

Opinnäytetyö Turun AMK

Liiketalouden koulutusohjelma

2022

Aapo Antikainen

# Osuuskunnan menestystekijät talousvastaavan näkökulmasta

– Case: Osuuskunta Winea



Opinnäytetyö AMK | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Liiketalouden koulutusohjelma

2022 | 25 sivua

Aapo Antikainen

# Osuuskunnan menestystekijät talousvastaavan näkökulmasta

- Case: Osuuskunta Winea

Tämä opinnäytetyö käsittelee BisnesAkatemiaa oppimisympäristönä ja sen menestyksekkäintä osuuskuntaa, Wineaa. BisnesAkatemia on yksi Turun ammattikorkeakoulussa valittavissa oleva liiketalouden tradenomitutkinnon osaamispolku. BisnesAkatemiassa opiskelijat toimivat tiimiyrittäjinä harjoittaen liiketoimintaa osuuskunnittain. Työ on kirjoitettu osuuskunta Winean talousvastaavan näkökulmasta, nostaan esiin budjettiin, hinnoitteluun, laskutukseen ja muihin talousvastaavan tehtäviin liittyviä asioita. Lisäksi opinnäytetyö keskittyy tarkastelemaan Winean kahta suurinta projektia; Friend's Kitcheniä ja Murenaa. Työn tavoite on pohtia osuuskunta Winean menestystekijöitä ja toimia oppaana uusille opiskelijoille.

Opinnäytetyön luku 3, Friend's Kitchen ja luku 4, Murena kuvailevat tarkasti, miten projektit käynnistettiin ja miten projektit etenenivät loppuun saakka. Molemmat projektit perustuivat erilaisiin palveluihin. Friend's Kitchenissä Winea hoiti kahden hot dog - kioskin päivittäistä liiketoimintaa. Murena projektissa Winea myi Herkku ja Lahja Murenan tuotteita Turun seudulla yrityksille ja yksittäisille kuluttajille. Winea maksoi sisäänostot Murenalle vain myydyistä tuotteista, mikä mahdollisti projektiin osallistumisen ilman suurta investointia tai riskinottoa.

Rajalliset taloudelliset resurssit ja lyhyt aktiiviaika ovat osuuskuntien suurimmat haasteet liiketoiminnassa. Taloudelliset riskit minimoimalla ja tehokkaalla ajankäytöllä osuuskunnat pystyvät saavuttamaan menestystä liiketoiminnoissaan. Palveluihin keskittyminen ja yhteistyö muiden yritysten kanssa ovat avainasemassa osuuskuntien rajalliset resurssit huomioiden.

Asiasanat:

Osuuskunta, projekti, talousvastaava, menestystekijät

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Bachelor's Degree, Business Administration

2022 | 25 pages

Aapo Antikainen

# Cooperative Success Factors from the Perspective of the Financial Manager

- Case: Cooperative Winea

This Bachelor's Thesis deals with BusinessAcademy as a studying environment and its most successful cooperative, Winea. The BusinessAcademy is one of the pathways in the Turku University of Applied Sciences to choose from. At the BusinessAcademy, students work as team entrepreneurs. The work is written from the perspective of the financial manager of the cooperative Winea, highlighting issues related to the budget, pricing, invoicing and other duties of the financial manager. In addition, the thesis focuses on looking at Winea's two largest projects; Friend's Kitchen and Murena. The aim of the work is to reflect on the success factors of the cooperative Winea and to act as a guide for new students.

Chapter 3 of the thesis, Friend's Kitchen, and Chapter 4, Murena, describe in detail how the projects were launched and how the projects progressed to completion. Both projects were based on different services. At Friend's Kitchen, Winea ran the day-to-day business of two hot dog kiosks. In the Murena project, Winea sold Herkku and Lahja Murena's products in the Turku region to companies and individual consumers. Winea only paid for purchases from Murena for the products sold, which allowed it to participate in the project without a large investment or risk-taking.

Limited financial resources and short working hours are the biggest challenges for cooperatives in business. By minimizing financial risks and using time efficient, cooperatives are able to achieve success in their business operations. Focusing on services and cooperating with other companies is key, given the limited resources of cooperatives.

Keywords:

Coopearative, Finance Manager, Project, Success Factors

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 PROJEKTIT OSUUSKUNTA WINEASSA</b>	<b>7</b>
2.1 BisnesAkademia	7
2.2 Osuuskunta Winea	9
2.3 Talousvastaavan tehtävät	9
2.4 Winean projektit ja menestys	11
2.5 Covid-19 pandemian vaikutus osuuskunnan toimintaan	13
<b>3 FRIEND'S KITCHEN</b>	<b>15</b>
3.1 Projektin käynnistäminen	15
3.2 Konseptin ensimmäinen testaus käytännössä	15
3.3 Asiakaspalvelu kaiken a ja o	16
3.4 Toimipisteen sijainnilla on merkitystä	16
3.5 Friend's Kitchen -projektin yhteenveto	17
<b>4 MURENA</b>	<b>19</b>
4.1 Myyntikilpailu	19
4.2 Yritysmyynti	19
4.3 Pop Up	20
4.4 Murena-projektin yhteenveto	21
<b>5 MENESTYSTEKIJÄT JA OPIT TULEVILLE OSUUSKUNNILLE</b>	<b>22</b>
5.1 Taloudelliset reaali-teetit menestyksen kulmakivenä	22
5.2 Tavoitteiden määrittäminen	23
<b>6 YHTEENVETO</b>	<b>24</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>25</b>

## **KUVIOT**

Kuvio 1. Nelivetomalli (BisnesAkademia).	7
Kuvio 2. Syksyn 2019 Myynti.	12
Kuvio 3. Myyntibudjetti 2020.	13

## **TAULUKOT**

Taulukko 1. Esimerkki osuuskunnan viikkokalenterista.	8
Taulukko 2. Projektilaskuri.	10
Taulukko 3. Tunti perusteinen projektilaskuri.	11

# 1 JOHDANTO

Suoritin tradenomiopintoni Turun ammattikorkeakoulun BisnesAkatemiassa. Valitsin ensimmäisen opintovuoden perusopintojen jälkeen Innovatiivisen liiketoiminnan ja yrittäjyyden osaamispolukseni. Tätä osaamispolkua kutsutaan BisnesAkatemiaksi, jonka lyhenne tekstissä on BA. Valitsin BA:n osaamispolukseni, koska näin sen monipuolisimpana vaihtoehtona verrattaessa markkinointiin, taloushallintoon tai matkailu ja wellness liiketoimintaan. BA:ssa opinnot suoritetaan tiimiyrittäjinä eli opiskelijat jaetaan osuuskuntiin liiketoiminnan ja yrittäjyyden harjoittelemista varten. Yrittäjänä oppii yrityksen perustamisen, päivittäisen liiketoiminnan pyörittämisen, yrityksen taloushallinnon ja kirjanpidon perusteet sekä markkinointia ja muita liiketoiminnan osa-alueita käytännössä projektien kautta.

Käyn opinnäytetyössäni läpi omaa osaamistani ja kehittymistäni opintojen aikana sekä osuuskunta Winean menestystä kahden suurimman projektin kautta. Työ on portfoliotyyppinen ja olen tuonut siinä esille omia sekä osuuskunta Winean saavutuksia. Opinnäytetyön teoriaosuus sitoutuu yhteen projektien kautta vetoketju periaatteella. Käsittelen asioita osuuskunta Winean talousvastaava tehtävänäni kautta. Pohdin työssäni osuuskunta Winean menestystekijöitä; miten saada tuloksia aikaan lyhyessä ajassa hyvin rajallisilla resursseilla?

Opinnäytetyön tavoite on esitellä opiskelemista Bisnes Akatemiassa, toimia oppaana uusille osuuskunnille ja pohtia tekijöitä, jotka johtivat osuuskunta Winean menestymiseen. Valitsin työhöni tarkempaan tarkasteluun kaksi Winean suurinta projektia, koska ne mahdollistivat osuuskunnan 100 000 euron liikevaihtotavoitteen. Friend's Kitchen- ja Murena-projektin liikevaihdot olivat moninkertaisia suuruusluokaltaan verrattaessa osuuskunnan muihin projekteihin. Lisäksi olin itse mukana molemmissa projekteissa.

Valitsin työn aiheen, koska minusta on tärkeää dokumentoida osuuskunta Winean menestyksensä suoritus. Uudet BisnesAkatemian osuuskunnat voivat saada tästä työstä paljon oppeja kehittääkseen omaa liiketoimintaansa ja päästäkseen uusiin ennätyslukemiin BisnesAkatemian historiassa. Näin koko BisnesAkatemia voi kasvaa suuremmaksi toimijaksi ja kehittyä entisestään paremmaksi oppimisympäristöksi.

## 2 PROJEKTIT OSUUSKUNTA WINEASSA

### 2.1 BisnesAkatemia

Innovatiivinen liiketoiminta ja yrittäjyys eli BisnesAkatemia on yksi Turun ammattikorkeakoulussa valittavissa oleva liiketalouden tradenomitutkinnon osaamispolku. BA:ssa opiskelija toimii tiimiyrittäjänä yhdessä muiden opiskelijoiden kanssa. Opiskeleminen BA:ssa on hyvin erilaista verrattaessa muihin osaamispolkuihin, koska opinnot suoritetaan ilman tenttejä tai luentoja. Sen sijaan tradenomitutkinnon opiskelut koostuvat asiakasprojektien tekemisestä osuuskunnittain. Yrittäjyyttä oppii parhaiten käytännön kautta ja tekemällä itse, minkä tämä oppimisympäristö mahdollistaa. (BisnesAkatemia.) Hakeminen BisnesAkatemiaan tapahtuu Turun ammattikorkeakoulun tradenomi liiketalouden koulutusohjelman kautta, jossa ensimmäisen perusopintovuoden jälkeen voi valita osaamispoluksi ”Innovatiivinen liiketoiminta ja yrittäjyys (BisnesAkatemia)” (Turun ammattikorkeakoulu).



Kuvio 1. Nelivetomalli (BisnesAkatemia).

Osuuskunnat koostuvat noin 15 opiskelijasta, jotka tekevät yhdessä erilaisia projekteja, treenejä ja lukupiirejä. Lisäksi edellä mainittuihin opiskelumuotoihin kuuluu oppimissopimus, joka täydentää BA:ssa käytettävän opiskelumallin, jota kutsutaan nelivetomalliksi (Kuvio 1.). Jokaisella osuuskunnalla on oma opettaja tai valmentaja, kuten BA:ssa sanotaan. Valmentajan tehtävä on toimia osuuskunnan mentorina ja osuuskunnan toiminnan valvojana sekä ohjata ammatillisessa kehittämisessä. Valmentaja myös arvioi opiskelijoiden suoritukset BA:ssa ja antaa arvosanat liiketoiminnan eri osa-alueista. Osuuskuntien aktiivinen toiminta-aika kestää puolestatoista vuodesta kahteen vuoteen, jonka jälkeen opiskelijat siirtyvät suorittamaan harjoittelu jaksojaan ja kirjoittamaan opinnäytetöitään. Harjoittelun voi suorittaa myös oman osuuskuntansa kautta.

Taulukko 1. Esimerkki osuuskunnan viikkokalenterista.

Klo	Maanantai	Tiistai	Keskiviikko	Torstai	Perjantai	Viikonloppu
8						
9	Viikkopalaveri	Treenit: Neuvottelutaidot	Palaveri asiakkaan kanssa projektin etenemisestä	Treenit: Kirjapiiri aiheena Johtaminen		
10	Heimohuuto		Projekti työskentelyä		Yritysvierailu: Nordea	
11						
12	Projekti työskentelyä	Projekti työskentelyä		Projekti työskentelyä	Projekti työskentelyä	
13			Vieraileva puhuja: Paikallinen yrittäjä, verkostoituminen			
14	Osk.Hallitus palaveri					
15						
16						
17-20						

BA:ssa osuuskunnan tavanomainen viikko noudattaa seuraavaa kaavaa (Taulukko 1.). Maanantaina on viikkopalaveri sekä jokatoinen viikko järjestettävä ”Heimohuuto”. Viikkopalaverissa käydään menneen viikon tapahtumat lävitse sekä suunnitellaan tulevaa ohjelmaa. Lisäksi käynnissä olevien projektien sen hetkiset tilanteet on hyvä kertoa muulle osuuskunnalle viikkopalaverissa, jotta kaikki jäsenet pysyvät ajan tasalla. Jokatoinen viikko järjestettävä ”Heimohuuto” kerää BA:n osuuskunnat ja valmentajat yhteiseen tiedotustilaisuuteen, missä osuuskunnat kertovat projekteistaan ja jakavat kuulumisiaan. Tilaisuudessa on välillä mukana myös ulkopuolisia puhujia tai yritysten edustajia rekrytoimassa osuuskuntia yhteistyöhön. Heimohuuto onkin erinomainen paikka välittää tietoa koko BisnesAkatemian yhteisölle.

Tiistaina ja torstaina on oman osuuskunnan opiskelijoiden pitämät noin kolmen tunnin mittaiset treenit. Treenien aiheet opiskelijat saavat päättää itse, kunhan ne liittyvät jotenkin liiketalouteen, osuuskunnan toimintaan tai projekteihin. Treenit voivat koostua myös kirjapiiristä, yritysvierailusta tai treenit voi vetää joku ulkopuolinen asiantuntijakin. Treenien tarkoitus on, että kulloinkin veto vastuussa olevat opiskelijat suunnittelevat ja taustoittavat treenien aihepiiriin muulle osuuskunnalle. Keskiviikko ja perjantai on varattu useimmiten kokonaan osuuskunnan omien projektien työstämiseen. Lisäksi ohjelmaan voi kuulua palavereja asiakkaiden kanssa, vierailevien asiantuntijoiden luentoja tai yritysvierailuja. Taulukon 1. esimerkki viikkokalenterin tyhjät kohdat opiskelijat voivat tehdä projektejaan, suunnitella tulevia treenejä tai esimerkiksi lukea kirjapiiriin valittua kirjaansa. Opiskelijat ovat osuuskunnissaan yrittäjiä, joten jotain työtä osuuskunnan eteen on aina tehtävissä.

BA:ssa osuuskunnat pyrkivät tekemään liikevaihtoa projektejensa kautta. Jokainen osuuskunta voi itse päättää minkälaisia projekteja he tekevät. Osuuskunnan aktiivisen toiminta-ajan ollessa vain kaksi vuotta, ei voiton kerääminen osuuskunnalle tai investointeihin ole järkevää. Sen sijaan kaikki projekteista tehty tulos pyritään maksamaan palkkoina projektiin osallistuneille opiskelijoille. Palkan saaminen projekteista ja opiskelusta toimii pienenä kannustimena opiskelijoille. Onnistuneet projektit voivat toimia ponnahduslautana menestykseen ja loistelialelle työuralle, sillä



opiskelijoilla on oikeus jatkaa osuuskunnan menestyksestä liiketoimintaa vielä BA-ajan jälkeenkin. Opiskelijat voivat siis irroittaa omistamansa osuuskunnan koulusta kokonaan ja jatkaa työuriaan itsenäisesti omistamansa osuuskunnan parissa. Kolmas selkeä hyöty asiakasprojektien tekemisestä on opiskelijoiden oman verkoston laajeneminen. Liike-elämässä laaja kontaktiverkosto antaa lisää mahdollisuuksia työuran tai oman liikeidean kehittämiseen. Nämä asiat saavat nostamaan osuuskuntien tavoitteet korkealle ja sitouttamaan jäsenensä hoitamaan omat tehtävänsä osuuskunnassa.

BA:ssa osuuskuntien suorituksia mitataan ja vertaillaan liikevaihdon, maksettujen palkkojen ja projektien lukumäärän perusteella. Osuuskunnat ovat itse vastuussa liiketoiminnastaan ja joutuvat myös kuittamaan tappionsa omasta pussista, jos liiketoiminta jää kannattamattomaksi. Tosin BA:ssa osuuskunnat suunnittelevat projektiansa kulurakenteen hyvin tarkkaan, jotta riskit ja mahdolliset tappiot saataisiin minimoitua. Osuuskunnat asettavat itse omat tavoitteensa ja määrittelevät keinonsa menestyksen tavoittelussa. Kuuluin itse Winea nimiseen osuuskuntaan, joka on toistaiseksi menestynein osuuskunta BA:n kymmenen vuotisen historian aikana.

## 2.2 Osuuskunta Winea

Osuuskunta on yhteisö, jonka tarkoitus on tuottaa taloudellista etua ja voittoa jäsenilleen. Osuuskunta on itsenäinen oikeushenkilö ja sen varat ovat erillään jäsenten omaisuudesta. (Mähönen & Villa 2021, 1).

BA:ssa jokainen vuosikurssi ei perusta uutta osuuskuntaa, vaan nuorempi vuosikurssi ottaa haltuun kaksi vuotta vanhemman vuosikurssin osuuskunnan vaihtamalla nimen ja vastuuroolit. Näin BA:ssa on kerrallaan noin kuusi aktiivista osuuskuntaa. Osuuskunta Winea aloitti toimintansa 2019 syyskuussa lukukauden alkaessa. Ensimmäiseksi piti hoitaa hallinnollisia asioita, sillä Winea perustettiin osuuskunta Partumin tilalle, jota vanhempi vuosikurssi oli pyörittänyt. Osuuskunnan nimi vaihdettiin Wineaksi; valittiin uusi hallitus, team leaderit ja muut vastuu roolit. Winea teki aktiivisen puolitoistavuotisen ajanjakson aikana melkein parikymmentä eri projektia, joista tuottoisimmat olivat Friend's Kitchen ja Murena.

## 2.3 Talousvastaavan tehtävät

Omaksi tehtäväksi osuuskunnassa tuli ”talousvastaava” yhdessä kahden muun tiimiyrittäjän tavoin. Talousvastaavan tehtäviin kuului osuuskunnan talousasioiden hoitaminen kirjanpitoyritys TradeTaseen kanssa, laskuttaminen, palkanmaksut ja osuuskunnan varojen seuranta. Tilitoimisto TradeTase on taloushallintoa opiskelevien tradenomiopiskelijoiden pyörittämä yritys (Turun ammattikorkeakoulu > työelämäpalvelut). BA:n osuuskunnat ulkoistavat usein kirjanpitonsa TradeTaseelle keskittyäkseen vain oman liiketoimintansa pyörittämiseen. TradeTaseen kilpailuetuna osuuskuntien näkökulmasta on erittäin kilpailukykyinen hinta sekä yrityksen sijainti

samassa rakennuksessa BA:n kanssa. Osuuskunta Winea ulkoisti kirjanpidon ja palkanlaskennan TradeTaseelle aluksi kokonaan, mutta Friend's Kitchen projektin myötä palkanlaskenta siirtyi takaisin osuuskunnallemme osittain. BA:n osuuskunnat voivat itse päättää miten hoitavat kirjanpitoa ja taloushallintonsa.

Olen persoonaltani tarkka ja analyyttinen, lisäksi matematiikka kuuluu vahvuuksiini, joten talousvastaavan rooli tuntui luonnolliselta. Talousvastaavan tehtävä itsessään on hyvin monipuolinen, sillä talousvastaava pääsee osuuskunnan jokaiseen projektiin mukaan ainakin osittain projektin raha-asioiden kautta. Tehtävä on samaan aikaan myös erittäin vastuullinen, koska osuuskunnan tilinkäyttö oikeuden ja raha-asioiden kanssa täytyy olla aina erittäin tarkkana, jotta kaikki sujuu ongelmitta. Vastuuta lisää myös huolehtiminen laskujen maksamisesta ajallaan. Tehtävässäni pääsin hyödyntämään osaamistani laskemisesta ja Microsoft Officen Excel-ohjelmistosta.

Taulukko 2. Projektilaskuri.

Projektilaskuri			Selite
Laskutettu (sis.Alv.)	1 240,00 €	24 %	
<b>Projektin hinta</b>	<b>1 000,00 €</b>		
Projektikohtaiset kulut (ostot, vuokra jne.)	200,00 €		Vuokra 150€, mainos 50€
Kulujen jälkeen (osk.osuus, palkat)	800,00 €		
Osuuskunnan osuus	20 %	160,00 €	
Sivukulut-%	23 %	184,00 €	
Työntekijöiden määrä	1		
<b>Yhden työntekijän osuus</b>	<b>456,00 €</b>	(ennen henk.koht. vero-%)	
Työtunnit	30		
Tuntipalkka	15,20 €		

Talousvastaavana loin projektilaskurin (Taulukko 1.) havainnollistamaan projektien kulurakennetta, palkanmaksua ja muita sivukuluja. Laskurin tarkoitus on helpottaa hinnan laskemista tarjouspyyntöihin vastattaessa tai projektin suunnittelussa. Syöttämällä värjättyihin kohtiin oikeat projektikohtaiset tiedot, niin laskuri laskee osuuskunnan osuuden ja palkat. Laskurin avulla oli helppo havainnollistaa paljonko työntekijän käteen jää oikeasti rahaa projektista. BA:ssa osuuskunnalle jäävää osuutta projekteista on pidetty yleensä noin 20%:ssa, jotta osuuskunnan kaikki hallinnolliset ja muut pakolliset kulut esimerkiksi vakuutukset saadaan katettua. Tällä tavalla pienennetään myös riskiä, jotta osuuskunnan varat eivät loppuisi missään kohtaa. Hyödynsimme projektilaskuria mm. päivittäistavarakaupan inventaario- ja avajaiset-projekteissa.

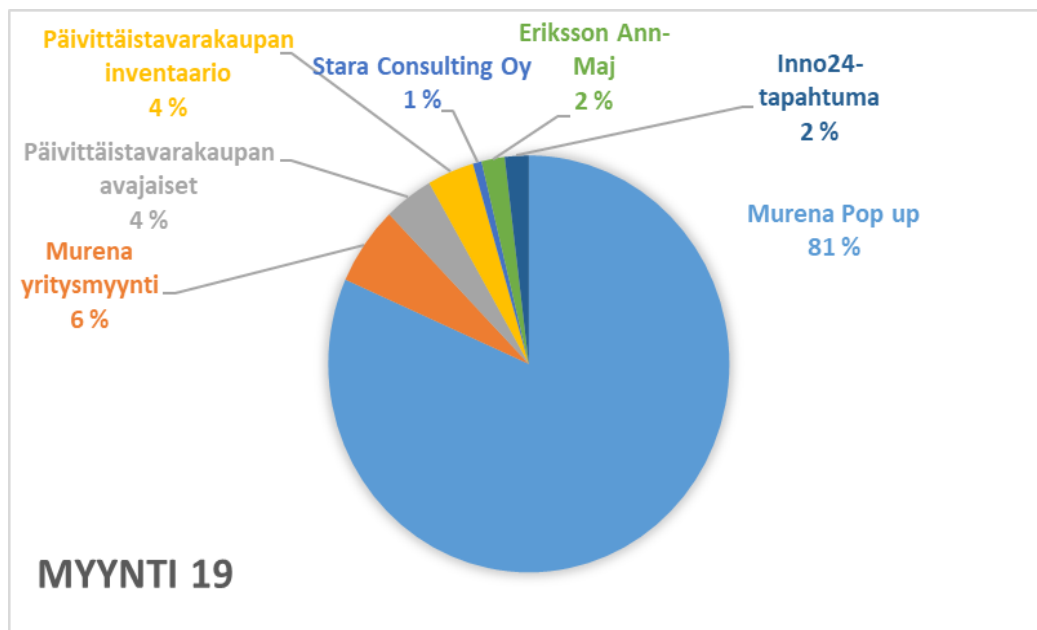
Taulukko 3. Tunti perusteinen projektilaskuri.

Tunti perusteinen projektilaskuri		
<b>Tuntipalkka (netto)</b>	<b>14,04 €</b>	
Henk.koht. vero-%	2 %	0,39 €
Sivukulut	23 %	4,49 €
Osuuskunnan osuus	3 %	0,59 €
<b>Bruttopalkka</b>	<b>19,50 €</b>	
Työtunnit yhteensä	1	19,50 €
Työntekijöiden määrä	1	19,50 €
<b>Laskutettava (ilman alv.)</b>	<b>19,50 €</b>	
Alv.-%	24 %	4,68 €
Lasku asiakkaalle	24,18 €	

Toinen itse tekemistäni laskureista oli työtunteihin perustuva malli (Taulukko 2.). Syöttämällä bruttopalkan, tuntimäärän ja työntekijöiden lukumäärän, näkee helposti kuinka paljon työntekijänä jää palkkaa käteen tai kuinka paljon työtunnit yhteensä kustantavat. Laskurissa henkilökohtaisen veroprosentin osuus on tarkoituksella laitettu hyvin pieneksi, koska se on realistinen päätoimisen opiskelijan tuloilla. Tätä laskuria hyödynnettiin mm. Friend's Kitchen projektissa.

#### 2.4 Winean projektit ja menestys

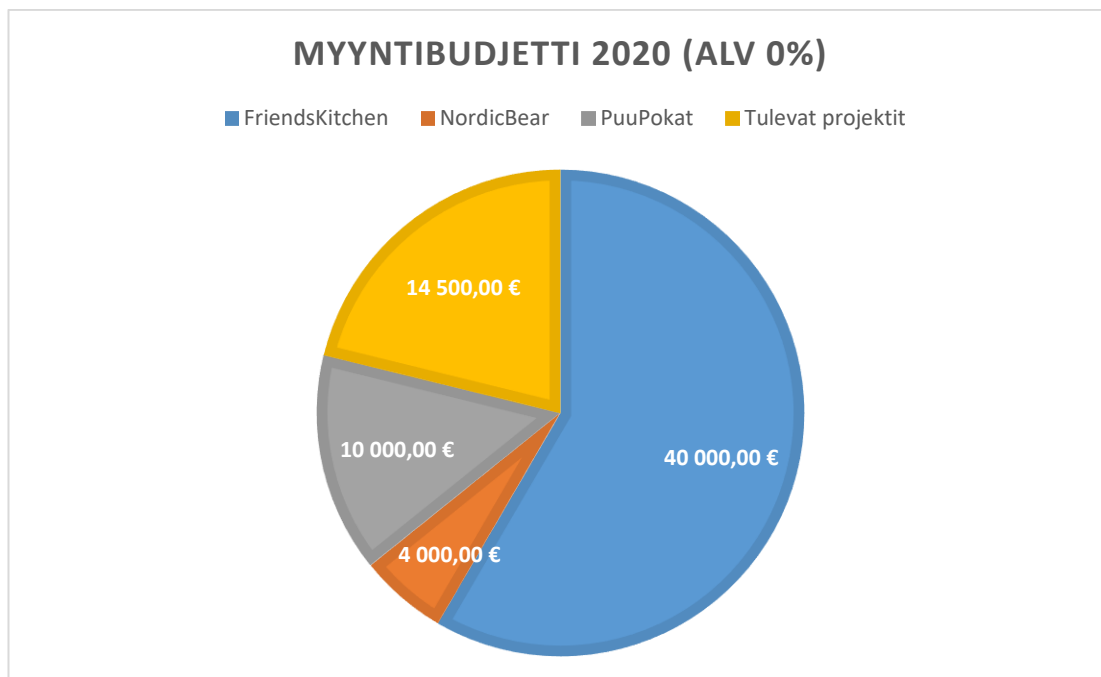
Winean aloittaessa toimintaa, huomasi heti sen jäsenten muodostavan ahkeran ja reippaan opiskelijatiimin. Winea koostui 17:sta opiskelijasta, joita yhdisti halu menestyä ja oppia uusia asioita virheitä pelkäämättä. Osuuskunta Partumilta peritty Murena-projekti käynnisti syksyn antaen vauhtia uuden osuuskunnan purjeisiin. Murena-projekti oli kaksiosainen; yrityksille kohdennettua myyntiä puhelimitse syksyn aikana sekä marras-joulukuussa toteutettu Pop up -kauppa Kauppakeskus Skanssissa. Muita projekteja syksyn 2019 aikana olivat kahden päivittäistavarakaupan inventaariot, päivittäistavarakaupan avajaiset, Stara Consulting Oy:n lennokka-pelin testipilotointi ja Inno24-tapahtuma, jossa mukana oli kaksi erilaista Turun alueen yritystä omine tapauksineen. Liikevaihtoa syksyn projekteista kertyi yhteensä noin 29 000 euroa, josta oli hyvä lähteä rakentamaan uutta vuotta entistä suuremmin odotuksin.



Kuvio 2. Syksyn 2019 Myynti.

Syksyn 2019 myynti on esitetty kuviossa 2. Kuvion tarkat summat on vaihdettu prosenteiksi liikesalaisuuksien säilyttämiseksi, mutta kuvioista voi havainnoida eri projektien merkitystä kokonaisuuden kannalta. Murena Pop up oli ehdottomasti syksyn tärkein ja merkittävin projekti. Avain asioita Murena-projektin onnistumisen kannalta oli edellisenä vuotena vanhemman osuuskunta Partumin onnistuminen samassa projektissa. Otimme yhteyttä projektissa mukana olleisiin Partumin jäseniin ja haastatteleamalla heitä saimme tietää, mikä onnistui ja missä oli parantamisen varaa. Toinen onnistumisen mahdollistava asia projektissa oli yhteistyö toimeksiantaja yrityksen Herkku ja Lahja Murena Oy:n kanssa. Saimme Murenalta heidän tuotteensa myyntiin Pop up:me tekemämme sopimuksen mukaan ja maksoimme hankintahinnan Murenalle vain myymistämme tuotteista, kun myymättä jääneet tuotteet saimme palauttaa. Opiskelijaosuuskunnan kannalta ilman tällaista sopimusjärjestelyä osallistuminen projektiin olisi ollut melkein mahdotonta. BA:n opiskelijaosuuskunnilla ei ole käytettävissä minkäänlaista alkupääomaa, joten investointien tekeminen on erittäin vaikeaa jo pelkästään osuuskunnan lyhyen elinkaarenkin takia.

Kuviossa 3. esitetty myyntibudjetti vuodelle 2020 laadittiin syksyn 2019 toteutuneiden projektien perusteella sekä arvioimalla suunnitteilla olevien projektien mahdollisuuksia. Friend's Kitchen oli selkeästi suunnitelmassa ja laajuudessaan suurin tulevista projekteista. PuuPokat taas oli toinen tiedossa oleva suurempi projekti, mikä toteutui, mutta hieman pienemmässä mittakaavassa. Nordic Bear oli suunnittelussa pitkällä, mutta jäi toteutumatta erinäisten haasteiden mm. Covid-19 pandemian takia.



Kuvio 3. Myyntibudjetti 2020.

Jälkeenpäin tarkasteltaessa vuoden 2020 myyntibudjettia voi todeta, että vain kokonaisyhteensä piti kukaan paikkansa. Kokonaisyhteensä oli noin 70 000€ ja projektikohtaiset arviot muuttuivat vuoden aikana hyvin paljon. Vuoden 2020 projekteihin kuuluivat Friend's Kitchen, Murena, PuuPokat, Eerikinkadun Approt, Säkitön Syyskuu ja muita pienempiä projekteja. Vuosi 2020 oli Winean osalta jättimenestys lopulta ja 70 000 euron liikevaihdon myötä Winean kokonaisliikevaihto ylitti 100 000 euron rajan, mikä on ennätyslistä BisnesAkatemian historiassa.

## 2.5 Covid-19 pandemian vaikutus osuuskunnan toimintaan

Kansainvälinen terveysjärjestö WHO julisti koronaviruksen maailmanlaajuisesti pandemiaksi maaliskuussa 2020. Samaan aikaan koronavirustilanne paheni Suomessakin ja korkeakoulut siirrettiin etäopetukseen. Tämä vaikutti osuuskuntamme toimintaan; palaverit ja treenit käytiin jatkossa Teams:n välityksellä, Eerikinkadun Approt peruuntuivat ja Friend's Kitchenin avaus viivästyi. Projektien suunnitelmat muuttuivat monesti kevään 2020 aikana pandemiasta ja erilaisista tautirajoituksista johtuen.

Työskentely tehostui etäyhteyksiä hyödyntämällä väliaikaisesti, sillä palavereissa käytiin vain asiat lävitse ja muut muodollisuudet sekä kuulumisten vaihtamiset jätettiin pois. Pidemmällä aikavälillä huonona puolena etätyöskentelyssä oli sosiaalisen kanssakäymisen puuttuminen, mikä aiheutti uupumusta ja motivaation laskua. Tämän ilmiön huomasi kevään 2020 aikana, mitä pidemmälle kevät eteni. Syyslukukauden 2020 alkaessa saimme järjestettyä osuuskunnallemme oman luokkahuoneen koulusta,

jossa saimme työskennellä noin 10 hengen porukassa. Tämä helpotti taas työskentelyä ja mahdollisti syksyn 2020 onnistumisen.

## 3 FRIEND'S KITCHEN

### 3.1 Projektin käynnistäminen

BA:ssa osuuskunnat hankkivat projekteja kontaktoimalla alueen yrityksiä tai suunnittelemalla omia liikeideoitaan. BA:n kasvattaessa tunnettavuuttaan ovat alueen yritykset alkaneet myös tarjota osuuskunnille suoraan erilaisia projekteja tai liidejä. Friend's Kitchen projektimme alkoi kylmäsoittelutyön tuloksena. Team leader Jere Niemisen yhteydenotto Varamiespalveluun uuden projektin toivossa poiki osuuskunnallemme erittäin mielenkiintoisen ja tuottavan projektin.

Ensimmäiseksi kävin Jeren kanssa Varamiespalvelussa kuulemassa lisää mahdollisesta yhteistyöstä. Varamiespalvelun edustaja esitteli meille uudenlaisen Street Food konseptin, Friend's Kitchenin. Konsepti herätti meissä kiinnostusta ja paljon toiveita mahdollisesta projektista osuuskunnallemme, joten ilmaisimme mielenkiintomme. Varamiespalvelun edustaja antoi meille yhteystiedot Naantalin Kultaranta Resortiin, josta saisimme lisää tietoa Friend's Kitchenin edustajilta. Sovimme tapaamisen Naantaliin Friend's Kitchenin edustajien kanssa, jotka esittelivät visionsa osuuskunnallemme.

*"Friend'sKitchen sells Hot Dogs tarjoaa hyvin tunnetusta tuotteesta laadukkaan, erittäin hyvänmakuisen tuotteen nopeasti ja helposti siellä, missä ihmiset liikkuvat ja haluavat nopeasti pieneen nälkään välipalaa."*, oli Friend's Kitchenin esittelyviesti kiteytettynä. Friend's Kitchenillä oli konsepti ja visio valmiina, mutta tekijät puuttuivat. Osuuskuntamme tarttui tähän haasteeseen lähteä kehittämään uutta konseptia sekä tarjoamaan työvoimaa, jotta konseptia voitaisiin testata käytännössä.

Uuden projektin alkaessa osuuskunnan on koottava projektikohtainen tiimi jäsenistään, koska koko osuuskunnan käyttäminen yhdessä projektissa ei usein ole tehokasta. Henkilöt eri projekteihin valikoituvat kiinnostus kohteiden mukaan osuuskunnan kesken palaveeraamalla. Yhdellä henkilöllä ei riitä aika osuuskunnan kaikkiin projekteihin, joten vastuuta on syytä jakaa koko osuuskunnan kesken. Lisäksi jokaiseen projektiin on hyvä valita projektipäällikkö, kuka vastaa projektista ja toimii yhteyshenkilönä osuuskunnan ja asiakkaan välillä. Kokosimme osuuskunnastamme kuuden hengen tiimin projektia varten; Jere Nieminen, Benjamin Nygren, Viljami Antola, Niko Laaksonen, Nikolas Laaksonen ja Aapo Antikainen. Jere Nieminen toimi Friend's Kitchen projektissa projektipäällikkönä.

### 3.2 Konseptin ensimmäinen testaus käytännössä

Konseptia testattiin ensimmäisen kerran käytännössä Pikkulaskiainen opiskelijatapahtumassa helmikuussa 2020. Testi oli lupauksia herättävä, koska tuote sai paljon kehuja ja työpanoksemme oli erinomainen Friend's Kitchenin mielestä. Volyymiltään myyntimme tapahtumassa oli kuitenkin pientä, joten lisää pilotointia oli luvassa.

Kevään 2020 aikana suunnittelimme toukokuussa avattavaa Friend's Kitchen toimipistettä ja kesää 2020. Toimipiste oli tarkoitus avata K-Rauta Kuninkojan pihalle toukokuussa ja siirtää kesäkuun aikana Motonet Turun pihalle Pläkkikaupunkiin. Friend's Kitchenillä oli käytössä autolla liikuteltava myyntivaunu, joka järjesteltiin Hot Dogien myyntiin sopivaksi. Lisäksi suunnitteilla oli merikonttiin rakennettava kesäkioski Friend's Kitchen konseptilla Kupittaaan puistoon Padel-kenttien läheisyyteen.

### 3.3 Asiakaspalvelu kaiken a ja o

Kevään valmisteluiden jälkeen toukokuun puolivälissä aukesi ensimmäinen myyntipiste K-Rauta Kuninkojan pihalla. Tästä alkoi varsinainen päivätyöni asiakaspalvelijana ravintola-alalla. Aikaisempaa työkokemusta minulla on ollut vain logistiikka- ja rakennusosalta liiketalouden opintojeni lisäksi, joten muutos työnkuvaan omalla kohdalla oli suuri. Työtehtäviini kuului hot dogien valmistaminen ja myyminen sekä myyntivaunun ylläpito työvuorojeni aikana. Lisäksi vastasin työvuorojen suunnittelusta ja palkkojen maksamisesta yhdessä Nikolas Laaksosen kanssa. Varsinaisen myymisen ja kenttätöiden lisäksi käytimme paljon aikaa työn kehittämiseen palaveeraamalla viikoittain, niin omalla työporukalla kuin Friend's Kitchenin edustajien kanssa. Yhteistyö ja tiedon jakaminen kaikissa asioissa osoittautui erittäin tärkeäksi asiaksi toiminnan käynnistämisvaiheessa, koska osuuskunnastamme kootusta työporukassamme ei ollut juuri aikaisempaa kokemusta ravintola-alalta.

Asiakaspalvelu on vuorovaikuttamista asiakkaan ja yrityksen (myyjän) välillä. Asiakaspalvelu sisältää niin kasvokkain tapahtuvan kanssakäymisen kuin puhelimesta, sähköpostilla tai sosiaalisen median kautta tapahtuvan vuorovaikutuksen asiakkaan ja yrityksen välillä (Salesforce). Asiakaspalvelua ja sen merkitystä Friend's Kitchen korosti meille töiden alkaessa, koska se on avainasemassa myös gourmet hot dogeja myytäessä. Kun kyseessä on uusi konsepti ja asiakas tulee ensimmäistä kertaa ostamaan ruokaa toimipisteeltämme, niin hyvällä asiakaspalvelulla ja positiivisella ensivaikutelmalla voi luoda heti positiivista kuvaa yrityksenbrändin ympärille. ”Lisäksi keskittymällä asiakaspalveluun voi paikata kokemuksen puutetta ravintola-alalta”, oli ajatus töiden alkuvaiheessa. Esimerkiksi tuotteen ulkonäkö oli alkuvaiheessa keskinkertainen, mutta iloisella fiiliksellä ja ystävällisellä palvelulla paikkasimme tilannetta. Tähän kiinnitimme erityisesti huomiota ja kesän aikana tuotteen ulkonäkö parani merkittävästi. Alku kankeuden jälkeen tuote vastasi juuri sitä mitä pitikin ja näytti valmiina täysin samalta kuin mainoskuviissakin.

### 3.4 Toimipisteen sijainnilla on merkitystä

Kesäkuussa aukesi toinen Friend's Kitchen toimipiste Kupittaaan puistoon. Tämän toimipisteen valikoimaan kuului myös alkoholitarjonta ruoan ja virvoitusjuomien lisäksi, joten se oli myös uusi asia omalla kohdalla myyntityössä. Alkoholien anniskelemiseen tarvitaan Suomessa anniskelupa, jonka myöntää aluehallintoviranomainen (Aluehallintovirasto). Kupittaaanpuisto myyntipaikkana oli täysin erilainen verrattaessa K-Raudan tai Motonetin parkkialueeseen. Puistossa asiakasvirta oli satunnaista ja



hyvin riippuvainen hyvästä säästä, kun tavaratalon edustalla riitti asiakkaita kelistä huolimatta ja asiakkaita kävi tasaiseen tahtiin. Asiakaskäyttäytyminen eri toimipisteillä poikkesi myös toisistaan. Motonetin parkkialueella asiakkailla oli usein kiire ja asiakkaat ottivat nopeasti ruoan mukaansa ja jatkoivat matkaa. Kupittaalla taas asiakkaat istuivat rauhassa pöytään syömään ja nautiskelemaan ateria hetkestä. Lisäksi Kupittaan toimipisteen alkoholitarjonta sai asiakkaat jäämään pidemmäksi aikaa istuskelemaan toimipisteen terassialueelle. Johtopäätöksenä myyntipisteen sijainnilla on merkitystä mietittäessä asiakaskohderyhmiä ja asiakaskäyttäytymistä. Myyntipisteen suunnittelussa täytyykin ottaa huomioon monta asiaa kuten sijainti, tuotevalikoima ja aukioloajat.

Heinäkuussa Kupittaan toimipiste siirrettiin aurajokirantaan Hämähäkkiterassin yhteyteen, jolloin työnkuva muuttui taas jonkin verran. Hämähäkki terassilla oli oma alkoholin myyjä, joten meiltä alkoholi poistui omista valikoimista. Lisäksi terassi ympäristö muutti aukioloaikoja merkittävästi ja toimipiste olikin auki yömyöhään terassin aukioloaikojen mukaisesti. Aurajokirannassa huomasi töitä tehdessä, miten työn luonne muuttui päivän aikana. Iltapäivällä ehti keskittyä jokaisen annoksen tekemiseen ja palvella asiakasta oikein ystävällisesti, kun taas yöllä kiireessä, väsymyksessä ja asiakkaan ollessa humalassa keskittyi vain annoksen valmistamiseen mahdollisimman nopeasti. Yöllä asiakaspalvelutilanteessa sanottiin vain ne ”tarpeelliset” asiat; tervehdys, tilaus ja ”ole hyvä” ruoan valmistuttua, kun päiväsaikaan tuli usein vaihdettua muutama sana enemmän tuotteesta tai uudesta konseptista. Hämähäkkiterassin toimipiste palveli elokuun puoliväliin saakka, kunnes koulut alkoivat ja kesälomakausi päättyi.

Motonetin toimipiste oli auki kesäkuusta syyskuuhun. Myynti ja työ Motonetin pihalla pysyi samanlaisena koko kesäkauden ajan ja työvuoroonkin oli helppoa mennä, kun tiesi mitä odottaa. Motonetin toimipisteellä oli aina yksi työntekijä kerrallaan vuorossa, mutta puolitimme päivät kahteen vuoroon, jotta yksittäisen työntekijän työmäärä laskisi päivää kohden ja työvuoroja riittäisi tasaisemmin useammalle tekijälle.

### 3.5 Friend's Kitchen -projektin yhteenveto

Jälkeenpäin, kun arvioin omaa kehitystäni kesän aikana huomaan saaneeni paljon kokemusta ravintola-alasta, ruoan valmistuksesta, elintarvikehygieniasta, asiakaspalvelusta, myyntityöstä, työvuorojen suunnittelusta ja palkan maksamisesta muun muassa. Muistan, kun olin ensimmäistä kertaa yksin vuorossa alkukesästä, niin jokainen asiakaskontakti jännitti minua hieman. Koin itseni vielä epävarmaksi myyntitilanteessa, koska tuote oli suhteellisen uusi. Hot dogin valmistus laadukkaasti ja ripeästi vaati paljon keskittymistä. Loppukesästä tuntui, että kaikki sujui jo hyvin rutiininomaisesti. Pystyin ottamaan pari-kolme tilausta samaan aikaan ja esittelemään uutta Friend's Kitchen konseptia asiakkaalle valmistaessani tilausta. Rohkeus ja varmuus, niin hot dogin valmistamiseen kuin myyntityöhön yleisestikin kasvoi minulla huomattavasti kesän 2020 aikana toistojen myötä. Syksyllä oli helpompaa osallistua osuuskuntamme muissa projekteissa kylmäsoittoihin ja myyntityöhön, kun oli kesän aikana saanut arvokasta työkokemusta.

Laskutimme työtuntimme osuuskuntamme kautta Friend's Kitcheniltä, jolloin osuuskuntamme liikevaihto kasvoi merkittävästi projektin myötä. Käytännössä kaikki Friend's Kitcheniltä saatu raha oli tulosta, koska osuuskuntamme ainoa investointi tähän projektiin oli työntekijöiden aika. Osuuskunnan tilinpäätöksessä ei kuitenkaan näy suurta voittoa, koska kaikki projektista saadut tulot maksettiin palkkoina työntekijöille. Lukuunottamatta pientä osaa, joka meni osuuskunnan hallinnollisiin kuluihin, kuten veroihin, työeläkemaksuihin, vakuutuksiin ja kirjanpitoon. Liikevaihtoa tämän projektin myötä kertyi reilu 25 000€.

## 4 MURENA

Murena projekti tuli osuuskunnallemme perintönä Osuuskunta Partumilta. Projekti oli sesonkiluontoinen ja kaksivuotinen. Keskityn opinnäytetyössäni projektin toiseen vuoteen, sillä en ollut ensimmäisenä vuotena aktiivisesti mukana projektissa. Herkku ja Lahja Murena Oy on salolainen herkku ja lahjatarvareita kauppa, jonka kivijalkamyymälä sijaitsee Salossa. Murenan valikoima koostuu suurimmaksi osaksi elintarvikkeista kuten, suomalaisten pientilojen hilloista ja suklaista, italialaisista pastoista ja kastikkeista, sekä muista keittiö ja juhlatarvikkeista. Osuuskuntamme projektina oli myydä Murenan tuotteita Turun alueella, niin yrityksille kuin kuluttajillekin syksyn aikana ja Pop up toimipisteellä joulun alla. Syksyn 2020 Murena-projekti oli kolmivaiheinen koostuen myyntikilpailusta, yritysmyyntistä ja Pop up -liikkeestä.

### 4.1 Myyntikilpailu

Järjestimme myyntikilpailun uusille aloittaville osuuskunnille syyskuussa 2020. Uusien osuuskuntien tavoitteena oli myydä valmiiksi suunniteltuja lahjapaketteja puhelimitse yrityksille tai yksityishenkilöille. Eniten myyntiä tehnyt osuuskunta saisi perinnöksi tämän projektin itselleen ensi vuodeksi. Uudet osuuskunnat saivat itse kaiken voiton tekemistään kaupoista, joten tämän piti toimia suurena motivaattorina kilpailua kohtaan. Kilpailu alkoi pitchauksella, jossa esittelimme kilpailun säännöt, myytävät tuotteet, Herkku ja Lahja Murenan sekä kilpailun tavoitteet ja hyödyt. Varsinainen kilpailupäivä oli viikko alustuksen jälkeen, jotta kilpailevat tiimit ehtisivät tutustua rauhassa projektiin ja tuotteisiin. Kilpailu ajankohtana oli reilu vuorokausi aikaa kontaktoida yrityksiä ja tehdä myyntejä. Tämän jälkeen oli kaksi viikkoa aikaa käydä lämpimät kontaktit lävitse ja viedä kaupat loppuun. Suurimman myyntituloksen tehnyt osuuskunta julistettiin voittajaksi saaden palkinnokseen kyseisen projektin järjestämisvastuun ensi vuodeksi.

Kilpailu oli kaikessa kokonaisuudessaan suuri menestys; uudet osuuskunnat ottivat sen haasteena vastaan sekä saivat hieman pääomaa tulevia projekteja ajatellen, kilpailu loi uudenlaista yhteisöllisyyttä BA:han ja oma osuuskuntamme sai liikevaihtoa. Suurimmaksi hyödyksi voi kuitenkin nostaa uusien osuuskuntien saaman kokemuksen kilpailusta ja myyntityöstä. Myyntikilpailusta oli tarkoitus tehdä jokavuotinen perinne, josta uudet osuuskunnat saavat hyvän startin toiminnalleen ja sen myötä menestyksekkäälle yhteistyölle Herkku ja Lahja Murenan kanssa löytyy jatkoa.

### 4.2 Yritysmyynti

Murena projektin ensimmäisenä vuotena yritysmyyntiin ei panostettu paljoa, vaan keskityttiin pelkästään Pop up -toimipisteellä suoritettuun kuluttaja myyntiin. Pop up -myynti oli kuitenkin aikaa vievää, kallista ja keskiostot jäivät hyvin pieniksi. Tämän takia päätimme panostaa toisena vuotena yritysmyyntiin paremmin. Koska yrityksillä on enemmän rahaa käytettävissä kuin yksittäisellä kuluttajalla, yritykset ostavat enemmän

kerralla, vaikea koronatilanne estäisi yritysten omat pikkujoulut sekä vähentäisi ihmisten liikkumista kauppakeskuksissa, mm. näiden perusteiden takia oli paljon aihetta panostaa puhelimitse tehtävään yritysmyyntiin.

Kylmäsoittaminen on hyötyyn tähtäävä dialogi, jota käydään mahdollisen asiakkaan kanssa puhelimitse. Kylmäsoittamisessa myyjä ja potentiaalinen asiakas eivät tunne toisiaan ennestään, eikä asiakas ole millään tavalla varautunut myyjän soittoon. (Dansie, S. 2022.) Myyntityö oli pääasiallisesti kylmäsoittamista, mikä teki myynnistä vaikeaa ja osin inhottavaakin, koska puhelinmyynnissä asiakkaasta ei usein ole muuta tietoa kuin puhelinnumero, yritys ja nimi. Puhelinmyyntityössä ei pääse hyödyntämään ilmeitä, eleitä tai esittelemään tuotteita fyysisesti. Tämän takia puhelimesta on erittäin tärkeää esittäytyä ja puhua selkeästi, jotta asiakas kiinnostuu tuotteista, saa lähetettyä esitteen tuotteista sähköpostitse ja sopia tapaamisen asiakkaan kanssa.

Kynnys soittamiseen oli erittäin suuri monella tiimimme jäsenellä, joten kehitimme myyntisprintit tukeaksemme toisiamme kylmäsoitoissa. Myyntisprintti tarkoitti puolesta päivästä kahteen päivään kerrallaan kestävää jaksoa, jolloin koko porukka tekee yritysmyyntiä puhelimitse. Sprinttien sisällä sovittiin erikseen pienempiä tavoitteita. Esimerkiksi jokainen soittaa 10 puhelua ennen kuin mennään lounaalle. Tämä motivoi paljon ja muista sai voimaa sekä kuuli erilaisia taktiikoita puheluita kuunnellessa.

Kontaktoimme yhteensä melkein 400 asiakasta, joista 16:sta kanssa syntyi kaupat, tämä vastaa noin 4% kaikista kontakteista. Vaikka kauppvoja syntyi määrällisesti vähän, olivat kauppvojen arvot suuria. Suurin yksittäinen kauppa oli yli 5200 euroa suuruudeltaan. Yhteensä yritysmyynti tuotti noin 15 000€, josta noin 30% on katetta ja loput noin 70% sisäänostoja.

### 4.3 Pop Up

Avasimme Pop Up myymälän 28.11-23.12 väliseksi ajaksi kauppakeskus Hansaan Turun keskustaan. Tavoitteenamme Pop Up:ssa oli tuoda Murenan herkulliset tuotteet vilkkaalle kauppapaikalle yksityisten kuluttajien saataville. Pop Up:iin oli valikoitu lähinnä elintarvikkeita suomalaisilta pientuottajilta ja Murenan Italia-sarjan pastoja sekä kastikkeita. Myyntipaikka maksoi 1500€, joka oli ainoa kustannus koko projektista, mikä piti maksaa etukäteen. Murenan kanssa tehdyn sopimuksen mukaan maksoimme tuotteiden sisäänostot vasta toteutuneiden kauppvojen jälkeen. Tämä oli elintärkeää projektin kannalta, koska osuuskunnallemme ei ollut suurta pääomaa käytettävissä, jolla olisi voitu ostaa tuotteita etukäteen varastoon. Samalla minimoimme riskit, sillä saimme palauttaa myymättömät tuotteet takaisin Murenalle ilman kustannuksia.

Myyntityö suoritettiin pareittain ja jokainen osuuskunnastamme pääsi tekemään työvuoroja. Järjestely mahdollisti harjoituksen kaikille ja teki myyntityöstä kevyempää. Taloudellisesti järkevämpää olisi ollut pitää yhtä henkilöä kerrallaan työvuorossa, koska asiakasmäärät jäivät pieniksi. Ruuhkaa oli vain viikonloppuisin puolen päivän aikoihin. Otimme myyntityön kuitenkin harjoituksena ja sen takia vuorossa oli kaksi henkilöä samaan aikaan.

#### 4.4 Murena-projektin yhteenveto

Murena projekti oli monipuolinen ja hyvin työllistävä kokonaisuus osuuskunnallemme. Projekti kesti koko syyslukukauden alkaen myyntikilpailusta, jatkuen yritysmyyntiin myötä, huipentuen Pop Up -toimipisteeseen joulukuussa. Yhteensä liikevaihtoa projektista tuli yli 30 000€. Onnistuneen projektin ansiosta pääsimme osuuskuntamme kokonaistavoitteeseen; yli 100 000 €:n liikevaihto puolentoistavuoden aikana.

2020 Murena projekti oli jo kolmaskerta, kun BA:n osuuskunta myy Herkku ja Lahja Murenan tuotteita joulusesongin aikoihin. Tämän tyylisiä pitkäaikaisia yhteistyökuvioita BA:n osuuskuntien olisi hyvä hankkia enemmänkin, koska silloin aikaa ja resursseja olisi enemmän käytettävissä projektikohtaisesti, kun aikaa ei kulu projektien etsimiseen. Samalla osuuskuntien tehokkuus ja tulokset paranevat hyvin nopeasti. Monivuotisissa projekteissa on helppoa palata edellisen vuoden onnistumisiin ja haasteisiin, ja kehittää projektia sen pohjalta uudelle tasolle. Jatkuvuus ja palvelun kehittäminen ovat tärkeitä elementtejä menestyvässä liiketoiminnassa.

## 5 MENESTYSTEKIJÄT JA OPIT TULEVILLE OSUUSKUNNILLE

### 5.1 Taloudelliset reaali-teetit menestyksen kulmakivenä

Taloudelliset reaali-teetit asettavat paljon rajoituksia osuuskunnan liiketoiminnalle BisnesAkateemiassa. Pääoman puute vaikeuttaa omien investointien tekemistä samoin kuin osuuskunnan lyhyt aktiivi aikakin. Myös varastotilan puutteellisuus ja toimitilojen rajallisuus asettavat reuna-ehdoja liiketoiminnalle. Nämä haasteet, kun pystyy projekteissa selvittämään, on hyvä mahdollisuus menestyä. Periaatteessa osuuskunnat pystyvät tekemään pienempiä investointeja kasvatettuaan varallisuuttaan ensiksi pienillä projekteilla. Esimerkki investointi kohteena voisi mainita väliaikaisen myyntipaikan vuokraamisen Pop up liikettä varten. Winealta vastaava esimerkki löytyy Murena Pop up liikkeen avaamisesta kauppakeskus Hansaan.

BA:n osuuskunnat voivat ottaa lainaa, mutta sitä on harkittava erittäin tarkkaan tekemällä budjetti suunnitelma, mihin rahaa tarvitaan ja miten laina maksetaan takaisin. Turun Ammattikorkeakoulu ei toimi lainojen takaajana, vaan opiskelijoiden on itse hankittava takaaja tai toimittava takaajana osuuskunnan lainalle. Budjetointi ja suunnitteleminen osuuskunta sekä projektikohtaisesti on erittäin tärkeää BA:ssa, koska silloin osuuskunnan pienetkin rahat saadaan käytettyä tehokkaasti liiketoiminnan pyörittämiseen. Budjetointi ja osuuskunnan varojen seuranta on ensisijaisesti talousvastaavien vastuulla ja talousvastaavien onkin tärkeää pitää muu osuuskunta ajan tasalla osuuskunnan varojen kanssa. Tämä onnistuu esimerkiksi viikoittain viikkopalaverien yhteydessä, jossa talousvastaavat voivat kertoa taloustilanteesta muulle osuuskunnalle.

Osuuskunta Winean suurimmissa projekteissa Murenassa ja Friend's Kitchenissä, toimimme vain työvoimana ja myimme yhteistyöyrityksen tavaraa eteenpäin, joten pystyimme sivuuttamaan suuremmat investoinnit ja minimoimaan taloudelliset riskit. Murena projektissa tavaroiden hankintakustannusten maksaminen vasta myydyistä tuotteista oli projektin onnistumisen kannalta ehdotonta, koska osuuskunnallamme ei olisi ollut varaa ostaa ensiksi noin 20 000€:lla tavaraa omaan varastoon ennen myyntiä.

Oman työn hinnoittelu voi olla hankala tehtävä työuran alkuvaiheessa, sillä omaa ammattitaitoa tai osaamista on vaikea arvioida. Projektien tarjouspyyntöjä laskettaessa täytyykin ensimmäiseksi laskea projektien tiedossa olevat hankintakustannukset ja muut menot, jotta tietää minkä hinnan alle ei ainakaan voi myydä. Kustannusten lisäksi hinnoittelussa tulee ottaa huomioon työmäärä, työnvaativuus ja palvelun tai tuotteen markkinahinta yleisesti. Tuntiperusteisessa työssä tai palvelua myydessä opiskelijaosuuskunnan kannattaa aluksi määritellä hinta halvemmaksi kuin muiden markkinoilla olevien yritysten, koska opiskelijat ovat kuitenkin harjoittelijoita asiakkaiden silmissä. Osuuskunnan kehittyessä ja onnistumisten lisääntyessä voi hintaa nostaa lähemmäksi yleistä markkinatasoa. Fyysistä tuotetta myydessä hinnassa ei ole yhtä paljon liikkumavaraa kuin palvelua myydessä, koska fyysisellä tuotteella on tarkka

hankintahinta ja sen myötä tarkempi markkinahinta kuin palvelulla, koska palvelu voi olla aineetonta, jossa työnhinta määräytyy tuntien tai ammattitaidon perusteella.

## 5.2 Tavoitteiden määrittäminen

Winea otti 2020 syyslukukauden alkaessa tavoitteekseen ylittää 100 000 euron liikevaihto. Aikaa tavoitteen toteuttamiseen oli noin 4 kuukautta ja liikevaihtoa oli kertynyt siihen saakka vajaa 70 000 euroa. Tavoitteeseen pääseminen vaati suunnitelman ja koko osuuskunnan panosta yhteiseen päämäärään pääsemiseksi. Toisena talousvastaavana toiminut Nikolas Laaksonen esitteli suunnitelman ja laskelmansa tämän tavoitteen saavuttamiseen. Kehittämällä Murena projektia viime vuodesta vaihtamalla painopisteen kuluttajamyynnistä yritysmyyntiin ja tekemällä pari muuta pienempää projektia riittäisi tavoitteen saavuttamiseen.

Tavoitteiden määrittäminen liiketoiminnassa on tärkeää, sillä se antaa yritykselle suunnan ja määränpään. BisnesAkatemiassa osuuskuntien on hyvä määrittää tavoitteita omalle liiketoiminnalle, koska se auttaa kehittymään. Tavoitteiden määrittäminen auttaa myös jälkepäin analysoitaessa osuuskunnan suorituksia.

G.T. Doran on kehittänyt muistisäännön tavoitteiden asettamista varten. SMART on englanninkielinen lyhenne sanoista Specific (tarkoin määrätty), Measurable (mitattavissa), Assignable-specify (määritettävissä), Realistic (realistinen), Time-Related (ajallinen). Kun asetettu tavoite vastaa kaikkiin näihin määritelmiin, on se toteutettavissa.

## 6 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tavoite oli pohtia osuuskunta Winean menestystekijöitä, esitellä opiskelemista BisnesAkatemiassa sekä toimia oppaana uusille opiskelijoille. Opinnäytetyö on portfoliotyyppinen ja olen kirjoittanut sen talousvastaavan näkökulmasta. Kävin työssä läpi osuuskunta Winean kaksi suurinta projektia ja tekijöitä, mitkä mahdollistivat Winean menestymisen. Erilaisten palveluiden kehittäminen ja yhteistyö toisten yritysten kanssa osoittautui parhaimmaksi reseptiksi menestykseen. Suuret investoinnit pystyttiin sivuuttamaan Friend's Kitchen- ja Murena-projekteissa, mikä oli ehdotonta onnitumisen kannalta. Winea teki yhteensä melkein parikymmentä projektia, jotka vaihtelivat street foodin myymisestä verkkosivujen tekemiseen.

Opinnäytetyön tekeminen oli vaativa suoritus ja työ onnistui mielestäni hyvin. Työn suurimpina haasteina oli alkuun pääseminen ja teorian sisällyttäminen tekstiin. Työn aihe on minusta erittäin tärkeä, koska osuuskunta Winean menestys on tärkeä asia koko BisnesAkatemian yhteisölle. Winean esimerkki innostaa uusia opiskelijoita ja antaa uskoa omiin kykyihin sekä tavoitteisiin.

BisnesAkademia on innovatiivinen oppimisympäristö, jossa uudet ideat otetaan positiivisina haasteina vastaan. Siksi BisnesAkatemiaa tulisi kehittää jatkuvasti mahdollisuuksien mukaan. BisnesAkatemian osuuskunnilla haasteita tuovat resurssien niukkuus ja osuuskunnan lyhyt toiminta-aika. Näihin haasteisiin ratkaisuna voisi olla jonkinlaisen alkupääoman tai rahoituksen antaminen koulun, yhteistyökumppanin tai muun sponsorin puolesta. Alkupääoma voisi vauhdittaa osuuskuntien toimintaa alkuvaiheessa, mahdollistaisi vielä suurempien tavoitteiden saavuttamisen sekä antaisi mahdollisuuden pieniin investointeihin. Osuuskunnan toiminta-aikaa voisi pidentää, jos osuuskunnat perustettaisiin jo ensimmäisenä opintovuotena tai opiskelijat suorittaisivat harjoittelunsa osuuskuntiensa kautta.

Tämä opinnäytetyö on hyvä katsaus BisnesAkatemiaan ja sen osuuskuntien arkeen. Työtä tarkastelemalla uudet osuuskunnat pääsevät alkuun ja saavat kuvan, mitä ja millä tavoin BisnesAkatemiassa on aikaisemmin saavutettu menestystä. Vanhempien osuuskuntien suorituksia tutkimalla voi löytää uusia liikeideoita tai oppeja, mistä voisi olla hyötyä uusille osuuskunnille.



## LÄHTEET

Aluehallintovirasto, viitattu 17.1.2022 <https://avi.fi/asioi/yritys-tai-yhteiso/luvat-ilmoitukset-ja-hakemukset/alkoholin-myynti-ja-anniskelu/anniskelulupa>

BisnesAkademia, viitattu 1.2.2022, <https://bisnesakatemia.turkuamk.fi/hakijalle/>

Dansie, S. 2022, viitattu 12.4.2022 <https://www.almatalent.fi/blogi/kylmasoiton-uusi-aika-arvoa-tuottava-puhelu-tarjoaa-mahdollisuuden-erottautua-ja-jaada-mieleen/>

Doran, G. T. 1981, viitattu 19.5.2022  
<https://community.mis.temple.edu/mis0855002fall2015/files/2015/10/S.M.A.R.T-Way-Management-Review.pdf>

Mähönen, J. & Villa, S. 2021. *Osuuskunta*. 3., uudistettu painos. Helsinki: Alma Talent. Finna > Alma Talent, E-kirja, viitattu 5.4. 2022

Salesforce, viitattu 13.1.2022, <https://www.salesforce.com/fi/blog/2020/mita-on-hyva-asiakaspalvelu.html>

Turun ammattikorkeakoulu > tutkinnot ja opiskelu, viitattu 1.2.2022,  
<https://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/tutkinnot/liiketalous/>

Turun ammattikorkeakoulu > työelämäpalvelut, viitattu 2.5.2022,  
<https://www.turkuamk.fi/fi/tyoelamapalvelut/palvelut/osuuskunta-tradetase-tilitoimistopalvelua-pienyrit/>