

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous, Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinointi

Jani Sillanpää

FRANCHISINGYRITTÄJYYS R-KIOSKILLA

Opinnäytetyö 2011

Tiivistelmä

Jani Sillanpää

Franchisingyrittäjyys R-kioskilla, 36 sivua, 7 liitesivua

Saimaan ammattikorkeakoulu, Lappeenranta

Liiketalous

Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto

Opinnäytetyö 2011

Ohjaaja: Yliopettaja Pertti Mela

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tutkia R-kioskiyrittäjien mielipiteitä ja kokemuksia franchisingyrittäjänä toimimisesta. Tavoitteena on selvittää R-kioskiyrittäjyyden hyviä ja huonoja puolia kauppiaan näkökulmasta tarkasteltuna.

Kirjallisuusosassa käsitellään franchisingtoiminnan peruskäsitteitä ja franchisingtoimintaa Suomessa. Lisäksi selvitetään yrittäjyyden määritelmä, tutustutaan elämäntyyliyrittäjyyteen ja yrittäjän työssä jaksamiseen. Lähteinä on käytetty franchisingtoimintaan ja yrittäjyyteen liittyvää kirjallisuutta, lehtiartikkeleita sekä Internet-julkaisuja.

Empiriaosuuden tutkimus tehtiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja toteutettiin henkilökohtaisesti teemahaastattelulomakkeen avulla. Tavoitteena oli saada viidestä seitsemään vastausta. Tutkimukseen vastasi viisi R-kioskikauppiasta. Tulokset analysoitiin ja koottiin yhdeksi kokonaisuudeksi. Avointen kysymysten ansiosta jo viiden R-kioskiyrittäjän vastaukset riittävät antamaan tarpeeksi hyvän mielikuvan tämänhetkisestä tilanteesta.

Tuloksien perusteella voidaan todeta kauppiaiden olevan tyytymättömiä tämänhetkiseen tilanteeseen. Positiiviseksi puoleksi R-kioskiyrittäjyydessä nousi se, että R-kioski on tehty Suomessa hyvin tunnetuksi ja asiakkaat tietävät saavansa sieltä monipuolista palvelua. Tuloksista kävi myös ilmi, että huolestuttavan moni R-kioskiyrittäjä on aikeissa lopettaa kioskiyrittäjänä toimimisen. Kehitettäväksi asiaksi nousi se, miten kioskin ja ketjun yhteistyötä voitaisiin kehittää paremmaksi ja kuinka saada nykyiset R-kioskikauppiat unohtamaan ajatus kioskitoinnin lopettamisesta.

Asiasanat: Franchising, franchisingottaja, franchisingantaja, yrittäjä, elämäntyyliyrittäjä

Abstract

Jani Sillanpää

R-kiosk Franchises, 36 pages, 7 pages of appendices

Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta

Faculty of Business Administration

Degree Programme in Business Administration

Specialization in Marketing

Bachelor's thesis 2011

Instructor: Mr. Pertti Mela, Principal Lecturer

The purpose of the thesis was to research R-kiosk entrepreneurs' opinions about and experiences of operating as franchise entrepreneurs. The goal was to find the pros and cons of R-kiosk entrepreneurship from the entrepreneur's point of view.

The literature part deals with the basic concepts of franchised operations and franchise operations in Finland. In addition to explaining the definition of entrepreneurship, the report discusses lifestyle entrepreneurship and the entrepreneur's ability to cope at work. The theory part is based on literature, newspaper articles and Internet publications about franchising and entrepreneurship.

The empirical part was a qualitative study and it was carried out using a personal theme interview form. The goal was to get five to seven answers. Five R-kiosk entrepreneurs provided responses to the study questions. The results were analyzed and compiled into a single entity. Thanks to the open questions, five R-kiosk entrepreneurs were sufficient to provide enough information to give a good picture of the current situation.

Based on the results of the study it can be concluded that the entrepreneurs are dissatisfied with the current situation. On the positive side about R-kiosk entrepreneurship is the fact that R-kiosks are well known in Finland and the customers know that they get versatile services. The results also showed that an alarming number of R-kiosk entrepreneurs are planning to quit operating as a kiosk entrepreneur. The main question is how the co-operation between the R-kiosk and the franchise provider could be improved and how to persuade the current R-kiosk entrepreneurs to forget the idea of ending the entrepreneurship.

Keywords: Franchising, franchisee, franchiser, entrepreneur, lifestyle entrepreneur

Sisältö

1 Johdanto	5
2 Franchisingmääritelmä.....	8
2.1 Franchisingottaja, franchisingantaja	9
2.2 Franchising Suomessa	10
3 Franchisingyrittäjä.....	15
3.1. Yrittäjän määritelmä.....	15
3.2 Yrittäjäyys, oma juttu	16
3.3 Elämäntaitoa ja osaamista.....	19
3.4 Palauttavat toiminnot	21
4. R-Kioski.....	23
5. Tutkimus	24
5.1 Tutkimuksen tulokset.....	25
5.2 Tulosten analysointi.....	29
6. Loppupohdinta	32
Lähteet.....	36

Liitteet

Liite 1 Kysymyslomake

Liite 2 Vastajien lomakkeet

1 Johdanto

Franchisingyrittäjyyden suosio Suomessa on kasvamassa. Moni oman yrityksen perustamista suunnitteleva on saattanut harkita myös franchisingyrittäjäksi ryhtymistä. Se tarjoaakin hyvän vaihtoehdon yrittäjäksi aikovalle henkilölle, joka haluaa hyödyntää valmiiksi suunniteltua, toimivaksi todettua liikeideaa ja toimintamallia.

R-kioskiketju on R-kioski Oy:n omistama, ja se on yksi Suomen suurimmista franchising- periaatteella toimivista yrityksistä. R-kioskillalla on Suomessa useita satoja toimipisteitä, joista lähes puolet toimii yrittäjävetoisesti. Huolimatta siitä, että yrittäjät toiminnan aloittaessaan pääsevät käyttämään valmiiksi suunniteltua ja hyväksi todettua liikeideaa, franchisingyrittäjyydessä on omat haasteensa, joista pitäisi selvittää.

1.1 Aiheen tausta

Franchisingtoiminta Suomessa on kovassa kasvussa. Monet yritykset laajentavat toimintaansa franchisingperiaatteella kasvattaakseen markkinaosuuttaan. Varmasti moni yrittäjän elämästä haaveileva on saattanut harkita uraa franchisingyrittäjänä. Olen opiskeluaikana työskennellyt useammassa franchisingperiaatteella toimivassa yrityksessä, joista viimeisimpänä R-kioskillalla.

Idea aiheeseen syntyi siis omasta työpaikasta, R-kioskista. Olen harkinnut franchisingyrittäjäksi ryhtymistä, mikäli tarpeeksi kiinnostava yritys sattuisi löytymään. Vaihtoehtoisesti olisi myös mielenkiintoista kehittää oma liikeidea, jota pystyisi laajentamaan franchisingketjuksi. Halusinkin opinnäytetyön avulla selvittää, millaisena R-kioski kauppiaat pitävät ketjussa toimimista ja yrittämistä.

1.2 Tavoitteet

1. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää kirjallisuuden kautta franchisingliiketoiminnan peruskäsitteet sekä franchisingtoiminta Suomessa.
2. Selvittää kirjallisuuden kautta yrittäjyyden määritelmä ja avata käsitettä elämäntyyliyrittäjä.
3. Kartoittaa empiriaosuuden avulla R-kioskiyrittäjien mielipiteitä franchisingtoiminnasta.

1.3 Aiheenrajaus

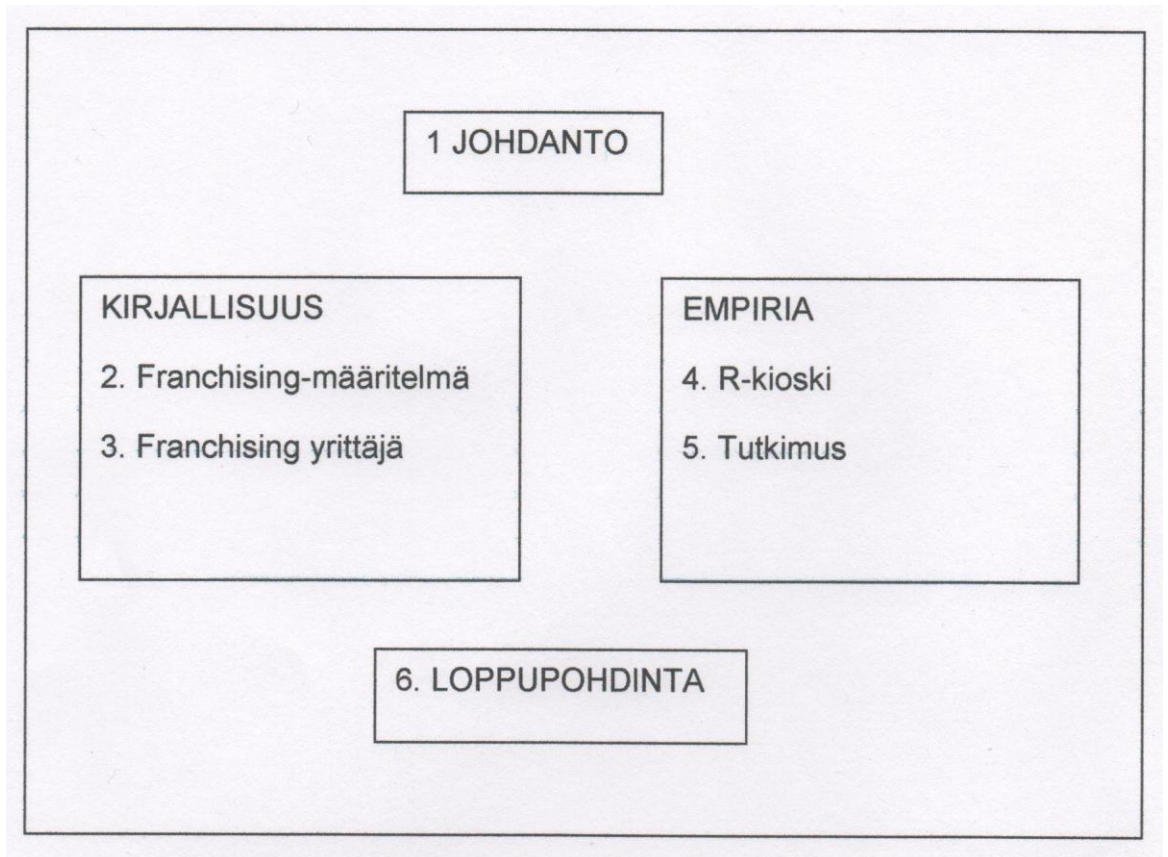
Tutkimuksessa keskityn tarkastelemaan franchisingtoimintaa vain R-kioskikauppioiden näkökulmasta. Tutkimus tarkoituksena on selvittää R-kioskikauppioiden mielipiteitä franchisingtoiminnasta heidän omien kokemustensa pohjalta.

1.4 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä käytän kvalitatiivista tutkimusta, jossa haastattelen viittä R-kioskikauppiasta. Valitsin laadullisen tutkimuksen siksi, että haluan saada mahdollisimman monipuolisia ja syvällisiä vastauksia, jotka pohjautuvat henkilöiden omiin henkilökohtaisiin kokemuksiin. Tutkimusta varten laadin teemahaastattelulomakkeen, jossa on kymmenen avointa kysymystä. Haastattelut tapahtuvat henkilökohtaisesti, mutta tarvittaessa jätän vastauslomakkeen kauppiaille, jos hän ei ehdi heti vastata kyselyyn.

1.5 Opinnäytetyön viitekehys

Opinnäytetyöni viitekehys kattaa kokonaisuudessaan kuusi osiota. Seuraavassa kuvassa (Kuva 1.) on esitelty opinnäytetyöni viitekehyyksen osiot:



Kuva 1 Opinnäytetyön viitekehys

Opinnäytetyön ensimmäisessä osassa, johdannossa lukijalle selvitetään työn tavoitteet, työn tausta ja rajataan aihealue.

Kirjallisuusosa käsitellään luvuissa kaksi ja kolme. Selvitetään, mitä franchising on ja miten se määritellään. Valaistetaan franchisingtoimintaa Suomessa ja sitä, miten sen suosio on edelleen kasvussa. Kolmannessa luvussa tarkastellaan franchisingyrittäjän määritelmää, yrittäjyyteen vetäviä ja työntäviä voimia, elämäntyyliyrittäjyyden käsitettä, työssä jaksamista ja työn rasituksesta palautumista.

Empiriaosassa esitellään R-kioski ja selitetään yrityksen taustaa ja toimintaa. Luvussa viisi esitellään tutkimus ja analysoidaan tutkimuksen tuloksia. Luvussa kuusi pohditaan saatuja tuloksia ja tehdään niiden pohjalta yhteenveto.

2 Franchising-määritelmä

Termi- franchising pohjautuu latinankieliseen sanaan Franco, joka tarkoittaa oikeutta. Franchising on kansainvälisesti käytetty ja tunnettu termi.(Mattila, Wathèn, Tommila, Rinkinen 1998, 25.)

Franchisingtoimintamalli voidaan määritellä monella eri tavalla, jotka eroavat jonkin verran toisistaan. Mattila ym. määrittelevät franchisingin kahdella eri tavalla:

Franchising on yhteistyöjärjestelmä tavaroiden tai palveluiden markkinointiin, missä yritys (franchise-antaja) sopimuksella liittää itseensä useita itsenäisesti omistettuja muita yrityksiä (franchise-ottaja), jotka toimivat yhdenmukaisesti ulospäin ja jossa franchise-antaja tarjoaa verkostolleen monentyyppisiä palveluja.

Sekä

Franchising on kahden itsenäisen yrityksen, franchise-antajan ja franchise-yrittäjän (yleensä useita) välistä, sopimukseen pohjautuvaa, pitkäaikaista yhteistyötä, jossa franchise-antaja luovuttaa franchise-yrittäjälle sovittua maksua vastaan oikeuden käyttää kehittämäänsä liiketoimintamallia suunnittelemiensa ja valvomiensa toimintaohjeiden mukaisesti.

Franchisingia kuvataan hyvin myös Suomen Franchising-yhdistyksen sivuilla:

Franchising on kahden oikeudellisesti ja taloudellisesti itsenäisen yrityksen, franchise-ottajan ja franchise-antajan pitkäaikaista sopimusperustaista yhteistyötä, jossa franchise-antaja siirtää taloudellista vastiketta vastaan franchise-ottajalle oikeuden käyttää ennalta määriteltujen ohjeiden mukaisesti sovittun ajan tietyllä alueella tai tietyssä paikassa hallitsemaansa liiketoimintakonseptia.

Franchisingista puhutaan usein harhaanjohtavasti toimialana, jota se ei ole. Franchising on muoto yrittäjyydelle ja liiketoiminnalle, jota hyödynnetään monilla eri toimialoilla. Lisäksi on syytä ottaa huomioon, että franchising ei liity miten-

kään verkostomarkkinointiin tai monitasomarkkinointiin eikä pyramidiorganisaatioon. (Suomen Franchising-yhdistys ry.)

Franchisingtoiminta luokitellaan kolmeen erilaiseen osa-alueeseen: Tuotejakelu- ja tavaramerkkifranchising (product distribution and tradename franchising) ja liiketoimintamallifranchising (business format franchising). (Suomen Franchising-yhdistys ry.)

Tuotejakelu- ja tavaramerkkifranchising on toimittaja-myyjä suhde, jossa franchise-ottaja toimii päämiehensä brandin alla ja tämän tuotteiden ja palvelujen jakelijana (Suomen Franchising-yhdistys ry).

Esimerkiksi merkkiautoedustukset, polttoaineen jakeluketjut ja virvoitusjuomapullottajat ovat juuri tuotejakelu- ja tavaramerkkifranchisingista hyviä esimerkkejä. Eurooppalaisen käsityksen mukaan tuotejakelu- ja tavaramerkkifranchising ei ole franchisingia, vaan franchisingilla tarkoitetaan vain liiketoimintamallifranchisingia.

Liiketoimintamallifranchisingin jakeluketjussa on franchisingottajan omistamia tai johtamia toimipaikkoja, eli kaikki franchising-toimipisteet eivät välttämättä ole franchisingantajan omistamia. (Suomen Franchising-yhdistys ry.)

2.1 Franchisingottaja, franchisingantaja

Franchisingottajalle on luovutettu oikeudet käyttää ja hyödyntää franchisingketjun konseptia. Franchisingottaja saa käyttöönsä franchisingantajan luovuttaman konseptin sekä sen menestyksekkääseen toteutukseen tarvittavan tuen. Kun oikeudet konseptin käyttöön ja hyödyntämiseen on vastaanotettu, on franchisingottaja franchisingketjun jäsen. Yleensä ketjussa on useita franchisingottajia, joille on luovutettu samat oikeudet konseptin toteuttamiseksi. Asiakkaan silmissä kaikki saman ketjunimen alla toimivat ja samaa tavaramerkkiä myyvät yritykset vaikuttavat samanlaisilta. Tämä samanlaisia tuotteita myyvä yritys muodostaa yhdessä muiden samanlaisten toimipisteiden kanssa franchisingketjun. Asiakkaan on helppo asioida franchisingketjun myymälöissä, sillä hän tie-

tää, että niistä saa samoja tuotteita, samanlaista palvelua saman toimintaperiaatteen ja laadun mukaan. (Laakso 2005, 29.)

Franchisingantaja luovuttaa hyväksi havainnoimansa liiketoimintamallin eli konseptin franchisingottajan käyttöön. Tällä tavoin franchisingantaja laajentaa liiketoimintaansa ja franchisingtoiminnasta tulee samalla sille uusi liiketoiminta-alue. Franchisingantaja kouluttaa franchisingottajat toimimaan hyväksi havaituilla toimintatavoilla, jotta toiminta tulisi olemaan mahdollisimman kannattavaa. Jokaisen franchisingottajan kanssa solmitaan samansisältöinen yhteistyösopimus. Kaikki samassa franchisingketjussa toimivat yritykset muodostavat yhdessä tiiviin verkoston eli ketjun jossa ne toimivat ohjatussa yhteistyösuhteessa. Tällä tavoin voidaan hyödyntää pienen yrityksen tehokkuus ja suurtuotannon etuudet. (Laakso 2005, 29.)

2.2 Franchising Suomessa

Franchising tuli suomalaisten tietoisuuteen 1970-luvulla, jolloin ensimmäiset kansainväliset ketjut rantautuivat Suomen markkinoille. Ensimmäisiä Suomeen saapuneita ketjuja olivat mm. Pikaruokaketju Carrols ja autovuokraamo Avis. Toimintansa alussa nämä maanlaajuisesti tunnetut ketjut pysyivät kuitenkin masterioikeuden haltijalla, eivätkä ne käyttäneet levittäytymiseensä Suomessa franchisingmallia.

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

Ensimmäiset franchisingmallia hyödyntäneet yritykset tulivat suurelta osalta vähittäiskaupan alalta. Alussa franchisingtoimintaa harjoittivat ulkomaiset Suomeen saapuneet ketjut, esimerkiksi Yves Rocher ja Body Shop. Seppälä Oy oli ensimmäinen suomalainen yritys, joka otti franchisingtoimintamallin käyttöön vuonna 1976. Kuitenkin 1980-luvulla franchisingtoiminta ei Suomessa nousut suureen suosioon, koska sana franchising oli kovin tuntematon ja sitä pidettiin

”amerikkalaisten juttuna”. Suomen Franchising – Yhdistys perustettiin vuonna 1988, ja tuolloin alkoi franchisingtoimintamallin positiivinen määrällinen ja laadullinen levittäytyminen. Suomen Franchising – Yhdistyksen perustamisesta oli hyötyä, sillä 1990-luvun puolella suomalaiset yritykset innostuivat ottamaan uuden toimintamallin käyttöön. Viimeisen parin vuoden aikana franchisingtoiminnan kehitys on ollut hyvin voimakasta. Tätä kehitystä kuvaa se, että vuosina 2000–2003 ketjujen työntekijämäärä lisääntyi 50 % ja yrittäjien määrä melkein kaksinkertaistui. (Laakso 2005, 19–20.)

Seuraavassa taulukossa (Taulukko1) on Suomen Franchising – Yhdistyksen julkaisema tilasto, josta ilmenee franchisingtoiminnan kasvu ja lisääntyneiden työpaikkojen määrä.

	1994	1996	2000	2002	2003
FA	46	69	122	164	177
FY	1073	1303	2757	3891	4427
OT	805	917	1414	1846	2181
YY	1878	2220	4171	5737	6608
LV	0,9	1,2	2,5	3,5	4,9
TP		10000	30000	38000	46000
FA	= franchisingantajayritykset				
FY	= franchisingyksiköt (franchisingottajien omistamat yksiköt)				
OT	= franchisingantajien itse omistamat yksiköt				
YY	= yksiköitä ketjuissa yhteensä				
LV	= franchisingketjujen liikevaihto mrd. euroa				
TP	= työpaikkojen määrä franchisingketjuissa (pyöristettynä)				

Taulukko 1 Suomen franchisingtoiminnan kehitys 1994 – 2003 (Laakso 2005, 21.)

Taulukon ensimmäisellä rivillä on nähtävissä franchisingantajayritysten (FA) lukumääräinen kehitys. Siitä voidaan huomata, että 2000-luvun alussa kehitys on ollut voimakasta ja ketjujen määrä on melkein nelinkertainen verrattuna vuoteen 1994.

Suomen suurimpia franchisingketjuja ovat R-kioski (Kuva2)., Laatutakuu (Kuva 3). ja Kotipizza (Kuva 4).



Kuva 2 R-kioskin logo (Mikkonen, Tamminen, Laakso 2010, 141.)



Kuva 3 Laatutakuun logo (Franchise - News, 2011/02, 7.)



Kuva 4 Kotipizzan logo (Franchise-News, 2011/02, 7.)

Vaikka Suomessa toimiikin jo monia franchisingketjuja, olisivat useat ulkomaiset ketjut innokkaita rantautumaan Suomen markkinoille. Ongelmaksi onkin muodostunut se, että Suomesta on vaikeaa löytää uudelle franchisingketjulle vetäjää. Kauppa- ja ravintolatarjonta voisi olla Suomessa vieläkin runsaampaa, jos ulkomaiset ketjut löytäisivät halukkaita franchisingmaaoikeuksien ostajia. (Erkko 2011, 6.)

Kauppalehden artikkelissa oli haastateltu Cityconin uusiasiakkuuksista vastaavaa johtaja Nora Immosta, jonka mukaan moni ulkomaalainen ketju olisi kiinnostunut Suomesta. Kuitenkin ne henkilöt, jotka toisivat yritykset Suomeen, puuttuvat.

Maajohtajien ja franchising-vetäjien löytäminen on vaikeaa. Monet ketjut sanovat, että "tulimme, mutta löytyykö teiltä tekijöitä ja toimijoita". Kiinnostuneiden joukossa on esimerkiksi muotiketjuja USA:sta, Euroopasta ja Pohjoismaista, Immonen kertoo (Erkko 2011, 6).

Eräs ongelma vetäjien ja franchisingyrittäjien etsimisessä on se, että tässä tapauksessa kysyntä ja tarjonta eivät kohta toisiaan. Suomalaiset pitävät franchisingtoimintaa jotenkin suppeana, vaikka se voi tarjota monenlaisia työmahdollisuuksia. Toisaalta koko maan franchisingtoiminnasta vastaavia yrittäjiä on vaikea löytää siksi, että vetäjään kohdistuvat suuret vaatimukset. (Erkko 2011, 6.)

Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että franchising on Suomessa vielä kohtuullisen nuori toimintamalli. Franchisingtoiminta on kokenut voimakkaimman kasvunsa viimeisen kymmenen vuoden aikana. Ketjujen lukumäärä kasvaa keskimäärin 10–20 %:n vuosivauhdilla. Tämän lisäksi franchisingsektorille on tulossa yhä enemmän myös erilaisia palvelualan ketjuja. Tätä kasvupotentiaalia kuvaa hyvin se, että ketjuissa on useiden satojen yrittäjien vajuus niiden tarpeisiin verrattuna. (Laakso 2005, 23.)

Hyvä esimerkki kuvaamaan tätä kasvupainetta on Franchise News-lehdessä haastateltu R-kioskin toimialajohtaja Jari Heinon kommentti;

R-kioski on yksi franchisingsektorin ketjuista, jolla on lähitulevaisuudessa erittäin suuri tarve yrittäjärekrytoinnissa. Ketju hakee kaikkiaan 50 uutta kioskiyrittäjää. Mistä ketju löytää franchisingyrittäjiä? Hyvistä yrittäjäkanditaateista on aina pula, niin nytkin tässä talouden tilanteessa. Tekemällä perusasiat kunnolla ja kehittämällä sekä prosesseja ja koko franchisingtoimintamallia meillä on mahdollisuus löytää myös tulevaisuudessa meille sopivia yrittäjiä. Kisa hyvistä franchisingyrittäjistä kiihtyy jatkuvasti, toimialajohtaja Jari Heino R-kioskista kertoo (Ekholm 2011, 10).

R-kioski Oy hakee jatkuvasti uusia yrittäjiä. Tällä hetkellä avoinna on n. 50 kauppiaspaikkaa. Alapuolella (Kuva 5.) on R-kioskin mainos, jonka avulla etsitään innokkaita kauppiaita mukaan ”elämysisbisnekseen”.

Sinustako R-kioski-yrittäjä?



Onko sinussa Ärrää yrittäjäksi? Haluatko muutosta elämäsi ja oletko valmis laittamaan itsesi likoon? Tuntuuko ajatus omasta R-kioskista kiinnostavalta?

Etsimme uusia kykyjä monien mahdollisuuksien R-kioskiin. Saatat soveltua R-kioski-yrittäjäksi eli R-kauppiaksi, mikäli Sinulla on jäykkä ote asioihin, olet myyntihenkinen ja nautit asiakaspalvelusta. Kaupallinen peruskoulutus tai kokemus kaupalliselta alalta sekä kokemus esimiestyöstä ovat eduksi.

R-kauppiaan ura on tilaisuutesi päästä mukaan elämysisbisnekseen!
R-kauppianaan vastaat kokonaisuudessaan kioskin monipuolisesta toiminnasta ja olet innokas myynnin sekä asiakaspalvelun kehittäjä ja toteuttaja.

Ryhdy R-kauppiaksi ja astu viihteen, jännityksen ja mielihyvän maailmaan!
Monipuoliset tukipalvelut auttavat sinua yrittäjyyden eri vaiheissa.

Suomen franchising-yhdistys nimesi R-kioski-keijun vuonna 2010 vuoden franchising-yritykseksi. Palkintoraadin perusteluina valinnalle olivat muun muassa keijun vahva panostus yrittäjien koulutukseen ja keijun konseptin kehittäminen pitkälle.

Rautakirja tukee uraasi R-kauppianaan eri vaiheissa!

- R-kioski-kauppiaan sopimuskumppani on Rautakirja Oy. Rautakirja on vuodesta 1910 toiminut vakavarainen osakeyhtiö ja sen suurin liike toimintayksikkö on kansainvälistyvä R-kioski-keiju. Rautakirja on osa Sanoma-konsernia.
- R-kioski-keijulla on ollut franchisingtoimintaa jo yli 20 vuoden ajan ja keiju on franchisingtoiminnan edelläkävijöitä Suomessa! R-kioski-keijussa on 660 kioskia, joista noin 300 on kauppiasvetoisia, franchising-periaatteella toimivia.
- Sadan vuoden kokemus kioskikaupasta, kokemus franchisingtoiminnasta kolmelta vuosikymmeneltä sekä suuri ja luotettava yritys takaavat laajan palvelutarjonnan kauppiasurasi eri vaiheissa. R-kauppianaan pääset osaksi Suomen asioduuinta ja tunnetuinta vähittäiskauppaketjua sekä saat oikeuden R-kioskin liikemerkin käyttöön.

Kuva 5 R-kioskin yrittäjärekrytointimainos (R-kioski.)

3 Franchisingyrittäjä

3.1 Yrittäjän/yrittäjyyden määritelmä

Yritystoiminta on tietyntyyppistä toimintaa, jota yrittäjä riskejä ottaen harjoittaa voittoa saadakseen. Yrittäjien toiminnan tuloksena syntyy erityyppisiä ja – kokoisia yrityksiä eri toimialoille. Huolimatta siitä, millä toimialalla tai millaisissa oloissa yritykset toimivat, niillä kaikilla on samanlaiset peruseriaatteet ja lainalaisuudet. (Kinkki, Isokangas & Werner 2002, 35.)

Työskenteleminen yrittäjänä on haastavaa ja kiireistä, mutta samalla myös opettavaista ja antoisakin. Oman yrityksen perustaminen antaa yrittäjälle mahdollisuuden itsensä toteuttamiseen ja uusien ideoiden esilletuomiseen. Yrittäjyys on myös hyvin sitovaa toimintaa, joten se vaatii yrittäjältä oman itsensä johtamista ja elämän hallintaa. Tämän vuoksi yrittäjyyttä voidaan kutsua kokonaisvaltaiseksi elämäntavaksi.

Ennen yrityksen perustamista on tärkeää ottaa ennalta selvää asioista ja hyödyntää yrittäjille tarkoitettuja neuvontapalveluja. Hyödyllisiä neuvoja oman yrityksen perustamiseen saa myös kokeneemmilta yrittäjiltä. Yrityksen perustaminen vaatii runsaasti työtä, pitkäjänteisyyttä ja uskoa omaan mahdollisuuteen menestyä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 8.)

Lähtökohtana yrityksen perustamiselle on yrittäjän idea liiketoimintamallista, jonka avulla saadaan jotain merkittävää aikaan. Yritys siis perustetaan tämän idean ympärille. Tässä vaiheessa yrittäjän tulisi tietää, mitä tehdään ja ketkä tästä liikeideasta hyötyvät ja kuinka kannattavaa tulisi olemaan toiminta, jonka toteuttamisella on mahdollisuus työllistää itsensä yrittäjänä. Yrittäjän kehittämän liikeidean tulee vastata seuraaviin kysymyksiin:

1. Pystynkö yrityksen avulla aikaansaamaan jotain merkityksellistä? Yrittäjän on ponnistettava menestyäkseen. Tämän toteuttamiseksi on tärkeää hyödyntää kaikki käytettävissä olevat resurssit, kuten yhteistyökumppanit, osaaminen, oma kokemus.

2. Ketkä ovat potentiaaliset asiakkaat?

Pitää olla tuote, jota myydään ja asiakkaat, jotka tuotetta ostavat. Pidemmällä ajanjaksolla yritykseen on tultava rahaa jostain, sillä kulut juoksevat heti yrityksen perustamispäivästä lähtien.

3. Onko toiminta kannattavaa?

Jotta yrityksen toiminta olisi kannattavaa, pidemmän päälle tuloja on oltava enemmän kuin menoja. Toisin sanoen päivän päätteeksi rahaa on oltava enemmän kuin aamulla oli aloitettaessa. Tosiasia on, että kannattavuus saavutetaan pidemmällä aikatahtimella, eikä heti avajaisten jälkeen. (Pyykkö 2011, 20.)

3.2 Yrittäjyys, oma juttu

On olemassa monenlaisia yrittämisen muotoja. Yritys voi olla iso ja toimia suurella toiminta-alueella. Suomestakin löytyy paljon yhden ihmisen yrityksiä, joissa yrittäjä työllistää itsensä ja mahdollisesti yhden tai kaksi palkallista työntekijää. Monet pienyrittäjät ovat elämäntyyliyrittäjiä, mikä tarkoittaa sitä, että yrittäjyys on elämäntapa ja keino rakentaa oma elämä haluamallaan tavalla. Useimmiten elämäntyyliyrittäjyys on perheyrittäjyyttä, ja laajemmin ajateltuna perheeseen kuuluvat myös vakituiset asiakkaat, yhteistyökumppanit ja työtoverit. Asiakkaat ovat elämäntyyliyrittäjän taloudellisia mahdollistajia sekä yhteistyökumppaneita, joiden avulla voi oppia uutta ja mahdollistaa oman työn kannattavuutta. Elämäntyyliyrittäjyyden määrittelemineen tuntuu vaikealta, mutta käytännössä elämäntyyliyrittäjän erottaa selvästi tavallisista yrittäjistä. Elämäntyyliyrittäjä nauttii tekemästään työstä. (Sipilä 2006, 15.)

Franchisingyrittäjyys voidaan myös mieltää elämäntyyliyrittäjyydeksi. Useat R-kioskin kauppiat ovat tehneet pitkän työuran perustyöläisenä ja siihen kyllästyneenä halunneet kokeilla jotain uutta. Kauppiana toimiminen antaa omaa päättäntävaltaa ja mahdollisuuden toteuttaa itseään kuitenkin noudattamalla ketjun asettamia säädöksiä.

Elämäntyyliyrittäjiksi ihmiset ryhtyvät erilaisista syistä. Nuori henkilö saattaa olla alusta asti varma siitä, että ryhtyy elämäntyyliyrittäjäksi. Menestyksen saavuttamiseksi vaaditaan osaamista, näkemystä, asiakkaiden tukea ja suhteita muihin verkostoihin. (Sipilä 2006,17.)

Monet yrittäjät ovat usein työskennelleet jonkin toisen yrityksen alaisena palkkatyöntekijänä, johtajana tai toimihenkilönä. Innostus yrittäjyyteen saattaa aueta henkilölle missä elämänvaiheessa tahansa, mutta erilaiset kriisit tai katkokset elämässä auttavat löytämään uusia vaihtoehtoja elämässä. Toiset jättävät vapaaehtoisesti ison organisaation ja ryhtyvät yrittäjiksi, toisille yrittäjyys jää yhdeksi vaihtoehdoksi, kun entinen työpaikka tai työnantaja häviää alta. (Sipilä 2006, 17.)

Esimerkiksi työpaikkani kauppias sai mahdollisuuden ryhtyä franchisingyrittäjäksi R-kioskille, koska aikaisempi kauppias menehtyi äkillisesti sairaskohtaukseen.

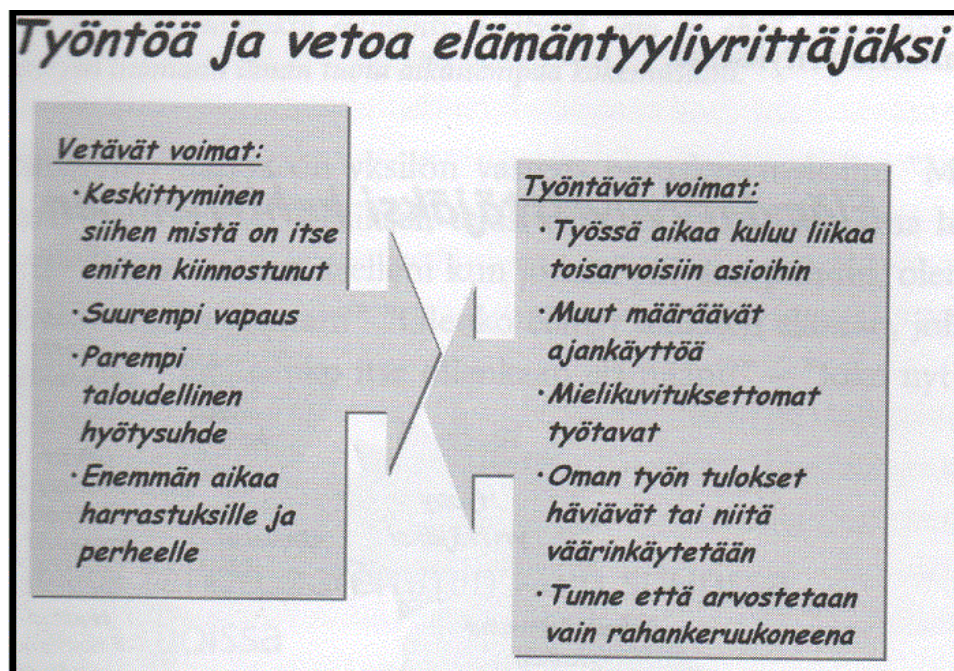
Onnistuneeseen lopputulokseen vaaditaan kykyä organisoida asioita ja sietää korkeaakin stressitasoa. Eteen tulevat ongelmat pitäisi pystyä ratkaisemaan ja raha-asiat on pystyttävä hoitamaan tarkasti ja moitteettomasti. Yrittäjän kannattaa perehtyä myynti- ja markkinointitaitojen kehittämiseen, jotta yritys saa parhaan mahdollisuuden menestymiseen. (Meretniemi & Ylönen 2008, 11.)

Vahva osaaminen kertoo lujasta identiteetistä ja hyvästä itsetunnosta. Näiden molempien on löydettävä menestyvältä yrittäjältä. Yrittäjän on arvostettava itseään ja myös muita ihmisiä. Vahva itsetunto auttaa myös kestäämään yrittäjyyden epävarmat tilanteet, sillä välttämättä joka viikko tai kuukausi palkkaa ei välttämättä pysty itselleen nostamaan. Yrittäjältä on löydettävä nöyryyttä, joka toimii itsetunnon tukipilarina. Nöyrä yrittäjä haluaa kuunnella muita ja myös oppia uusia asioita. (Sipilä 2006, 73.)

Elämäntyyliyrittäjäksi siirtymiseen vaikuttaa sekä työntäviä, että vetäviä voimia. Työntävänä voimana voi olla suuren organisaation byrokratia ja tunne siitä, että aikaa menee liikaa oman kiinnostuksen kannalta toisarvoisiin asioihin. Osaamisen ja itsetunnon kehityksen myötä vähenee myös halu jatkuviin kompromisseihin oman itsensä kanssa. Omien vaikutusmahdollisuuksien vähyys, kypsymättömät tai muuten ärsyttävät pomot tai muut vallankäyttäjät ja heidän käskytyksensä voivat tuntua turhauttavilta. Voi myös tuntua kohtuuttomalta, jos oman työn tulokset kannattelevat liian montaa vapaamatkustajaa. (Sipilä 2006, 20.)

Houkuttelevana voimana elämäntyyliyrittäjäksi ryhtymiseen on usein halu palvella asiakkaita paremmin, halu tarjota asiakkaille parempaa laatua ja etenkin tehdä juuri sitä työtä, josta todella nauttii. Oleellista on myös halu saavuttaa vapauden tunne ja saada mahdollisuus ottaa suurempi osa työnsä tuloksesta omaan käyttöön. (Sipilä 2006, 21.)

Kuvassa 6 on elämäntyyliyrittäjyyden vetävät ja työntävät voimat



Kuva 6. Elämäntyyliyrittäjyyden vetävät ja työntävät voimat (Sipilä 2006, 21.)

YrittäjäSanomissa oli haastateltu Anna Soraista, joka päätti lopettaa toimittajan työt ja perustaa oman viestintätoimiston. Hän ei ole katunut päivääkään yrittäjäksi ryhtymistä. Häntä kiehtoi ajatus työn ja vapaa-ajan yhdistämisestä, päätösvalta omasta työpanoksesta ja etenkin ”yrittäjän vapaudesta”. Hänen yrityksessään myös henkilökunta saa nauttia sanoista vapauksista ja työasioista voi-

daan joustaa ja neuvotella. Yrityksen perustamisen myötä Soratie rupesi harrastamaan kestävyysjuoksua. Oma yritys voi siis avata uusia ovia myös harrastamiseen ja tietenkin mukavat harrastukset tuovat vastapainoa työlle. (Ikäheimonen 2011, 15.)

3.3 Elämäntaitoa ja osaamista

Lähes kaikkien ihmisten tavoitteena ja haaveena on onnellinen elämä. Toiset pyrkivät onnelliseen elämään määrätietoisesti ja toiset taas tyytyvät siihen, mitä eteen tulee. Elämäntyyliyrittäjä ottaa tosissaan vastaan haasteen onnellisuuden saavuttamisesta ja usein onnistuu tavoitteessaan. Jokaisella on henkilökohtainen käsitys siitä, mitä on onnellinen elämä. Tähän vaikuttavat henkilön aikaisemmat elämäkokemukset, oman elämän sisältö ja omaan elämään kohdistetut tavoitteet. Jonkun henkilön onnettomaksi kokema elämäntilanne voi olla jollekin toiselle elämäntaso, josta voi ainoastaan vain haaveilla. Henkilökohtaisella tasolla onnellinen elämä muodostuu kokonaisuudessaan useiden eri asioiden monimuotoisesta vaikutuksesta. Onnellisen elämän saavuttaminen riippuu kuitenkin ihmisestä itsestään. Elämäntyyliyrittäjä uskoo, että onnellinen elämä ansaitaan luottamalla ihmisiin ja mahdollisuuteen toimia suurimpana vaikuttajana omassa elämässä. (Sipilä 2006, 62.)

Yrittäjyys on arvostettua ja pidettyä, vaikka sen edellytyksiä pidetään huonoina. Omalla tavallaan yrittäjyys tuo tiettyä helppoutta elämään. Yrittäjä vastaa itse tekemistään virheistä, joita on helpompi käsitellä, kuin muiden tekemiä virheitä. Yrittäjä parantaa omaa elämänlaatuaan sillä, että hän pystyy eliminoimaan mahdollisia ikäviä asioita omasta työstään ja muusta elämästään. Onnellinen elämä koostuu kokonaisuudessaan siitä, että kaikki perusasiat ovat kunnossa. Fyysisten tarpeiden tyydyttäminen, esimerkiksi ravinnon saannin ja turvallisuudentarve sekä suhteet läheisiin ihmisiin ovat tärkeitä. Kun perustarpeet ovat tyydytetty, voidaan voimavaroja keskittää muihin tärkeisiin asioihin. Ihmiselämälle on erittäin ominaista, että etenkin elämän alussa ja lopussa suurimmat tunteet liittyvät läheisiin henkilöihin. Arkinen perhe-elämä ja läheiset ihmiset ovat kaikkein tärkeintä elämän tasapainon saavuttamiseksi. Sama pätee elä-

mäntyyliyrityksen elämässä, sillä oma sosiaalinen osaaminen ja sosiaaliset suhteet ovat tärkeä edellytys oman liiketoiminnan onnistumiselle. Elämäntyyliyrityksen pitää siitä, että saa työssään olla kanssakäymisissä erilaisten ihmisten kanssa ja vastata heidän tarpeisiinsa mahdollisimman hyvin. Kuitenkin yksin toimiesaan yritys usein kaipaisi tukea ja keskustelua muiden yrittäjien toimivien kanssa. (Sipilä 2006, 65–66.)

Vapaus on yksi elämäntyyliyrityksen avainsanoista. Elämäntyyliyrityksellä on tietty vapaus siihen, että hän voi itse tehdä haluamiaan valintoja. Elämäntyyliyrityksen tavoitteena on strateginen ja operatiivinen vapaus. Strateginen vapaus tarkoittaa sitä, että yritys voi keskittyä haluamiinsa asioihin. Operatiivinen vapaus tarkoittaa sitä, että yritys voi itse päättää, miten ja milloin työnsä tekee ja kuinka hyödyntää työn tulokset. (Sipilä 2006, 67.)

R-kioskilla kauppialla on mahdollisuus päättää itse tekemänsä työn määrä. Jos ei halua itse tehdä töitä joka päivä, kauppias voi antaa työvuoroja työntekijöilleen. Hyvin usein kuitenkin on niin, että kauppias tekee kioskilla itse pitkää päivää ja välttää ylimääräisiä henkilöstökuluja turvatakseen itselleen edes jonkinlaisen palkkatason.

Pitkät työpäivät ja pitämättömät lomautukset ovat tuttuja monille yrittäjille. Vaikka yrityksessä töitä tuntuisi riittävän loputtomiin, on yrittäjän osattava vetää raja johonkin kohtaan, ettei hän ajaisi itseään loppuun. Yritys voi tehdä itse sen, minkä hän osaa parhaiten ja loput tehtävät hän voi delegoida alaisilleen. Kuitenkin useat yrittäjät tekevät pitkiä päiviä, sillä heidän motivaatitasonsa on korkealla koska he tuntevat oman yrityksen hyväksi työskentelyn hauskaksi ja palkitsevaksi. (Öhrnberg 2011, 14.)

Kun yrittäjällä on positiivinen asenne ja motivaatio kohdallaan, se heijastuu myös hänen alaisiinsa ja heidän työpanokseensa. Hyvä työilmapiiri vaikuttaa osaltaan myös yrityksen menestymiseen. Valitettavasti monet suomalaiset ovat tyytymättömiä oman työpaikkansa työilmapiiriin. Pohjoismaissa tehdyn johta-

misvertailun mukaan melkein puolet suomalaisista pitää oman työpaikkansa ilmapiiriä motivaation alenemiseen vaikuttavana tekijänä. (Boxberg 2011,.6.)

Toinen keskeinen hyvinvointikäsitteeseen liitettävä asia on raha. Raha tuottaa turvallisuuden tunnetta ja toimii myös muiden onnellisen elämän osa-alueiden saavuttamisen välineenä. Raha toimii sekä yrittäjän että yrityksen menestyksen mittarina. Elämäntyyliyrittäjä menestyy taloudellisella tasolla silloin, kun hän on toiminnallaan saavuttanut etukäteen asettamansa tavoitteet. Yleensä tavoitteena on saman ansiotason säilyttäminen ja ideaalitalanteessa ansiotason nostaminen. Jotta omaa elämäntyyliä pystyy toteuttamaan, on yrittäjällä oltava tarpeeksi rahaa käytettävissä. Budjetin laatiminen auttaa saavuttamaan halutut tavoitteet. Yrittäjä voi itse päättää talousarvion suuruuden ylittämättä sitä, vaikka markkinat sen sallisivatkin. Yrittäjä joutuu olemaan joka päivä asiakkaansa arvoinen, jotta rahaa tulisi kassaan. Tämä onkin merkittävä ero yrittäjän ja toimihenkilön välillä. Hyvää tunnetta elämäntyyliyrittäjä saa siitä, että hän on omalla työpanoksellaan ansainnut rahansa samalla tukien yhteiskunnan hyvinvointia ja kansantaloutta. (Sipilä 2006, 70.)

3.4 Palauttavat toiminnot

Yrittäjän on tärkeää pitää huolta fyysisestä ja henkisestä kunnostaan, koska oma terveydentila on pienyrittäjälle liiketoiminnan keskeisin riskitekijä. Kun yrittäjänä saa tehdä asioita haluamallaan tavalla, hän voi jopa huomata joidenkin aiemmassa työpaikassa vaivanneiden terveysongelmien häviämisen. Tilalle voi silti ilmaantua uusia terveysriskejä aiheuttavia tekijöitä, kuten esimerkiksi yrityksen talousasiat. Ihanteellisessa tilanteessa elämäntyyliyrittäjä ohjaa liiketoimintaansa siten, että se ylläpitää henkisen ja fyysisen puolen hyvinvointia. (Sipilä 2006, 70.)

Oman kokemukseni perusteella olen huomionut, että talouspuolen asiat ovat yksi kauppiaan stressitasoa nostavista asioista. Kauppiaalle tulee viikoittain erilaisia laskuja, ja niistä osa veloitetaan suoraan tililtä. Kauppiaan on huolehditta-

va, että yrityksen tilillä on jatkuvasti riittävä määrä rahaa, jotta saadaan laskut maksettua.

Vaikka yrittäjällä olisikin paljon henkistä energiaa, sen määrä ei kuitenkaan ole rajaton. Henkisen energian vähenemisen yrittäjä huomaa siitä, että sietokykyssä raja alkaa ylittyä ja ”mitta täyttyy”. Ihminen kestää painetta ja stressiä niin kauan, kun henkistä energiaa on riittävästi. Kun energia on käytetty, seurauksena voi olla uupumusta, masentuneisuutta, psykosomaattista tai psyykkistä oireilua. Nämä kaikki oireet ovat lopputuloksena siitä, että ihmisen toimivuus on järkkynyt. Selvittämättömät ongelmat sitovat energiaa niin paljon, ettei sitä riitä enää itsensä toteuttamiseen omassa työssä tai ihmissuhteissa. Oikeastaan aivan täydellistä burn-outia eli loppuun palamista ei ole olemassa, sillä kun psyykinen rasite tai ongelma poistetaan, saadaan sen varaama energia uudelleen käyttöön. (Salmimies 1991, 22-23.)

Eräs stressinaiheuttaja työssä on jatkuva kiire ja se, että kioskillä työskennellessä varsinaisia palauttavia taukoja ei välttämättä ole mahdollisuus pitää. Pääosin työvuoroissa ollaan aina yksin ja asiakkaita on yleensä paljon. Mielestäni työssä on oltava mahdollisuus taukoon, jotta voi hetken levähtää ja sen jälkeen taas hieman pirteämpänä jatkaa taas työntekoa. Pidemmällä aikajaksolla ajateltuna taukojen pitämättä jättäminen saattaa johtaa ”pinnan palamiseen” ja työkyvyn kokonaisvaltaiseen heikkenemiseen.

4 R-Kioski

Rautatiekirjakauppa osakeyhtiö perustettiin jo vuonna 1910. Sen toiminnan tavoitteena oli myydä sanomalehtiä ja kirjallisuutta nimenomaan Suomen rautatieasemilla tai niiden välittömässä läheisyydessä. Tästä rautatiekirjakauppaideasta toiminta on vuosien kuluessa kasvanut voimakkaasti ja levittäytynyt koko maan kattavaksi kioskiketjuksi. (R-kioski.)

R-kioski on aiemmin ollut osa Rautakirja-konsernia, mutta 1.10.2011 Rautakirja jakaantui neljäksi eri yhtiöksi, jotta sen emoyhtiön Sanoma Oyj:n organisatorakenne saataisiin yksinkertaisemmaksi. Uuden yhtiön nimeksi tuli R-kioski Oy, joka toimii yhtiön Sanoma Trade -liiketoimintaryhmän alaisuudessa. Muita Sanoma Trade -liiketoimintaryhmän toimialoja ovat kaupan palvelut (Lehtipiste ja Rautakirja Estonia), hallinto (mm. Kehitys, talous ja viestintä) ja toimitilat (Kiinteistö Oy Ärrävaara). (Rautakirja.)

R-kioski on Suomen suurin keskitetysti johdettu kioskiketju. Kioskeja on tällä hetkellä n. 650, joista n.60 % on Rautakirjan hoidossa olevia kioskeja ja loput n.40 % toimivat franchisingperiaatteella. R-kioski tarjoaa asiakkailleen monipuolista ja nopeaa palvelua. Tuotevalikoimissa pääpaino on pelituotteissa, lehdissä, matkalipuissa, savukkeissa, makeisissa ja virvoitusjuomissa. Myös Virossa on 129 R-kioskia, jotka toimivat As Rautakirja Estonian alaisuudessa. Virossa kioskitoiminta on kehittynyt voimakkaasti, ja R-kioski on myös Viron johtava kioskiketju. (Rautakirja.)

5 Tutkimus

Valitsin tutkimusmenetelmäksi kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän, joka tarkoittaa laadullista tutkimusta. Päädyin laadulliseen tutkimukseen, koska halusin saada syvällisempiä vastauksia ja näkökulmia, jotka perustuvat kauppiaiden omiin kokemuksiin. Laadin teemahaastattelulomakkeen, joka sisälsi kymmenen avointa kysymystä. Suurin osa kyselyyn vastanneista halusi pysyä anonyyminä, joten tuloksia analysoitaessa en julkaise heidän nimiään. Kysyin lomakkeessa R-kioski-yrittäjien mielipidettä ketjun toimivuudesta ja heidän päätymisestään juuri tähän ketjuun kauppiaksi. Kysyin myös kauppiaiden työssä jaksamisesta ja R-kioski-yrittäjyyden hyvistä ja huonoista puolista. Osan kauppiaista ehdin haastatella kasvotusten, kun taas osalle jätin kysymyslomakkeet täytettäväksi heidän omana aikanaan. Kuitenkin viisi R-kioskikauppiasta vastasi kyselyyn ja heidän vastauksensa antavat hyvän kuvan siitä, millaista franchisingyrittäjän arki R-kioskissa on.

5.1 Tutkimuksen tulokset

1. Ikä ja paikkakunta?

1. 41 v. Lappeenranta
2. 47 v. Lappeenranta
3. 52 v. Lappeenranta
4. 48 v. Lappeenranta
5. 57 v. Kouvola

2. Miten kauan olet toiminut R-kioski yrittäjänä?

1. n.7 vuotta
2. n. 7,5 vuotta
3. 3 vuotta
4. 6 vuotta
5. 10 vuotta

3. Mistä sait idean ryhtyä franchisingyrittäjäksi R-kioskille?

1. Oma työpaikka meni alta ja jotain piti keksiä: Lehdessä oli ilmoitus, jossa haettiin kauppiaita R-kioskille.
2. Olin töissä R-kioskissa, jonka kauppias kuoli yllättäen. Minulle tarjottiin yrittäjän paikkaa.
3. Ei ollut ideaa, vaan ainut mahdollisuus työllistyä. Syy tähän on ikäni, siinä vaiheessa lähes 50 v etsii töitä ja taustalla hyvä koulutus ja työkokemus 20 vuotta UPM:n palveluksessa. Kaikki yritykset työllistyö kaatuivat ikään.
4. Näin ilmoituksen, että etsitään kauppiasta ja ajattelin kokeilla.
5. Toimin Soneralla tietohallintopäällikkönä viimeiset 10 vuotta ja yhteensä Te-le-Soneralla 28 vuotta ja tuli aika tehdä jotain muuta.

4. Miten edistät työssä jaksamistasi ja miten palaudut työn aiheuttamasta rasituksesta?

1. Koti, piha, lapset ja koira ovat työn vastapainona. Kotona ei mietitä Ärrää, eikä kotiin viedä yhtään paperihommia. Hyvin on onnistunut tähän saakka.
2. Liikkumalla (lenkkeily, ja pyöräily) ja nukkumalla riittävästi.
3. Lepäämällä. Yritän käyttää vähäisen vapaa-aikani tekemällä jotain aivan muuta, jolloin vain hetkeksi irtaantuu ”kokonaan” Ärrästä. Lenkkeily koiran kanssa on henkireikä.
4. Yritän organisoida asiat, että kaikki sujuu, eikä synny kaaosta. Paremmiin jaksaa työssä kun kaikki ”sujuu”. En tunne rasittuvani työssä.
5. Perhe, lastenlapset, liikunta mm. Golf ja keilailu.

5. Mitkä asiat olet kokenut positiivisiksi franchisingyrittäjänä toimimisessa?

1. Valmiiksi mietityn taustatuen isolta firmalta. Ei ole kuitenkaan ihan yksin ”vastaamassa” kaikesta.
2. Hyvä brandi.
3. Positiivisia asioita saa etsimällä etsiä. Yritystoiminnan aloittaminen on helppoa, tunnettu brandi. Ei tarvitse tehdä yritystä tunnetuksi liikeideaa markkinoidulla.
4. Sen, että kaikki perusasiat ovat valmiiksi mietitty.
5. Yrittäjän ns. Vapaus ja vastuu, tarjoan työpaikan myös kahdelle vieraalle. Ison ketjun tuki ja laaja tuotevalikoima.

6. Mitkä asiat koet huonoina franchisingyrittäjyydessä ja franchisingketjussa toimimisessa? Mistä asioista löytyy parantamisen varaa?

1. Vapaa-aika jää vähiin. Franchisingmaksut ovat kyllä niin hyvin laskettu, ettei varaa ole löystämiseen, vaan tehtävä laskennallista yrittäjän työpanosta. Pari kertaa olen saanut matkalahjakortin palkinnoksi, mitkä on sitten jäänyt käyttämättä/annettu pois. Parempi tapa palkita kauppiasta mielestäni olisi Rautakirjan puolelta työntekijä, joka tulisi ”vapauttamaan” kauppiaan viikoksi.

2. Paikat ovat erilaisia missä kioskit toimivat ja mitä ne myyvät. Mainostaminen ja valikoimat ovat samat lähes joka paikassa, vaikka ihmisten ostokäyttäytymisen on erilainen.
3. Tunnen itseni yrittäjäksi ainoastaan ja vain silloin, kun vastaan kuluista ja menoista rahallisesti. Muuten toiminta on ennalta ohjattua, ja jota joudut noudattamaan, halusit tai et. Et yrittäjänä juurikaan pysty vaikuttamaan kioskin toimintaan esimerkiksi tuomalla omia paikallisia toimintoja käytäntöön., kaikki torppaa franchising-ajatukseen. Franchising-aloitusmaksut + kaikki muut maksut, markkinointi, liiketilat jne. ovat kohtuuttoman suuret tuottoihin nähden. Idea on selvästi mitoitettu, että kun kauppiaan sopimus umpeutuu, hän on juuri saanut aloitusmaksut maksettua, mutta hän on jo valmis lopettamaan kauppiana toimimisen, koska voimavarat ovat loppuneet (ts. loppuun kaluttu). Tämän jälkeen tulee taas uusi kauppias ja uudet aloitusmaksut.
4. Huono asia on se, että joutuu maksamaan tietyn prosenttimäärän myynneistä ketjulle kaikkien muiden maksujen lisäksi.
5. Vaatii tosi paljon omaa työpanosta, ketjun suuri ohjaus varsinkin nykyisin, kauppiasta tulisi kuunnella paremmin!

7. Mitkä ovat mielestäsi R-kioski yrittäjän tärkeimmät ominaisuudet?

1. Sitkeys, joustavuus, usko tekemiseen ja itseensä, hyvä stressinsietokyky ja sen verran näyttelijän taitoja että pystyy hymyilemään, vaikkei mitenkään jaksaisi.
2. Paineen- ja stressinsietokyky.
3. Positiivinen elämäkatsomus (muuten et jaksa), huumorintaju. Ihmistuntemus auttaa asiakaspalvelussa. Osaat mennä tilanteisiin oikealla tavalla (tilannetaju). Jämäkkyyttä ja joustavuutta tarvitaan henkilöjohtamisessa. Kirjanpito taito ja kirjanpidon ymmärtäminen auttaa myös paljon.
4. Järjestelmällisyys, ahkeruus, luotettavuus ja se, että tulee kaikkien ihmisten kanssa toimeen.
5. Valmius yrittäjyyteen, ahkeruus, sosiaalisuus ja ystävällisyys.

8. Millaisena näet oman tulevaisuutesi yrittäjänä R-kioskilla?

1. Kunhan sopimuskausi loppuu parin vuoden päästä, niin eiköhän se ole tässä, ellei ihmeitä tapahdu.
2. En mitenkään ”ruusuisena”. Olen ollut yrittäjänä 7,5 vuotta ja luultavasti en ole enää yhtä pitkään.
3. Tulevaisuus jatkuu sopimuskauden 5 vuotta juuri sellaisena kuin se nyt on eli franchisingmarionettina.
4. Päivä kerrallaan, en ole ajatellut pitkälle tulevaisuutta.
5. Toistaiseksi vakaana.

9. Tähän mennessä keräämäsi kokemuksen perusteella: Ryhtyisitkö uudelleen R-kioski kauppiaksi jos siihen tarjoutuisi mahdollisuus?

1. En ryhtyisi.
2. En ryhtyisi.
3. En ryhtyisi
4. Vaikea sanoa, koska tässä on hyviä sekä huonojakin puolia. Itse työstä tykkään tosi paljon.
5. Ehkä en aloittaisi uudelleen!

10. Jos ei, niin miksi?

1. Kyllä tämä vaatii liikaa yhdeltä ihmiseltä. Jos olisi yhtiökumppani, jonka kanssa työt/tulot puoliksi, niin voisin ruvetakin, koska työ sinänsä on ihan mukavaa.
2. Tämä on niin ”rankka laji”. Työmäärä on suuri siitä saatavaan korvaukseen verrattuna. Pitäisi saada myytyä parempikatteisia tuotteita, tällä hetkellä suurin myynti on tuotteissa, joista ei juuri sitä ”ylimääräistä” jää käteen.
3. Jos franchisingyrittäjäyys on pelkästään maksuvelvollisuus ilman omaa henkilökohtaista mahdollisuutta muuttaa mitään millä parantaisit tulosta, ts. Ei voida puhua yrittäjyydestä. Rahallisesti raskas franchisingmarionetti. Edes aukioloaikoja ei voi sopeuttaa liiketoimintaan sopivaksi.
4. –
5. Siksi, koska tuottavuus ei ole kohdallaan kauppiaan tekemään työpanokseen verrattaessa.

5.2 Tulosten analysointi

Kysymyksessä nro.1 Ikä ja paikkakunta? Kysymys nro 2. Miten kauan olet toiminut yrittäjänä R-kioskilla? Kaikki vastaajat ovat yli 40 vuotiaita. Heistä 4 toimii yrittäjinä Lappeenrannassa ja yksi Kouvolassa. Vastaajat ovat toimineet R-kioski yrittäjinä kolmesta kymmeneen vuotta.

Kysymys nro3. Mistä sait idean ryhtyä franchisingyrittäjäksi R-kioskille? Vastaajat olivat päätyneet R-kioskikauppiaksi hyvin erilaisilla tavoilla. Eräällä vastaajalla tarjoutui mahdollisuus ryhtyä yrittäjäksi kun hänen aikaisempi päällikkönsä menehtyi yllättäen. Toinen vastaajista kertoi, ettei hänellä ollut muuta vaihtoehtoa kuin työllistää itsensä, sillä hänen ikänsä (yli 50 vuotta) vaikutti olevan esteenä sopivan työn löytämiselle. Myös pitkä työura samassa yrityksessä alkoi kyllästyttää yhtä vastaajaa, joten hän päätti, että on aika tehdä jotain muuta. Rautakirja mainostaa näkyvästi mahdollisuutta ryhtyä R-kioskikauppiaksi ja kaksi vastaajaa päätti ryhtyä yrittäjiksi nähtyään kauppiashakuilmoituksen.

Kysymys nro4. Miten edistät työssä jaksamistasi ja miten palaudut työn aiheuttamasta rasituksesta? Neljä viidestä vastaajasta kertoi edistävänsä työssä jaksamistaan harrastamalla liikuntaa. Vastaajat mainitsivat mm. lenkkeilyn koiran kanssa, golfin pelaamisen ja perheen kanssa ajanviettimisen henkireiäksi ja vastapainoksi työlle. Vastaajat painottivat myös riittävää lepäämistä ja yöunia tärkeiksi, jotta työtä jaksaa tehdä. Yksi vastaajista painotti, että pitää työasiat työpaikalla ja kotona ollessaan hän yrittää olla ajattelematta "Ärrää". Hän kertoi myös, että ketjun antamien myyntipalkintojen sijaan parempi palkinto yrittäjän kannalta olisi se, että ketjun puolesta tulisi henkilö joka "vapauttaisi" kauppiaan viikon ajaksi. Myös kirjallisuusosuudessa mainittu liikunta ja harrastusten tärkeys siis korostuu vastauksissa, sillä lähes jokainen yrittäjä mainitsi liikunnan toimivan vastapainona raskaalle työlle. Ainoastaan yksi vastaaja kertoi, ettei hän koe rasittuvansa työssä juuri lainkaan. Hän kertoo, että kun asiat kioskilla organisoitu niin, ettei kaaosta synny, ei synny myös rasitustakaan.

Kysymys nro5. Mitkä asiat olet kokenut positiivisiksi franchisingyrittäjänä toimimisessa? Vastajat mainitsivat positiivisiksi asioiksi ison yrityksen hyvin tunnetuksi tehdyn brandin ja valmiiksi mietityt yrityksen perusasiat. Vain yksi vastanneista sanoi, että positiivisia asioita saa hakemalla hakea, mutta hän kuitenkin mainitsee, että yritys on kuitenkin tehty hyvin tunnetuksi, eikä sen liikeidea tarvitse enää erikseen mainostaa. Eräs yrittäjä kertoi arvostavansa myös sitä, että hän pystyy tarjoamaan myös kahdelle työntekijälle vakituisen työpaikan.

Kysymys nro6. Mitkä asiat koet huonoina R-kioskiyrittäjyydessä ja franchisingketjussa toimimisessa ja mistä asioista löytyy parantamisen varaa? Tämä kysymys innosti muutaman kauppiaan pidempiin vastauksiin ja huomioin sen, että ketjun ja yrittäjän yhteistyötä olisi saatava paremmaksi. Kaikki vastajat kertoivat, että työmäärä verrattuna siitä saatavaan rahamäärään on kohtuuttoman suuri. Kaikki yrityksen maksut mukaan lukien franchisingmaksu ja kokonaisympäristöstä menevä prosenttiosuus ketjulle ovat yrittäjien mukaan suuri rasite. Yksi vastanneista kertoo tuntevansa itsensä yrittäjäksi ainoastaan silloin, kun hän on vastaamassa näiden laskujen maksamisesta. Muutama yrittäjä mainitsee, että on tehtävä koko ajan tarkkaa laskennallista työtä, jotta kaikki laskut saadaan ajallaan maksettua ja varaa ”löystämiseen” ei todellakaan ole. Myös ketjun yhtenäinen mainonta herättää mielipiteitä, sillä kioskien asiakkaiden ostokäyttäytyminen on erilaista kioskin sijainnin mukaan. Tämän lisäksi kaikkia ketjun mainostamia tuotteita ei kuitenkaan ole saatavilla jokaisessa kioskissa, sillä joidenkin myymälöiden tilat eivät riitä koko tuotevalikoiman tarjontaan. Kauppiaille olisi halua toteuttaa myös omia ideoitaan, mutta ketjuun kuulumisen takia niitä ei pystytä hyödyntämään. Tietenkin kehitysehdotuksia voidaan esittää, mutta ne ovat usein jääneet vain esitystasolle. Eräs kauppiaas kertoi, että hänen mielestään franchising-sopimus on mitoitettu juuri sen mittaiseksi, että kun viiden vuoden sopimuskausi on loppumassa ja franchisingmaksut on juuri saatu maksettua, yrittäjä on loppuun palanut ja valmis lopettamaan toiminnan. Tämän jälkeen lopettaneen yrittäjän tilalle etsitään uusi yrittäjä, joka saa uudet franchisingmaksut maksettavakseen. Yksi vastanneista painotti myös sitä, että ketjun tulisi kuunnella kauppiaan mielipiteitä ja toiveita paremmin.

Kirjallisuusosiossa (Sipilä 2006, 67) mainittiin, että yrittäjän tavoitteena on strateginen ja operatiivinen vapaus. Näitä vapauksia R-kioskiyrittäjä ei kuitenkaan täysin pysty saavuttamaan, sillä heidän on noudatettava ketjun määräämiä sääntöjä. Oman työn määrään ja aikaan kauppias voi toki vaikuttaa, mutta useimmiten he ovat itse suurimman osan ajasta töissä.

Kysymys nro7. Mitkä ovat mielestäsi R-kioskiyrittäjän tärkeimmät ominaisuudet? Yrittäjien mielestä R-kioskikauppiiaan tärkeimpiä ominaisuuksia ovat sitkeys, joustavuus, hyvä paineen- ja stressinsietokyky, ahkeruus, huumorintaju ja hyvä ihmistuntemus. Eräs kauppias mainitsee, että olisi myös suotavaa olla sen verran ”näyttelijän taitoja”, että pystyy hymyilemään töissä vaikka ei todellisuudessa jaksaisikaan. Kauppias tapaa työssään erilaisia ihmisiä, joten kaikkien kanssa pitää pystyä tulemaan toimeen ja olemaan aina ystävällinen.

Kirjallisuusosiossa mainitaan yrittäjän perusominaisuuksiin kuuluvan sitkeyden, ahkeruuden ja uskon omaan tekemiseensä (Meretniemi & Ylönen, 2008,8.) . Myös tutkimukseen osallistuneet kauppiaat painottivat samoja ominaisuuksia tärkeinä.

Kysymys nro8. Millaisena näet oman tulevaisuutesi yrittäjänä R-kioskillä? Vastaukset eivät olleet kovin positiivisia. Yksi viidestä kauppiasta sanoi lopettavansa franchisingyrittäjänä toimimisen, ellei ”ihmeitä” tapahdu. Toinen vastaajista taas ilmoitti, että hän ei aio jatkaa kauppiasuraansa enää kovin kauan, muttei kuitenkaan ollut aivan varma mahdollisesta lopettamispäätöksestä. Kolmas kauppias kertoi, että tulevaisuus jatkuu samanlaisena seuraavat viisi vuotta, kuin tähän astikin eli ”franchising-marionettina”. Kaksi viimeistä vastaajaa näkevät tulevaisuutensa R-kioskikauppiaina toistaiseksi vakaana ja elävät yrittäjän elämää päivä kerrallaan.

Kysymys nro9. Tähän mennessä keräämäsi kokemuksen perusteella: Ryhtyisitkö uudelleen R-kioskikauppiaksi, jos siihen tarjoutuisi mahdollisuus? Kysymys nro10. Jos ei, niin miksi? Neljä viidestä kauppiasta kertoi, että he eivät ryhtyisi R-kioskikauppiaksi, jos heille tarjoutuisi siihen uusi mahdollisuus. Perusteluiksi

kauppiaat vastasivat, että työn määrä on liian suuri verrattuna siitä saataviin tuottoihin. Vastauksissa ilmenee myös, että työtä on liian paljon yhdelle ihmiselle ja työssä jaksamista voisi helpottaa luotettavan yhtiökumppanin löytäminen. Yhtiökumppanin kanssa voisi jakaa työt sekä tulot puoliksi ja töitäkin jaksaisi tehdä paremmin. Yksi vastanneista kertoi, että hän tuntee itsensä yrittäjäksi ainoastaan silloin, kun hän itse vastaa rahallisesti laskuista ja muista kioskin menoista. Lisäksi hän mainitsee, että haluaisi saada enemmän vapautta tehdä toimenpiteitä, joilla kioskin toiminta muuttuisi kannattavammaksi. Sama vastaaja tiivistä mielipiteensä muutamaan sanaan ”rahallisesti raskas franchising-marionetti”. Ainoastaan yksi viidestä kauppiaasta vastasi, että hän ei osaisi suoraan sanoa, aloittaisiko kauppiaana uudelleen, sillä hän kuitenkin kaikesta huolimatta pitää työstään.

6 Loppupohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten R-kioskiyrittäjät ovat kokeneet franchisingyrittäjänä toimimisen. Haastattelun avulla halusin selvittää, mitä asioita R-kioskiketjussa pidetään positiivisina ja mistä asioista löytyy parantamisen varaa. Lisäksi selvityksen kohteena oli myös yrittäjien työssä jaksaminen ja työstä palautuminen. Empiriaosassa selvitimme, mitä on franchising ja määrittelimme yrittäjän profiilin. Tutustuimme hieman Suomen franchisingliiketoimintaan ja perehdyimme pienyrittäjyyden perusasioihin sekä fyysisestä että henkisestä näkökulmasta. Teemahaastattelun avulla selvitimme yrittäjien tyytyväisyyttä R-kioskiketjuun ja sitä, miten he kokevat yrittäjyyden osana franchisingketjua.

Franchisingyrittäjyys on vaihtoehto yrittäjäksi aikovalle henkilölle, jolla ei ole sopivaa omaa liikeideaa kehitettynä. Yrittäjyys on varmasti haastavaa ja rankkaa riippumatta siitä, onko kyseessä oma yritys vai franchisingyritys. Franchisingyrittäjyydessä on se hyvä puoli, että yrittäjä ei jää missään vaiheessa täysin yksin, vaan hän saa tarvittaessa tukea ketjulta. Ketjuun kuulumisen aiheuttaa yrittäjälle kuitenkin kuluja, sillä hän saa käyttöönsä valmiin brandin, mai-

nonnan, tukipalvelut, toimitilan, joista ketju ottaa oman osansa. Myös kioskin myyntituotoista menee ketjulle tietty prosenttiosuus.

Vastauksista käy ilmi, että R-kioskiyrittäjät pitävät työtään rankkana. Yrittäjien saama tuotto jää pieneksi suhteessa heidän tekemänsä työn määrään. Yrittäjien on koko ajan laskettava tarkasti, jotta he saavat pidettyä kioskin kulut mahdollisimman pieninä.

Vapaa-aikana kauppiaat yrittävät unohtaa työasiat, ja keskittyä muihin toimintoihin, kuten harrastuksiin. Liikunta ja perhe-elämä ovatkin yrittäjille ”henkireikiä”, joiden avulla jaksaa taas vastapainoksi tehdä työtä.

Haastattelin Kaakkois-Suomen alueelta viittä yrittäjää, joista suurin osa toimii Lappeenrannassa. Tutkimuksen toteutin teemahaastattelulomakkeen avulla, jotta saisin mahdollisimman syvällisiä vastauksia. Vaikutti kuitenkin siltä, että osa kyselyyn vastanneista kauppiaista ei ehkä kuitenkaan halunnut kertoa aivan kaikkia asioita, koska he toimivat kuitenkin osana Suomen suurinta franchising-ketjua. Näistä vastauksista kuitenkin kävi ilmi, että yrittäjät haluaisivat ketjun kuuntelevan enemmän myös yrittäjien ehdotuksia ja mielipiteitä liiketoiminnan parantamiseksi. Yrittäjät haluaisivat hieman enemmän vapautta ketjun tiiviistä ”ohjailusta”.

Kysyttäessä R-kioskiyrittäjyyden positiivisia ja huonoja puolia yrittäjät toivat enemmän esille asioita, joihin he eivät itse ole tyytyväisiä. Ensimmäisenä esille tulee työn rankkuus, toisena monet erilaiset franchising-toimintaan liittyvät kulut ja kolmantena ketjun liiallinen yrittäjän ohjaaminen.

Mielestäni franchisingyrittäjän ja R-kioskiketjun olisi kehitettävä keskinäistä yhteistyötä paremmaksi. Jos yrittäjä ei viihdy työssään, on seurauksena lopetus päätös ja ketju joutuu etsimään uuden yrittäjän entisen tilalle. Tälläkin hetkellä R-kioski Oy:llä on useampia kymmeniä toimitiloja, joihin etsitään yrittäjiä. Ketjun tulisi pyrkiä pitämään tämänhetkiset yrittäjät tyytyväisinä, jotta he jatkaisivat yritystoimintaansa. Valitettavaa on se, että sana kiertää ja negatiivisia kokemuksia

omaavat yrittäjät tuskin ainakaan rohkaisevat ketään kauppiaasuraa harkitsevaa ryhtymään ”Ärrän” kauppiaksi.

Haastattelun perusteella suurin osa R-kioskikauppiaista ei näe tulevaisuuttaan R-kioskilla kovin valoisana, eikä juuri kukaan haluaisi aloittaa saman ketjun yrittäjänä uudelleen, jos siihen tarjoutuisi uusi mahdollisuus. Yksinkertaiset perustelut näihin vastauksiin olivat suuri työmäärä ja pienet tuotot.

Franchisingtoiminta ja franchisingyrittäjäyys ovat kiinnostaneet minua jo pitkään. Olen myös joskus miettinyt franchisingyrittäjäksi ryhtymistä sopivan ketjun osuessa kohdalle. Tekemäni tutkimusten tulosten perusteella kuitenkin miettsin mahdolliset toimintaan liittyvät riskitekijät tarkoin ennen lopullisen aloituspäätöksen tekemistä.

Opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoinen prosessi, jonka aikana opin paljon uusia asioita franchisingyrittäjäydestä. Mielestäni oli mukavaa tehdä käytännönläheinen työ, jossa sain kirjallisuusosion lisäksi tehdä käytännön tutkimuksen, joka perustuu R-kioskikauppiaiden omiin kokemuksiin ja mielipiteisiin. Tulosten tutkiminen ja analysoiminen oli mielenkiintoista. Oli mukava saada tietää, mitä mieltä yrittäjät olivat franchisingketjussa toimimisesta ja sen positiivisista ja negatiivisista puolista.

Tutkimus on varmasti hyödyllinen, sillä täysin vastaavanlaista yrittäjän näkökulmasta tarkkailtua työtä ei ole aiemmin tehty. Tutkimusten tulosten perusteella saatiin ainakin selväksi se, että R-kioskiyrittäjän arki on rankkaa ja se vaatii toimiakseen sisukasta asennetta ja halua menestyä. Lisäksi voidaan myös todeta, että R-kioski Oy:n tulisi kehittää yhteistyötä kioskikauppiaiden kanssa ottamalla kauppiaiden mielipiteet ja kehitysehdotukset paremmin huomioon. Kauppiaiden huomioiminen ja yhteistyön kehittäminen voisi osaltaan saada yrittäjät pysymään ketjutoiminnassa pidemmän aikaa. Varteenotettava vaihtoehto opinnäytetyön aihetta miettivälle olisi tehdä tutkimus siitä, että millaisin keinoin R-kioskikauppiaiden ja ketjun välistä yhteistyötä voitaisiin kehittää paremmaksi.

Kuvat

Kuva 1 Opinnäytetyön viitekehys, s. 7

Kuva 2 R-kioskin logo, s.12

Kuva 3 Laatu takuun logo, s.12

Kuva 4 Kotipizzan logo, s.12

Kuva 5 R-kioskin yrittäjä rekrytointimainos, s. 14

Kuva 6 Elämäntyyli yrittäjyyden vetävät ja työntävät voimat, s. 18

Taulukot

Taulukko 1 Suomen franchising-toiminnan kehitys 1994 -2003, s. 11

Lähteet

- Boxberg, K. 2011. Suomessa johtaja käskyttää yhä. Kauppalehti 3.10.2011, 6.
- Ekholm, T. 2011. Franchising-toiminta laajenee Suomessa voimakkaasti. Franchise-News -2/11.
- Erkko, A. 2011. Ulkomaiset ketjut eivät löydä Suomesta yrittäjiä. Kauppalehti 11.10.2011, 6.
- Franchise-News, 2011/02, 7. Business to Business Mediat Oy: Espoo.
- Ikäheimonen, T. 2011. Viestinviejä. Yrittäjä Sanomat nro.7, 09/2011, 15.
- Kinkki, S., Isokangas, J. & Werner, S. 2002. Yrityksen perustoiminnot. Porvoo: WSOY
- Laakso, H. 2005. Franchising – Malli franchisingyrittäjyyteen ja ketjunrakentamiseen. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Mattila, K., Wathén, A., Tommila, M. & Rinkinen, P. 1998. Franchising-käsikirja. Helsinki:Gummerus Kirjapaino Oy.
- Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Otava
- Mikkonen, I., Tamminen, S. & Laakso, M. 2010. Rautakirja 100 vuotta. Porvoo: WS Bookwell Oy
- Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä. Helsinki: WSOY pro.
- Rautakirja. www.rautakirja.fi/yritys/organisaatio, Luettu 15.8.2011, www.rautakirja.fi/rkioski, Luettu 15.8.2011
- R-kioski www.r-kioski.fi/R-kioskinhistoriaa.53.0.html, Luettu 10.9.2011
- Salmimies, P. 1988. Esimiehen arkipsykologiaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Sipilä, J. 2006. Osaajasta elämäntyyliyrittäjäksi. Juva: WS Bookwell Oy.
- Suomen Franchising-yhdistys ry. <http://www.franchising.fi/index.php?p=16>, Luettu 10.8.2011
- Öhrnberg, P. 2011. Motivaatio on yrittäjän polttoainetta. Kauppalehti 31.8.2011, 14.

Kysymyslomake: Franchisingyrittäjyys ja työssä jaksaminen

1. Ikä ja paikkakunta
2. Miten kauan olet toiminut R-kioski yrittäjänä?
3. Mistä sait idean ryhtyä franchisingyrittäjäksi R-kioskille?
4. Miten edistät työssä jaksamistasi ja miten palautut työn aiheuttamasta raskuudesta?
5. Mitkä asiat olet kokenut positiivisiksi franchisingyrittäjänä toimimisessa?
6. Mitkä asiat koet huonoina R-kioski yrittäjyydessä ja franchisingketjussa toimimisessa? Mistä asioista löytyy parantamisen varaa?

7. Mitkä ovat mielestäsi R-kioski-yrittäjän tärkeimmät ominaisuudet?

8. Millaisena näet oman tulevaisuutesi yrittäjänä R-kioskilla?

9. Tähän mennessä keräämäsi kokemuksen perusteella: Ryhtyisitkö uudelleen R-kioski kauppiaksi jos siihen tarjoutuisi mahdollisuus?

10. Jos ei, niin miksi?

Kysymyslomake: Franchisingyrittäjyys ja työssä jaksaminen

Vastaus nro: 1.

1. Ikä ja paikkakunta? 41 vuotta, Lappeenranta.
2. Miten kauan olet toiminut R-kioski yrittäjänä? n.7 vuotta.
3. Mistä sait idean ryhtyä franchising-yrittäjäksi R-kioskille? Oma työpaikka meni alta ja jotain piti keksiä; Lehdessä oli ilmoitus.
4. Miten edistät työssä jaksamistasi ja miten palaudut työn aiheuttamasta raskuudesta? Koti, piha, lapset ja koira ovat vastapainona. Kotona ei mietitä Ärrää eikä kotiin viedä yhtään paperihommia. On onnistunut tähän saakka.
5. Mitkä asiat olet kokenut positiivisiksi franchisingyrittäjänä toimimisessa? Valmiiksi mietityn taustatuen isolta firmalta. Ei ole kuitenkaan yksin ”vastaamassa kaikesta”.
6. Mitkä asiat koet huonoina R-kioski yrittäjyydessä ja franchising-ketjussa toimimisessa? Mistä asioista löytyy parantamisen varaa? Vapaa-aika jää vähiin. Franchisingmaksut ovat kyllä niin hyvin laskettu, ettei varaa ole löystämiseen, vaan on tehtävä laskennallista yrittäjän työpanosta. Pari kertaa olen saanut palkinnoksi matkalahjakortin, joka on sitten jäänyt käyttämättä/annettu pois, Parmpi tapa palkita kauppiasta mielestäni olisi Rautakirjan puolesta työntekijä joka tulisi ”vapauttamaan” kauppiaan viikoksi.
7. Mitkä ovat mielestäsi R-kioski yrittäjän tärkeimmät ominaisuudet? Sitkeys, joustavuus, usko tekemiseen, usko itseensä, hyvä paineensietokyky ja sen verran näyttelijän taitoja, että pystyy hymyilemään vaikkei mitenkään jaksaisi.
8. Millaisena näet oman tulevaisuutena yrittäjänä R-kioskilla? Kunhan sopimuskausi loppuu parin vuoden päästä niin eiköhän se ole tässä, ellei ihmeitä tapahdu.
9. Tähän mennessä keräämäsi kokemuksen perusteella: Ryhtyisitkö uudelleen R-kioski kauppiaksi jos siihen tarjoutuisi mahdollisuus? En
10. Jos ei, niin miksi? Kyllä tämä vaatii liikaa yhdeltä ihmiseltä. Jos olisi hyvä yhtiökumppani, jonka kanssa työt/tulot puoliksi, niin voisin ruvetakin. Työ sinänsä on ihan mukavaa.

Vastaus nro:2

1. Ikä ja paikkakunta? 47 vuotta, Lappeenranta.
2. Miten kauan olet toiminut R-kioski yrittäjänä? n.7,5 vuotta
3. Mistä sait idean ryhtyä franchisingyrittäjäksi R-kioskille? Olin töissä R-kioskissa, jonka kauppias kuoli yllättäen. Minulle tarjottiin yrittäjän paikkaa.
4. Miten edistät työssä jaksamistasi ja miten palaudut työn aiheuttamasta raskuudesta? Liikkumalla ja nukkumalla.
5. Mitkä asiat olet kokenut positiivisiksi franchisingyrittäjänä toimimisessa? Hyvä brandi.
6. Mitkä asiat koet huonoina R-kioski yrittäjyydessä ja franchisingketjussa toimimisessa? Mistä asioista löytyy parantamisen varaa? Paikat ovat erilaisia missä kioskit toimii ja mitä ne myyvät. Mainostaminen ja valikoimat ovat lähes samat joka paikassa, vaikka ihmisten ostokäyttäytyminen on erilainen.
7. Mitkä ovat mielestäsi R-kioski yrittäjän tärkeimmät ominaisuudet? Paineen- ja stressinsietokyky.
8. Millaisena näet oman tulevaisuutesi yrittäjänä R-kioskillä? Olen ollut yrittäjä n. 7,5 vuotta, luultavasti en ole enää yhtä pitkään. En mitenkään "ruusuisena".
9. Tähän mennessä keräämäsi kokemuksen perusteella: Ryhtyisitkö uudelleen R-kioski kauppiaksi jos siihen tarjoutuisi mahdollisuus? En.
10. Jos ei, niin miksi? Tää on niin "rankka laji". Työmäärä on suuri siitä saata-vaan korvaukseen verrattuna.

Vastaus nro: 3

1. ikä ja paikkakunta? 52 vuotta, Lappeenranta.
2. Miten kauan olet toiminut R-kioski yrittäjänä? 3 vuotta.
3. Mistä sait idean ryhtyä franchisingyrittäjäksi R-kioskille? Ei ollut ideaa, vaan ainut mahdollisuus työllistyä. Syy tähän on ikäni siinä vaiheessa lähes 50 vuotias eikä töitä ja taustalla hyvä koulutus ja työkokemus 20 vuotta UPM:n palveluksessa. Kaikki yritykset työllistyä kaatuivat ikään.
4. Miten edistät työssä jaksamistasi ja miten palaudut työn aiheuttamasta raskuudesta? Lepäämällä, yritän käyttää vähäisen vapaa-aikani tekemällä jotain aivan muuta, jolloin voin hetkeksi irtaantua kokonaan "ärrästä". Lenkkeily koiran kanssa on henkireikä.
5. Mitkä asiat olet kokenut positiivisiksi franchisingyrittäjänä toimimisessa? Positiivisia asioita saa etsimällä etsiä. Yrityksen aloittaminen on helppoa, tunnettu brandi. Ei tarvitse tehdä yritystä, liike-ideaa tunnetuksi markkinoimalla.
6. Mitkä asiat koet huonoina R-kioski yrittäjyydessä ja franchisingketjussa toimimisessa? Mistä asioista löytyy parantamisen varaa? Tunnen itseni yrittäjäksi ainoastaan vain silloin, kun vastaan kuluista ja menoista rahallisesti. Muuten toiminta on ennalta ohjattu, jota joudut toteuttamaan, halusit tai et. Et yrittäjänä juurikaan pysty vaikuttamaan kioski toimintaan tuomalla esimerkiksi omia paikallisia toimintoja käytäntöön, kaikki torppaa franchising - ajatukseen. Franchising-aloitusmaksut ja kaikki muut maksut, markkinointi, liiketilat jne. ovat aivan kohtuuttoman suuret tuottoihin nähden. Idea on selvästi mitoitettu, että kun kauppiaan sopimus (5v.) umpeutuu, aloitusmaksut on saatu maksettua niin kauppiaskin on valmis lopettamaan (ts. Loppuun kulutettu). Tämän jälkeen tulee taas uusi kauppias ja uudet aloitusmaksut.
7. Mitkä ovat mielestäsi R-kioski yrittäjän tärkeimmät ominaisuudet? Positiivinen elämäkatsomus (muuten et jaksa), huumorintaju, ihmistuntemus (auttaa asiakaspalvelussa). Se, että osaat mennä tilanteisiin oikealla tavalla. Jämäkkyys, sitä tarvitaan henkilöjohtamisessa ja myös joustavuus. Kirjanpidon osaaminen auttaa myös.

8. Millaisena näet oman tulevaisuutesi yrittäjänä R-kioskilla? Tulevaisuus jatkuu sopimuskauden 5v. juuri sellaisena kuin se nyt on eli franchisingmarionettina.
9. Tähän mennessä keräämäsi kokemuksen perusteella: Ryhtyisitkö uudelleen R-kioski kauppiaksi jos siihen tarjoutuisi mahdollisuus? En ryhtyisi.
10. Jos ei, niin miksi? Jos franchisingyrittäjyys on pelkästään maksuvelvollisuus ilman omaa henkilökohtaista mahdollisuutta muuttaa mitään millä parantaisit tulosta, ts. Ei voida puhua yrittäjyydestä. Rahallisesti raskas "franchising-marionetti". Edes aukioloaikoja ei voi sopeuttaa liiketoimintaan sopivaksi.

Vastaus nro:4

1. Ikä ja paikkakunta? 48 vuotta, Lappeenranta
2. Miten kauan olet toiminut R-kioski yrittäjänä? 6 vuotta
3. Mistä sait idean ryhtyä franchisingyrittäjäksi R-kioskille? Näin ilmoituksen, että etsitään kauppiasta ja päätin kokeilla.
4. Miten edistät työssä jaksamistasi ja miten palaudut työn aiheuttamasta rasituksesta? Yritän organisoida asiat niin, että kaikki sujuu eikä synny kaaosta. Paremmiin jaksoihin työssä kun kaikki sujuu. En tunne rasittuvani työssä.
5. Mitkä asiat olet kokenut positiivisiksi franchisingyrittäjänä toimimisessa? Kaikki perusasiat ovat valmiiksi mietitty.
6. Mitkä asiat koet huonoina R-kioski yrittäjyydessä ja mistä asioista löytyy parantamisen varaa? Huono asia on se, että joutuu maksamaan tietyn prosenttiosuuden myynneistä ketjulle kaikkien muiden maksujen lisäksi.
7. Mitkä ovat mielestäsi R-kioski yrittäjän tärkeimmät ominaisuudet? Järjestelmällisyys, ahkeruus, luotettavuus, tulee kaikkien ihmisten kanssa toimeen.
8. Millaisena näet oman tulevaisuutesi yrittäjänä R-kioskilla? Päivä kerrallaan, en ole ajatellut pitkälle tulevaisuutta.
9. Tähän mennessä keräämäsi kokemuksen perusteella: Ryhtyisitkö uudelleen R-kioski kauppiaksi jos siihen tarjoutuisi mahdollisuus? Vaikea sanoa, koska tässä on hyviä sekä huonojakin puolia. Itse työstä tykkään tosi paljon.
10. Jos ei, niin miksi? –

Vastaus numero:5

1. Ikä ja paikkakunta: 57 vuotta, Kouvola.
2. Miten kauan olet toiminut R-kioski yrittäjänä? 10 vuotta.
3. Mistä sait idean ryhtyä franchisingyrittäjäksi R-kioskille? Toimin Soneralla tietohallintopäällikkönä viimeiset 10 vuotta ja yhteensä Tele-Soneralla 28 vuotta, tuli aika tehdä jotain muuta.
4. Miten edistät työssä jaksamistasi ja miten palaudut työn aiheuttamasta raskuudesta? Perhe, lastenlapset, liikunta mm. Golf ja keilailu.
5. Mitkä asiat olet kokenut positiivisiksi franchisingyrittäjänä toimimisessa? Yrittäjän ns. vapaus ja vastuu, tarjoan työpaikan myös kahdelle vieraalle. Ison ketjun tuki ja laaja tuotevalikoima.
6. Mitkä asiat koet huonoina R-kioski yrittäjyydessä ja franchisingketjussa toimimisessa? Mistä asioista löytyy parantamisen varaa? Vaatii tosi paljon omaa työpanosta, ketjun suuri ohjaus varsinkin nykyisin, kauppiaan kuuntelu paremmin!
7. Mitkä ovat mielestäsi R-kioski yrittäjän tärkeimmät ominaisuudet? Valmius yrittäjyyteen, ahkeruus, sosiaalisuus ja ystävällisyys.
8. Millaisena näet oman tulevaisuutesi yrittäjänä R-kioskillalla? Toistaiseksi vakaana.
9. Tähän mennessä keräämäsi kokemuksen perusteella: Ryhtyisitkö uudelleen R-kioski kauppiaksi jos siihen tarjoutuisi mahdollisuus? Ehkä en aloittaisi uudelleen.
10. Jos ei, niin miksi? Tuottavuus pieni suhteessa työpanokseen.