

Kaksinyrittäjän liikeidea kopiointi-bisneksessä

Iiro Jahnuainen

1. TUTKIMUKSEN TAUSTAA

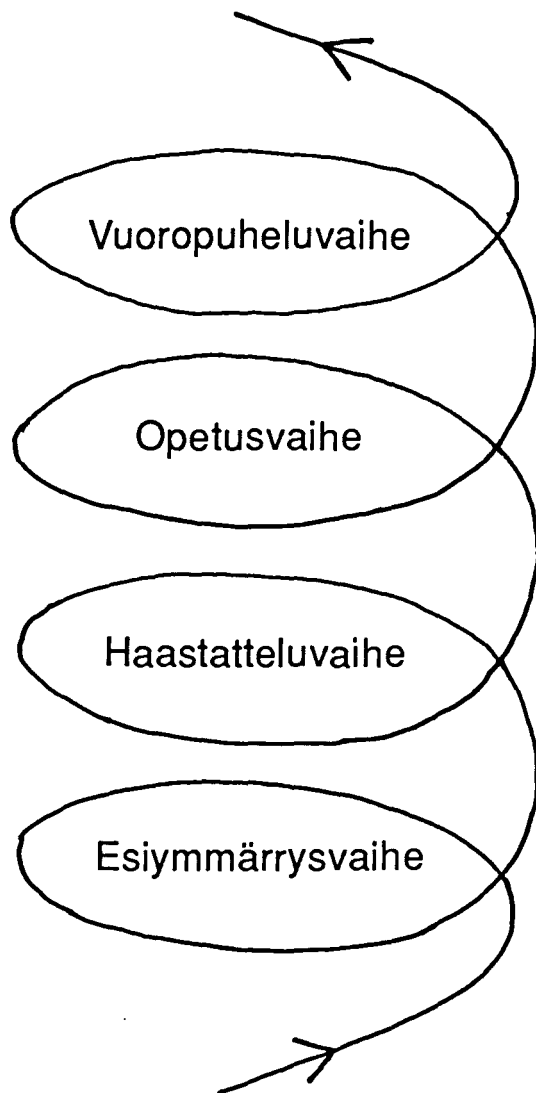
Tämä tutkimus sai alkunsa professori Erkki Uusi-Rauvan virkaanastujaisesityelmästä »Johdon laskentatatoimen ajankohtaisia tutkimuskohteita». Tutkimukseni alkuperäisenä tarkoituksena oli tutkia pienyrittäjän tietolähtöistä johtamista eli pienyrittäjän tiedon tarvetta ja käyttöä pienyrityksensä johtamisessa. Tutkimus muutti kuitenkin muotoaan tutkimuksen aikana tutkimusaineistosta johtuen ja laajeni pienyrittäjän liikeidean tutkimukseksi.

2. TUTKIMUSASETELMA

Tutkimukseni tarkoituksena on kuvata ja ymmärtää kaksinyrittäjän liikeideaa kopiointibisneksessä matalasuhdanteen aikana. Tässä tapauksessa tutkimuksen kohteena on kopiointialan pienyritys, joka perustettiin keväällä 1991 ja joka aloitti toimintansa syksyllä 1991. Yritys on siis ollut reilun vuoden toiminnassa. Yritys perustuu kaksinyrittäjyydelle siten, että toinen yrittäjästä – haastatteluni kohde – toimii yrityksen toimitusjohtajana ja hoitaa lähinnä yrityksen johtamisen ja toinen taas vastaa lähinnä tuotannosta tuotantopäällikkönä. Monet asiat kuitenkin pohditaan yhdessä kuten esimerkiksi yrityksen investointikysymykset.

Kummatkin ovat noin 40 vuotiaita, edellinen jättänyt aikoinaan markkinointiekonomin opinnot kesken ja jälkimmäisellä on usean vuoden työhöjohdollinen kokemus tämän alan isoimmista yrityksistä. Samat yrittäjät perustivat edellisen saman alan yrityksen vuonna 1983, jonka he myivät terveenä yrityksenä vuonna 1989. Tästä on hyvin pitkälle se kokemus, jota he soveltavat tässä yrityksessä. Todettakoon vielä, että uuden yrityksen liikevaihto on tällä hetkellä noin 1.000.000 markkaa.

Tutkimus on luonteeltaan kliininen tapaustutkimus (Jahnuainen 1984), jossa ensin tutustutaan alustavasti aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen (esiymmärrys). Tässä tapauksessa se ra-



Kuvio 1. Kliinisen tapaustutkimuksen eteneminen.

joittui prof. Uusi-Rauvan esitelmään (Uusi-Rauva 1992). Sen jälkeen tutkittavaa haastatellaan syvällisesti (haastatteluvaihe). Tämän jälkeen

selvitetään tutkittavalle alustavat tutkimustulokset (opetusvaihe) ja neljännessä vaiheessa tutkija ja tutkittava voivatkin keskustella tasavertaisesti tutkimusaiheeseen liittyvistä kysymyksistä. (vuoropuheluvaihe).

3. TUTKIMUSTULOKSET

Yleensä yrityksen tavoitteena sanotaan olevan vaurastuminen. Nyt matalasuhdanteessa toimitusjohtaja totesi sen olevan »keplotella laman yli» ja katsoa sitten asioita uudelleen. Tällä alalla ei hänen mukaansa kuitenkaan pääse rikastumaan tällä hetkellä.

Yrittäjien työnjaon lisäksi – jota selostettiin tutkimusasetelmassa – yrityksessä toimii autonkuljettaja, joka on työllistämistuen avulla saatu pitkäaikaistyötön. Yritys maksaa hänelle palkan ja palkkasivukulut ja valtio korvaa yritykselle suurin piirtein bruttopalkkaa vastaavan summan. Vuoden aikana yrityksellä on järjestyksessä toinen työllistetty palveluksessaan. Työllistetty tekee autonkuljetuksen lisäksi joitakin rutiininluonteisia tehtäviä tarvittaessa.

Yritys toimii vuokratiloissa. Aluksi toimittiin noin 100 m² tiloissa. Jokin aikaa sitten siirryttiin yli 200 m² tiloihin, joita toimitusjohtaja pitää ruhtinaallisina. Vuokra on kuitenkin suurin piirtein sama kuin edellisessä paikassa. Yritys toimii pääkaupunkiseudulla. Yrityksen käytössä on omat, käytetyt, mutta ensiluokkaiset kopiointikoneet, joiden kestoikä arvioidaan olevan vähintään viisi vuotta. Lähitulevaisuudessa suunnitellaan hankittavaksi myös CAD-tulostin, johon rakennussuunnittelu on menossa. Siellä ei enää tehdä töitä piirustuslaudalla, vaan tietokonesysteemeillä. He lähettävät kopiointifirmaan vain diskettejä, joista tehdään suoraan piirustuskopioita. Tämä muuttaa näin ollen täysin työn luonnetta heidän osaltaan tulevaisuudessa. Yritykselle on myös tulosmikrotietokone laskutusten käsittelyyn. Yrityksen käytössä on yksi auto toimitusten hoitamiseen.

Yritysten hankinnoista vastaa molemmat omistajat. Kopiointipaperin lisäksi joudutaan hankkimaan mm. ammoniakivettä, konttoritarvikkeita sekä koneiden huoltopalvelua.

Yrityksellä on tiliasiakkaita noin 200 kappaletta eli niitä, joille on lähetetty lasku vähintaan kerran ja joilla on asiakasnumero. Niistä noin 50 % on rakennuspiirustusten kopiointia ja loput värikopiointia tai A4 monistusta. Puolet asiakkaista on vakioasiakkaita ja puolet sellaisia, jotka ovat saaneet toistaiseksi vain yhden laskun.

Toimitusjohtaja suorittaa aktiivista markkinointia soittamalla puhelimella potentiaalisille asiakkaille ja jonkin verran lähettämällä mainoskirjeitä.

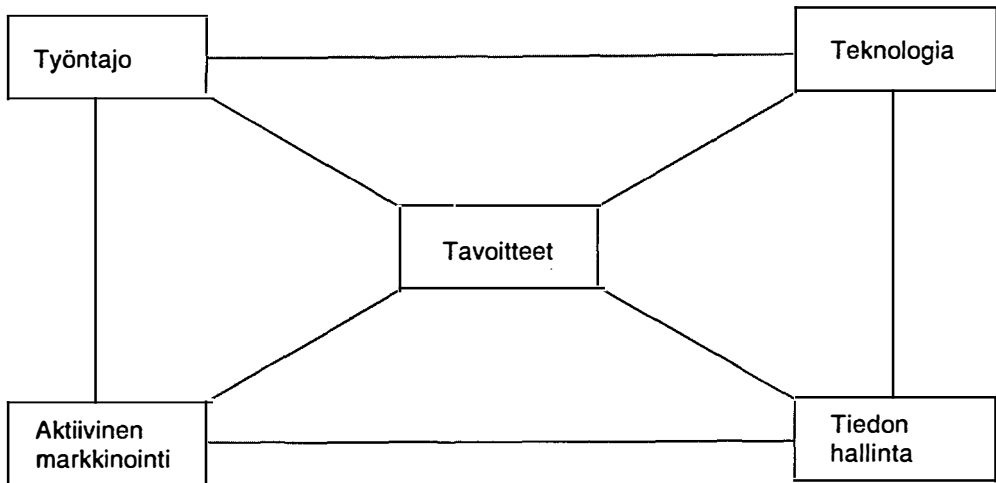
Hinnoittelu tapahtuu näppituntumalla. Yrittäjä tietää, mitä kopion teko maksaa. Muuttuvat kustannukset ovat tiedossa, jonka alle ei kannata missään olosuhteissa mennä. Kiinteät kustannukset voidaan vain arvioida. Kilpailu ja lama asettaa rajoituksia hinnoittelulla rikastumiseen. Hyvä kun muuttuvat kustannukset saadaan aina kateuksi.

Toimitusjohtaja toteaa, että »tunnuslukuista en seuraa muuta kuin shekkiliin saldoa. Katteita seurataan vain jälkeen päin. Täytyy olla kiinnostunut siitä, että liikevaihtoa on ollut olemassa riittävässä määrin ja että jotain jää itsellekin. En käytä maksullisia asiantuntijoita tai kavereita asiantuntijoina lainkaan. Seuraan ainakin jollakin tavalla sitä mitä asiakkaita jää pois ja mitä uusia tulee tilalle. Asiakaslistan avulla on tästä koko ajan perillä, kun firma on näinkin pieni. Jos joku jää pois niin sen kyllä huomaa. Sen kyllä tietää, jos joku teettää homman kerran vuodessa, samoin kun sen, kun rakennusfirmoilla loppuu projekti niin kopiotyötkin loppuvat.»

Tietoa potentiaalisista rakentaja-asiakkaista saa ensinnäkin lukemalla Rakennustutka-lehteä, joka ilmestyy viikoittain kahtena erilaisena versiona: toisaalta pääkaupunkiseudun uudisrakennuskohteet ja toisaalta peruskorjauskohteet. Se on kaupallinen lehti, jota tutkimuslaitos julkaisee keräten tietoa eri lähteistä erilaisista hankkeista, tonttikaupoista ja kaavoituksesta. Lehdessä mainitaan rakennuskohteen nimi, rakennuttaja, suunnittelijoiden nimet, puhelinnumerot jne. Heihin pyritään ottamaan yhteyttä, kun sopivan tuntui kohde on lehdessä.

Tietoa rakennuskohteista saa myös lukemalla päivän lehtiä, esim. Helsingin Sanomia. Vihjeitä saa myös suunnittelijoilta, sen jälkeen kun heidän kanssaan on päässyt tutuksi.

Budjettia ei yrittäjällä ole ja kirjanpito hoidetaan tilitoimistossa. Yrittäjä kuitenkin tekee liikevaihtoverolaskelmat ja toimittaa kuukausiaineiston kohtuullisen valmiina tilitoimistolle, koska pitää laskelman tekemistä varsin helppona kuukausiaineiston järjestelemisen yhteydessä. Yrittäjä ei myöskään tee minkäänlaisia investointilaskelmia, vaan vaisto sanoo, kannattaako hankkia jokin kone vai ei. Hän katsoo tuntevansa alan niin hyvin että laskelmat tapahtuvat aivoissa ilman varsinaisia toimenpiteitä. Sattumanvaraisuudesta ei siis missään tapauksessa ole kyse. On kysymys niin pienestä firmasta, että kaikessa pystyy itse olemaan mukana, joten minkäänlaisia valvonta- tai



Kuvio 2. Kaksinyrittäjän liikeidea kopiointibisneksessä matalasuhdanteen aikana.

raportointijärjestelmiä ei itse asiassa tarvita. Yrittäjä toteaaakin että »näähän minä onko firmassa töitä ja kilpailijoita ja lehdistä seuraamalla olen kyllä selvillä alan tilanteesta». Tämä on niin pieni piiri toimitusjohtajan mukaan. Oleellista yrittäjän mielestä on se, että aina pystyy tulkitsemaan ja suodattamaan tietoa. Tässä tapauksessa se tapahtuu pääsääntöisesti yrittäjän päässä eikä erilaisten laskelmien avulla.

4. PÄÄTELMÄT

Tutkimukseni tarkoituksena oli kuvata ja ymmärtää pienyrittäjän liikeidea kopiointibisneksessä. Tutkimustuloksista ilmeni, että kaksinyrittäjän tavoitteet olivat tärkeät. Tässä tapauksessa se oli »keplotella laman yli» ja katsoa sitten asioita uudelleen. Toinen liikeidean kannalta tärkeä ainesosa oli pienyrityksen työnjako, jossa työt oli karkasti jaettu toimitusjohtajan, tuontantopäällikön ja autonkuljettajan tehtäviin. Yrittäjät suorittavat kuitenkin tarvittaessa ristiin toistensa töitä. Kolmas liikeidean elementti oli teknologia, jossa toimitilat, tuotantovälineistö sekä firma-auto muodostivat sen tärkeimmät osat.

Aktiivinen markkinointi oli liikeidean neljäs keskeinen elementti. Toimitusjohtaja toteutti puhelinmarkkinointia ja lähetti jonkin verran mainos-

kirjeitä. Hinnoittelu oli myös merkittävä osa markkinoinnista. Tiedon hallinta, joka oli alkupe räisenä tutkimusideana, muodosti liikeidean viidennen ainesosan. Tunnusluvuista toimitusjohtaja seurasi itse asiassa vain shekkitilin saldoa, joka oli sitäkin tärkeämpi tunnusluku. Hän suoritti myös asiakasseurantaa ja luki tarkasti alan lehtiä, erityisesti Rakennustutka-lehteä.

Tutkimustulosten perusteella voidaan näin kehittää seuraavanlainen käsitteellinen viitekehikko, joka ohjaa yrittäjien ajattelua ja toimintaa tässä yrityksessä. Tätä voidaan nimittää kaksinyrittäjän liikeideaksi kopiointibisneksessä matalasuhdanteen aikana. (vrt. Jahnukainen & Junnellus & Sonkin 1980 sekä Normann 1975). Jatkossa on mielenkiintoista nähdä, missä määrin muissakin pienissä kopiointiyrityksissä noudatetaan samanaista käyttäytymiskaavaa.

LÄHTEET

Jahnukainen, I. & Junnellus, C. & Sonkin, L.: Liiketoiminnan kehittäminen liikeidean pohjalta. Espoo 1980.
 Normann, R.: Skapande företagsledning. Lund 1975.
 Uusi-Rauva, E.: Johdon laskentatoimen ajankohtaisia tutkimuskohteita. Virkaanastujaisesityelmä Tampereen Teknillisessä Korkeakoulussa 13. 11. 1992 Tampereella.