritystä*
- *Itsenäisyys kaikissa yritystä koskevissa päätöksissä*

6.2 Yhteenveto ja johtopäätökset

Työmme aiheena on franchising-yrittäjyys uravaihtoehtona valmistuvalle restonomille ja opinnäytetyöhön liittyvällä tutkimuksella oli tarkoitus selvittää aikuisrestonomi-opiskelijoiden kiinnostusta franchising-yrittäjyyteen ja heidän mielikuviaan franchising-yrittäjyydestä. Tutkimuksessa selvitettiin osittain myös restonomien halukkuutta alkaa yksityisyrittäjäksi ja tutkimukseen liitetyn kyselyn tulokset tukevat hyvin työn teoriaosuutta. Tutkimuksen mukaan franchising osataan määritellä hyvin ja opiskelijat tietävät, miten franchising-yritykset toimivat.

Vastaajat olivat väittämäkysymysten kohdalla melko yksimielisiä ja suurimmat erimielisyydet koskivat franchising-maksuja sekä konseptiin liittyvää toimintaa. Ristiriitaa vastauksissa oli, sillä vastaajat kokivat, että franchising-sopimuksien kesto on liian pitkä, mutta kysyttäessä franchising-sopimuksien sisällöstä 10 vastaajaa ei ollut niihin perehtynyt. Tutkimukseen osallistuneista suurin osa ei ollut toiminut yrittäjä aikaisemmin, mutta suurin osa oli kiinnostunut yleisellä tasolla yrittäjyydestä. Tutkimuksen tuloksen mukaan suurin osa vastaajista oli kuitenkin kiinnostunut yksityisyrittäjyydestä enemmän kuin franchising-yritysmuodosta.

Franchising-yrittäjien ominaisuuksista sekä osaamisesta kysyttäessä tärkeimpiä osa-alueita tutkimuksen mukaan olivat hyvät yhteistyötaidot, halu menestyä sekä ketjun tarjoama koulutus. Tutkimuksen tuloksissa nousivat erityisesti esille hyvät asiakaspalvelutaidot sekä hyvät liikkeenjohdolliset taidot. Tutkimuksen mukaan franchising-yrittäjyys koettiin helpompana tapana aloittaa yritystoiminta kuin perinteinen yrittäjyys. Kysyttäessä franchising-

yrittäjän aikaisemmasta koulutuksesta sekä osaamisesta on mielenkiintoista havaita, että vastaajat kokivat yrittäjän tarvitsevan aikaisempaa yrittäjäosaamista vaikka todellisuudessa franchising-yrittäjiltä ei vaadita aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä. Tutkimuksen mukaan franchising-yrittäjyyden etuina koettiin mm. valmis konsepti, ketjun tarjoama koulutus, yrittäjän saama rahoitustuki sekä neuvonta rahoitukseen liittyvissä asioissa. Vastaajat kokivat myös yrittämisen aloittamisen helpoksi ja tilitoimiston palvelut tärkeäksi. Tutkimuksen mukaan franchising-yrittäjyyden haasteina pidettiin mm. toiminnallisia rajoitteita, franchising-maksuja sekä valmiin konseptin noudattamista. Franchising-toiminnan lopettamiseen liittyvissä asioissa noin puolet vastaajista koki, että franchising-yrittäjyyden lopettaminen on vaikeaa ja puolet vastaajista ei osannut vastata yrittäjyyden lopettamista koskevaan kysymykseen ollenkaan. Kun kysyttiin, mikä franchising-ketju ravitsemusalaalla olisi kiinnostavin vaihtoehto yrittäjyyden kannalta, 50 % vastaajista piti kahvilaketjua kiinnostavimpana. Toiseksi kiinnostavimmat vaihtoehdot olivat ravintolaketju sekä pikaruokaketju.

Tutkimuksen avoimissa kysymyksissä kysyttiin, miksi franchising-yrittäjyys kiinnostaa uravaihtoehtona tai miksi franchising-yrittäjyys vaihtoehtoisesti ei kiinnosta. Ne jotka olivat kiinnostuneita franchising-yrittäjyydestä, mainitsivat syyksi yrittämisen aloittamisen helppouden, pienemmät riskit sekä valmiin konseptin tarjoamat edut tärkeimmiksi syiksi perustaa franchising-yritys. Tutkimuksen mukaan syitä, miksi franchising-yrittäjyys ei kiinnosta olivat mm. liian sitova konsepti, sopimuskauden pituus sekä franchising-maksut. Tutkimuksen mukaan tärkeimmät syyt miksi vastaajat haluavat perustaa oman yrityksen omalla konseptilla ovat mahdollisuus hankkia oma toimeentulo itse, mahdollisuus vaikuttaa yrittäjän työmäärään sekä mahdollisuus oman toimialan kehittämiseen. Vastaajien oma yritysidea koettiin niin hyväksi, että he kokevat oman yrityksen perustamisen järkevämmäksi vaihtoehdoksi verrattuna franchising-yrittäjyyteen.

6.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus tarkoittaa tulosten tarkkuutta. Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus muodostavat yhdessä tutkimuksen kokonaisluotettavuus-

den. Kun tutkittu otos edustaa perusjoukkoa ja mittaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta, tehdyn tutkimuksen kokonaisluotettavuutta voidaan pitää hyvänä. Tutkimuksen luotettavuutta voivat heikentää monet eri asiat tutkimuksen aikana. Satunnaisia virheitä voivat aiheuttaa esimerkiksi se, että vastaaja muistaa jonkin asian väärin tai ymmärtää kysymyksen asian eri tavalla kuin itse tutkija. Virheitä voi myös syntyä, jos vastaaja merkitsee vastauksen lomakkeeseen väärin tai tutkija tekee virheitä kysymyksiä analysoidessaan. Näiden virheiden vaikuttavuus tutkimukseen ei välttämättä ole kovin suuri ja tärkeintä on, että tutkija ottaa kantaa tutkimuksessa ilmenneisiin satunnaisvirheisiin. Näiden edellä mainittujen asioiden arviointi tehdään tutkimustekstissä. (Vilkka 2009, 161–162.)

Tutkimusta voidaan pitää luotettavana, koska kyselylomake lähetettiin kaikille Rovaniemen ammattikorkeakoulun aikuisrestonomiopiskelijoille, joita on 117 kappaletta, Potentiaalisia vastaajia kyselyyn saatiin 82kpl vastaajien määrä pieneni koska kysely ei tavoittanut 35 vastaajaa koska heidän sähköpostinsa oli täynnä kyselyn lähettämisen aikana, kyselyn vastausprosentti oli 27 %. Lomakkeen kysymykset tarkistettiin useaan kertaan ennen kyselyn lähettämistä. Kyselylomakkeeseen oli tarkoituksella jätetty avoimia kohtia, joihin vastaaja pystyi merkitsemään vastausvaihtoehdon myös itse. Tällä tavalla saimme tietoa myös sellaisista asioista, joita emme välttämättä olleet huomioineet kyselylomaketta tehtäessä. Kyselylomakkeen pohja luotiin sillä tavalla, että mahdollisten virhevastauksien määrä jäisi mahdollisimman pieneksi. Kyselylomakkeen avoimet kysymykset, auttoivat meitä tutkimuksen tekemisessä koska kysymysten avulla vastaajien oma mielipide saatiin paremmin esiin. Kaikille vastaajille annettiin sama aika vastata kyselyyn eikä kyselyä tämän jälkeen lähetetty uudelleen. Kyselylomakkeen vastaukset kerättiin Webropol – ohjelman raportointityökalun avulla, jonka jälkeen raportista luotiin Excel- taulukkolaskentaohjelman avulla lopulliset tilastot. Tällä tavalla mahdolliset analysointivirheet koskien vastauksia saatiin mahdollisimman pieneksi.

6.4 Tutkimuksen vertailu aikaisempaan tutkimukseen

Tutkimuksien tulokset ovat suurelta osin samankaltaisia nuoriso – ja aikuisopiskelijoiden välillä. Tutkimuksista ilmeni kuitenkin, että nuoriso-opiskelijat ovat halukkaampia toimimaan franchising-yrittäjänä kuin aikuisopiskelijat. Syynä voidaan pitää sitä, että aikuisopiskelijoilla löytyy enemmän tieto- taitoa kuin nuoriso-opiskelijoilla. Nuoriso-opiskelijat saattavat tarvita enemmän apua yrityksen perustamistoimissa ja liikkeenjohdollisissa asioissa, joita franchising-yrittäjänä toimivat myös saavat ketjun toimesta. Molemmissa tutkimuksissa koettiin franchising-toimintaan liittyvät edut ja haasteet samankaltaisesti, joten suuria eroavaisuuksia kysymyksien vastauksissa ei näiltä osin tutkimuksissa ollut. Nuoriso – opiskelijat ovat sisäistäneet paremmin sen, että aloittava franchising-yrittäjä ei tarvitse aikaisempaa osaamista yrittäjyydestä. Molemmissa tutkimuksissa on selvitetty vastaajilta sitä, mitä ominaisuuksia ja osaamista franchising-yrittäjältä vaaditaan. Nuoriso- ja aikuisopiskelijoiden vastaukset tältäkin osin ovat samankaltaisia. Eroavaisuuksia nuoriso – ja aikuisopiskelijoiden väliltä kuitenkin löytyy, sillä esimerkiksi kysyttäessä ravitsemusosalta kiinnostavaa franchising- ketjua, nuoret opiskelijat ovat kiinnostuneet enemmän pubi sekä ravintolaketjuista, kun taas pitseria – ja pikaruokaketjut eivät herättäneet kiinnostusta nuoriso-opiskelijoiden keskuudessa. Vastaavasti aikuisopiskelijoiden vastauksissa ilmeni kiinnostusta pika-ruoka – sekä pitseria- ja kahvilaketjuja kohtaan. Kahvilaketjujen kiinnostavuus on molemmissa tutkimuksissa yhtä suuri. Molempien kyselyiden vastausprosentti oli suhteellisen pieni, aikaisemmassa tutkimuksessa vastausprosentti oli 16,5 % ja meidän tutkimuksessa vastausprosentti oli 20,7 % kuitenkin tutkimuksista saadut tiedot ovat vertailukelpoisia keskenään.

7 Pohdinta

Franchising-toimintamallia on tutkittu paljon jo aikaisemmin. Työn alkuvaiheessa tarkoitus oli tutkia aloittavan franchising-yrittäjän ominaisuuksia ja työn oli tarkoitus keskittyä suurelta osin itse yrittäjään. Päädyimme tähän, koska pelkästään franchising-yrittäjään keskittyvää tutkimusta ei ole tehty riittävästi. Tutkimusluvan saamisen hankaluudet kuitenkin pakottivat meidät muuttamaan työmme aihetta, jolloin huomasimme Franchising-yrittäjäyysuravaihtoehto restonomille – tutkimuksen. Tutkimuksesta ilmeni jatkotutkimuksen tarve, joten päädyimme tekemään samankaltaisen tutkimuksen aikuisopiskelijoille. Jatkotutkimuksen tekeminen oli järkevä vaihtoehto, sillä meidän ei tarvinnut aloittaa opinnäytetyön tekemistä alusta saakka vaan pystyimme hyödyntämään jo kerättyä teoriaosaa. Työssä on kerrottu franchising-määritelmä sekä edut franchising-ottajalle ja näiden tekstikappaleiden sisällyksessä on tiettyä asioiden toistoa, mutta franchising-ottajan etujen kertominen vaati mielestämme franchising-määritelmän osittaista toistoa.

Tutkimuksemme avulla saimme selville, että nuoriso – ja aikuisopiskelijoiden välillä on jonkin verran eroavaisuuksia siinä, kuinka he tuntevat franchising-käsitteitä ja franchising-toimintaan liittyviä seikkoja. Merkittävin ero nuoriso – ja aikuisopiskelijoiden välillä on suhtautuminen franchising-yrittäjäksi alkamisessa, sillä nuoriso-opiskelijat ovat paljon halukkaampia perustamaan franchising-yrityksen kuin aikuisopiskelijat.

Mielestämme saimme tutkimuksen avulla vastauksia haluamiimme kysymyksiin ja pystyimme tekemään jatkotutkimuksen valitsemastamme aiheesta. Opinnäytetyö kaikista vaikeuksista ja mietintätätauoista huolimatta eteni lähes suunnitellun aikataulun mukaisesti. Tutkimuksen tekemisen kautta opimme paljon franchising-yritysmuodosta ja tutkimus osoitti myös sen, että franchising-yrittäjän tulee tarkoin perehtyä franchising-sopimuksien sisältöön ja toiminnan aloittamiseen liittyviin asioihin.

Olisi mielenkiintoista, mikäli joku tekisi tutkimuksen aloittaville franchising-yrittäjille ja tutkisi heidän kokemuksiin yrittämisen aloittamisen helppoudesta.

ta ja ketjun antamasta tuesta. Tutkimuksessa voitaisiin tuoda esille myös yrittäjien kokemien haasteiden merkitystä.

LÄHTEET

- Franchising Suomessa 2011. Suomen Franchising-Yhdistys ry. Helsinki: BBM Oy, Printall AS.
- Granström, R. – Karojärvi, I. –Tuunanen. M 2001. Franchising Suomessa. Porvoo: Itä-Uudenmaan paino Oy.
- Heikkilä, T. 2011. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Immonen, J. – Juurela, T. 2002. Kauppa – ja teollisuusministeriö. Raportti. Yritysten yhteistyö ja franchising-sopimusriskien hallinta ja sopimusohjaus. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Koski, R. 2010. Pohjalainen. Rabbe Grönbloom osti Kotipizzan takaisin. Osoitteessa.
<http://www.pohjalainen.fi/teemat/kulttuuriteematarticle.jsp?article=481307&image=0> 16.2.2010.
- Kotipizza Oy 2011. Kotipizza yrittäjäksi. osoitteessa
<http://rekry.kotipizza.fi/rekry/yritysjyys1.php> 26.4.2011.
- Laakso, H. 2001. Franchising-yritysjyys. Helsinki: Edita.
- Laakso, H.2005. Franchising malli yritysjyteen ja ketjunrakentamiseen. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Rissanen, T.2005. Yrittäjän käsikirja – Hyvällä palvelulla kannattavuutta ja kilpailukykyä. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö pohjantähti.
- Sharper, M. – Volery, T. 2007. Entrepreneurship and small business. Singapore: John Wiley & Sons Australia Ltd.
- Suomen franchising yhdistys Ry 2011. mikä franchising – franchising-käsitteet. Osoitteessa <http://www.franchising.fi/index.php?p=16> 26.4.2011.
- Suominen, P. 2011. Mitä kannattaa tarkastella franchising-sopimuksesta ennen sen allekirjoittamista. Franchisenews 1/2011. Pdf osoitteessa.
http://www.google.fi/#hl=fi&sugexp=kjrmc&cp=96&gs_id=ax&xhr=t&q=mit%C3%A4+kannattaa+tarkastella+franchisingsopimukset+ennen+sen+allekirjoittamista+%2B+pekka+suominen&pf=p&sclient=psy-ab&source=hp&pbx=1&oq=mit%C3%A4+kannattaa+tarkastella+franchisingsopimuksesta+ennen+sen+allekirjoittamista+%2B+pekka+suominen&aq=f&aqi=&aql=&gs_sm=&gs_upl=&fp=1&biw=1024&bih=667&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.,cf.osb&cad=b 26.10.2011.

Taloussanomat 2011. Kotipizza myytiin jo toisen kerran. osoitteessa
<http://uutisvirta.fi/uutiset/2824859-kotipizza-myytiin-ndash-jo-toisen-kerran?show=1>. 5.9.2011.

Vilkka, H. 2009. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino oy.

LIITTEET

Franchisingsopimuksen sisältö

Liite 1

Franchisingsopimuksen sisältö
1. Sopimuksen tarkoitus, sopimusosapuolet ja keskinäiset suhteet
2. Luovutettavat oikeudet ja niiden suoja
* Konseptin, teknologian, tieto-aidon sisältö ja käyttöoikeus (Viittaus käsikirjoihin)
* Patenttien, tavaramerkkien ja toiminimien hyödyntäminen ja suojele
* Tekijänoikeuskysymykset
3. Franchisingantajan oikeudet ja velvollisuudet
* Yhteistyön koordinointi, koulutus - ym. Palvelut franchisingottajalle
* Työnjako, franchisingantajan tehtävät
* Ketjumarkkinointiin liittyvät vastuut ja tehtävät
* Konseptin ja ketjujärjestelmän kehittäminen
* Seuranta ja valvonta
* Taloudelliset velvollisuudet (kannattavuus, maksuvalmius jne.)
4. Franchisingottajan oikeudet ja velvollisuudet
* Luovutettaviin oikeuksiin liittyvät (Konseptin noudattaminen ja brandin ylläpito)
* Yrityskuvan edistämiseen liittyvät (Laatu - ym. Velvollisuudet)
* Operatiiviseen toimintaan liittyvät;
(Yrityksen hoito, toimitilat, kalusto, työvälineet, henkilöstöpolitiikka, koulutus jne.)
* Ketju - ja paikallismarkkinointiin liittyvät
* Taloudelliset velvollisuudet (kannattavuus, maksuvalmius jne.)
* Seurantaan ja raportointiin liittyvät
5. Franchisingottajan toiminta-alue
* Alueen määrittely (Maantieteellinen, liiketoiminnallinen)
* Oikeudet ja velvollisuudet alueella
6. Franchisingmaksut
* Määrät, maksujen tarkoitus, suorittamisedot
7. Franchisingottajan talousraportointi
* Ohjeet kirjanpitoon ja seurantaan
* Tilintarkastus
* Raportointikäytäntö
8. Muiden asiakirjojen yhteys sopimukseen
* Liitteet ja viittaukset: Muut sopimukset, käsikirjat jne.
* Keskinäinen yhteys ja pätevyysjärjestys
9. Sopimusaika
10. Sopimuksen uusiminen, irtisanominen, purkaminen ja siirto
* Jatko perussopimuskauden jälkeen
* Yrityksen myynti
* Muutokset sopimusosapuolten tilanteessa
11. Kilpailukiello ja salassapito
12. Sopimussakko ja vahingonkorvausvelvoitteet
13. Force Majeure
14. Riitojen ratkaisu

Lähde: Franchising: Malli yrittäjyyteen ja ketjunrakentamiseen Henri Laakso 2005

Kotipizza yritystiedot kaavio

Liite 2

Kotipizza Oyj Satamaterminaali 2 Krs. / Pl. 6969 65101 Vaasa Puhelin 020 771 6700 Fax 020 771 6700 www.kotipizza.fi
Suomen Franchising-Yhdistyksen jäsenyys: Varsinainen jäsen
Franchiseantajayrityksen perustamisvuosi: 1987
Franchising aloitusvuosi: 1987
Franchiseketjun toiminnan kuvaus: Pizzamyymälät, pizzan valmistus ja myynti.
Franchiseketjun alkuperämaa: Suomi
Franchiseantajan omien yksiköiden määrä Suomessa: 6
Franchiseyrittäjien yksiköiden määrä Suomessa: n.274
Franchiseyrittäjien määrä Suomessa: n.259
Yksiköiden kokonaismäärä muissa maissa: 2
Franchiseyrittäjän kokonaisinvestointitarve (ei sisällä käyttöpääomaa): alk 70 000€
Liittymismaksu: 4 000€
Sopimusmaksu: 10 vuotta 12.000€ / 5 vuotta 10 000€
Yhteistyömaksu: 6,5 % myynnistä
Markkinointi ja mainontamaksu 4 % myynnistä
Muut maksut: 83,00 € / kk atk-järjestelmästä
Franchiseyrittäjäyksikön arvioitu liikevaihto: 1, vuonna: 200 000€
Alkuperäisen franchisesopimuksen kesto: 10 vuotta tai 5 vuotta
Franchiseyrittäjän profiili: Aktiivinen, yrittäjä-, palvelu- ja markkinointihenkilinen. Kaupallinen ja ravinto- la-alan koulutus ja kokemus eduksi, mutta ei välttämättömiä
Alkavan franchiseyrittäjän koulutus: Alkukoulutus, tulokoulutus, myymäläkoulutus ja valmennus, loppukoe, noin vuoden sisällä myymälän avauksesta alkaa myynnin ammattitutkinto
Franchiseyrittäjän jatkokoulutus: Palvelukoulutus, markkinointi, muut ajankohtaiset aiheet, BDA/YAT BDAP- RO
Franchisepaketti: Alkukoulutus; liike avaimet käteen – periaatteella konsepti; jatkokoulutusta yrittäjästä riippuen, jatkuva tuotekehitys sekä alue- päälliköiden tuki yrittäjälle, yhteismarkkinointi, ostoedut
Ajankohtainen franchiseyrittäjärekrytointitarve: Kyllä

(Suomen Franchising-Yhdistys 2011.)

Sähköisen kyselyn saate

Liite 3

Hei!

Olemme 2 Rovaniemen ammattikorkeakoulussa opiskelevaa restonomi opiskelijaa ja olemme tekemässä opinnäytetyötä Franchising – yrittäjyydestä.

Pyydämme sinua ystävällisesti vastaamaan seuraaviin kysymyksiin ja väittämiin. Vastaaminen kestää noin 5 minuuttia.

Kyselyyn pääset painamalla alla olevaa linkkiä:

<http://www.webropol.com/P.aspx?id=581923&cid=109730883>

Ystävällisin terveisin:

Antti Tomperi & Reijo Määttä

Franchising - yrittäjyys uravaihtoehtona

1) Sukupuoli

☐ Mies ☐ Nainen

2) Ikä

☐ 18 - 25 ☐ 26 - 30 ☐ 31 - 50 ☐ Yli 50

3) Oletko toiminut yrittäjä aikaisemmin?

☐ Kyllä ☐ Ei

4) Oletko kiinnostunut yrittäjyydestä?

☐ Kyllä ☐ Ei

5) Mikäli vastasit kysymykseen numero 4 KYLLÄ, kumpi yrittäjyys vaihtoehto kiinnostaa sinua enemmän?

☐ Franchising-yrittäjyys ☐ Yksityisyrittäjyys

6) Mikäli vastasit kysymykseen numero 4 EI, valitse seuraavista väittämistä tärkeimmät syyt miksi et ole kiinnostunut yrittäjyydestä

- ☐ Minulla ei ole tarvittavaa yrittäjäosaamista
- ☐ Riskit ovat liian suuret
- ☐ Kilpailu on liian kovaa
- ☐ Aloittavan yrittäjän pääoman tarve olisi hankala järjestää
- ☐ Liikeidean keksiminen
- ☐ Yrittäjän työmäärä on liian suuri
- ☐ Työskentelen mieluummin toisen palveluksessa
- ☐ Yrittäjä toimiminen ei sovi minulle
- ☐ Pelkään, että juridiset seikat rajoittavat liiketoimintaa liikaa
- ☐ Jokin muu syy

7) Seuraavassa on kuvattu franchising – yritysmuotoa koskevia väittämiä. Valitse vaihtoehdoista se, joka parhaiten vastaa omaa käsitystäsi.

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa mieltä eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Franchising – yrittäjyys on helpompi aloittaa kuin perinteinen yrittäjyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – yrittäjä ei tarvitse aikaisempaa osaamista yrittäjyydestä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunnen franchising – liiketoimintamallin periaatteet, sen tuomat mahdollisuudet ja riskit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen valmis maksamaan osaamisesta, valmiin konseptin ja brändin käytöstä sekä yhteistyöketjun jäsenyydestä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pystyn sitoutumaan valmiiksi kehitettyyn konseptiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8) Seuraavat väittämät koskevat Franchising – yrittäjän ominaisuuksia sekä osaamista. Valitse väittämistä se, joka parhaiten vastaa omaa käsitystäsi.

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa mieltä eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Franchising- yrittäjällä tulee olla halu menestyä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising- yrittäjän tulee olla joustava toimenkuvassaan ja hänen tulee omata hyvät yhteistyötaidot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising- yrittäjä tarvitsee hyvän koulutuksen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – yrittäjälle riskinotto kyky on tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – yrittäjä tarvitsee hyvät asiakaspalvelutaidot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – yrittäjä tarvitsee hyvät liikkeenjohdolliset taidot sekä taloudellista ajattelukykyä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9) Seuraavaksi on esitetty franchising – yritysmuotoon liittyviä etuja. Kuinka tärkeänä pidät alla olevia väittämiä.

	Erittäin tärkeänä	Tärkeänä	En osaa sanoa	En tärkeänä	En ollenkaan tärkeänä
Franchising – ketju järjestää yrittäjille tarvittavan koulutuksen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – ketju antaa tukea rahoitukseen liittyvissä asioissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – yrittäjyyden aloittamisen helppous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – ketju antaa valmiin konseptin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – ketjun luomat ostoedut, esimerkiksi raaka-ainehankinnoissa, koneissa ja laitteissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – ketju tarjoaa tilitoimiston palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mainonta ja markkinointi järjestetään keskitetysti ketjun toimesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jatkuva tuki ketjun toimesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saat itsenäisyyttä, voit itse vaikuttaa omiin asioihisi, vapaa-aikaasi ja elämäsi laatuun.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – yrittäjänä saat kollegoiksesi ammattitaitoisia yrittäjiä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olet osa menestyvää joukkoa, joka tuntee käytännön yrittäjyyden sekä antaa toisilleen tietoa ja tukea.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10) Seuraavaksi on esitetty franchising- yritysmuotoon liittyviä väittämiä. Valitse väittämistä se, joka parhaiten vastaa omaa käsitystäsi.

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa mieltä eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Franchising- toimintamalli on rajoittava eikä anna tilaa luovuudelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – maksut asettavat haasteita yritystoiminnalle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konseptia on haasteellista noudattaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – yrittäjyyden lopettaminen on vaikeaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – sopimuksien kesto on liian pitkä ja yrittäjä sitoutuu ketjuun usein jopa 10 vuodeksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – liiketoimintamalliin sisältyy enemmän riskejä kuin yksityisyrittäjyyteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11) Franchising – ketjuista ravitsemisalalla kiinnostavin vaihtoehto on

- ☐ Kahvilaketju
☐ Pikaruokaketju
☐ Pitseriaketju
☐ Pubiketju
☐ Ravintolaketju
☐ Jokin muu mikä?

12) Seuraavana on esitetty joukko väittämiä. Vastaa kyllä, Ei tai en osaa sanoa seuraaviin väittämiin

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
Franchising – ketjujen määrä lisääntyy lähivuosina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – ketjut tulevat työllistämään entistä enemmän uusia yrittäjiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – liiketoimintaan liittyviä haasteita ei tuoda tarpeeksi esille mediassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen perehtynyt franchising – sopimuksien sisältöön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen valmis sitoutumaan ketjuyhteistyöhön tietäen, että kaikki ketjun sisällä tapahtuvat päätökset eivät välttämättä ole aina omaksi edukseni vaan päätöksillä haetaan kilpailuetua koko ketjulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ymmärrän, mitä franchising – liiketoimintamalli tarkoittaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising – yrittäjyys antaa itsenäisyyttä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Franchising verkoston avulla yrittäjä saa pienemmällä työpanoksella suuremman edun kuin yksin toimiessaan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13) Franchising – yrittäjyys uravaihtoehtona kiinnostaa minua erityisesti koska:

14) Franchising – yrittäjyys uravaihtoehtona ei kiinnosta minua koska:**15) Valitse seuraavista väittämistä tärkeimmät syyt miksi haluat perustaa oman yrityksen omalla konseptilla.**

- ☐ Harrastuksen kautta saatu osaaminen yrittäjyyteen
- ☐ Liikeidea / yritysidea on erittäin hyvä joten oman yrityksen perustaminen on järkevää
- ☐ Toimialallani ei ole merkittävää kilpailua mahdollisuudet menestyä ovat mielestäni hyvät
- ☐ Oman yrityksen avulla saan mahdollisuuden hankkia toimeentulon itse
- ☐ Nykyinen työni ei ole riittävän haastavaa joten oman yrityksen kautta saan itselleni uusia haasteita
- ☐ Yrittäjän työmäärä on suuri mutta oman yrityksen avulla voin vaikuttaa työn määrään
- ☐ Työskentelen mieluummin omassa yrityksessä joka antaa mahdollisuuden toimialan kehittämiseen
- ☐ Perheyrittäjän jatkaminen
- ☐ Jokin muu syy

Kiitos vastauksestasi