



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

MIKROYRITYKSEN KASVU PUHTAUSALALLA

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Kevät 2012
Anneli Koskinen

Lahden ammattikorkeakoulu
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma

KOSKINEN, ANNELI:

Mikroyrityksen kasvu
puhtausalalla

Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma opinnäytetyö, 74 sivua, 5 liitesivua

Kevät 2012

TIIVISTELMÄ

Yksityisiä puhtausalan yrityksiä on perustettu Suomeen viimeisten vuosien aikana yhä kiihtyvään tahtiin. Tähän on vaikuttanut kotitalousvähennyksen tuoma veroetu kuluttajille, mikä taas on lisännyt palvelujen kysyntää. Kaikista puhtausalan yrityksistä 99 % kuuluu pk-sektorin kokoluokkaan. Alalla on paljon kilpailua, ja vain pieni osa yrityksistä kasvaa mikroyrityksestä eli alle kymmenen hengen yrityksestä pieneksi tai keskisuureksi yritykseksi. Jotta kilpailussa pystyisi menestymään ja kasvamaan, pitää selvittää puhtausalan mikroyritysten kehittämistekijöitä. Millä osaamisella yritykset on perustettu, ja miten yritysten kehittäminen ja kasvu on suunniteltu alun alkaen ja sitten toteutettu? Minkälainen osaaminen edesauttaa kehittämistä? Mitä substanssiosaaminen tarkoittaa tällä toimialalla?

Puhtausalalla toimii myös paljon mikroyrityksiä, joilla ei ole kehittämiseen ja kasvuun liittyviä tavoitteita, vaan työllistävät itse itsensä. Haastattelujoukkoon valikoitui vain vähän tämäntyyppisiä yrityksiä.

Tutkimusaineisto kerättiin puolistruksturoiduilla haastatteluilla Pirkanmaan alueen puhtausalan mikro- tai siitä juuri isommiksi kasvaneista yrityksistä. Tuloksista voidaan todeta, että mikroyrityksien menestykseen vaikuttavat markkinat, siivoustyön hyvä osaaminen yhdistettynä liiketoimintaosaamiseen sekä myyntitaidot, jotka mahdollistavat oman osaamisen muuttamisen siivoussopimuksiksi eli bisnesmuotoon. Tavoitteellisuus ja hyvät suunnitelmat jo yrityksen perustamisvaiheessa ja vuorovaikutustaidot ovat puhtausalalla toimiville yrittäjille erittäin tärkeitä. Lopputuotoksena syntyi materiaalia puhtausalan mikro- tai pienyrittäjälle, joka on kiinnostunut kehittämään ja kasvattamaan omaa liiketoimintaansa suurempaan kokoluokkaan tai harkitsee oman yrityksen perustamista.

Asiasanat: puhtausala, mikroyritys, osaaminen, kehitystekijät, kasvu

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Service Management

KOSKINEN, ANNELI:

Microenterprise's growth in
cleaning business

Master's Thesis in Hospitality Management.

74 pages, 5 page of
appendice

Spring 2012

ABSTRACT

For the last few years, new private cleaning companies have seen daylight at growing pace. Grounding of vast number of new companies is partly due to tax credit for domestic help, which has increased demand for such services. 99% of all companies in cleaning sector are small and medium sized businesses. Cleaning industry has a lot competition and only minority of microenterprises (less than 10 employees) grow into a small or medium sized business. To excel in the competition, one has to identify development factors for microenterprises in cleaning field; what is the level of expertise used to ground them and how development and growth of the company is planned from the beginning and then carried out. What skills are beneficial for growth? What is substance knowledge in cleaning industry?

There are also many companies in cleaning sector who operate without any plans to further develop or grow the company, instead they work to employ themselves. Only few of the interviewees represent this kind of company.

Research material was gathered with semi-structured interviews in Pirkanmaa area from local microenterprises and companies who have just grown out of micro class. Results show that success of microenterprise is affected by market, professional cleaning skills combined with business know-how, and sales skills to convert one's expertise to cleaning contracts. Goals, careful planning when grounding the company and communication skills play important role in entrepreneur's work in cleaning sector. The end result is material for entrepreneur who operates in cleaning sector and is interested in growing and developing her own business to larger size-class and for people who are considering grounding their own company.

Keywords: cleaning sector, microenterprise, expertise, development factors, growth

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	PUHTAUSALA	4
2.1	Toimialan kehitys Suomessa	5
2.2	Puhtausalan yritykset Suomessa	6
2.3	Puhtausalan yritysten kokoluokat	8
2.4	Puhtausalan henkilöstö	11
2.5	Puhtausalan markkinat Suomessa	14
2.6	Kotityöpalvelut – kotitalouspalvelut	15
2.7	Kotitalousvähennys	17
3	MIKROYRITYKSEN KASVU	20
3.1	Mikroyritys	20
3.2	Kehittymisestä kasvuun	22
3.3	Strategian valinta	25
3.4	Kasvun muodot	26
3.4.1	Kasvu markkinaosuutta lisäämällä nykyisillä markkinoilla	28
3.4.2	Kasvu uusille markkinoille nykyisellä palveluvalikoimalla	28
3.4.3	Kasvu tuote- ja palvelukehityksen avulla	29
3.4.4	Kasvu uusille markkinoille uusilla palveluilla – monialaistumien	32
3.5	Kannattavuus	32
3.6	Osaaminen ja oppiminen	35
4	VEROTUKSEN MERKITYS LIIKETOIMINTAAN	37
4.1	Arvonlisävero	38
4.2	Ennakonpidätys ja sosiaaliturvamaksu	39
4.3	Tuloverotus	40
5	MATKALLA PUHTAUSALAN YRITYKSIEN SIELUNELÄMÄÄN	42
5.1	Työn tavoitteet, tutkimusongelmat ja rajaukset	42
5.2	Tutkimusmenetelmät	42
5.3	Tutkimusaineiston hankinta ja tarkastelu	43
5.3.1	Menetelmä ja otos	43
6	TULOKSET	46
6.1	Yrityksien ja yrittäjien taustoja	47

6.2	Substanssiosaaminen puhtausalan yrittäjällä	49
6.3	Kehittyminen ja kasvu	51
6.4	Kasvun muodot	53
6.5	Analyysi	54
6.6	Luotettavuus, pätevyys	58
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	59
8	LÄHTEET	62
	LIITTEET	70
8.1	Liite 1 Haastattelurunko	70
8.2	Liite 2 Opas puhtausalan pienyrittäjälle	71

1 JOHDANTO

Standardissa SFS 5967 esitetään puhtauspalvelujen, siivoustyön mitoituksen, siivousmenetelmien, -aineiden ja -koneiden termit ja määritelmät sekä käsikäyttöisten siivousvälineiden termit. Standardi on uusittu vuonna 2010, ja sen on julkaissut Suomen Standardoimisliitto SFS. Puhtauspalvelut määritellään ammattimaisesti toteutetuksi palvelutyöksi, joka sisältää erilaisia siivous- ja asiakaspalvelutehtäviä sekä säännöllistä laadunseurantaa. Siivous on puolestaan määritelty sisätiloissa tapahtuvaksi pintojen puhdistus-, suojaus- ja hoitotyöksi sekä erilaisiksi järjestelytyöksi, joissa puhtaus tuotetaan ammattimaisesti. (SFS 5967, 2–3.)

Siivouksella tarkoitetaan niitä toimenpiteitä, joilla rakennuksen sisäpuolisilta pinnoilta poistetaan niiden kestoikkää, hygieenisyyttä ja turvallisuutta alentava lika. Tarvittaessa pintamateriaaleja suojataan ja hoidetaan ominaisuuksien parantamiseksi, likaantumisen ehkäisemiseksi ja puhtaanapidon helpottamiseksi. Oikeilla työtavoilla ja suojauksella säilytetään pintamateriaalien arvo. (Immonen & Ruutiainen 2007, 33.)

Suomea on pidetty siistinä maana, jossa siivous on ammattitaitoista ja hyvin organisoitua. Kiinteistöjen elinkaariajattelun myötä puhtaus ja sen merkitys ihmisten hyvinvointiin kulkee punaisena lankana suunnittelijoista, rakennuttajista, rakentajista sekä kiinteistön omistajista aina ylläpitäjiin asti. Tuula Suontamon mielestä puhtaus on kuitenkin lokeroitu tällä hetkellä ylläpidon viimeiseen ketjuun eli siivoukseen. Yliopisto-opetuksen puuttuminen syö alan vetovoimaisuutta, ja nuorilla ei ole mahdollisuutta kouluttautua ja hankkia omakohtaista tutkimustietoa puhtaudesta. Suomessa yli 100 000 henkilöä työllistävällä puhtausalalla tehtyjen perustutkimusten määrä on pieni. Tutkitun tiedon puuttuessa siivoukseen on kohdistettu ja kohdistetaan säästöjä. Puhtauden merkitys on monelle toimialalle elinehto. Elintarviketeollisuus, kylpylät ja leikkaussalit eivät voisi toimia ilman korkeaa hygieniatasoa. Ympäristön ja tavallisten ihmisten terveyden vaaliminen kiinnostaa meitä kaikkia. (Suontamo 2/2011, 3.)

Siivous vaikuttaa sisäilman laatuun ja sitä kautta työntekijöiden terveyteen ja työn tehokkuuteen. Tähän lopputulokseen päätyi Esko Korhonen väitöskirjassaan *Puhtauspalvelut ja työympäristö* (2011). Yhteyden tähän muodostavat hiukkaset. Sisäilmassa leijaillevien hiukkasten määrälle tulee tutkimalla määritellä terveysperustaiset raja-arvot. Siivouksella voidaan vähentää hiukkasten määrää pinnoilla ja siten parantaa sisäilman laatua.

Puhtauspalvelut kokonaisuudessaan ja siivous osana sitä koskettavat meitä jokaista. Kukin voi arvioida siivouksen laatua yleisimmällä menetelmällä eli visuaalisesti. Muita keinoja siivouksen laadun mittaukseen ovat mm. pintapölymittaus, ATP-menetelmän mittaus, Hygicult-testit sekä kyselytutkimukset. Siivouksen laatuun vaikuttavia tekijöitä löytyy ilmanvaihdon toteutustavasta ja suodatusasteesta, ominaisuuksista, pintamateriaalien kunnosta, tilojen siivottavuudesta ja käytöstä sekä siivoajan antamasta vaikutelmasta ja hänen ammattitaidostaan. Siivouksen laadunseurantaan tarvitaan uusia nopeita, yksinkertaisia ja halpoja laitteita, välineitä ja menetelmiä. (Korhonen 2011, 187–190.)

Loppujen lopuksi tarvitaan ihminen suorittamaan haluttua siivousta. Viime vuosikymmenien aikana omat siivoajat ovat lähes kaikki hävinneet organisaatioista ja tilalle ovat tulleet yksityiset palveluliikkeet tai yrittäjät ja julkisella sektorilla toimivat kuntien ja valtionhallinnon siivoajat. Kotisiivous on myös ammatillistunut johtuen ostopalveluiden kasvaneesta kysynnästä. Puhtaudelle ja siisteydelle asetetaan paljon odotuksia ja vaatimuksia elinympäristössämme. Hyvään lopputulokseen päästään ammattitaitoisen, motivoituneen tekijän kanssa, jolla on tarpeeksi aikaa suorittaa työ kunnolla. Kehittyneen teknologian ja menetelmien takaa löytyy vielä tänäkin päivänä oikea ihminen suorittamassa työtä. Siivouspalveluyrityksen on mukauduttava kovaan kilpailuun ja asiakaskohteen toimintaympäristöön sekä suoritettava työ asiakkaan tiloissa ja mahdollisesti valvonnan alla. Usein työn lopputulos on nähtävissä vain hetken aikaa.

Työssäni käsittelen ja tutkin puhtausalan yksityisten mikroyritysten kehitystä ja kasvua. Yrittäjyyttä ja yritystoimintaa sinänsä ei ole otettu käsittelyyn. Puhtausalalle tulee vuosittain valtava määrä uusia yrittäjiä, ja myös melkoinen

määrä yrityksiä poistuu markkinoilta. Kaikilla ei ole selvästikään yrittäjänä toimimisen edellytyksiä. Työn ydinsisältönä on selvittää puhtausalan mikroyritysten kehittymiseen ja kasvuun johtavia tekijöitä. Asiaa lähestytään yrittäjien haastattelun avulla. Tietoperustaan kuuluvat yksityisen sektorin puhtausala, mikroyritys, yrityksen kehittyminen ja kasvu sekä verotuksen tärkeyden ymmärtäminen. Tietoperusta on lähtökohtana, kun selvitetään mikroyritysten eli 1–9 henkilöä työllistävien puhtausalan yritysten kehitystekijöitä. Tutkimusosiossa kerätään laadullisella menetelmällä aineistoa, ja kehittämishankkeena muodostuu kokonaisuus, johon tutustuttuaan puhtausalalla toimiva mikro- tai pienyrittäjä saa eväitä oman yritystoimintansa tarkasteluun ja kehittämiseen.

Työn keskeiset tutkimuskohteet ovat puhtausalan yritysten kehitystekijät pienessä kokoluokassa. Asiaan pureudutaan yrittäjien haastattelun kautta. Pääkysymyksiä on kaksi:

1. a) Onko substanssiosaamisella merkitystä yrityksen menestykseen ja kasvuun?
b) Minkälaisista lähtökohdista yrittäjät tulevat?
2. Toisena tutkimusongelmana on yrityksen kehittymisen ja menestyksen mahdollistava kasvu. Miten kasvu on saatu aikaan?

2 PUHTAUSALA

Palvelut 2020 -hanke (EK 2006) linjaa elinkeinoelämän toimintaympäristössä, rakenteessa ja osaamisvaatimuksissa tapahtuvia muutoksia palveluyritysten näkökulmasta. Tulevaisuutta tarkastellaan toimialakohtaisesti, ja kiinteistöpalveluihin sisältyvät puhdistus- ja siivouspalveluyritykset sekä toimitilapalveluyritykset. Kiinteistöpalveluihin kuuluvat myös isännöintiin liittyvät yritykset, kiinteistönhoitoyritykset ja kiinteistönomistajatyönantajat.

Kiinteistöpalvelut ovat kansallinen ala, sillä kiinteistöt ovat paikkaan sidottuja. Omistus ja henkilöstö voivat olla kansainvälisiä, mutta itse kiinteistöissä suoritettava työ on Suomessa. Merkittävä osa kiinteistöpalvelualan yrityksistä vuonna 2020 tulee olemaan pk-yrityksiä, mutta alalla on myös muutama suuri kansainvälinen toimija. Kiinteistön elinkaariperiaate tarkoittaa, että palveluntuottaja vastaa toimitilojen suunnittelusta, rakentamisesta ja ylläpidosta tietyn ajan. Tällaiseen leasing-sopimukseen voi kuulua myös muita käyttäjäpalveluita kuten aula-, ravintola- tai vartiointipalveluita. Tilaaja maksaa palvelumaksua toteuttajalle ja saa kaiken samalta toimijalta. Kiinteistöpalveluissa, erityisesti siivouspalveluissa, maahanmuuttajien määrä kasvaa sekä työntekijöiden keskuudessa että esimiestasolla. (EK 2006, 29.)

Siivousvälineet ja koneet automatisoituvat, ja laadun mittauslaitteet kehittyvät. Tämä teknologinen kehitys edellyttää osaamisen kasvattamista, joten ammattilaisuus ja asiantuntemus korostuvat. Isot yritykset ovat markkinajohtajia, ja pienet ja keskisuuret yritykset kasvattavat kilpailukykyään verkostoitumalla. Alihankintatyö yleistyy, ja palvelun toimittajien valintamenettely on pitkälle kehittynyttä. (EK 2006, 30.)

Ikääntyminen vaikuttaa kiinteistöpalveluun monella tavalla. Väestö vanhenee, joten kotien siivous tulee lisääntymään. Kiinteistöjen ikääntyminen lisää ylläpidon ja peruskorjauksen tarvetta. Kiinteistöpalvelualan henkilöstö vanhenee, ja eläkkeelle siirtyvien tilalle tarvitaan uusia henkilöitä. Maahanmuuttajat ja aikuiset uudelleen koulutettavat vastaavat työvoimapulaan. Työvoimapula on todellinen haaste ja este alan kehittymiselle, ja yritykset, joiden työvoiman vaihtuvuus on vähäistä, pärjäävät parhaiten. (EK 2006, 31.)

Kiinteistöpalvelualan työntekijän tärkeimmiksi taidoiksi katsotaan asiakaspalveluosaaminen sekä yhteistyötaidot. Asiantuntija- tai esimiestehtävissä johtamisosaamista korostetaan. Johtamisen osa-alueita ovat ihmisten, osaamisen sekä itsensä johtaminen. Palvelujohtaminen sekä prosessien ja projektien johtaminen ovat tärkeitä. Johtotehtävissä tärkeää osaamista ovat muutosvalmius, tiedon analysointitaito, ongelmanratkaisu- ja yhteistyökyky sekä kyky jakaa osaamista ja ymmärtää toisten osaamista. (EK 2006, 34.)

Suuret kiinteistöpalvelualan monitoimijat kuten ISS Palvelut, Lassila & Tikanoja Oyj, SOL Palvelut, RTK-Palvelu ja N-Clean tuottavat sekä kiinteistön ylläpidon palveluja että tilojen käyttäjille tarkoitettuja palveluja. Pienet yritykset puhtausalalla tuottavat lähinnä kiinteistön hoidon- ja ylläpidon palveluja.

Suomen kansallisvarallisuudesta yli 70 % perustuu rakennettuun ympäristöön. Vuonna 2009 Suomen kansallisvarallisuuden arvo oli 770 miljardia euroa. Kiinteistöjen ylläpidon arvo vuonna 2009 mukaan lukien vuosikorjaukset oli 15,7 miljardia euroa. Kiinteistöpalvelualan yritysten henkilöstömäärä on kaksinkertaistunut 90-luvun laman jälkeen. Kiinteistökannan kerrosneliömetrit ovat kasvaneet samana aikana vain viidenneksen. Kasvu on tullut muilta toimialoilta ja julkiselta sektorilta, jotka ovat ulkoistaneet töitä kiinteistöpalvelualan yritysten tehtäviksi. (Kiinteistöpalvelut 2012.)

Puhtauspalvelut ovat mukana rakennus- ja tilasuunnittelussa, ja sillä on vaikutusta rakennuksen toimivuuteen, hoidettavuuteen ja ylläpitokustannuksiin koko rakennuksen elinaikana. Viime vuosina rakennusten sisäilma on joutunut suurennuslasin alle kosteus- ja homevaurioiden takia. Huoneilmassa leijuvissa hiukkasissa saattaa olla erilaisia bakteereja, sieni-itiöitä, mineraalikuuituja ja kaasuyhdisteitä, ja ne ovat riski sisäilman laadulle ja pintapuhtaudelle, ja siivouksella on huolehdittava niiden poistosta (Korhonen 2011, 191).

2.1 Toimialan kehitys Suomessa

Suomi on siisti maa, ja olemme tottuneet ympäristöömme niin, että pidämme sitä itsestään selvänä. Puhtauspalvelut alana ja ammatteina ovat kehittyneet vasta viime vuosikymmeninä. Vielä 1970-luvulla esimerkiksi koulujen siivous tehtiin

iltatyönä, ja siivoojat olivat kouluttamattomia organisaatioiden omia työntekijöitä. Työvälineet ja -menetelmät olivat alkeellisia, ja työ oli raskasta fyysisesti. 1980-luvulla siivousala tuli ammatillisen koulutuksen piiriin, ja työmäärämitoituksen käyttö yleisty. Työntutkimuksen tuloksiin perustuvalla mitoituksella määritellään työhön tarvittavat resurssit. Työteho on noussut huomasti johtuen siivouksen suunnittelun, siivousaineiden, -menetelmien, -koneiden ja koulutuksen kehityksestä, eikä voida unohtaa, että siivouksesta on helppoa myös säästää. Siivouksen tarkoituksenmukaisuus palvelee tilojen käyttäjää ja tekijää, ja jokapäiväisestä siivouksesta on siirrytty tarpeenmukaiseen siivoukseen.

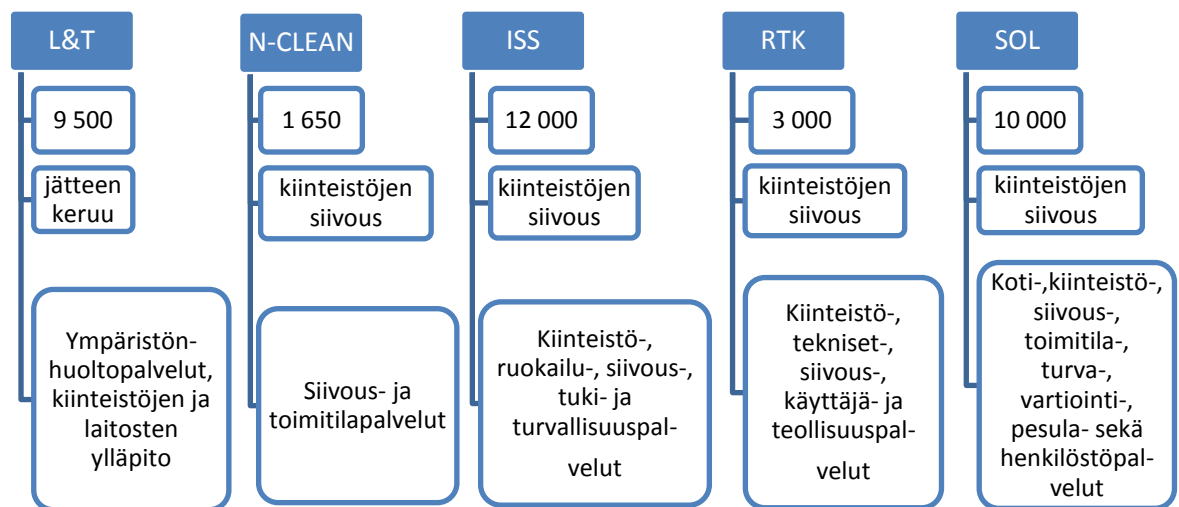
Tuottavuuden nousu tarvitsee koulutustason nousua innovaatioiden lisäksi, sillä se nostaa organisaatioiden aineetonta pääomaa. Tätä kautta asiakas saa ostamalleen palvelulle lisäarvoa. Tuottavuuden kasvua tarvitaan erityisesti matalan kysynnän aikana, jolloin kustannusten leikkaamiselle on suuri tarve. (Valkosalo 1/2012, 3.)

Kiinteistöjen laskennallinen puhdistus- ja siivouspalvelujen arvo on noin 1,6 miljardia euroa vuodessa. Summa ei sisällä rakentamiseen liittyvää rakennussiivousta, kotisiivousta eikä liikennevälineiden siivousta. Kaupallisen siivouksen osuus kiinteistöjen siivouskustannuksista on jo yli 60 prosenttia. Rakennustyypeittäin tarkasteltuna siivouksen suurimmat markkinat ovat liike-, toimisto-, kokoontumis- ja opetusrakennuksissa, mutta kaikkein suurin siivouksen merkitys on hoitoalalla. Hoitoalan rakennuksissa puhtausvaatimukset ovat suurimmat, ja siivoustyö niissä tehdään pääosin organisaatioiden omana työnä. Palveluja on ulkoistettu opetus- ja hoitoalan rakennuksissa alle kymmenen prosenttia, kun muissa rakennustyypeissä ostopalveluiden osuus on 80 prosenttia. (Lith 2012, 5–11.)

2.2 Puhtausalan yritykset Suomessa

Puhtauspalvelualalla toimii monialayrityksiä (kuvio 1) kuten Lassila & Tikanoja Oyj – päätoimiala tavanomaisen jätteen keruu (henkilökuntaa 9 500), N-Clean Oy – päätoimiala kiinteistöjen siivous (henkilökuntaa 1 650), ISS Palvelut – päätoimiala kiinteistöjen siivous (henkilökuntaa 12 000), RTK-Palvelu Oy – päätoimiala kiinteistöjen siivous (henkilökuntaa 3 000) ja SOL Konzerni – päätoimiala Sol Palvelut Oy:ssa kiinteistöjen siivous (konsernissa henkilökuntaa

10 000). Yritysten palveluvalikoimaan kuuluu siivouksen lisäksi mm. kiinteistöpalvelua, pesulapalvelua, henkilöstöpalvelua, turvapalvelua ja ruokailupalvelua. Monialayrityksissä työntekijän työnkuvaan voi kuulua usean eri palvelualan työtehtäviä. Monialayrityksissä on yritys- ja yhteisötietojärjestelmän (ytj.fi) mukaan myös muita yrityksiä samalle hakusanalle, ja yrityksistä löytyy eri toimialoja. On siis vaikeaa hahmottaa, paljonko yritysten henkilökunnasta on lopulta millekin toimialalle kuuluvaa.



KUVIO 1. Monialayritykset tiivistettynä, lähteinä yritysten omat kotisivut 2012

Keskisuuria puhtaustalan yrityksiä ovat mm. OR-clean (henkilökuntaa 120), joka toimii Helsingin ja Tampereen alueilla, ja Winclean Oy (henkilökunnan määrä ei saatavilla), joka toimii Tampereen, Hämeenlinnan, Jyväskylän ja Turun alueilla, sekä Siskon Siivous Oy (henkilökuntaa 75), joka toimii pääkaupunkiseudulla. Suuret monialayritykset ovat ostaneet keskikokoisia siivouspalveluyrityksiä pois markkinoilta viime vuosina. Esimerkiksi L & T Oyj osti vuonna 2007 Siivouspalvelu Ta-Bu Oy:n pääkaupunkiseudulta ja vuonna 2011 Hansalaiset konsernin, joka tuotti kiinteistö- ja siivouspalveluita ja työllisti noin 700 henkilöä pääkaupunkiseudulla, Tampereella, Turussa ja Oulussa. Vuonna 2011 RTK-Palvelut osti valtakunnallisesti siivouspalveluita tuottavan Servisole Oy:n, joka työllisti 500 henkilöä. Vuonna 2010 Suomessa toimi vain 24 puhtaustalan yritystä, jotka työllistivät yli 250 henkilöä.

Franchising on kahden yrityksen välinen yhteistyösopimus. Se tarjoaa mahdollisuuden perustaa oman yrityksen valmiiksi testatulla liiketoimintamallilla tunnetun ketjun jäsenenä. Toimintamalli perustuu franchising-antajan kehittämään liikeideaan, jonka hän sopimusta vastaan luovuttaa yrittäjälle. Yrittäjistä muodostuu verkosto, jota kutsutaan franchising-ketjuksi. Yrittäjille toiminta on maksullista; he maksavat konseptin käyttöoikeudesta, ketjun jäsenyydestä sekä saamistaan eduista ja palveluista. (Suomen Yrittäjät 2012; Yrityssuomi 2012.) Suomen Laatatutakuu Palvelut Oy tarjoaa OmaSiivooja siivouspalveluita ja OmaTalonmies talonmiespalveluita itsenäisten franchising-yrittäjien kautta. Yritys kuuluu ISS Palveluihin, ja sillä oli 214 itsenäistä yrittäjää vuonna 2010. (Suomen Laatatutakuu Palvelut 2012.) Lassila & Tikanoja Oyj omistaa Huomenta Toimitilapalvelut, joka tarjoaa siivous- ja toimitilapalveluita franchising-ketjuna. Yrittäjiä heillä on 60 vuonna 2012. (Huomenta Toimitilapalvelut 2012.) Kotirinki Oy on yksityisessä omistuksessa oleva franchising-ketju, joka tarjoaa kotisiivouksen ohella myös silitystä sekä mattojen ja tekstiilien puhdistusta. (Kotirinki 2012.)

Pk-sektorin puhtausalan yritykset myyvät palvelua sekä kuluttajille että toisille yrityksille. Kotitalouspalveluita myyvät yritykset markkinoivat palveluita lähinnä kotitalouksille, mutta myös yritykset voivat hankkia esimerkiksi kotisiivouksia henkilöstölleen. Yrityksille suoritettavasta siivouksesta kilpailevat pk-yritykset suurien monialaosajien kanssa. Pienien puhtausalan yritysten lukumäärä on suuri, ja ala onkin jakautunut niin, että on muutamia suuria yrityksiä, jotka työllistävät tuhansia henkilöitä, ja sitten on tuhansia yrityksiä, jotka työllistävät vain itsensä tai muutaman henkilön.

2.3 Puhtausalan yritysten kokoluokat

Vuonna 2010 Suomessa toimi 4315 alle 250 henkilöä työllistävää siivouspalveluyritystä. Vuonna 2012 tilastokeskuksen tammikuussa päivitetyllä sivulla oli 4907 siivouspalveluyritystä, eli lisäystä vuoden 2010 tasosta on 599, joka on 12 %.

Tilastokeskuksen toimialaluokituksessa tapahtui muutos vuonna 2009. Siivous sisältyi aiemmassa TOL 2002 -luokituksessa eri osioon kuin uudemmassa TOL

2008 -luokituksessa. On siis hankalaa saada vertailukelpoista tietoa esimerkiksi viimeisten kymmenen vuoden ajalta. TOL 2008 luokituksessa siivouspalvelut luetaan pääluokkaan 81 Kiinteistön- ja maisemanhoito ja alaluokkaan 812 Siivouspalvelut.

TAULUKKO 1. Siivouspalveluyritykset toimialoittain vuosina 2007–2010
(Tilastokeskus 2012)

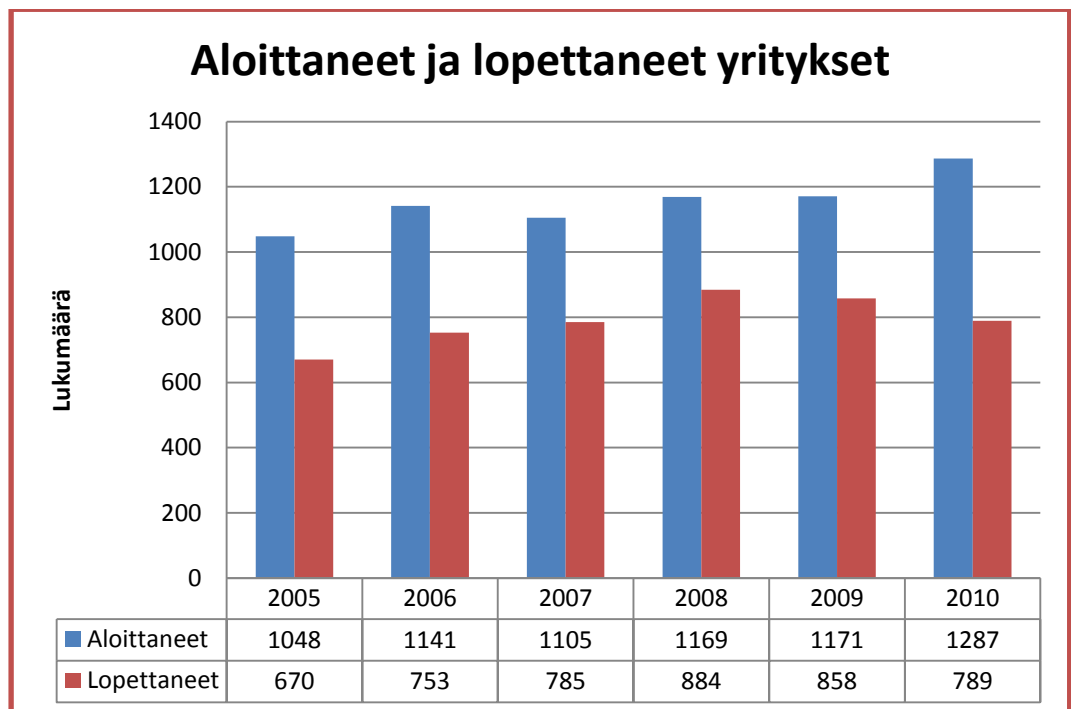
vuosi	yrityksiä	henkilöstö	Liikevaihto 1000 €	Palkat 1000 €	Palkka/palkansaaja 1000 €	Liikevaihto 1000 €
2007	3971	33231	1468871	61084	20,2	369,9
2008	4308	32369	1664056	676903	23,2	386,3
2009	4306	32513	1702902	703054	23,9	395,5
2010	4308	34291	1870222	772604	24,7	434,1

Taulukosta 1 voi todeta, että siivouspalveluyritysten lukumäärä on kasvanut lähes kahdeksan prosenttia vuodesta 2007 vuoteen 2008. Sen jälkeen kasvua ei ole ollut. Vuodesta 2009 vuoteen 2010 mennessä yritysten lukumäärä ei ole kasvanut lainkaan, mutta henkilöstön lukumäärä (5 %), liikevaihto (8,9 %) ja palkat (9 %) ovat kasvaneet.

Seuraavalla sivulla olevasta kuviosta 2 näkyy, että siivouspalveluyritysten koko Suomessa on hyvin pieni. 93 % yrityksistä työllistää 0–9 henkilöä, eli ne ovat mikroyrityksiä. Yritysten lukumäärä on 4569 vuonna 2012 tammikuussa. 10 – 49 henkilöä työllistäviä yrityksiä on viisi prosenttia eli 240 yritystä. 50–249 henkilöä työllistäviä yrityksiä on 83. Pk-sektoriin kuuluvia yrityksiä on siis noin 99 prosenttia kaikista siivouspalvelualan yrityksistä Suomessa vuonna 2012.



KUVIO 2. Siivouspalvelualan yritykset Suomessa kokoluokittain tammikuussa 2012 (Tilastokeskus)



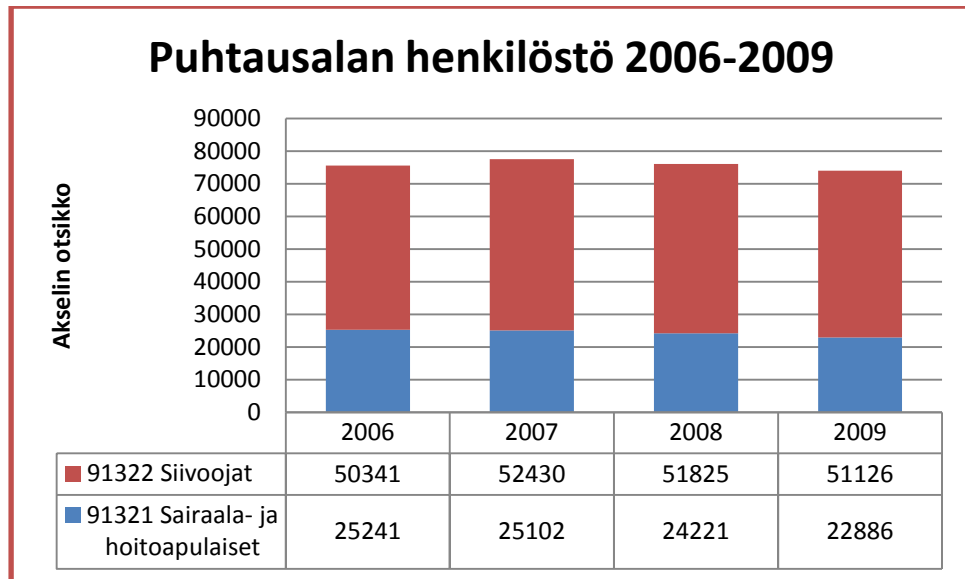
KUVIO 3. Aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten lukumäärä kiinteistön- ja maisemanhoidon toimialalla Suomessa vuosina 2005–2010 (Tilastokeskus 2012)

Syyt yrityksen lopettamiselle ovat moninaiset. Konkurssien lisäksi yrityksiä lopetetaan kannattamattomina, tehtävänsä täyttäneinä, jatkajan puutteen takia tai yritysjärjestelyjen seurauksena (Roininen 2011, 72). Kuviosta 3 voi todeta, että lopettaneita yrityksiä kiinteistön- ja maisemanhoidon toimialalla on vuodessa enemmän kuin puolet aloittaneisiin verrattuna.

Alueellisesti kiinteistöpalvelujen yksityinen tarjonta on keskittynyt pääkaupunkiseudulle ja kasvukeskuksiin, joissa rakennuskanta on suuri ja rakentaminen vilkasta. Helsingin seudulla siivouspalveluyritysten määrän kasvua hidastaa vaihtuvuus. Samanaikaisesti suuri määrä yrityksiä aloittaa toimintansa sekä lopettaa toimintansa. Kehityksen taustalla on kiristynyt kilpailu, toiminnan matala aloittamiskynnys sekä heikot yrittäjävalmiudet. (Lith 2012, 11.)

2.4 Puhtausalan henkilöstö

Puhtausalalla työskentelee henkilöitä erilaisilla ammattinimikkeillä. Siivoustyötä tekevä voi olla esimerkiksi mol.fi -sivuston mukaan siivoaja, siistijä, palveluvastaava, porrassiivoaja, laitoshuoltaja, kerroshoitaja, ikkunanpesijä, rakennussiivoaja, elintarvikesiivoaja, kouluhuoltaja, sairaala-apulainen tai kotisiivoaja. Siivoustyönohjauksessa työskentelee kohdeohjaaja, tiiminvetäjä, palveluohjaaja tai siivoustyönohjaaja. Hän on siivouksen, organisoinnin, työhön perehdyttämisen ja ohjaamisen asiantuntija siivouskohteessa. Esimies voi olla siivoustyönjohtaja, palveluesimies, kohde-esimies, siivouspäällikkö tai palvelupäällikkö. Puhtauspalvelualalla työskentelee lisäksi itsenäisiä yrittäjiä, opettajia, konsultteja, siivoustyön suunnittelijoita, henkilöitä markkinointiin ja myyntiin liittyvissä työtehtävissä, rekrytoijia sekä päälliköitä erilaisilla nimikkeillä. Maaliskuussa 2012 koko maassa oli avoinna kotitalous-kiinteistöhoito- ja siivoustoimialalla (mol.fi) 1144 työpaikkaa, mikä oli vajaat seitsemän prosenttia kaikista avoinna olevista työpaikoista. Kuviosta 4 näkee, että ala työllistää noin 75 000 henkilöä, ja kun vielä jäljempänä tulevat kotitalouspalveluita tekevät henkilöt lisätään joukkoon, niin puhtausala kokonaisuudessaan työllistää noin 100 000 henkilöä.



KUVIO 4. Puhtausalan henkilöstön määrä 2006–2009 (Tilastokeskus 2012)

Puhtausalalle on ennustettu työvoimapulaa, ja tämä on ollut totta jo pitkään esimerkiksi pääkaupunkiseudulla ja kasvukeskuksissa. Yksityisten palveluyritysten ei ole ollut helppoa saada ammattitaitoisia siivoojia, tiiminvetäjiä ja osittain myös esimiehiä. Koulutetut puhtausalan ammattilaiset ovat sijoittuneet kuntien ja valtion organisaatioihin. Koulutusta on lisätty, ja se on monipuolistunut esimerkiksi oppisopimuskoulutuksen myötä. Nuoria on vaikeaa saada alalle, joten pääpaino on aikuiskoulutuksessa (Ojala-Paloposki 2007, 81). Siivooja nimikkeellä voivat työskennellä rinnakkain alan koulutettu ammattilainen tai alalle vasta tulleet opiskelijat tai maahanmuuttajat. Monikulttuuriset työyhteisöt ovat puhtausalalla työskenteleville tuttuja.

Maahanmuuttajat ovat halukkaita työskentelemään puhtausalalla, mutta kielitaito on usein vähäistä. Puhtausala on niin kutsuttu sisääntuloala, jossa monikulttuurisen henkilöstön kysyntä perustuu työvoimantarpeeseen. Puhtausalan alhainen arvostus ja maahanmuuttajan kotimaassaan hankkima korkeampi koulutus vähentävät motivaatiota ja sitoutumista työhön. Työmotivaatiota parantavat hyvä perehdytys, työnantajan tarjoamat koulutusmahdollisuudet, palkka ja muut kannustimet sekä hyvä työilmapiiri ja oikeudenmukaiseksi koettu kohtelu. Kulttuuritausta näkyy työsuhteen alkuvaiheessa, mutta jatkossa persoonaan ja motivaatioon liittyvät asiat nousevat olennaisiksi työssä menestymisessä. (Sipari 2010, 118–124.)

Sukupuolten palkkaero on miesten ja naisten palkkojen välinen ero, ja naiset ansaitsevat EU:ssa keskimäärin 17 % vähemmän kuin miehet. Aloilla, joissa naiset ovat enemmistönä, palkat ovat matalampia kuin miesvaltaisilla aloilla. Naisten kykyjä aliarvioidaan usein siksi, että niiden katsotaan olevan peräisin "naisellisista" piirteistä eikä ammattitaidosta, hankituista kyvyistä ja taidoista. Naisten työaika on lyhyempi, ja he tekevät enemmän osa-aikatyötä yhdistääkseen uran ja perhe-elämän. (Euroopan komissio 2011, 2–7.) Puhtauspalveluala on naisvaltainen; Suomen Siivousteknisen liiton Puhtausala.fi -sivuston mukaan siivoojista vuonna 2008 83,5 % ja sairaala-apulaisista 96 % oli naisia. Puhtausala nähdään vähän arvostettuna alana, ja usein siivoustyötä tehdään yksityisellä työnantajalla osa-aikatyönä, jossa tavoitetasoon pitää yltää pienessä työajassa vähäisillä kustannuksilla

Siivoustyössä työskentelevät henkilöt haluavat tehdä käytännönläheistä työtä. Alalle kouluttautuneet henkilöt eivät näe työtään elämäntehtävänä, vaan he haluavat antaa aikaa perheelle ja läheisille ihmisille. Tilanne on joillekin paradoksaalinen, koska matalapalkka-alalla he joutuvat kuitenkin tekemään pitkiä päiviä tai kahta työtä. Useimmiten siivoojan tehtävissä työskenteleviä henkilöitä ei ole kiinnostanut pidemmälle kouluttautuminen. (Käyhkö 2006, 229–233.)

Kiinteistöpalvelualan työntekijöitä koskeva uusi työehtosopimus tuli voimaan 2011 vuoden alusta. Uusi palkkausjärjestelmä on työn vaativuuteen perustuva, ja siinä on mukana vuoteen 2015 kestävä ansiokehitysohjelma, joka nostaa vähimmäispalkkoja noin 20 %. Palkkausjärjestelmä nostaa alan palkkatason vastaamaan muun yksityisen palvelusektorin vähimmäispalkkoja. Uudistus turvaa työvoiman saatavuuden tulevaisuudessa, kun alalle ammattimaisesti suuntautuvien henkilöiden määrä kasvaa. (Luukkonen 1/2011; Kiinteistöpalvelut 2012.)

Ammattiosaamista on saatu puhtausalalle huimasti viimeisinä vuosikymmeninä. Puhtauspalvelualalla työskentelee suuri määrä ihmisiä eri ammattinimikkeillä, mutta alan profiloituminen ammattimaiseksi alaksi kestää pitkään. Lausjärvi toteaaakin, että ammattiosaaminen puhtauspalvelujen esimies- ja johtotehtävissä voi muodostua ongelmaksi, koska yliopistotason koulutus on ajettu alas (Lausjärvi 7/2011, 5). Korkeakouluopetuksen epävarmuus ja suunnittelemattomuus sekä alan

hajanainen tutkimustoiminta ovat haasteena tulevaisuudessa (Ojala-Paloposki 2007, 81).

Suomen Siivousteknisen liiton kutsumassa työryhmässä palvelun laatuun vaikuttavista asioista nousi esille myös esimiestyö. Esimiehen kyvykkyyden koetaan olevan keskeinen asia palveluprosessin onnistumisessa. Esimieheltä odotetaan monipuolista osaamista. Puhtausalan substanssiosaaminen, arvostava ja tasapuolinen henkilöstöosaaminen, yksilön johtaminen mahdollistaen pääsyn asetettuihin tavoitteisiin ja kannustava työilmapiiri pitäisi saada aikaan vuorovaikutuksessa muun työyhteisön kanssa. Koulutetuista esimiehistä tulee vajetta eläköitymisen seurauksena. (Valkosalo 2/2012, 3.)

2.5 Puhtausalan markkinat Suomessa

Periaatteessa kaikissa rakennuksissa huolehditaan puhtaudesta. Puhtausalan markkinat muodostuvat siis kaikista rakennuksista Suomessa. Kymmenen vuotta sitten kotien siivous tehtiin pääasiassa kotitalouksien omana työnä. Kun/jos kotien puhtaudesta huolehtiminen siirtyy enemmän ja enemmän kotitalouspalveluiksi eli ulkopuolisten palveluntarjoajien suorittamaksi työksi, niin markkinoille tulee paljon kysyntää.

Kiinteistöpalvelujen ja niiden tuottamisen suhteen on odotettavissa kasvua. Orgaanista kasvua odotetaan kuntapuolelle ja niille palvelualoille, joissa vielä työtä tehdään omissa organisaatioissa. Kasvun taustalla on ylläpitohenkilöstön eläköityminen, kaluston vanheneminen ja keskittyminen ydintoimintoihin. (Lith 2012, 2.)

Julkisissa hankinnoissa kilpailun toteutumiseksi on tärkeää, että yritykset saavat riittävästi tietoa meneillään olevista tarjouskilpailuista. Ilmoitusvelvollisuus koskee hankintalain mukaisia hankintayksiköjä. Hankintayksiköt ovat valtion, kuntien, seurakuntien, kuntayhtymien tai niihin verrattavien valtion tukea saavia instituutioita. Kilpailutukset voivat koskea tavaroiden, palveluiden tai rakennusurakoiden hankintaa, ja niitä voi katsoa hilma.fi -palvelusta. Meneillään olevat haut kohdistuvat hankintailmoituksiin, joiden tarjousaika tai aika osallistumishakemuksen jättämiselle on voimassa. Helpoin tapa etsiä sopivia

tarjouspyyntöjä on hakea kuntakohtaisesti tai esimerkiksi hakusanalla siivous avoimia tarjouskilpailuja. 22.3.2012 Suomessa hakusanalla siivous avoimissa olevissa tarjouskilpailuissa kaikissa oli valintaperusteena halvin hinta. Julkisiin hankintoihin tehtävä tarjous pitää olla täsmälleen tarjouspyynnössä olevien muotoseikkojen kaltainen, tai muutoin tarjous hylätään. Tämä vaatii yrittäjältä paneutumista julkisten hankintojen tarjouspyyntöihin. (Hilma.fi -sivusto)

Pk-yritysten suhdannebarometri (EK) helmikuulta 2012 kuvaa palveluyritysten suhdanteita lievästi tavanomaista heikommiksi. Keskisuuret palveluliikkeet arvioivat tilanteen jatkuvan ennallaan, mutta pienemmät ennakoivat heikkenemistä. Heikko kysyntä ja ammattityövoiman puute olivat suurimmat tuotantokapeikat.

2.6 Kotityöpalvelut – kotitalouspalvelut

Tilastokeskus (2012) määrittelee ajankäyttötutkimuksen luokittelussaan yhdeksän pääluokkaa, joita ovat ansiotyö, opiskelu, kotityöt, vapaaehtoistyö ja osallistuva toiminta, sosiaalinen kanssakäyminen ja ajanviete, liikunta ja ulkoilu, harrastukset ja pelit sekä matkat ja erittelemätön ajankäyttö. Kotityöksi on määritelty 47 erilaista kotityötä, joista esimerkkeinä ovat ruoanlaitto, pyykinpesu, silitys, puutarhan hoito, talonrakennus ja peruskorjaus sekä asunnon siivous.

Kotityö muuttuu palveluksi, kun se hankitaan kodin ulkopuolelta, ja tästä syntyy käsite kotityöpalvelu. Kotityöpalvelun ammattialan työstä syntyy kotitalouspalveluita. Kotitalouspalveluita markkinoille ovat olleet luomassa yksityiset henkilöt sekä tulevaisuudessa enemmän myös julkinen sektori. Aiemmin julkisella sektorilla on ollut vahva asema palvelujen tuottamisessa, mutta palvelujen ulkoistamisen kautta myös yksityiset palveluyritykset täydentävät markkinoita. (Härkki 2007, 6–8.) Puhtausalaan liittyviä kotitalouspalveluita ovat esimerkiksi kotisiivoukset yksityistalouksille.

Kotitalouspalveluita ostavat kotitaloudet ja kuluttajien tarpeet ovat palvelun ostamisen lähtökohta. Kuluttajien ja kotitalouksien palvelutarpeet nousevat arjen sujumisesta kuten aikapulasta tai iän tai vamman tuomasta fyysisestä rajoitteesta. Kuluttajan osto-osaaminen vaikuttaa palvelujen ostamiseen ja käyttöön. Hyvin

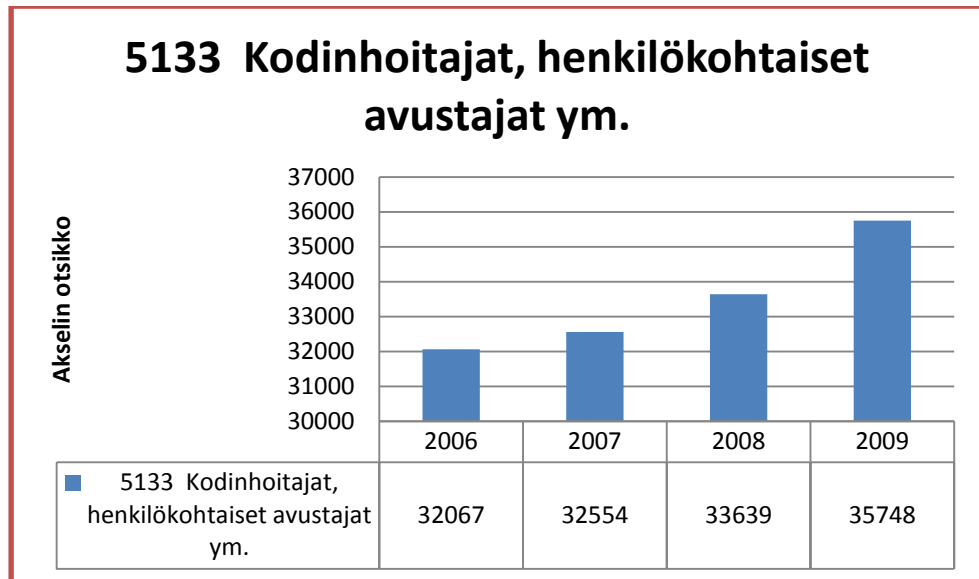
koulutetut kuluttajat pystyvät hankkimaan ja arvioimaan tietoa, he osaavat hyödyntää kotitalousvähennystä ja pystyvät antamaan palautetta ostamastaan palvelusta saadakseen palvelun toimivaksi. (Härkki 2007, 13–14.)

Kotipalvelutyöntekijöiden ammatillisia valmiuksia on kehitettävä. Ammattitaito, täsmällisyys, luotettavuus ja vuorovaikutustaidot ovat menestystekijöitä.

Palvelujen markkinoinnissa on otettava huomioon kohderyhmät; ikääntyvät käyttävät perinteisiä medioita tiedon hankintaan, ja nuoremmat ikäpolvet käyttävät sähköisiä medioita. Tähän kuluttajatutkimukseen osallistuneista noin puolet piti yrityksen tärkeimpänä valintaperusteena edullista hintaa. (Varjonen, Aalto & Leskinen 2007, 76–77.)

Palvelujen tuottamisen haasteina ovat mm. kysynnän vaihtelu, laadunhallinta, tehottomuus, kasvu ja kannattamattomuus. Tuotteistaminen tarkoittaa palvelun vakiointia siten, että sitä voidaan myydä samalla palvelupaketilla yhä uudelleen. Vakioituja osia voidaan toistaa usealle asiakkaalle samalla tavalla, jolloin palvelutuotannosta tulee tehokkaampaa, kannattavampaa ja tasalaatuisempaa. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 1, 19.) Kotityöpalvelun myyntiä ja ostamista helpottaa, jos palvelu on tuotteistettu. Palvelu määritellään, nimetään ja sen sisältö kuvataan. Kotityöpalveluyrittäjän tuotteita voisivat olla esimerkiksi kodin ylläpitosisiivous, yhdessä tekeminen ja asiointi -palvelu, ruokapalvelu tai pihatyöt. (Partanen & Sulasalmi 2012, 16–17.)

Kotityöpalvelujen käyttöä on vauhdittanut laki kotitalousvähennyksestä, joka mahdollistaa verotuksessa merkittävän hyödyn. Kotitalousvähennys on mahdollistanut kodeissa ennen itse tehtyjen töiden muuttamisen markkinoilla toimivien yritysten tehtäviksi. Kotitalousvähennys on karsinut myös alalla ollutta harmaata taloutta, ja se edistää asuntojen omaehtoista ylläpitoa. (Veronmaksajain keskusliitto ry 2012.) Kuviosta 5 voi todeta kodinhoitoon liittyvän henkilöstön lisääntyneen voimakkaasti kotitalousvähennyksen aiheuttaman kysynnän myötä.



KUVIO 5. Kodinhoitajat ja henkilökohtaiset avustajat vuosina 2006–2009 (Tilastokeskus)

2.7 Kotitalousvähennys

Kotitalousvähennystä koskeva laki (728/1997) kotitaloustuen väliaikaisesta verotuesta on ollut voimassa vuodesta 1997 alkaen. Aluksi tuki oli määräaikainen ja kokeilualueilla oli käytössä kahdenlaista tukimallia. Lakiin kotitalousvähennyksestä on tehty useita muutoksia vuosien mittaan; vähennysoikeutta sekä palveluvalikoimaa, josta vähennyksen voi saada, on lisätty. Vuoden 2012 alusta ehtoja on taas tiukennettu. (Verohallinto 2012.)

Kotitalousvähennyksen voi saada, jos teettää esimerkiksi kotitalous- tai hoitotyötä, asunnon kunnossapitotyötä tai tieto- ja viestintäteknikkalaitteiden asennusta. Vähennykseen oikeuttaa tavanomainen kotitaloustyö, hoiva- tai hoitotyö, asunnon ja vapaa-ajan asunnon kunnossapito- ja perusparannustyö sekä tieto- ja viestintäteknikkaan liittyvien laitteiden asennus ja kunnossapitotyö. Vähennys myönnetään vain työn osuudesta, ja sen saa riippumatta siitä, palkkaako itse työn tekijän vai ostaako palvelun yritykseltä. Yrityksen tai yrittäjän on kuuluttava ennakkoperintärekisteriin. (Verohallinto 2012.)

Kotitalousvähennyksen saa työn maksaja. Työ on tehtävä maksajan omassa tai hänen vanhempiansa, isovanhempiansa tai appivanhempiansa käytössä olevassa

asunnossa. Kotitalousvähennystä voi saada siis myös vapaa-ajan asuntoon kohdistuvasta työstä, mutta ei esimerkiksi vuokralle annettuun asuntoon tehdystä työstä. Kotitalousvähennystä ei voi myöskään saada, jos samaan työhön on saatu jotain muuta tukea tai avustusta. (Verohallinto 2012.)

Kotitalousvähennystä pitää itse hakea, ja siihen on kolme eri mahdollisuutta. Vähennys voidaan hakea jo etukäteen verohallinnolta omaan veroprosenttiin, jolloin vähennyksen hyöty tulee heti hakijan käyttöön. Henkilön on arvioitava etukäteen summa, jolla hän ostaa palvelua. Tämä malli perustuu jonkin palvelun jatkuvaan tai pidempiaikaiseen käyttöön, esimerkiksi säännölliseen siivouspalvelun käyttöön. Kotitalousvähennyksen voi vaatia myös vasta jälkikäteen oman veroilmoituksen liitteenä olevalla lomakkeella 14A. Nämä kaksi tapaa sopivat henkilöille, jotka ostavat palvelua yritykseltä. Kotitalous voi myös itse palkata työntekijän, ja silloin kotitalousvähennyksen hakija voi hyödyntää Palkka.fi -sivuston palveluita myös tuen haussa. (Verohallinto 2012.)

Kotitalousvähennyksen laskeminen riippuu siitä, onko maksanut työstä palkkaa työntekijälle vai ostanut palvelua yritykseltä laskua vastaan. Yritykseltä ostetusta palvelusta voi vähentää 45 % arvonlisäverollisesta hinnasta. Jos kyseessä on itse palkattu työntekijä, hänen palkkakustannuksistaan voi vähentää 15 % sekä palkkaan liittyvät työnantajan sivukulut. (Verohallinto 2012.)

Vuonna 2012 suoritetusta työstä kotitalousvähennystä voi saada enintään 2000 euroa, ja vähennys on henkilökohtainen, joten puoliset voivat saada yhteensä 4000 euron vähennyksen. Vähennyksen omavastuu on 100 euroa vuodessa. Henkilö voi siis ostaa palvelua yhteensä vuodessa 4660 euron arvosta saadakseen maksimivähennyksen $[(4660 \times 45\%) - 100] = 1999$ euroa ja puoliset 9320 euron arvosta. Vähennyksen enimmäismäärä ja omavastuu ovat samat riippumatta siitä, ostetaanko palvelu vai palkataanko itse työntekijä. (Verohallinto 2012; Veronmaksajat 2012.)

Kotityöpalvelujen tai kotitalouspalvelujen, kuten termiä myös käytetään, kulutuksen muutokset ovat merkittäviä. Kotitalousvähennyksen kokonaismäärä on kasvanut vuoden 2001 luvusta 33 miljoonaa vuoden 2009 lukuun 400 miljoonaa. Kotitalousvähennyksen käyttö on sitä yleisempää, mitä korkeammat tulot

henkilöllä on. Eniten vähennystä hyödynnetään remonttipalveluissa (81 %), ja suurin ryhmä ikäjakaumaltaan käyttäjissä ovat 55–69 -vuotiaat. Kotitaloustyötä vuonna 2009 hyödynnettiin 19 % verran, ja sitä käyttivät eniten yli 75-vuotiaat, omistusasunnoissa asuvat, yrittäjät, kahden huoltajan lapsiperheet sekä tutkijakoulutuksen saaneet henkilöt. Kolme prosenttia kotitalousvähennyksestä käytettiin hoito- ja hoivapalveluihin. (Häkkinen Skans, 2011, 18.)

Tietoa työllisyysvaikutuksista kotitalousvähennyksen osalta ei ole selkeästi saatavilla. Kotityöpalvelujen kysynnän kasvu on ollut nopeaa, ja se on johtanut siihen, että ne ovat vakiintuneet ammattimaiseksi yritystoiminnaksi. Kotitalousvähennys ei ole pelkästään suomalainen malli. Vastaavia kotitalouspalveluiden veronkevennyksiä on käytössä tai on ollut käytössä useissa Keski-Euroopan maissa sekä Ruotsissa. (Häkkinen Skans 2011, 16–17.; Tuovinen 2007, 5.)

Ainoa luotettava tieto kotitalousvähennyksen työllisyysvaikutuksista on verotuksessa tehtyjen vähennysten määrä. Tämän muuttaminen työpaikoiksi vaatii taloustieteellistä analyysia. Suuri kysymys on myös, mitä olisi tapahtunut kotityöpalvelujen markkinoille ilman kotitalousvähennystä, olisiko koko ammattimaista toimialaa muodostunut lainkaan. Kotitalousvähennyksen ansiosta palvelun tarjoaja saa myymästään palvelusta paremman hinnan, kuin mitä kotitalous verojen jälkeen maksaa. Erotuksen maksaa verottaja. Verotuen vaikutus palvelujen hintaan ja työllisyyteen riippuu siitä, miten herkkiä palvelujen tarjonta ja kysyntä ovat hinnan muutoksille. Kotitalousvähennys kohdistuu työvoimavaltaisiin palveluihin, ja se vaikuttaa sekä palvelujen hintaan että työllisyyteen, mutta määrää ei ole pystytty arvioimaan. (Uusitalo 2005, 82–84.)

3 MIKROYRITYKSEN KASVU

3.1 Mikroyritys

Mikroyritys voi olla enintään yhdeksän henkilöä työllistävä, ja sen liikevaihto tai taseen loppusumma voi olla enintään kaksi miljoonaa euroa. Pieni yritys voi olla 10–49 henkilön yritys, jonka liikevaihto tai taseen loppusumma voi olla enintään 10 miljoonaa euroa. Keskisuuri yritys voi työllistää 50–249 henkilöä, ja sen liikevaihto voi olla enintään 50 miljoonaa euroa, sekä taseen loppusumma voi olla enintään 43 miljoonaa euroa. Pk-yrityksen luokittelussa kaikkien kriteerien eli henkilöstön määrän, liikevaihdon tai taseen loppusumman sekä riippumattomuuskriteerin (yrityksestä vain alle neljäsosa voi olla toisen yrityksen omistama) on oltava voimassa yhtäaikaan. (Euroopan komissio 2012; Suutarinen 2011; Tilastokeskus 2012.)

Pk-yrityksillä on keskeinen osuus Euroopan taloudessa. Euroopan unionin alueella on noin 23 miljoonaa pk-yritystä, jotka työllistävät 75 miljoonaa henkilöä. Tämä on 99 prosenttia alueen kaikista yrityksistä. Pk-yrityksiä varten on luotu kilpailukyvyyn ja innovoinnin puiteohjelma, CIP, jolle on 2007–2013 varattuna EU:n laajuisesti yli kaksi miljardia euroa. Ohjelman avulla pk-yrityksiä autetaan omaksumaan uutta tieto- ja viestintäteknikkaa sekä edistetään uusiutuvien energiavarojen käyttöä ja energiatehokkuutta. Small Business Act -aloitteella tuetaan Pienet Ensin -periaatteella pk-yrityksiä EU:n tasolla päätöksenteossa. (Euroopan komissio 2012.)

Mikroyritykset synnyttivät peräti 85 % uusista työpaikoista Euroopassa vuosina 2002–2010. Vuonna 2009 alkaneessa taantumassa vaikutukset olivat pahempia suurten yritysten kokoluokassa kuin pienissä yrityksissä. Pk-sektorin kokoluokan yrityksissä työllistävyys oli suurempi kuin isoissa yrityksissä, ja parhaiten menestyivät juuri mikroyritykset. Yritysten syntyminen ja kuoleminen vaikuttavat suuresti työllisyyteen. Nettokasvu oli lukumääräisesti pieni, mutta se on synnyttänyt enemmän työpaikkoja kuin työllisyyden kasvu keskimäärin. Pk-yrittäjät pitivät kiinni työntekijöistään paremmin kuin suuret yritykset vuosien 2009–2010 taantumana aikana. Erityisesti mikroyritykset näyttävät erilaista roolia työllistämässä. Ne palkkasivat vanhempia ja työttömiä henkilöitä

enemmän kuin suuret yritykset, ja työntekijät olivat tyytyväisiä työpaikkoihinsa. (Kok ym. 2011, 131–134.)

Suomessa Pk-yritykset työllistivät 63 prosenttia yritysten henkilöstöstä vuonna 2010. Siitä mikroyritysten osuus työllistämässä oli 26 prosenttia, pienten yritysten (10–49 henkilöä) osuus 20 prosenttia, ja keskisuurten (50–249 henkilöä) osuus oli 17 prosenttia. (Suomen Yrittäjät 2011.)

Pienen yrityksen johtaminen vaatii luovuutta ja räätälöintiä. Arkipäivä muodostuu moninaisesta kimpusta toimintoja ja tapoja, eikä ole olemassa yksiselitteisiä valmiita malleja tai käytäntöjä, joita pieni yritys voisi ottaa käyttöönsä. Pienen yrityksen ominaispiirteinä nähdään usein resurssien suhteellinen niukkuus sekä johtamisosaamisen ja ajan niukkuus. Tiukassa kilpailutilanteessa taloudelliset ja osaamisresurssit panostetaan herkästi tuottavaan työhön ja kilpailutilanteessa selviytymiseen. (Saru 2009, 11.)

Mikroyritysten tärkeys on tunnustettu ympäri maailman. Ne ovat hyvin tärkeitä itsensä työllistämisen ja muiden työllistymisen kannalta. Ne luovat ympärilleen hyvinvointia ostoina ja alihankintoina. Kansantalouden kannalta olisi kuitenkin parempi, että pieni yritys kasvaisi, sillä hieman suuremmat yritykset pystyvät luomaan huomattavaa kasvua. (TEM Kasvuyrityskatsaus 2011, 6–7; Roininen 2011, 182–183.)

Mikroyritykset ovat tärkeitä kansantaloudelle ympäri maailman, vaikka viime aikoihin asti on ajateltu, että mikroyritykset ovat vain kehittyvien talouksien moottori. Yhdysvalloissa tehty tutkimus löysi mikroyritysten menestykselle ja kasvulle useita syitä. Kaksi kolmasosaa mikroyrittäjistä oli sitä mieltä, että vahva kansantalous on tärkein edellytys mikroyrityksen menestyksessä. Seuraavaksi tärkeimmät menestystekijät olivat kyky kasvaa uusille markkinoille, kyvykkään työvoiman löytäminen ja internetin käyttäminen. Mikroyrittäjien mielestä suurimmat tulevaisuuden kasvuhaasteet perustuvat kansantalouden tilaan, kykyyn löytää uusia asiakkaita, verotukseen, lakeihin ja toiminnan säätelyyn, sairaskorvauskustannuksiin, kyvykkään työvoiman löytymiseen ja kilpailuun markkinoilla. Työvoimakustannusten hinta ei noussut tutkimuksessa merkittäväksi tekijäksi. (Monahan, Shah & Mattare 2011, 113–125.)

Mikroyrityksen kasvu ja kehittyminen liittyvät läheisesti toisiinsa, mutta ne eivät ole sama asia. Kasvu voidaan nähdä yhtenä kehittymisen muotona. Kasvaakseen ja kehittyäkseen mikroyrityksen tulee ennen kaikkea oppia. Kasvu ei tarkoita pelkästään liikevaihtoa vaan myös oppimista, motivaatioita ja koulutusta. Tärkeää on toimeentulo ja hyvä elämänlaatu. Mikroyritykset pyrkivät maltilliseen kasvuun, ja kasvu sinällään voi olla muuta kuin lukumääräistä. Halu kehittää toimintoja ja selkiyttää liiketoimintoja tuovat aikaa yrittäjälle, parempia palveluja asiakkaille ja taloudellista hyötyä. Mikroyritykset haluavat pysyä pieninä, yrittäjävetoisina yrityksinä. (Järvi & Oinas 2009, 36–37.)

3.2 Kehittymisestä kasvuun

Yrittäjyyteen tarvitaan neljän (kuvio 6) osa-alueen asioita. Yrittäjäosaaminen pitää sisällään neuvottelutaitoja, markkinointiosaamista, talousosaamista ja verotuksen ymmärtämistä. Ammatillinen osaaminen pitää sisällään kädentaitoja, asiantuntijuutta omalta alalta ja organisointitaitoja. Ympäristöosaaminen tarkoittaa suhdanteiden merkityksen ymmärtämistä, varautumista luottotappioihin ja valuuttakurssimuutoksiin sekä silkan onnen merkityksen ymmärtämistä. Henkiset ominaisuudet tulevat neljäntenä kohtana. Niitä ovat stressinsietokyky, itseluottamus, kunnianhimo ja tavoitteiden asettaminen. (Tanner & Ikonen 2012.)



KUVIO 6. Yrittäjyyteen vaikuttavia tekijöitä (Tanner & Ikonen 2012)

Työ- ja elinkeinoministeriön Yritys-Suomi -verkkosivuston mukaan yrityksen kehittyminen muotoutuu neljästä eri osiosta. Osaamisen kehittäminen liittyy joko henkilöstöön tai yrityksen johdon koulutukseen. Tuote- ja palvelukehitys perustuu uusien ideoiden keksimiseen, tuotteistamiseen ja kaupallistamiseen.

Liiketoiminnan kehittämisessä kehitetään tuotteiden laatua ja logistiikkaa.

Yritystoiminnan laajentaminen tarkoittaa myynnin kehittämistä ja yrityksen ostamista.

Kasvuhakuisuus näyttää selittävän sekä liikevaihdon että henkilöstön toteutunutta kasvua. Kasvuhakuisuus ja toteutunut kasvu viittaavat siihen, että kyse ei ole sattumasta vaan se on tulosta yrittäjän tavoitteellisesta ja sitoutuneesta toiminnasta yrityksen kasvattamiseksi. Toimivan kasvustrategian löytäminen voi olla yrittäjälle itselleenkin vaikeaa. Olemassa olevan tuotannon laajentaminen ja tuotekehitys vaikuttavat yritysten kasvuun. Hitaasti kasvavat yritykset arvioivat omat lähitulevaisuutensa näkymät pessimistisesti. Kasvuhakuisten yritysten omistajilla on halua ja mahdollisuuksia ottaa enemmän riskejä. Vastaavasti hitaasti kasvavien tai kasvuhaluttomien yritysten omistajat ovat haluttomampia ottamaan riskejä. (Mäki-Fränti 2006, 47–48.)

Halu kasvuun voi syntyä vasta yrityksen perustamisen jälkeen. Onnistumisen kokemukset rohkaisevat yrittäjää suunnitelmalliseen kasvuun. Nuorilla yrityksillä kasvu on voimakkaasti kysyntälähtöistä, ja kun asiakkailta tulee kasvun mahdollisuuksia, niihin tartutaan. Rekrytointiin liittyviä ongelmia on ollut nuorilla yrityksillä. Ensimmäisen työntekijän palkkaus on sekä henkisesti että taloudellisesti suuri askel. Toinen vaikeus on löytää osaavaa ja motivoitunutta henkilökuntaa. Yrityksen kasvun myötä omistaja-yrittäjän työn luonne muuttuu suorittavasta työstä hallinnointiin ja johtamiseen. Pienissäkin kasvuyrityksissä on nähtävissä suurempien yritysten rakenteita kuten johtoryhmiä ja hallitustyöskentelyä. Yrittäjäksi ryhtyminen ja yrittäjän oppiminen ovat saaneet myös muuta liiketoimintaa aikaan kuin alkuperäinen liikeidea, myös sarjayrittäjyyttä. Yrityksen kasvua tukee yrittäjä itse omalla hyvinvoinnillaan ja perheensä ja muun lähipiirin tuella. Myös sidosryhmien tuki on tärkeä. (Kovala 2010, 87–89.)

Kasvuhalu näyttää olevan kytköksissä yrittäjän persoonaan ja ympäristötekijöihin kuten asiakkaiden määrän kasvuun, kilpailutilanteeseen ja perheen ulkopuolisten rooliin. Yrityksen perustamiskontekstilla on merkitystä kasvuhaluun, jos lähtökohdat ovat olleet haastavia kuten konkurssin jälkeen. Ympäristötekijöiden merkitys kasvuun on suuri. Asiakasyrityksen myötä kasvaneet yritykset saavat suunnittelematonta kasvua, ja se on yhtä yleistä pienten ja keskisuurien yritysten joukossa kuin suunniteltu kasvukin. Pienen yrityksen kasvukykyä parantaa keskittyminen avaintoimintoihin ja kaiken muun ulkoistaminen. Kasvuhakuisissa yrityksissä resurssien vähyys johtaa luoviin ratkaisuihin. Ammattijohtajan palkkaaminen ja yrityksen talouden seuranta auttavat kasvun hallinnassa. Sosiaalisen verkoston kehittäminen ja hyväksikäyttö edesauttavat kasvun hallintaa. (Tornikoski, Saarakkala, Varamäki & Kohtamäki 2011.)

Kasvuyrityksen lähtötyöllisyys on OECD:n ja EU:n määritelmän mukaan vähintään kymmenen henkilöä ja seuraavana kolmena vuonna työllisyyden keskimääräinen vuosikasvu ylittää 20 prosenttia. Lähtökohtaisesti mikroyritys ei siis voi olla kasvuyritys, koska siinä on alle kymmenen henkilöä. Kasvuyrityksiä löytyy kaikilta toimialoilta, ja 70 prosenttia niistä toimii palvelualoilla. Kasvuyritykset ovat kooltaan pienempiä ja nuorempia kuin muut yritykset, ja lähes puolet kasvuyrityksistä toimii uudellamaalla. Henkilöstö on usein pitkälle koulutettua. (TEM Kasvuyrityskatsaus 2011.)

Vuori (2011) näkee kasvun ja jatkuvan menestyksen johtuvan kolmesta asiasta. Menestys edellyttää vahvaa tahtoa ja itseluottamusta, ja yrityksen johdon on otettava itse vastuu yrityksen menestyksestä ja kasvusta. Toisena hän kehottaa arvostamaan ihmisiä yrityksissä. Ihmiset ovat se tekijä, joka erottaa menestyvän yrityksen keskinkertaisesta. Henkilöstö on oikeasti voimavara, jolta myös vaaditaan paljon. Kolmanneksi hän ottaa hyödyntämättömät kilpailukeinot käyttöön. Strategian kautta valitaan tuotteet ja palvelut, jotka ovat haluttavia ja parempia kuin kilpailijoilla.

Yrityksen kehittyminen kokelaasta mestariksi voi kulkea seuraavan polun kautta. Kokelasvaiheessa tuleva yrittäjä pohtii ja arvioi yrityksen perustamisen hyötyjä ja riskejä, ja vaihe päättyy joko yrityksen perustamiseen tai ideasta luopumiseen. Oppipoikavaiheessa yritys rakentaa toimintaansa ja hakee paikkaansa

markkinoilla. Kisällivaiheessa omistaja on tehnyt päätöksen kasvun tavoittelemisesta ja toteuttaa visiotaan. Läheskään kaikki yritykset eivät tavoittele kasvua, mutta kisälliyritys tavoittelee merkittävää roolia toimialueellaan. Mestarivaiheen yritys on saavuttanut aseman, jolla se hallitsee reviiriään, eikä sitä voi sivuuttaa toimittajana, hankkijana eikä yhteistyötahona. (Roininen 2011, 71–72.)

3.3 Strategian valinta

Kaikkien organisaatioiden toiminnan lähtökohtana voidaan pitää jonkin hyödyn eli lisäarvon tuottamista jollekin oman organisaation ulkopuoliselle taholle eli esimerkiksi asiakkaalle. Jotta tämä voisi toteutua, on yrityksen pystyttävä luomaan itselleen asiakaskunta. Asiakasta kiinnostavat hänen omat arvonsa, tarpeensa sekä realiteetit, joten pohdinta oman yrityksen olemassaolosta pitää aloittaa miettimällä asiakkaan todellisuutta, hänen tilannettaan, toimintaansa ja tarpeitaan. (Lindroos & Lohivesi 2010, 17.)

Visio tarkoittaa julkisesti esiin tuotua näkemystä yrityksen tulevaisuudesta. Hyvä visio on innostava henkilöstölle, toimiva asiakkaille ja mitattavissa uskottavasti. Vaikka organisaatio ei tavoittelisi suurta muutosta, hyvä visio voi silti olla haastava ja innostava, ja siten se toimii yhdistävänä tekijänä koko henkilöstölle. Strategia on keino saada visio toteutumaan. Sisältönä strategia koostuu joukosta pohdintoja, johtopäätöksiä, valintoja ja toimenpiteitä, joiden avulla organisaatio pyrkii saavuttamaan visiossa määritetellyt tavoitteet. Muodostetaan keinovalikoima, jonka avulla toimintaa kehitetään ja linjataan. Strategian avulla yritetään muuttaa yhteiskunnassa esiintyviä asiakastarpeita kannattaviksi mahdollisuuksiksi. (Lindroos & Lohivesi 2010, 24–28.)

Strategiaprosessiin kuuluu viisi keskeistä työjaksoa. Ensimmäisenä kerätään oleellisia tietoja omasta toimintaympäristöstä ja analysoidaan niitä. Analyysin jälkeen päätetään oman organisaation tavoitteet tietylle aikajaksolle oman yrityksen perustehtävän ja tulevan toiminnan linjaamiseksi. Hyvä strategia on pelkistetyn yksinkertainen. Kolmantena osiona suunnitellaan projektit, joilla kehitetään sovittuja asioita lyhellä ja pidemmällä aikajaksolla. Strategiaa toteutetaan vuosittaisten toimintasuunnitelmien avulla. Strategian toteutumista

seurataan ja arvioidaan säännöllisesti ja täsmennetään tarpeen vaatiessa. Menestyvän organisaation tunnusmerkki on usein sen kyky reagoida muutoksiin muita nopeammin, ja menestys perustuu siis juuri muutoskykyyn, -valmiuteen ja -nopeuteen. (Lindroos & Lohivesi 2010, 30–47.)

Kasvua tavoittelevan yrityksen päätehtävänä on löytää kasvavia markkinoita. Strategiaprosessin tulee arvioida nykyisiä markkinoita ja keskittyä vieressä oleviin mahdollisuuksiin. Strategisella osaamisella haetaan oikeat kasvusuunnat. Ketterä yritys muovaa strategiaansa jatkuvana prosessina, kirjoittaa auki liiketoimintamallinsa ja muotoilee niitä organisaation kaikilla tasoilla. (Nenonen & Storbacka 2010, 126–127.)

Strategian tavoitteena ei ole markkinaosuuskilpailu tai kilpailuun keskittyminen, vaan sen tavoite on tuottaa mahdollisuuksia. Yleensä strategiateoriat pyrkivät tunnistamaan liiketoimintamahdollisuuksia ennalta määritellyillä markkinoilla. Yhdysvaltalainen tutkija Sarasvathy (2008) on luonut uuden "Effectuation"-koulukunnan (toimeenpanna, toteuttaa), jonka perusajatus lähtee omien voimavarojen tunnistamisesta. Sen perusteella ideoidaan, mitä omilla voimavaroilla voisi toteuttaa. Sarasvathy tutki menestyviä yrittäjiä ja huomasi, että he eivät toimineetkaan perinteisten liiketoiminnan oppien mukaan. Heidän ajattelunsa lähtee siitä, miten he omilla toimillaan luovat oman tulevaisuutensa. Tulevaisuuden ennustamisen sijaan muokataan omia voimavaroja ja ketterästi kehitetään ideaa vuoropuhelulla muiden kanssa; testataan se käytännössä ja tehdään investointeja vasta siinä vaiheessa, kun idea saa asiakkailta hyvän vastaanoton. Yllätyksiin suhtaudutaan positiivisesti ja ideaa kehitetään eteenpäin joko muokkaamalla sitä tai luopumalla kokonaan. Kehittelyn aikana hyödynnetään partnereita ja yhteistyöverkostoja ja samalla täsmennetään ja konkretisoidaan tavoitteita. (Nenonen & Storbacka 2010, 124–125.)

3.4 Kasvun muodot

Yrityskauppa on investointipäätös ja osa valittua strategiaa. Kasvua voidaan hakea myös yritysostojen kautta. Kasvu yritysostoilla on tyypillisesti isompien yritysten kasvumalli. Yritysoston perusteena voivat olla esimerkiksi kehittämisosaaminen, kiinnostavat tuotteet tai palvelut tai kilpailijan pois ostaminen markkinoilta.

(Laukkanen 2007, 36.) Yritys voi lisätä kilpailukykyään ja laajentaa toimintaansa ostamalla toisen yrityksen. Fuusiossa kaksi tai useampi yritys liittyvät yhteen siten, että niille tulee yhteinen omistaja. Yhdistyminen toisen yrityksen kanssa on edullisin tapa laajentaa yritystä, sillä kaupassa ei tarvita käteissuoritusta varojen siirtyessä yrityksestä toiseen. (Euroopan komissio 2012.)

Yrityksen kasvua voidaan määritellä eri tavoin. Asiaa voidaan lähestyä ainakin yrittäjän, yhteiskunnan, liiketoimintaosaamisen tai yrityksen elinkaaren näkökulmista. Ansoff on lähestynyt kasvua markkinoiden kautta.

Ansoffin kasvuanalyysin avulla voidaan yritykselle pohtia erilaisia vaihtoehtoisia kasvun tapoja. Analyysin avulla voidaan myös arvioida millaisia panostuksia ja riskejä eri vaihtoehtoihin liittyy. Kasvun päävaihtoehtoja ovat kasvu nykyisten palveluiden avulla omaa markkinaosuutta lisäämällä. Toisena vaihtoehtona on uusien markkinoiden valtaaminen nykyisten palveluiden avulla. Kolmantena vaihtoehtona kasvetaan nykyisillä markkinoilla uusien palveluiden avulla, ja neljäntenä mahdollisuutena ovat uudet markkinat ja uudet palvelut. (Lindroos & Lohivesi 2010, 227.)



KUVIO 7. Ansoffin kasvuanalyysi (Lindroos & Lohivesi 2010, 227)

3.4.1 Kasvu markkinaosuutta lisäämällä nykyisillä markkinoilla

Markkinaosuuden kasvattaminen tarkoittaa nykyisten tuotteiden tai palveluiden myyntiä entistä enemmän omalle kohderyhmälleen; tätä kutsutaan myös orgaaniseksi kasvuksi. Toimintaympäristön suotuisuudella on suuresti merkitystä. Baghai, Smit ja Viguerie konsulttiyritys McKinseyltä ovat tutkineet "the granularity of growth" -tutkimuksessaan (2007), että menestyvä yritys kasvaa. Asia perustuu yli 400 isoa amerikkalaisyritystä koskevaan tilastoaineistoon vuosilta 1999-2006. Aineisto kertoo keskimääräisen kasvun olevan 10 prosenttia vuodessa. Menestyjien kasvusta valtaosan selittää markkinoiden kasvu. Markkinoiden kasvu tuo jopa kaksi kolmasosaa näiden yritysten kasvusta, yhden kolmasosan tuovat yritysostot, ja vain alle prosentin markkinaosuuden kasvu. (Lilius 2008, 46–47; Nenonen & Storbacka 2010, 12–13.) Useimmiten kasvu mikro- ja muissa pk-sektorin yrityksissä perustuu paljolti ulkoisiin satunnaisiin tai tilapäisiin tekijöihin, kuten ison asiakkaan saantiin tai kilpailevan yrityksen poisjääntiin (Laukkanen 2007, 37).

Markkinaosuuden lisääminen yrityssiivousbisneksessä vaatii asiakkaiden voittamista kilpailijoilta. Se vaatii puolestaan markkinointia ja myyntiä. Henkilökohtainen myyntityö on tärkeä osa puhtauspalvelun myyntiä. Myynti voi tapahtua sekä puhelimitse että kasvokkain. Kuluttajille kohdistuvassa myynnissä, kuten esim. kotisiivousten myynnissä, tarvitaan myös näkyvyyttä ja markkinointia, ja vasta sen jälkeen henkilökohtainen myynti voi tapahtua.

Yrityksille suunnatussa myynnissä myyjä on vaikeassa tilanteessa, jos ostajalle on tärkeää vain hinta. Myyntityö on prosessi. Valitun strategian mukaan suunnitellaan kohderyhmä, jolle palvelua tarjotaan. Sen jälkeen määritellään taktiikka eli myynnin tavoitteet koko yrityksen tavoitteiden asetteluun mukaan, ja sen jälkeen tapahtuu itse myyntitapahtuma eli halutaan saada asiakkaalta myönteinen ostopäätös. (Leppänen 2007, 49–51.)

3.4.2 Kasvu uusille markkinoille nykyisellä palveluvalikoimalla

Kasvu ei löydy omaa napaa tuijottamalla, vaan pitää luoda parempi mielikuva millä markkinoilla yritys haluaa toimia. Uuden kasvun lähteet löytyvät yrityksen

tavasta määritellä markkinat eri tavalla kuin kilpailijansa. Pitää panostaa markkinoihin jotka todella kasvavat. Yritysjohdon tärkeimpiä päätöksiä ovat millä markkinoilla se toimii ja mitä yrityksiä se ostaa. Pöyhimällä markkinoita voidaan löytää kasvutaskuja. Heikostikin kasvavilla markkinoilla on usein kapeita alueita joilla kasvu voi olla suurta. Markkinat ovat rakeisia, ja siksi kasvukin pitää nähdä rakeisena. Kasvutaskujen etsiminen ja uusien markkinoiden avaaminen on pitkänaikavälin projekti. (Lilius 2008, 46–47; Nenonen & Storbacka 2010, 12–13.)

Pieni puhtausalan yritys ei yleensä kasva uusille markkinoille, ainakaan maantieteellisesti. Kasvua voi tapahtua vasta sitten, kun yrityksen koko mahdollistaa investoinnit kasvun vaatimiin asioihin, kuten henkilöstön lisäykseen.

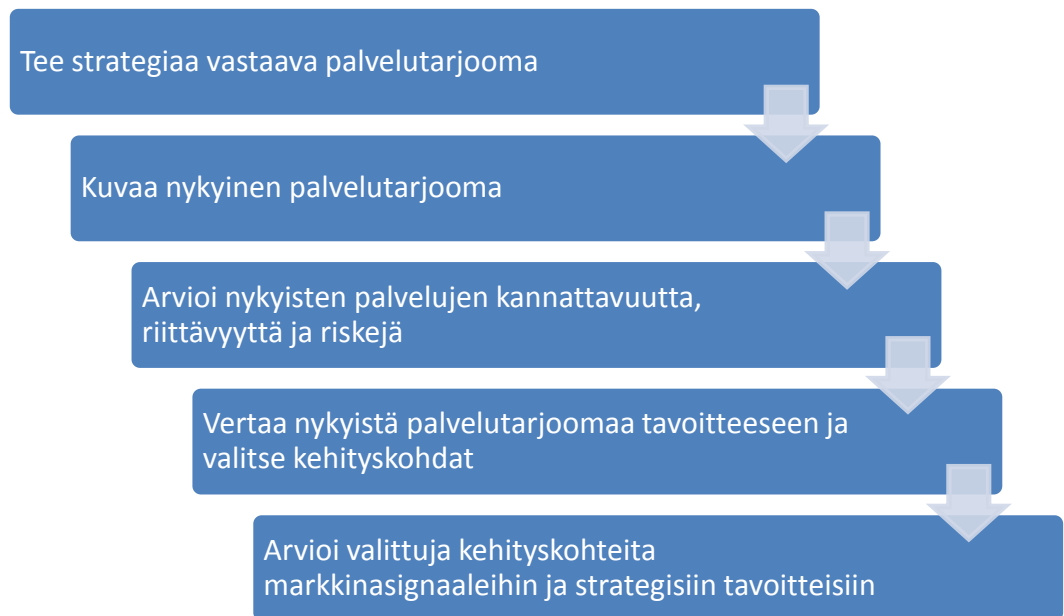
3.4.3 Kasvu tuote- ja palvelukehityksen avulla

Erilaisille palveluille yhteisiä piirteitä ovat aineettomuus, prosessimaisuus ja asiakkaan osallistuminen palvelun tuotantoon. Palveluliiketoiminnan haasteita ovat kysynnän vaihtelu, laaadunhallinta, tehottomuus, kasvu ja kannattamattomuus. Palvelujen kehittäminen on keino vähentää ongelmia ja lisätä yrityksen kilpailukykyä. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 1)

Ydintuote ei takaa kilpailuetua, mutta mahdollistaa palvelun kehittämisen. Palvelukilpailu on nykyään tosiasia, ja ellei yritys omaksu palvelulogiikkaa, se joutuu vaikeuksiin. Palveluihin keskittymisen tarve johtuu asiakkaiden muuttumisesta entistä valistuneimmiksi ja samalla entistä vaativammiksi. Palvelunäkökulma vaatii asiakaskeskeisyyttä koko yrityksen henkilöstöltä. Tietoa asiakkaiden tarpeista on kerättävä jatkuvasti. (Grönroos 2009, 33–34; Kumar 2010, 26–27)

Palvelujen kehittämisen lähtökohtana toimii yrityksen strategia. Strategia määrittelee millaisia asiakkaita ja asiakassuhteita tavoitellaan. Millaisia tuotteita ja palveluja tuotetaan, ja miten, sekä mikä on erikoistumisen ja tuotekehityksen aste. Kehitystyön tarkoituksena on vastata asiakastarpeeseen ja tuottaa arvoa asiakkaalle. Helpointa on ottaa asiakkaat kehitystyöhän mukaan. Palvelutarjoomalla tarkoitetaan yrityksen koko palveluvalikoimaa. Kehittäminen

kannattaa aloittaa kuvaamalla nykyinen palvelutarjooma Kehitystyötä ohjaamaan voidaan määritellä tavoiteltava palvelutarjooma esimekiksi viiden vuoden päähän. Vertaamalla palvelutarjooman nykytilannetta strategiaan, saadaan selville miten liiketoimintaa pitäisi uudistaa. Ymmärrys markkinoista auttaa löytämään oikeat kehityskohteet, sen jälkeen varmistetaan strateginen yhteensopivuus.



KUVIO 8. Palvelutarjooman kehittäminen strategisesta näkökulmasta. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 10)

Tuotteistamiseen liittyvistä toimista käytetään sanoja konseptointi, systematisointi ja vakiointi. Tuotteistamisen tavoitteena on uudistaa ja kehittää palveluliiketoimintaa siten, että laadun ja tuottavuuden parantumisen kautta asiakkaan saama hyöty nousee ja yrityksen kannattavuus paranee. Palvelujen systemaattisen kehittämisen tavoitteena on luoda kilpailukykyistä, kannattavaa ja innovatiivista liiketoimintaa. Keskeistä on hyvin suunniteltu ja johdettu tuotekehitystoiminta, jatkuva innovointi, kustannustehokkuus ja asiakaslähtöisyys. Alla olevassa kuviossa on yritysten kokemuksia tuotteistamisesta. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 1.)

Tuotteistettu palvelu viestii kokemuksesta

Tuotteistettua palvelua on helpompi myydä

Tuotteistaminen on lisännyt kasvua

Katteet ja kannattavuus ovat parantuneet

Palvelujen tehokkuus ja laatu ovat parantuneet

Johtaminen ja seuranta on helpompaa

Tuotteistaminen auttaa siirtämään hiljaista tietoa koko henkilöstölle

KUVIO 9. Tuotteistamisen hyötyjä haastateltujen asiakasyrityksien kokemina (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 1)

Puhtausalan yritys myy aina erilaisia siivouksia ja/tai siihen liittyviä lisäpalveluita. Puhtauspalvelujen tuotteistaminen voi alkaa pienessä yrityksessä määrittelemällä erilaisia siivoustyyppejä ja muodostamalla niistä omia tuotteitaan. Näitä voivat olla esimerkiksi kotisiivous, ikkunanpesu, toimistosiiivous, peruspesu ja vahaus, tuolien- ja sohvien pesu tai yläpölyjen poisto. Hyvin kuvatuissa palveluissa kustannusten määrä voidaan laskea tarkasti, jolloin hinnoittelu saadaan kohdalleen ja palvelu voidaan myydä selkeänä tuotteena. Mikäli palvelu, tai tuote tässä tapauksessa, myydään kokonaispakettina, niin kannattavuus saadaan usein paremmaksi kuin yksittäisen työn tai pienen kokonaisuuden myynnillä.

Siivouksen tuotteistamista voi tehdä myös myymällä eri tasoista siivousta. Useimmiten tarjoukseen määritellään siivouskertojen lukumäärä joko viikossa tai kuukaudessa, mutta siivoustason tuottamisessa ei määritellä siivoustiheyttä, vaan kuvataan tilojen siisteystaso siivouksen jälkeen tai siivousten välillä. Tällöin palvelujen tuottaminen korostuu, jotta tuote on kannattava. Asiakkaalle ei siis myydä siivouskertoja, vaan kuvatun tason mukaista puhtautta.

3.4.4 Kasvu uusille markkinoille uusilla palveluilla – monialaistumien

Diversifiointi on liiketoiminnan kehittämistoimenpide, jolla yritys laajentaa toimintaansa uusille liiketoiminnan osa-alueille. Kilpailutilanne vaatii yritystä laajentamaan uusille markkinoille, tuotteisiin ja palveluihin ja tämä toimenpide myös alentaa riskejä, kun vältetään toimimista vain yhdellä markkina-alueella tai yhden tuotteen varassa. Diversifioinnin käyttö vaatii syvällistä tietoa yrityksestä ja toimintaympäristöstä. Talouden laskusuhdanteessa sen käyttäminen voi olla elinehto, koska harvoin laskusuhdanne iskee kaikille aloille yhtäaikaan. (Strategy Train 2009.)

Kiinteistöpalveluihin saatetaan lukea myös toimitila- ja käyttäjäpalveluita. Markkinoilla tapahtuneet muutokset, ja käyttäjäpalveluihin suuntautunut kysynnän kasvu ovat merkinneet sitä, että osa suurista ja keskisuurista kiinteistöpalvelujen tuottajista on laajentanut toimintaansa käyttäjäpalveluihin. Rakennusliikkeet ja käyttäjäpalvelujen perinteiset tuottajat ovat laajentaneet toimintaansa kiinteistöjen ylläpidon puolelle. (Lith 2012, 6.)

Kiinteistöalan markkinat kasvavat siten, että toiminta kehittyy tai laajenee uusiksi palveluiksi. Uusia palvelutuotteita ovat arviointi ja erilaiset asiantuntijapalvelut sekä kiinteistö- ja toimitilajohtaminen, joka mielletään nykyisin omaksi palvelualakseen. Toimitilojen käyttäjäpalveluihin ja turvapalveluihin liittyy merkittäviä kasvumahdollisuuksia. Tämä kehitys vahvistaa suurten monialayritysten markkina-asemia. (Lith 2012, 9.)

3.5 Kannattavuus

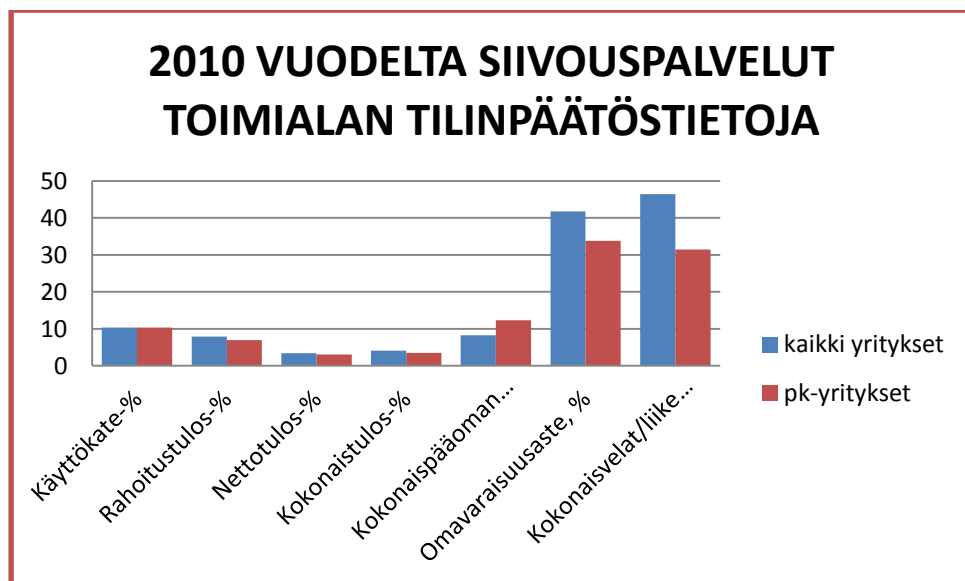
"Ymmärtääkseen talouttaan on ymmärrettävä toimintaansa". Timo Saranpää (2010) kiteyttää yrityksen tuloksellisuuden elementit seitsemään osa-alueeseen. Ensimmäisenä kohtana on tuottavuus, jossa mitataan panos/tuotossuhdetta esimerkiksi myynti/tehty työtunti - mittarilla. Taloudellisuus mitataan kustannustehokkuudella, esimerkiksi myyntikatteenä. Kannattavuus on tuottojen ja kulujen erotus eli nk. viimeinen rivi. Rahoituksen riittävyys eli maksuvalmius on varmistettava tai muutoin yritystoiminta loppuu. Vakavaraisuus näyttää rahoitusrakenteen eli oman ja vieraan pääoman suhteen. Kasvuhakuisuus turvaa

toiminnan kehittymisen, ja viimeisenä joskaan ei vähiten tärkeänä, on laatu, joka on tuloksenteon väline.

Tunnusluvuilla tarkastellaan kasvun hallintaa. Kannattavuutta puhtausalan yrityksissä tarkastellaan yleensä myyntikateprosentin ja käyttökateprosentin avulla. Puhtausalan yrityksissä myyntikate saadaan vähentämällä liikevaihdosta muuttuvat kulut eli esimerkiksi työntekijöiden palkkakustannukset, sivukulut ja kilometrikorvaukset sekä materiaalikustannukset, kuten puhdistusaineet, -koneet ja -välineet. Käyttökate saadaan vähentämällä myyntikatteesta kiinteät kulut. Kiinteitä kuluja ovat esimerkiksi kuukausipalkkaisten työntekijöiden henkilöstökulut sekä työterveyshuolto, vuokrat, puhelin- ja atk-kulut sekä kirjanpito palvelut. Käyttökateprosentti kertoo siis yrityksen liiketoiminnan tuloksen suhteesta liikevaihtoon.

Toimialan kustannusrakenne muodostuu pitkälti työvoimakustannuksista. Niiden osuus on toimialalla noin 60-80 % palveluntuottajasta riippuen. Aine- ja tarvikkekustannusten osuus on noin viisi prosenttia sekä lyhyt- ja pitkävaikutteisten kustannusten osuus on noin 20 prosenttia. (Narko 2001, 174.)

Puhdistuspalvelualan mikroyrityksissä henkilöstön palkkakustannukset ovat suurin kuluerä. Toiminimellä kotitalouspalveluja tekevällä mikroyrittäjällä saattaa olla kuukaudessa vain omat henkilöstökulunsa sekä auton käytöstä johtuvat kulut.



KUVIO 10. Liike-elämän tilinpäätöstiedot 2006–2010 (Tilastokeskus)

Kuviosta 10 voi huomata että pk-yrityksien pylväät ovat lähes kauttaaltaan alhaisemmat kuin alalla keskimäärin. Pienessä yrityksessä kannattavuus on alhaisempi kuin suurissa yrityksissä (Saru 2009, 11).

Kasvavan yrityksen keskeinen tehtävä on pitää kasvu hallinnassa. Kun kannattavuus on hyvä, ei nopeakaan kasvu heikennä yrityksen rahoitusta. Tulorahoitus on suosituin tapa kasvun rahoitukseen pk-yrityksissä. Tärkein asia on kannattavuus, jotta yrityksellä on pidemmällä tähtäyksellä toimintaedellytyksiä. Mitä hitaammin yritys kasvaa, sitä korkeammaksi muodostuu tulorahoitus, ja sitä parempi on maksuvalmius. Vakavaraisuus tarkoittaa oman ja vieraan pääoman suhdetta, mutta tulorahoitus on tässäkin tärkeä, jotta yritys selviää vieraan pääoman takaisinmaksusta. (Laitinen 2007, 341–345.)

Kasvun hallinnassa on olennaista kiinnittää huomiota kannattavuuteen. Kasvua kuvataan usein yrityksen menestyksenä. Kriteeritön kasvu on kuitenkin syytä kyseenalaistaa. Tavoiteltava tila korkean kasvun ja korkean tuottavuuden saavuttamiseksi juontaa juurensa hitaasta kasvusta. Kun tuloksena on kasvava yritys ja alhainen tuottavuus, yritys perääntyy helposti matalan kasvun ja matalan tuottavuuden tilaan. Yrityksen on syytä panostaa ensin hyvään tuottavuuteen, ja sitten vasta kasvuun, jolloin kasvu on kannattavampaa. (Davidsson, Steffens & Fizzsimmons 2009, 388–406.)

Talousvaikeuksista voi selvittää jos hakee ajoissa apua. Kun apua haetaan aikaisin, on keinovalikoima suurempi. Pelkkä keskustelu yritystoiminnan ammattilaisen kanssa selkiyttää tilannetta ja löydetään väylä tilanteesta selviytymiseen. Apua kannattaa hakea seudullisista kehittämisorganisaatioista tai ely-keskuksista (ilmainen), ja ensimmäisenä kannattaa hyödyntää oman kirjanpitäjän palvelut. Talousapu-puhelinpalvelu on matalan kynnyksen neuvontapalvelu, jossa voi maksuttomasti keskustella asiantuntijan kanssa yrityksen tilanteesta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012)

3.6 Osaaminen ja oppiminen

Neilimo (2006) on määritellyt liiketoimintaosaamisen seuraavasti. Se on yrittäjän kykyä hahmottaa oman yrityksensä paikka toimintaympäristössä, tehdä strategisia valintoja ja taitoa rakentaa ja johtaa prosesseja. (EK 2006, 8.)

Ek:n uusi raportti Oivallus (2011) nostaa luovuuden edistämisen yleiseksi menestystekijäksi. Nykykäsityksen myötä luovuudella tarkoitetaan ennakkoluulotonta ajattelua, monipuolista ongelmien ratkaisukykyä sekä kykyä löytää asioille vaihtoehtoisia ratkaisuja arkipäivän työssä. Osataanko yrityksissä työskennellä uudella tavalla? Tulevaisuudessa töiden tavoitteet ja menetelmät ovat vapaammin muotoiltavissa kuin nykyisin. On oltava uskallusta kokeilla uutta virheitä pelkäämättä, ja yrittäjyyden edellytys on uskallus yrittää. Yritysten henkilöstön tiedot ja taidot liittyvät siihen, miten ollaan tekemisissä tiedon ja toisten ihmisten kanssa. Tietoihin liittyvät taidot tulevat esiin havainnoinnissa, kyselemisenä, assosioinnissa sekä tiedon kriittisenä tarkasteluna. Sosiaaliset taidot tarkoittavat kykyä solmia kontakteja, keskustella, ymmärtää toisten näkökulmia ja kuunnella. Yhdessä tehden päästään parhaaseen lopputulokseen. (Juva & Hynynen 2011, 34–35.)

Organisaation luottamusta voidaan kuvata indikaattoreiden avulla. Kyvykyys on tärkein ja se muodostuu substanssiosaamisesta ja yhteistyökyvykkyydestä. Positiiviset aikomukset, kiinnostus ja huolenpito, kunnioitus ja moraali muodostavat goodwillin. Kolmantena indikaattorina on identiteetti, joka tarkoittaa arvoja ja valintoja, sekä on realistinen oman osaamisen ymmärryksestä. Luottamusta rakentavat tekijät muodostuvat kommunikaatiossa ja vuorovaikutuksessa. (Blomqvist 2007, 181-183.)

Helakorpi määrittelee substanssiosaamisen tarkoittavan oman ammattialansa syvää osaamista, ydiosaamista. Asiantuntijatieto koostuu alan teoreettisesta ja kokemuksellisesta tiedosta ja se saavutetaan vähitellen oppimalla. Kiinnostus alaan, opinnot, käytännön tekeminen, työkokemus, harrastukset, elämäkokemus, asioiden seuraaminen ja verkostoituminen yhteensä voivat tehdä asiantuntijan. Asiantuntijalla on kyky havaita uutta, analysoida, tulkita ja yhdistellä tietoa.

Oppimista voi tapahtua työtä tekemällä, vuorovaikutustilanteissa, koulutuksessa, virheiden kautta, työkokemusta arvioimalla ja ongelmanratkaisutilanteissa. Ammatillinen syväosaaminen on henkilöön kertynyttä hiljaista tietoa. Hiljainen tieto sisältää uskomuksia, näkemyksiä sekä arvoja ja se pohjautuu henkilökohtaiseen kokemukseen. Sitä on vaikea jakaa toisille, koska dokumentointia ei ole ja se voi olla hiljaista myös tarkoituksella, kuten vaitiolositoumusten ja kilpailunäkökohtien vuoksi. Hiljainen tieto on asiantuntijatietoa, jossa on yhdistetty kokemuksesta syntyvä tieto oppikirjatietoon. Työkokemuksen osuus on tärkein ammatillisen osaamisen lähde, henkilökohtaiset ominaisuudet ja koulutus tulevat jäljempänä. Ammatillinen jatko- ja täydennyskoulutus on tärkeä osa osaamisen kehittämistä, mutta oppiminen on siirtynyt lähemmäksi työtä ja työyhteisöä. (Paloniemi 2008, 255–265.)

4 VEROTUKSEN MERKITYS LIKETOIMINTAAN

Vuoden 2010 alusta otettiin käyttöön verotili. Kaikki oma-aloitteiset verot eli verot, joista yrittäjä huolehtii itse, maksetaan tänne. Oma-aloitteisia veroja ovat esim. arvonlisävero, ennakonpidätys ja työnantajan sosiaaliturvamaksu. Verotilille maksetuista veroista pitää antaa verottajalle kausiveroilmoitus. Sillä ilmoitetaan veron määrä ja kohdekausi. Verohallinnolle kohdistuvat maksut pitää hoitaa ajallaan, sillä myöhästymisestä tai tietämättömyydestä seuraa veronkorotus. Pieni yritys voi valita verojen maksun harvemmaksi, mutta normaalisti kausiveroilmoitus ja verot maksetaan kerran kuukaudessa. (Verohallinto 2012; Perustamisopas 2012, 36.)

Yritystoiminnassa kokemattoman voi olla vaikea yritystoiminnan alkuvaiheessa ymmärtää, että raha, joka tulee hänelle asiakkaalta yrityksen tilille, ei olekaan kaikki hänelle. Yrittäjä on tavallaan veronkantaja, joka tilittää valtiolle kuuluvan osan arvonlisäveroa verohallinnolle. Asiakkaalle ilmoitettava hinta pitää opetella alun perin ajattelemaan niin, että veroton hinta + arvonlisävero=kokonaishinta asiakkaalle. Asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa (2§), velvoittaa yrittäjän kertomaan kuluttaja-asiakkaalle hinnan kokonaishintana, ja silloin arvonlisävero sisältyy jo hintaan. Yrityksen myydessä tuotteita tai palveluita toiselle yritykselle, käytetään markkinoinnissa yleisesti verottomia hintoja tai hinta ilmoitetaan arvonlisäverottomana + arvonlisävero=kokonaishinta. Jos kotipalveluyrittäjä on suorittanut ilmoituksenantovelvollisuuden sosiaalihuoltopalveluiden palveluntarjoajana, niin hän voi myydä esimerkiksi siivouspalvelua arvonlisäverottomasti muut kriteerit täyttäessään (Verohallinto 2012).

Kirjanpitolain mukaan yritykset ovat kirjanpitovelvollisia. Useimmiten yrittäjä ostaa kirjanpidon tilitoimistolta. Ammattitaitoisen tilitoimiston löytäminen on yrittäjälle tärkeää, koska tilitoimistoa tarvitaan kirjanpidon lisäksi myös verotukseen, palkkojen maksamiseen, laskutukseen, ammattitaitoisen tilintarkastajan löytämiseen ja neuvontaan liittyvissä asioissa. Tilitoimisto voi tuottaa myös talouden ohjaukseen liittyvää raportointia. Tilitoimiston valinnalla voi olla suuri merkitys yrityksen talouteen, mutta yrittäjän pitää olla myös itse aktiivinen; kysyä neuvoa silloin kun sitä tarvitaan, ja toimittaa tarvittava

kirjanpitoaineisto viipymättä tilitoimistolle. Yrityksen kasvaessa suuremmaksi, taloushallintoa ei voi kehittää vain palveluja ostamalla, vaan taloudellisen tiedon lukutaito ja tietotarpeiden ymmärtäminen liittyvät osana liiketoiminnan kehittämiseen. (Pellinen 2007, 322–326.)

4.1 Arvonlisävero

Arvonlisäveroa on maksettava kaikesta Suomessa liiketoiminnan muodossa tapahtuvasta tavaroiden ja palveluiden myynnistä. Arvonlisävero on kulutusvero, jonka tuotteen tai palvelun myyjä lisää myyntihintaan. Arvonlisävero on välillinen vero, jonka maksaa kuluttaja. Myyjän on laskuun eriteltävä arvonlisäveron määrä. Veron perimisestä, laskemisesta ja tilittämisestä on vastuussa tuotteen tai palvelun myyjä. Yleinen arvonlisäverokanta on 23 % vuonna 2012, mutta joillekin aloille on säädetty pienempi verokanta. Muita verokantoja ovat 13, 9 ja 0 prosenttia. Arvonlisäveroa yritys maksaa nettomääräisesti arvonlisäverollisen myynnin ja arvonlisäverollisen ostojen erotuksen. Yrityksen liikevaihdon ollessa alle 8500 euroa vuodessa, sen ei tarvitse maksaa arvonlisäveroa. Alle 22 500 euron liikevaihdolla vuodessa, yritys voi hakea huojennusta arvonlisäverotukseen. Arvonlisäveron yritys maksaa itse verotilille, ja summan voi laskea verotilipalvelussa. (Verohallinto 2012.)

Sosiaalihuoltopalvelujen arvonlisäverottomuus selvitetään arvonlisäverolaissa. Arvonlisäverolain (37 §) mukaan arvonlisäveroa ei suoriteta sosiaalihuoltona tapahtuvasta palvelujen ja tavaroiden myynnistä. Sosiaalihuolto tarkoittaa valtion tai kunnan harjoittamaa sekä sosiaaliviranomaisten valvomaa palvelujen tuottajan toimintaa (38 §). Yksityisten kotipalvelujen joukkoon kuuluvat esimerkiksi ateria-, siivous-, ruokaostos-, kylvytys-, kuljetus-, saattaja- tai lumenluontipalvelut. Verottomaan sosiaalihuoltoon oikeutetut henkilöt ovat kunnan tai valtion määrittelemiä. Viranomaisten järjestämän sosiaalipalvelun lisäksi asiakkaat voivat hankkia sosiaalihuoltopalveluja yksityisiltä palveluntarjoajilta. Muita kuin ympärivuorokautista palvelua tarjoavien palveluntuottajien on ennen toiminnan aloittamista tehtävä kirjallinen ilmoitus sosiaalihuollosta vastaavalle toimielimelle siinä kunnassa, jossa palveluja tarjotaan. Yksityisistä sosiaalipalveluista annetun lain mukaan ilmoituksessa tulee ilmoittaa myös palvelujen tuottamistapa. Sen

kunnan, jonka alueella sosiaalipalveluja tuotetaan, sosiaalihuollosta vastaava toimielin valvoo toimintaa. Sosiaalihuollon pitää perustua joko viranomaisen päätökseen tai palveluntuottajan ja asiakkaan väliseen kirjalliseen sopimukseen. Palveluntuottajalla pitää olla asiakkaan kanssa yhteistyössä tehty palvelusuunnitelma sekä omavalvontasuunnitelma. Jos sosiaalihuolto on järjestetty esimerkiksi palvelusetelinä, niin myös asiakkaan maksama palveluseteliosuus on veroton. (Arvonlisäverolaki; Laki yksityisistä sosiaalipalveluista)

4.2 Ennakonpidätys ja sosiaaliturvamaksu

Työnantajalla on palkanmaksuun liittyviä velvollisuuksia. Jos työnantaja maksaa säännöllisesti palkkoja, sen on ilmoitettava verohallinnon työnantajarekisteriin säännölliseksi työnantajaksi. Onko esimerkiksi uusi yrittäjä yrittäjä vai palkansaaja? Tämä on tärkeää selvittää, jotta verotus menee oikein. Tehdystä työstä maksettu korvaus voi olla joko palkkaa tai työkorvausta. Palkasta maksetaan aina työnantajan sosiaaliturvamaksu, mutta työkorvauksesta ei makseta. Kokonaisarvioinnin tekee verohallinto. Ennakkoperintälain (13 §) mukaan palkka on ensisijainen työkorvaukseen nähden. Palkalla tarkoitetaan kaikenlaista palkkaa, palkkiota, etuutta ja korvausta mikä saadaan työ- tai virkasuhteessa. Palkaksi luetaan myös luontaisedut. Yritys on säännöllisesti palkkaa maksava työnantaja, jos se maksaa palkkaa kahdelle tai useammalle työntekijälle. (Verohallinto 2012.)

Työnantajan on tilitettävä ennakonpidätykset ja sosiaaliturvamaksut verotilille ja annettava kausi-ilmoitus ja vuosi-ilmoitus verohallinnolle. Ennakkoperintälain (1§) mukaan verotettavista tuloista peritään verot ennakkoon ennakonpidätyksenä tai -kantona. Tuloverolain (1§) mukaan ne ovat valtionvero, kunnallisvero, kirkollisvero ja vakuutetun sairausvakuutusmaksu. Ennakonpidätys suoritetaan työntekijän bruttopalkasta verokorttiin merkityn prosentin mukaan. (Verohallinto 2012.)

Työnantajan lakisääteisiä maksuja ovat sosiaaliturvamaksu, työeläke-, työttömyys-, tapaturma- ja ryhmähenkivakuutusmaksu. Palkanmaksun yhteydessä työnantaja perii palkansaajalta työntekijän osuuden työeläke- ja

työttömyysvakuutusmaksusta ja tilittää sen muiden lakisääteisten maksujen ohella verohallinnolle. Yrittäjä huolehtii omasta eläketurvastaan ottamalla eläkevakuutuksen. Yrittäjän eläkelain piiriin kuuluvat suomessa asuvat ansiotyötä tekevät henkilöt, jotka eivät työskentele työ- tai virkasuhteessa. (Verohallinto 2012.)

4.3 Tuloverotus

Yrityksen tuloksen verotus perustuu tuloslaskelmaan (Pellinen 2007, 312). Yritys maksaa tuloveroa yrityksen verotettavan tulon perusteella, ja veroja maksetaan ennakkoveroina sekä tarvittaessa jäännösveroina ja ennakon täydennysmaksuina. Tuloverotukseen vaikuttaa yritysmuoto. Yrittäjällä voi olla verotuksessa sekä ansio- että pääomatuloja. Toiminimen ja avoimen yhtiön sekä kommandiittiyhtiön tulovero huomioidaan yrittäjän omassa verotuksessa. Osakeyhtiö ja osuuskunta ovat itsenäisiä verovelvollisia. (Verohallinto 2012; Perustamisopas 2012, 34–35.)

Liikkeen- tai ammatinharjoittajan (toiminimi) saama tulo verotetaan hänen omana tulonaan. Osa on pääomatuloa ja osa ansiotuloa. Elinkeinotoiminnan tulos saadaan, kun elinkeinotoiminnan tuotoista (liikevaihto) vähennetään elinkeinotoiminnan kulut. Saatu yritystulo jaetaan pääoma- ja ansiotuloksi. Jaettavasta yritystulosta määritetään ensin pääomatulo-osuus siten, että ensin selvitetään elinkeinotoiminnan nettovarallisuus. Pääomatuloa on 20 % tai 10 % edellisen vuoden nettovarallisuudesta ja siitä menee veroa pääomatuloverokannan, 2012 vuonna 30% (pääomatulot alle 50 000 euroa vuodessa), mukaan. Jos tulot ovat pienet, kannattaa koko tulo ottaa ansiotulona. Jaettavasta yritystulosta vähennetään pääomatulo-osuus ja erotus on ansiotulo-osuutta, joka verotetaan yrittäjän ansiotuloveroprosentilla. (Verohallinto 2012; Perustamisopas 2012, 34–35.)

Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö eivät ole tuloverotuksessa erillisiä verovelvollisia, vaikka ne antavat oman veroilmoituksensa, jonka mukaan lasketaan verotettava tulo. Tulo jaetaan yhtiömiesten tulo-osuuksiin, joista he maksavat henkilökohtaisessa verotuksessaan veroa. Kunkin tulo-osuus määräytyy sen mukaan, mikä on ollut yhtiömiehen osuus edellisen verovuoden nettovarallisuudesta. Osa yhtiömiehen tulo-osuudesta on pääomatuloa ja osa

ansiotuloa. Kommandiittiyhtiön ääneton yhtiömies saa korkoa sijoittamalleen pääomalle ja maksaa siitä pääomatuloa, vuonna 2012 30%. (Verohallinto 2012; Perustamisopas 2012, 34–35.)

Osakeyhtiö ja osuuskunta ovat itsenäisiä verovelvollisia, eivätkä yrityksen tulot vaikuta osakkaan henkilökohtaiseen verotukseen. Yrityksen verotettava tulo lasketaan veronalaisten tulojen ja vähennyskelpoisten menojen erotuksena. Vuodesta 2012 alkaen tuloveroprosentti on 24,5. Osakeyhtiön osakkaat voivat nostaa varoja joko palkkana tai osinkoina. Osuuskunnan jäsenet voivat nostaa varoja joko palkkana, tai tuottaessaan voittoa ylijäämänpalautusta ja osuuspääoman korkoa. Osakeyhtiö voi jakaa voiton osinkoina yhteisöveron 24,5 % maksun jälkeen. Osingon verotus riippuu osingon määrästä ja matemaattisesta arvosta. Osakkeen matemaattinen arvo lasketaan edeltävän verovuoden nettovarallisuuden perusteella. Jos yhtiö jakaa osinkoina alle yhdeksän prosenttia osakkeen matemaattisesta arvosta, osinko on osakkaalle 60 000 euroon asti kokonaan verovapaata ja yli 60 000 euron menevästä osasta osakas saa 30 prosenttia verovapaasti, ja 70 prosenttia tulee pääomatulona. Jos yhtiö jakaa osinkoina enemmän kuin 9 % osakkeen matemaattisesta arvosta, osakas saa 30 % verovapaasti ja 70 % verotetaan ansiotuloverotuksen mukaan. (Verohallinto 2012; Perustamisopas 2012, 34–35.)

5 MATKALLA PUHTAUSALAN YRITYKSIEN SIELUNELÄMÄÄN

5.1 Työn tavoitteet, tutkimusongelmat ja rajaukset

Tietoperusta koostuu neljästä asiasta. Mikroyritys, puhtausala ja yrityksen kehittyminen ja kasvu sekä verotuksen tärkeyden ymmärtämisestä. Tietoperusta on lähtökohtana kun selvitetään mikroyritysten eli 1–9 henkilöä työllistävien puhtauspalvelualan yritysten kehittymistä.

Työn keskeiset tutkimuskohteet ovat puhtausalan yritysten kehitystekijät pienessä kokoluokassa. Asiaa lähestytään yrittäjien haastattelun kautta.

1. a) Onko substanssiosaamisella merkitystä yrityksen menestykseen ja kasvuun?
b) Minkälaisista lähtökohdista yrittäjät tulevat?
2. Toisena tutkimusongelmana on yrityksen kehittymisen ja menestyksen mahdollistava kasvu. Miten kasvu on saatu aikaan?

Valitun aiheen teorian keräämisen jälkeen tein haastattelurungon puhtausalan yrittäjille, joita aion haastatella. Kyseessä on puolistrukturoitu haastattelu.

5.2 Tutkimusmenetelmät

Menetelmänä käytän pääosin laadullisia menetelmiä. Laadulliset menetelmät rakentuvat aiemmista tutkimuksista ja/tai teorioista, empiirisistä eli kokemusperäisistä aineistoista, sekä tutkijan omasta ajattelusta ja päättelystä. Tutkimusote on induktiivinen eli aineistolähtöinen ja siinä kootaan havaintoja ja tehdään niiden perusteella ennusteita ja yleistyksiä. Ensin kerätään aineistoa, ja sitten suoritetaan päättely kohti teoreettista mallia. Käsitteellistäminen kautta luodaan uutta teoriaa. Aineistonkeruumenetelmänä haastattelu sopii laadulliseen tutkimukseen. Hypoteesittomuus, operationalisointi - kuinka kerätä havaintoja teoreettisista käsitteistä ja kääntää ne kielelle, jota haastateltavat ymmärtävät (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

5.3 Tutkimusaineiston hankinta ja tarkastelu

Teoreettinen viitekehys määrittää sen, millaista aineistoa kannattaa kerätä, ja millaista menetelmää analyysissä käyttää. Laadullisessa tutkimuksessa luonteenomaista on tutkia ilmiötä monelta kannalta. Aineistoa on hyvä kerätä monenlaisen tarkastelun mahdollistamiseksi. Aineisto on pala tutkittavaa maailmaa. (Alasuutari 2011, 84–84)

Teoriaa tarvitaan taustoituksen ohella myös aineistonkeräykseen.

Haastatteluteemoja tai -kysymyksiä mietittäessä on hyvä perehtyä teoriaan, jotta valittu aihe voidaan muuttaa tutkittavaan muotoon. Teoria toimii siis suunnanäyttäjänä ja jäsenyvälineenä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkimusaineisto muodostui haastatteluista, jotka tein yhdeksään eri yritykseen Pirkanmaan alueella maaliskuussa 2012. Aineiston kokoon vaikutti käytettävissäni oleva aika, budjetti ja yrittäjien kiire. Laadullisissa tutkimuksissa ei kuitenkaan pyritä tilastollisiin yleistyksiin (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85). Pyrin valitsemaan haastateltavia mahdollisimman laajalta rintamalta. Otantani oli siis heterogeeninen eli sekakoosteinen ja epäyhtenäinen. Joukossa on hiljattain aloittaneita yrityksiä vuosilta 2010 ja 2011 sekä jo kauemmin toimineita. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että henkilöt joilta tietoa kerätään, tietävät asiasta mahdollisimman paljon (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85).

Litterointi on tehty vain valikoiduilta ja pelkistetyiltä osin. Haastattelut kestivät noin puolesta tunnista jopa kahteen tuntiin, ja silloin haastattelua ei voi pitää puolistrukturoituna. Aihe oli niin mielenkiintoinen, ja yrittäjäperheen jäsenet olivat rautaisia ammattilaisia, etten halunnut lopettaa haastattelua keskenään. Jotkut haastatteluista olivat siis lähellä avointa haastattelua.

5.3.1 Menetelmä ja otos

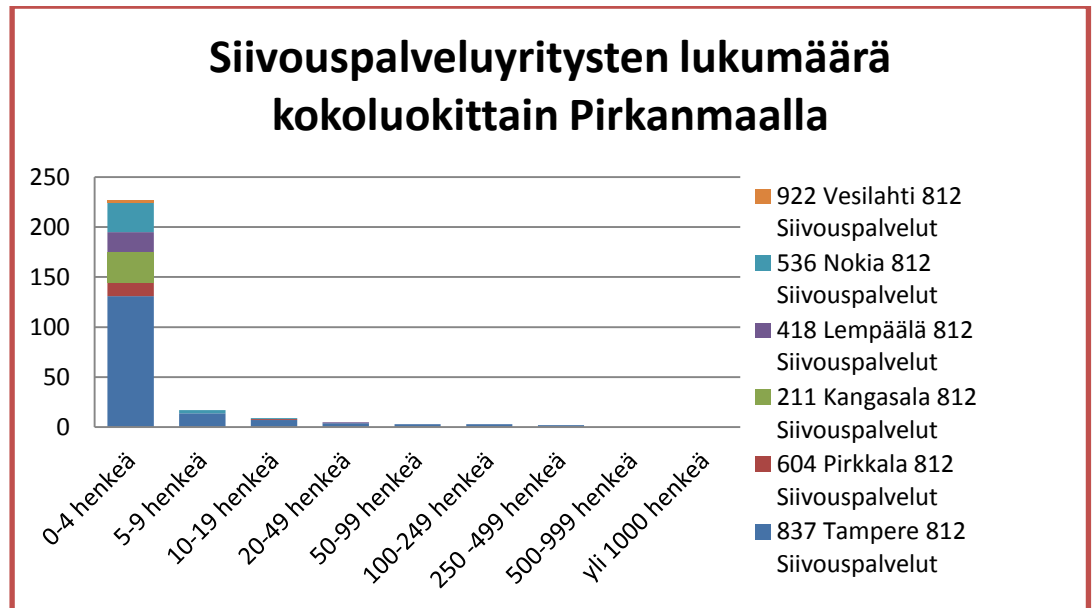
Puolistrukturoitu haastattelu etenee niin, että kaikille haastateltaville esitetään samat tai melkein samat kysymykset samassa järjestyksessä. Haastattelulle on mietitty teemat ja niiden lisäksi on valmisteltu tarkkoja kysymyksiä. Käytettävä

menetelmä sopii, kun selvitetään heikosti tiedostettuja asioita. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Avoimuudessaan teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu on lähellä syvähaastattelua ja siinä edetään keskeisten etukäteen valittujen teemojen ja tarkentavien kysymysten varassa. Syvähaastattelu on täysin strukturoimaton ja siitä käytetään myös nimitystä avoin haastattelu. Syvähaastattelussa käytetään avoimia kysymyksiä ja vain ilmiö mistä keskustellaan on määritelty. Valinta teemahaastattelun ja avoimen haastattelun välillä kannattaa miettiä huolellisesti. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75–76.)

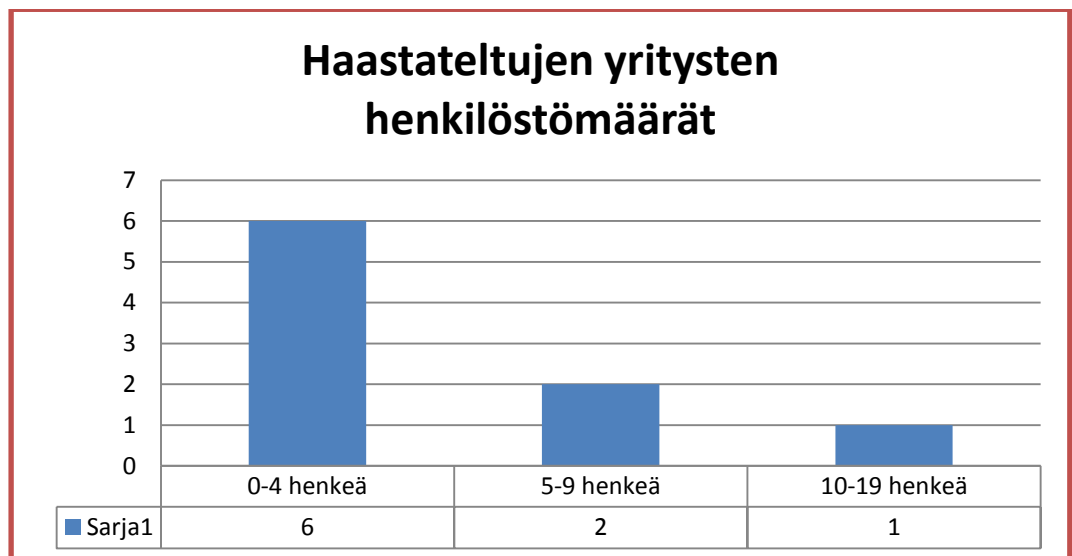
Otokseni oli harkinnanvarainen. Hakusanalla siivous Tampere, ja valitsemalla Fonecta.fi sivuston, sain maaliskuussa 2012 osumia 193 kappaletta. Valitsin yrityksiä, joilla oli omat www-sivut, koska oletin, että nämä yritykset olisivat kehityshakuisempia kuin ilman www-sivuja olevat yritykset. Yritysten kokoluokka oli mikroyritys tai siitä juuri isommaksi kasvanut yritys. Otin avukseni myös ytj.fi -sivuston, josta saatoin tarkistaa yrityksen TOL toimialaluokituksen, ja että yritys toimii edelleen. Fonectan Finder yritystiedoista saatoin tarkistaa myös päättäjiä ja taloustietoja, jos ne olivat saatavilla. Kaikki haastateltavat yritykset kuuluvat TOL toimialaluokituksen mukaan 81210 kiinteistöjen siivous -luokkaan. Alla olevasta kuvioista 11 näkyy että Pirkanmaalla 0-4 henkilön yrityksiä on valtaosa ja myös haastattelijoukko kuviossa 12 noudattaa samaa linjaa. Huomasin myös, että kannatti sopia haastattelu mahdollisimman pian, vaikka samaksi päiväksi, koska myöhemmäksi ajaksi sovittu aika usein peruttiin.

Ensimmäinen yhteydenottoni kohdeyrityksiin oli puhelinkeskustelu, jossa kysyin halukkuutta osallistua haastatteluun. Kerroin haastattelun aiheen ja kestoarvion, joka oli noin yksi tunti, ja että haastateltavan nimi ja yritys ei tulisi esiintymään valmiissa työssäni. Sovittuani haastatteluajan, lähetin yrittäjälle haastattelurungon sähköpostitse, jotta hän saattoi tutustua aiheeseen ennakolta. Haastattelemani yrittäjät olivat kiinnostuneita käsitellystä aiheesta, ja lupasin lähettää heille valmiin työn sähköpostitse.



KUVIO 11. Kunnittainen toimipaikkalaskuri muuttujina kunta ja toimiala.

Kuvioon on valittu Pirkanmaan alueen kuntien tilastotietoa. (Tilastokeskus 2012)



KUVIO 12. Haastateltujen yritysten henkilöstömäärät

6 TULOKSET

Tutkimusosiossa kerättiin laadullisella menetelmällä aineistoa, ja kehittämishankkeena työstä muodostuu kokonaisuus, johon tutustuttuaan puhtausalalla toimiva mikro- tai pienyrittäjä saa eväitä oman yritystoimintansa tarkasteluun ja kehittämiseen. Jo pelkästään asiaan tutustuminen toisesta näkökulmasta antaa ajattelemisen aihetta omaan yritystoimintaan.

Aluksi haastateltavien saaminen oli minulle todella vaikeaa. Tunsin olevani kokematon suoramarkkinointia tekevä myyjä ja ensimmäiset yritykseni olivat surkeita. Tekemällä kuitenkin oppii ja pahinta mitä siinä voi sattua on lopputuloksen epäonnistuminen eli en saanut sovittua haastattelua. Kehityin kuitenkin haastattelujen sopimisessa ja loppujen lopuksi ymmärsin, että pienyrittäjällä on tarvetta keskustella jonkun aivan ulkopuolisen henkilön kanssa omasta yritystoiminnastaan. Mikrotyrittäjä tai siitä juuri isommaksi kasvanut yritys on vielä niin yksin oman yritystoimintansa kanssa, kun yrittäjän aika on kulunut toiminnan käynnistämiseen ja vakiinnuttamiseen. Yritysten alkutaipaleella saattaisi olla järkevää systemaattisempi yritysten ongelmien ja tuntojen kartoitus esimerkiksi ely-keskusten tai jonkun muun viranomaisen toimesta, ettei yritysten lopettaminen olisi niin yleistä. Kun olin sisäistänyt tämän, olin paljon varmempi sopiessani uusia haastatteluita ja ne onnistuivat hyvin.

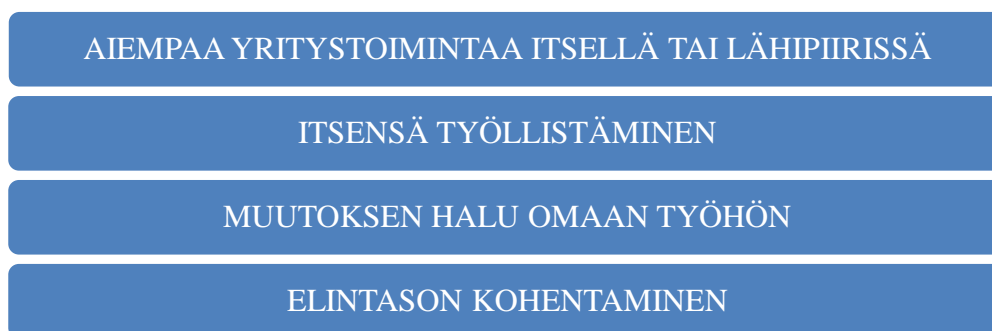
Monien yrittäjien kertomuksista kuului läpi, että asioita on opittu tekemällä, myös erehdyksiä tekemällä. Motivaatio onnistumiseen on kuitenkin ollut voimakas ja uusia ratkaisumalleja on etsitty. Aikuisena yrittämisen ja erehdyksen linjalla auttaa oma kokemuseräinen tieto, jota voi soveltaa. Ensimmäiseksi haastattelemani yrittäjä kertoi, että jos hän aloittaa uuden yritystoiminnan, hän tekee kaikki asiat erilalla kuin ensimmäisellä kerralla. Vaikka tietoa on saatavissa paljon, siitä ei ole hyötyä, ennenkuin itse on kokenut vastaavaa.

Ensimmäisenä tutkimuskysymyksenä kysyttiin substanssiosaamisen merkitystä yrityksen menestykseen ja kasvuun ja minkälaisista lähtökohdista yrittäjät tulevat?

6.1 Yrityksien ja yrittäjien taustoja

Käytössäni oli yhdeksän eri yrityksen haastattelumateriaali. Kaikki yritykset ovat mikrokokoluokassa tai siitä juuri yli kasvaneita pirkanmaalaisia siivouspalveluyrityksiä, joiden päätoimiala on TOL 2008 -luokituksen mukaan 81210 kiinteistöjen siivous. Yritykset on perustettu vuosina 2007-2011 ja yhden yrityksen yrittäjä oli ostanut vuonna 2006. Yhtiömuotona neljällä yrityksellä on toiminimi, yhdellä kommandiittiyhtiö ja neljällä osakeyhtiö. Osakeyhtiömuodon valinneet yritykset pitivät selvempänä erottaa yritystoiminnan omasta taloudestaan, tai heille oli ollut itsestään selvää valita tämä yritysmuoto. Toiminimen valinneet yrittäjät olivat tyytyväisiä yrityksen perustamisen helppouteen, ja rahaliikenteen sujuvuuteen ja helppouteen. Kuitenkin hieman kasvaneissa yrityksissä toiminimen vaihtamista osakeyhtiöön oli suunniteltu.

Yrityksen perustamiseen kaikilla on ollut oma syy, lisäksi useat yrittäjät mainitsivat elintason kohentamisen myös tärkeäksi. Seuraavassa kuviossa 13 on tiivistetysti yritysten perustamiseen liittyviä syitä:



KUVIO 13. Haastateltujen yrittäjien motiiveja yritystensä perustamiseen

Yrityksen perustaminen ja yrittäjäksi ryhtyminen johtuvat monista syistä. Lähtökohdat yrityksillä ja yrittäjillä ovat varsin erilaisia ja voidaan tunnistaa yhteisiä tausta-, tilanne- ja persoonallisuustekijöitä sekä motiiveihin liittyviä asioita. Perheen tai lähipiirin yrittäjyys tukee aloittavaa yrittäjää oman yrityksen perustamisvaiheessa. Tilannetekijöiden yhdistävänä asiana on muutos, jota omaa yritystä aloittava henkilö haluaa nykyiseen epätyytyttävään työhönsä tai työttömyyteen. Uusien yrittäjien motiivina esiintyy yrittäjyyden mukanaan tuoma

itsenäisyys. Yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttava asia on halu työllistää itse itsensä ja näin hyödyntää ja kaupallistaa oma osaamisensa. (Kovala 2010, 85–86.)

Henkilöstön määrä vaihteli eri yrityksissä. Puolessa yrityksistä henkilöstön muodostivat joko yrittäjä yksin tai yrittäjäpariskunta. Yhdessä yrityksessä palkattua vakituista henkilökuntaa oli vain yksi, mutta yrittäjä käytti säännöllisesti henkilöstövuokrausyritystä toiminnassaan. Muissa yrityksissä palkatun henkilöstön määrät olivat kolme-neljä henkilöä, seitsemän henkilöä, yhdeksän henkilöä ja suurimmassa oli 17 kokopäiväiseksi muutettua työntekijää.

Haastatellut yritykset suorittavat siivousta ja kiinteistönhuoltoa (lisäpalvelu) pirkanmaalaisiin koteihin ja yrityksiin. Yritysten palveluvalikoimasta löytyi projektiluonteisia siivouksia yrityksiin, ylläpitosiivousta, kiinteistönhuoltoa, siivousta tietyn kokoluokan yrityksiin sekä kotisiivousta (3 yritystä). Kotisiivousta tekevästä yrityksistä osa oli laajentanut yritysten siivoamiseen, mutta yritysten siivouksia tekevät eivät halunneet laajentaa kotisiivouksiin.

Yrittäjillä oli ennen yrityksen perustamista vaihtelevasti siivoustyön koulutusta ja kokemusta. Yritystoiminnan käynnistämisen jälkeen on hankittu myös esimerkiksi laitoshuoltajan ja siivoustyönohjaajan oppisopimuskoulutusta. Kolmella yrittäjällä ei ollut lainkaan siivoustyökokemusta tai koulutusta alalle, työkokemusta oli neljällä yrittäjällä kullakin 4-20 vuotta, yhdellä yrittäjällä oli puhtausalan ammatillista koulutusta ja pitkä työkokemus ja yhdellä yrittäjällä restonomin amk koulutus ja pitkä työkokemus alalta.

Seuraavassa kuviossa 14 on yrittäjien liiketoimintaosaamiseen vaikuttavaa koulutusta, työkokemusta ja/tai selvitys siitä, mistä yrittäjä saa/on saanut apua yrityksen arkipäivän liiketoimintaa koskevissa asioissa.

AIEMPAA YRITYSTOIMINTAA ITSELLÄ TAI LÄHIPIIRISSÄ

JOHTOTASON TYÖKOKEMUS TAI KOULUTUS

OSAAMINEN TULEE MUUALTA (EI OLE ITSELLÄ)

KUVIO 14. Haastateltujen yrittäjien liiketoimintaosaaminen

6.2 Substanssiosaaminen puhtausalan yrittäjällä

Koulua pidetään usein merkittävimpänä oppimisympäristönä vaikka ammatillista osaamista hyödynnetään työssä ja työpaikoilla. Suurin osa taidoista ja osaamisestamme on peräisin työstä eikä koulusta. (Collin & Billet 2010, 212.) Puhtausalan yrittäjälle toimialan monipuolinen koulutus ja työkokemus antavat hyvät lähtökohdat yrittäjyyteen. Haastatteluista nousi tärkeimmäksi osaamiseksi siivoustyön hyvä hallinta. Kuviossa 15 näkyy osaamisen koostuminen. Vain yksi haastatelluista yrittäjistä oli sitä mieltä että itse siivoustyön osaamisella ei ole merkitystä hänen yrittämisessään. Osa yrittäjistä on hinnoitellut palvelun tuntihintaiseksi asiakkaille, mutta ne yrittäjät jotka käyttävät esimerkiksi kuukausihintaa palveluhinnan muodostukseen, painottivat oikean hinnoittelun syntyvän siivoustyön vahvasta osaamisesta ja se on saatu joko tekemällä itse siivoustyötä paljon tai toimimalla pitkään alan myynti- tai johtotehtävissä.

PUHTAUSALAN MIKRO- TAI PIENYRITTÄJÄN YDINOSAAMINEN

- SIIVOUSOSAAMINEN
 - Siivoustyön hyvä hallinta
- LIIKETOIMINTAOSAAMINEN
 - Prosessit
 - Suunnitteluosaaminen
 - Asiakasosaaminen
 - Laatuosaaminen
- MYYNTIOSAAMINEN
 - Hinnoittelu
 - Hintatason seuranta
 - Matemaattiset taidot
- VUOROVAIKUTUSOSAAMINEN
 - Henkilöstöosaaminen
 - Yhteistyö muiden yrittäjien kanssa
 - Ulospäinsuuntautunut
 - Tilaisuuksiin tarttuminen
- HALU KEHITTÄÄ ITSE YRITYKSEN MUKANA
 - Motivaatio, tyytyväisyys yrittäjyyteen, ahkeruus

KUVIO 15. Ydinosaaminen eli substanssiosaaminen puhtausalan mikro- ja pk-yrittäjillä

Yrittäjät painottivat ydinosaamisen syntyvän siivoustyön hyvästä hallinnasta sekä liiketoimintaosaamisen yhdistelmästä ." liiketoimintaosaamisella ei tee mitään jos itse perustyön, siivoustyön, tekeminen ei ole kunnossa", "myydään laadukasta palvelua - se on ydinosaamista", " ihan käsi kädessä kulkee, kummakin on hallittava, jos osaa vaan toisen niin kaatuu; kun mää nään kohteen niin mää pystyn heti sanoon paljonko siihen menee aikaa", "kokonaisuus - tekninen ammattitaito luo pohjaa liiketoiminnan kasvattamiseen".

Henkilöstön palkkaaminen, perehdytys ja hallinta tulivat usein puheeksi vaikka haastattelurungossani sinänsä ei kysytty henkilöstöön liittyviä asioita lukumäärän lisäksi. Lähinnä kotisiivouspalveluita tuottava yrittäjä kertoi että" on hankala löytää työntekijöitä, joilla on taito tehdä haluttua laatua"; projektiluonteisia palveluja tarjoava yrittäjä puolestaan sanoi, että " työntekijöillä ei ole merkitystä - vaihtuvuus on niin järjetön"; kotisiivousyrittäjä kertoi "perehdytetään kädestä pitäen". Vaikka ongelmia hyvän henkilöstön saatavuuden kanssa onkin, niin kukaan ei maininnut työvoimapulaa.

Yritystoiminnan käynnistysvaiheessa hyvä suunnittelu on tärkeintä. Useat yrittäjät kertoivat liiketoimintasuunnitelman olleen heille toiminnan alkaessa tärkeä, koska sen perusteella toteutus tapahtuu. Vielä kahden tai kolmenkin vuoden jälkeen liiketoimintasuunnitelmaan palataan.

Vuorovaikutustaidot ovat puhtausalalla toimiville tärkeitä. Myyntityö asiakkaiden saamiseksi, asiakassuhteiden hoito, siivoussopimusten muutokset, henkilöstön palkkaus, perehdyttäminen ja pitäminen, toimiminen yhteistyökumppaneiden kanssa ja toiminnan kehittäminen vaativat kaikki monipuolista viestintää ja myös kuuntelun taitoa. Myöhemmin käsiteltävässä kehittyminen ja kasvu -osiossa tilaisuuksiin tarttuminen on ollut yksi kasvun muoto monella yrittäjällä, ja se varmasti vaatii vuorovaikutustaitoja.

Kokonaisuuden hallinta, toimialaosaaminen ja olennaisten asioiden tunnistaminen liittyvät kaikki tavallaan yhteen. Palvelun tuottaminen on aina prosessi, jonka läpivieminen vaatii monen asian yhteensovittamista ja toteuttamista ammattimaisesti. Asiakasosaaminen on kokonaisuudenhallintaa mutta myös vuorovaikutustaitoihin perustuvaa liiketoimintaosaamista. Yrittäjät eivät

painottaneet esimerkiksi työn organisointia. Siihen voi vaikuttaa että vain kahdessa yrityksessä oli työnjohtaja; muissa yrityksissä kokonaisuus oli vain yrittäjän hallinnassa. Tällöin koko osaaminen henkilöityy yrittäjään itseensä ja silloin pitää löytää olennaiset asiat omasta yritystoiminnastaan. Puhtausalan mikroyrittäjän substanssiosaamiseksi määrittelen hyvän siivoustyön hallinnan yhdistettynä liiketoimintaosaamiseen, mikä mahdollistaa myynnin tekemisen.

Haastattelemi yrittäjät olivat tyytyväisen oloisia. Ainoastaan yksi yrittäjä olisi ollut valmis lopettamaan yritystoiminnan. Mahdollisuus päättää itse tekemisistään antaa voimakkaan motivaation yrittäjälle, mutta työtä saa tehdä paljon. Työ ja vapaa-aika sekoittuvat ja kun oma elanto on kiinni kaikesta mitä teet, niin se suuntaa voimakkaasti opettelemaan tarvittavia uusia asioita.

6.3 Kehittyminen ja kasvu

Toisena tutkimusongelmana oli yrityksen kehittymisen ja menestyksen mahdollistava kasvu ja miten se on saatu aikaan. Kuvioon 16 on poimittu vaikuttavia tekijöitä.

KEHITYMINEN JA KASVU PUHTAUSALAN PIENISSÄ YRITYKSISSÄ

- Markkinat
- Tavoitteellisuus
- Maltillisuus, liiketoiminnan vakauttaminen, oman aseman löytäminen markkinoilla
- Tilaisuuksiin tarttuminen
- Yhteistyö, verkostoituminen

KUVIO 16. Kehittymiseen ja kasvuun vaikuttavia tekijöitä puhtausalan pienissä yrityksissä

Yritystoiminta pienessä mittakaavassa on niin kokonaisvaltaista että oli vaikea eritellä pelkästään kasvuun liittyviä asioita. Usealla mikroyrittäjällä oli selkeä näkemys siitä että yritys kasvaa, vaikka asiasta ei ollutkaan olemassa mitään dokumenttia. Tavoitteellisuus tuli esiin erottavana tekijänä yritysten kesken.

Yritystoimintaan oli lähdetty alun pitäen erittäin hyvillä suunnitelmilla ja tarkoilla budjeteilla ja sitten niitä toteutetaan tehokkaasti. Kaksi ja puoli vuotta toiminut yrittäjä kertoi että " nyt sen alkaa huomata että tulee tarjouspyyntöjä meillekin päin, pikkulinnut laulaa, vaatii paljon työtä, nöyryyttä, pitkäjännitteisyyttä". Osalla yrittäjistä ei ollut tavoitteita kehittämiseen tai kasvamiseen tai ne olivat täsmentymättömiä ja he arvostivat yrittämisen vapautta; "ei budjettia - tavoitteet että mennään vähintään samassa".

Toinen selkeä kasvuun liittyvä asia ovat markkinat. Ymmärsin sen parhaiten kun vierailin Tampereelta hieman sivussa olleessa yrityksessä ja yrittäjä kertoi että paikkakunnalla ei yksinkertaisesti ole markkinoita kasvun mahdollistamiseksi. Kasvukeskuksissa uusia rakennuksia rakennetaan ja niistä tulee uutta kysyntää, mutta muutoin kilpailu käydään olemassa olevien rakennuksien siivouksista. Voimakkaaseen kasvuun tähtäävä yrittäjä kertoi että "markkinat on olemassa, punaisen meren strategia - täydessä hai altaassa erottautuminen". Käytännössä se tarkoittaa, että yrittäjän on saatava siivoussopimus itselleen ja silloin se on pois joltain toiselta yrittäjältä. Kotisiivouspuolella on enemmän kysyntää ja niihin erikoistuneet yritykset ovat saaneet kasvua helposti ja pystyneet siten kehittämään palveluita ja toimintaansa. "Kasvua tulee kotisiivouksista hyvän työn kautta ilman markkinointia riittävästi". Kasvun esteenä kotisiivouspuolella on riittävän hyvien työntekijöiden saatavuus. Kotisiivouksien markkinoita kasvattavat aiemmin itse kotinsa siivonneet kotitaloudet.

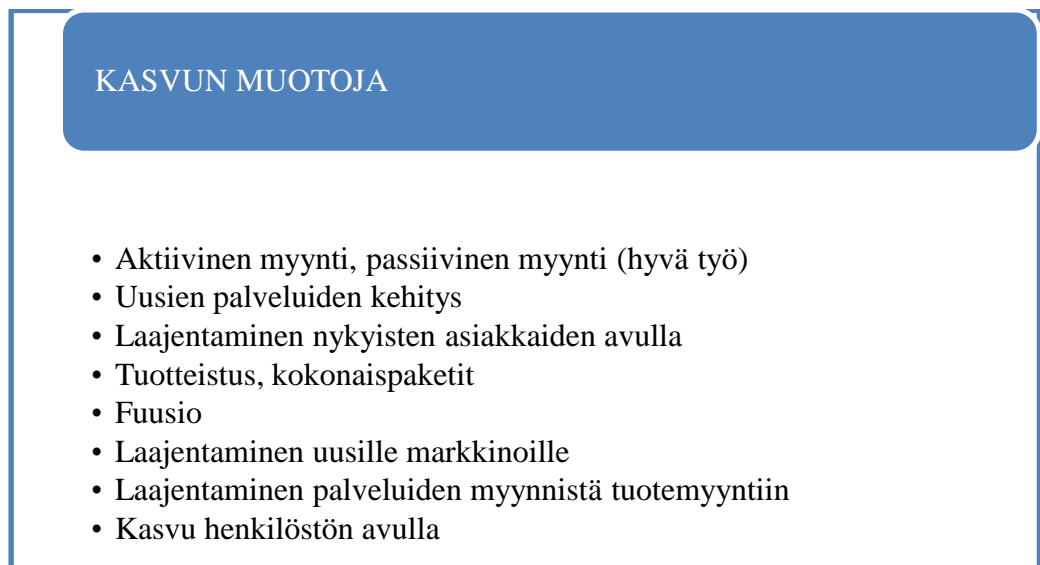
Liiketoiminnan vakauttaminen ja kasvun maltillisuus olivat useiden yrittäjien tavoitteena. "Kasvu pitää tulla niin päin että ensin on hyvä työntekijä ja sitten vasta otetaan uusia asiakkaita." Näin toimi kotisiivouksiin keskittynyt yrittäjä. "Tilanne lähti ihan nollostaan eteenpäin, ei olla lähdetty kopioimaan mitään, puhelin kätehen ja rupeet soittamaan". Liiketoiminnan vakauttaminen nähtiin perustana varsinaiselle kasvun tavoittelulle. Yksinyrittäjällä alkuvaiheessa aikaa ei ole tarpeeksi kehittämiseen, toiminta on saatava vakautettua, jotta aikaa riittää kehittämiseen ja kasvuun. Kannattavuus ja maltillisuus kuuluvat yhteen. Maltillinen kasvu ei vaaranna jo olemassa olevia asiakassuhteita.

Kasvua tapahtuu myös tilaisuuksiin tarttumalla. Asiakasyrityksien tai yhteistyökumppaneiden tarpeet tuovat uutta liiketoimintaa niihin tarttuville.

Kasvua on myös tullut oman toimialan läheisyydestä. Sitä ei voi sanoa pelkästään tilaisuuteen tarttumiseksi, koska ideat ovat omanlaisiaan vaikkakin ne liittyvät läheisesti puhtauteen tai kiinteistöhoitoon. Toisten mikroyrittäjien auttaminen, lomittaminen tai muu yhteistyö tuovat myös kasvua.

Kannattavuus ja tavoitteellisuus tuntuivat kuuluvan yhteen. Kaikki yrittäjät eivät halunneet kertoa liikevaihtotietojaan, joten en pystynyt tekemään taulukkoa liikevaihdon ja muiden yritystä koskevien tietojen mahdollisesta liittymisestä yhteen. Tavoitteellisilla yrittäjillä kannattavuuteen liittyvät budjetointi ja huolellinen ennakkosuunnittelu yrityksen perustamisvaiheessa nousivat esille. Liiketoimintasuunnitelmassa yrittäjä voi laskea etukäteen kulut ja tuotot, ja jos toteutus onnistuu, niin toiminta on kannattavaa silloin, kun yrittäjä on etukäteen sen arvioinut.

6.4 Kasvun muodot



KUVIO 17. Kasvun muotoja Pirkanmaalaisissa puhtausalan mikroyrityksissä

Kasvun muodoiksi ajattelin alunperin Ansoffin ikkunamallia, jota käsittelin sivulla 27. Sovelsin sitä puhtausalan markkinoille seuraavasti:

Nykyiset palvelut markkinaosuutta lisäämällä tarkoittavat aktiivisella myynnillä saavutettua asiakkaiden lisäystä omalla toiminta-alueella. Tätä menetelmää kasvuun käyttivät hyvin tavoitteelliset yritykset. Menetelmä vaatii korkeaa

ammattitaitoa ja alan substanssiosaamista, mutta vähäisemmälläkin ammattitaidolla voi pärjätä kun tavoittelee tiettyjä asiakasryhmiä.

Uudet markkinat - nykyiset palvelut tarkoittavat nykyisten palveluiden myyntiä nykyisen toiminta-alueen ulkopuolelle. Alueellista laajentamista mikroyritykset eivät tavoitteleet, mutta olemassaolevien asiakkaiden mukana kasvua saattaa tulla maantieteellisesti.

Tuote ja palvelukehitys tarkoittaa puhtausalalle tai siihen läheisesti liittyvän toimialan uusia palveluita, tuotteita tai palvelupaketteja. Kehitystä oli tehty todella innovatiivisesti ja useita eri toimialoja oli liitettyä puhtausalaan. Palvelukehitys ei ollut aina syntynyt puhtausalan asiakkuuden kautta, vaan alunperin kiinteistöhoitoon liittyvinä palveluina. Kuviossa 16 on listattuna haastattelumateriaalin mukaisia kasvutapoja. Uusia palveluita olivat esimerkiksi remontointiin liittyvät palvelut, tuotemyynnin lisääminen palveluksi, kokonaispakettien myyminen tai aivan uuden toimialan palveluiden liittäminen rinnakkaisryrittämisenä palveluun.

Uudet tuotteet - uudet markkinat tarkoittavat nimensä mukaan täysin uutta myytävää. Isot alan toimijat ovat laajentaneet siivouksesta esimerkiksi kiinteistöhoitoon tai ruokapalveluihin, mutta yhdellä haastattelu yrityksellä oli myös tähän omanlaisensa mikroyrityskokoluokan suunnitelma.

6.5 Analyysi

Laadullisessa analyysissä aineistoa tarkastellaan usein kokonaisuutena. Analyysi koostuu kahdesta vaiheesta - havaintojen pelkistämisestä ja arvoituksen ratkaisemisesta, käytännössä osat nivoutuvat yhteen. (Alasuutari 2011, 38–39.) Analyysi on tehty sisällönanalyysinä käytettävissä olevan aineiston perusteella.

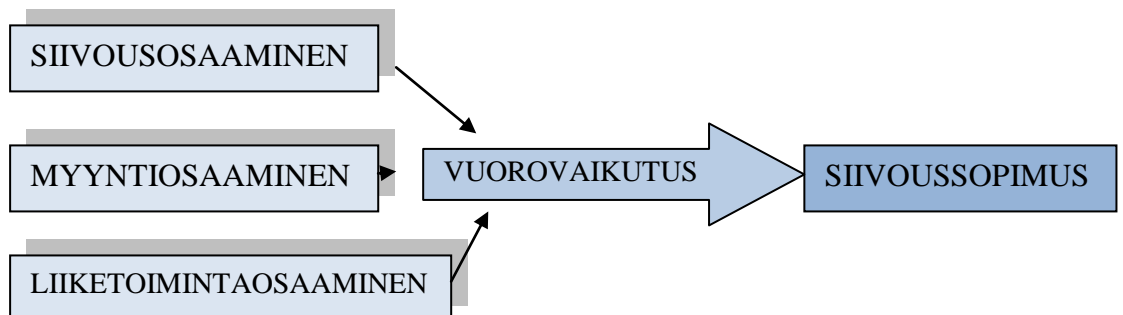
Sisällönanalyysi on menetelmä jota voidaan käyttää laadullisessa tutkimuksessa. Aineistosta voi löytyä useita kiinnostavia aiheita, joita ei ole etukäteen osannut ajatella. Ensimmäisenä onkin päätettävä mikä aineistossa kiinnostaa ja käytävä läpi aineisto siten että erottaa ja merkitsee ne asiat jotka kiinnostavat. Muut asiat jätetään pois. Merkityt asiat kerätään yhteen, luokitellaan, teemoitellaan tai

tyypitellään ja kirjoitetaan yhteenvedoksi. On valittava tarkkaan harkittu kapea ilmiö, mutta siitä on kirjoitettava kaikki. Analyysin ja tietoperustan tulee olla yhteneväiset. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–92.) Käsitekartan muodostaminen auttaa visuaalisesti hahmottamaan suurta kokonaisuutta sekä selkiyttää eri osien välisiä suhteita (Metsämuuronen 2008, 51).

Tiedon pelkistäminen alkoi jo siinä vaiheessa kun suoritin osittaisen litteroinnin. Siinä hän valitsin omasta mielestäni tärkeimmät asiat ylöskirjattaviksi.

Teemoittelun tein neljään kategoriaan. Taustakysymykset, ydinosoaminen eli substanssiosaaminen puhtausalalla, kehittymiseen ja kasvuun liittyvät asiat ja muut asiat. Aineiston klusteroinnin eli ryhmittelyn aloitin keräämällä pelkistettyjä ilmauksia litteroiduista osista. Pelkistetyt ilmaukset kiteytin alaluokiksi ja sen jälkeen jatkoin vielä luokittelua. Lopputuloksena oli koko haastattelumateriaalin ydinasioiden purku ja uudelleen koonti yhdistävien tekijöiden mukaan.

Kuviossa 18 muodostuu puhtausalan yrittäjän osaamisen ydin. Parhaat edellytykset pärjätä puhtausalan yrittäjänä on hankkia hyvä toimialaosaaminen. Kokonaisuuden hallinta tarkoittaa laajaa siivouksen teknistä osaamista, palveluosaamista sekä liiketoimintaosaamista. Myyntiosaaminen on yrittäjän mahdollisuus muuttaa toimialaosaaminen siivoussopimuksiksi, josta seuraa yrityksen kasvu. Kehittyäkseen osajaksi tarvitaan työkokemusta erilaisista puhtausalan työtehtävistä. Toimialaosaaminen ei synny hetkessä. Se on asiantuntijuutta, johon pääseminen tapahtuu vaiheiden kautta.



KUVIO 18. Puhtausalan osaamisen kuvaus

Taitava toiminta on alakohtaista, se perustuu aina johonkin tiettyyn ympäristöön, jossa se on kehittynyt ja jossa se määritellään. Aluksi osaaminen on satunnaisempaa, mutta se vakiintuu taitojen kehittymisen myötä. Samalla vahvistuu osaajan kyky arvioida omaa suoritustaan ja havaita siinä olevia puutteita, taidon voisi määritellä tiedoksi siitä mitä pitää tehdä. Osaajaksi ei voi tulla ilman muiden apua. Tasokas osaaminen syntyy ryhmien ja osaajien yhteisen työn tuloksena, jolloin voidaan myös määritellä kriteerit hyvälle tai erinomaiselle toiminnalle sekä arvioida muiden asiantuntijoiden suorituksia ja heidän tietämystään. (Palonen & Gruber 2010, 42.)

Yksilöiden osaamiset ja rutiinit, erikoistieto ja käytännön pohjalta vakiintunut ymmärrys asioiden kytköksistä toisiinsa muodostavat asiantuntijan tietorakenteen perustan. Asiantuntijat tekevät oikeita ratkaisuja oikeaan aikaan, virheettömästi ja tehokkaasti, mutta se perustuu pitkän harjoituksen kuluessa saavutettuihin rutiineihin, joista on tullut osa arkisia ja ammatillisia käytäntöjä. Ennen kuin kukaan on tullut hyväksi jollain alalla, hänen on täytynyt käydä läpi useita toistoja tehden virheitä ja huonoja suorituksia. Näin syntyy käsitys mitä pitää tehdä ja mitä ei. (Palonen & Gruber 2010, 43–46.)

Taitavaa toimintaa luonnehtii oman suorituksen tarkkailu, pitkälti automaattisesti. Taitavat toimijat havaitsevat nopeasti, milloin helposta rutiinisuorituksesta pitää siirtyä toisenlaiseen toimintaan. Ongelman havaitseminen ja kriittiset kohdat vaativat ennakkointia, jolloin niistä päästään eteenpäin siten että asiantuntija aina edes itse tiedostaa niitä ongelmiksi. Ihmisen tietämyksen rakennetta on kuvattu verkostomaiseksi kudelmaksi, joka kasvaa, sidostuu ja tiivistyy kun hänen kokemuksensa karttavat. Tiedostamaton toiminta on yhteydessä nopeaan päätöksentekoon ja tiedostettu päätöksenteko puolestaan siihen, että aikaa on käytössä tai sitä tarvitaan enemmän. (Palonen & Gruber 2010, 47–51.)

Vuorovaikutustaidot ovat avainasemassa kun muutetaan toimialaosaamista myynnin kautta siivoussopimuksiksi. Myynnin jälkeen tuotetaan palvelu ammattimaisesti ja henkilöstö- ja asiakasosaaminen nousevat esille. Erilaisten taustojen omaavien henkilöiden kanssa pitää pystyä toimimaan työyhteisössä ja markkinoilla ja omaan yritykseen pitää palkata hyviä työntekijöitä.

Työterveyslaitos (2012) määrittelee vuorovaikutuksen tarkoittavan sitä kun joku ilmaisee ajatuksensa sanoman muodossa. Toinen tai toiset vastaanottavat sen ja tekevät oman tulkintansa sisällöstä ja reagoivat siihen. Vuorovaikutusta tapahtuu sanallisesti, kuuntelemalla, kirjallisesti tai elekielellä. Puhuminenkaan ei ole vuorovaikutusta jos kukaan ei kuuntele. Tulkinallisuus vaikeuttaa vuorovaikutuksen onnistumista.

Luottamuspääomaa pidetään yhtenä menestyvän yrittäjän voimavarana. Aloittavalle yrittäjälle kyky herättää luottamusta rahoittajissa, asiakkaisissa ja kumppaneissa voi olla ratkaisevaa. Luotettavalle myyjälle asiakas voi kertoa avoimesti tulevista tarpeistaan, luotettu toimija kuulee ensimmäisten joukossa uusista tuotteista ja strategiamuutoksista mutta luottamus on myös herkkä työkalu ja se voi särkyä jopa kerrasta. (Blomqvist 2007, 181.)

Erinomaisen toimialaosaamisen hankkinut yrittäjä voi valita strategiakseen kilpailun. Hänelle ovat toimialan markkinat ja pelisäännöt tuttuja. Vahvalla ammattitaidolla pystyy erottautumaan kilpailussa ja pärjäämään "punaisessa meressä". Tämä antaa lähtökohdan hakea punaisesta merestä itselleen oma "sininen meri", jossa voi hyödyntää omaa ammattitaitoaan. Aktiivinen myynti liitettynä korkeaan toimialaosaamiseen antaa mahdollisuuden tähän.

Sinisen meren strategiat perustuvat omintakeiseen liikeideaan ja kilpailu on ainakin alkuvaiheessa olematonta. Siinä asiakkaan samaa hyötyä tuotetaan minimaalisilla kustannuksilla. Sinisen meren strategioissa ovat ominaisia hyödyntämätön markkinatila, uuden kysynnän aikaansaanti ja erittäin kannattava kasvu. (Kim & Mauborgne 2005, 24–25.)

Punaisen meren strategian yritykset tyydyttävät nykyisten asiakkaiden tarpeita ja strategiana on pyrkiä korkeaan laatuun kaikissa mahdollisissa kilpailutekijöissä. Seurauksena on kaikkien yritysten tekemä laatutyö ja pian ollaan verisessä hintakilpailussa eli "punaisessa meressä". Yritykset pyrkivät voittamaan kilpailijansa ja haalimaan itselleen entistä suuremman osuuden kysynnästä. Tarjonta ylittää kysynnän ja pienenevistä markkinoista tulee kilpailua. (Kim & Mauborgne 2005, 24–25.)

Yrittäjät, joilla ei ollut puhtausalan vahvaa toimialaosaamista, olivat kehittäneet omanlaisiaan ratkaisuja kasvuun. Strategiat olivat vailla dokumentointia eivätkä kulkeneet tällaisella nimellä, mutta ratkaisut olivat ennakkoluulottomia ja innovatiivisia, eivätkä olleet tavallisia toimialalla. Kasvun muodon löytäminen omaan yritystoimintaan ja persoonaan istuvaksi on tärkeää.

6.6 Luotettavuus, pätevyys

Soitin kontaktoimiini yrityksiin ensin ja kun sain sovittua haastatteluajankohdan lähetin yritykseen haastattelurungon sähköpostitse etukäteen tutustumista varten. Haastattelut äänitin, paitsi yksi yrittäjä ei antanut lupaa äänittämiseen. Yrittäjät kertoivat todella avoimesti hyvinkin arkaluonteisia asioita, joita en ole voinut käyttää kaikilta osin hyödyksi juuri materiaalin arkaluonteisuuden vuoksi. Kerroin yrittäjille, että heidän tai yrityksensä nimiä ei mainita valmiissa työssä, vaan haastatteluista kerätään materiaalia koosteena.

Laadullisesti asioita tutkittaessa esiin nousee kysymys objektiivisuudesta ja totuudesta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 137). Tutkiessani mikroyrityksen kehitystä ja kasvua lähestyin asiaa yhdeksän haastatteluyrityksen näkökulmasta ja aineiston hankinta oli sattumaan perustuvaa. Jos tutkimus tehdään uudelleen eri yrityksiin tuloksena voi olla eri asioita. Olin yllättynyt siitä kuinka paljon haastatteluyritykset olivat ajatelleet asioita ja kuinka he olivat löytäneet omista lähtökohdistaan sopivia keinoja kehittymiseen ja kasvuun. Mietin vielä tässä vaiheessa oliko vuorovaikutuksella suurempi osuus näihin tuloksiin kuin olen ajatellut. Useimmat yrittäjät olivat puheliaita ja tarttuivat tilaisuuteen myös tässä asiassa.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta on vaikeampi arvioida kuin määrällisen. Tutkimusta arvioidaan kokonaisuutena, jolloin tutkimuksen johdonmukaisuus painottuu. Erillisten osien erinomaisuus ei riitä vaan niiden suhde toisiinsa pitää olla tasapainoinen ja johdonmukainen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140.)

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Yrittäjät joita haastattelin, olivat hyvin epäyhtenäinen ryhmä enkä haastattelujen perusteella voi tehdä mitään alalle tyypillistä yleistystä. Haastateltaviksi valikoitui mielestäni "liian hyviä" yrittäjiä. Päätelen siitä, että nämä yrittäjät ovat tilaisuuksiin tarttuvia ja he tarttuivat myös tilaisuuteen keskustella oman yrityksensä kehittämisestä.

Substanssiosaamisella eli ydinosaamisella on merkitystä yrityksen menestyksessä. Puhtausalan substanssiosaaminen on vahvaa siivoustyön hallintaa liitettynä liiketoimintaosaamiseen, joka mahdollistaa myynnin onnistumisen. Se antaa mahdollisuudet pärjäämiseen, mutta työssä ei ole näkökantoja pidemmän tähtäimen menestykseen. Voi vain arvailla että kasvuun lähtevä yritys ei ole kauaa näin hyvillä eväillä varustettuna mikroyritys. Jatkossa olisi mielenkiintoista tutkia miten vaikkapa viiden vuoden kuluttua samat yritykset ovat menestyneet.

Vuorovaikutustaidot mahdollistavat osaamisen hyödyntämistä.

Vuorovaikutustaidot nousivat haastatteluissa ja aineistossa esiin, vaikka alunperin en arvellut niillä olevan näin suurta merkitystä, enkä ole käsitellyt tätä asiaa teoriaosuudessa. Yrittäjät, joilla oli vain vähän koulutusta ja työkemusta puhtausalalta, olivat pystyneet jo laajentamaan liiketoimintaansa tilaisuuksiin tarttumalla ja tekemällä yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa. Heillä oli myös paljon suunnitelmia kehitykseen ja kasvuun.

Puhtausalan mikroyrityksien kirjo on laaja ja kaikki yritykset eivät tavoittele kasvua. Kuitenkin ne yritykset joilla kasvua oli tapahtunut, olivat löytäneet itselleen ja yritykselleen sopivan kasvumuodon. Monet yrittäjät eivät mieltäneet tähän astista kasvua lainkaan kasvuksi vaan se oli liiketoiminnan vakauttamiseen tähtäävää toimintaa. Tavoitteellisen kasvun aika tulisi myöhemmin. Eri yrityksissä minusta tuntui että alkuvaiheen kasvu ja liiketoiminnan vakauttaminen olivat lähtökohtana yrityksen kehittämiseen ja joissakin yrityksissä kehittäminen oli lähtökohta kasvuun.

Puhtausalan yrittäjillä oli hyvin erilaisia taustoja ja siksi lähtökohdat yrittämiseen olivat monenlaiset. Henkilökohtaisia syitä oli kaikilla ja vaikka elintason nousu mainittiin joissakin haastatteluissa, rahan ansaitseminen tai rikastuminen ei

noussut haastatteluissa kunnolla esiin. Etukäteen ajatteleman yrittäjien koulutustason alhaisuus ei tässä haastattelijoukossa toteutunut. Sen sijaan puhtausalalle on siirrytty muilta aloilta erilaisten syiden takia.

Tiivistetysti puhtausalan yrittäjälle ja yrityksen kehitykselle ovat tärkeitä seuraavat asiat yrityksen perustamisvaiheessa ja toiminnan alkuvaiheessa:

- Kysyntä luo toimivat markkinat, joten yrittäminen kasvukeskuksissa on helpompaa kuin esimerkiksi pienissä kaupungeissa
- Toimialaosaaminen
- Tavoitteellisuus ja hyvät suunnitelmat
- Vuorovaikutus
- Oman yrityksen kasvutavan löytäminen on strateginen valinta, johon vaikuttaa yrittäjän tausta ja osaaminen

Opinnäytetyöni vaikein vaihe liittyi aiheen valintaan ja sen rajaamiseen. Alkuperäinen aihealueeni oli etsiä puhdistuspalvelualan menestystekijöitä pk-yritysten kokoluokassa. Päätoimittaja Tarja Valkosalo Puhtaus & Palvelusektori lehdestä antoi minulle hyviä vinkkejä, mihin suuntaan tutkimuksessani voisi edetä.

Mukavin oivallukseni työn kestäessä on ollut se, että opinnäytetyön tekijä voi tehdä melkein mitä vaan. Tämä ei taida olla ihan uusi asia, mutta prosessin kestäessä vasta oivalsin itse, kuinka suuret mahdollisuudet tutkijalla on. Samalla otsikolla olisin voinut tehdä aivan toisenlaisen työn ja se olisi ollut yhtä "oikea". Olen tehnyt lähes koko työn kolmen kuukauden kuluessa ja projekti on ollut myönteinen kokemus. Opintovapaa on antanut hiljaisuutta tehdä, pohtia ja saattaa työ loppuun. Stressata työn lomassa ei ole tarvinnut.

Opinnäytteen kirjoittamisessa vaikeaa on ollut löytää järkevä rakenne, jossa johdanto opastaa tulevaan aiheeseen ja luvut etenevät selkeästi aihealueesta toiseen muodostaen kokonaisuuden. Olen joutunut tekemään matkan varrella radikaaleja sisällysluettelon muutoksia, jotta aihe olisi jäsentynyt itselleni

selkeäksi. Vielä loppumetreilläkin mietin, jätänkö verotukseen liittyvän kokonaisuuden pois, koska haastattelurungossani ei ollut varsinaisesti asiaan liittyviä kysymyksiä. Verotus on kuitenkin merkittävä asia yrityksen toiminnassa, joten se on kokonaisuutta ja lukijaa ajatellen tärkeä.

Lopuksi voin sanoa että työni on omasta mielestäni liian laaja. Tutkimusaihe olisi pitänyt rajata pienemmäksi, mutta ymmärsin valitettavasti monia asioita vasta kun tein analyysia. Siinä mielessä opinnäytteen tekeminen on ollut kokonaisvaltainen oppimisprosessi.

8 LÄHTEET

Painetut lähteet

Alasuutari, P. 2011. Neljäs uudistettu painos. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.

Blomqvist, K. 2007. Kasvuyrityksen kilpailukyky - ei pelkkää teknologiaa. Teoksessa Laukkanen, M. (toim.) Kasvuyritys. Helsinki: Talentum, 178-190.

Collin, K. & Billett, S. 2010. Teoksessa Tynjälä, P. (toim.) Luovuus, oppiminen ja asiantuntijuus. Jyväskylä: Wsoy 212.

Grönroos, C. 2009. 3. uudistettu painos. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro.

Härkki, T. 2007. Kotityöpalvelu. Suomen Siivousteknisen liiton julkaisuja 1:22. Teoksessa Kotityöpalvelut ammatiksi. Helsinki: Siivoussektori Oy, 5-6, 13.

Immonen, M. & Ruutiainen, A. 2007. Tavoitteena tyytyväinen asukas. Opas siivouspalvelun hankintaan. Suomen Siivousteknisen liiton julkaisuja 2:11. Helsinki: Siivoussektori, 33.

Kim, W.C & Mauborgne, R. 2005. Sinisen meren strategia. Helsinki: Gummerus.

Käyhkö, M. 2006. Siivoojaksi oppimassa. Etnografinen tutkimus työläistyöistä puhdistuspalvelualan koulutuksessa. Joensuu: Joensuu University Press Oy, 229-233.

Laitinen, E. 2007. Yrityksen kasvu ja kannattavuus. Teoksessa Laukkanen, M. (toim.) Kasvuyritys. Helsinki: Talentum, 341-345.

Laukkanen, M. 2007. Kasvuyritys. Helsinki: Talentum, 36.

Lausjärvi, M. Siivoustaito 7/2011, 5

Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Helsinki: Gummerus

Lindroos, J & Lohivesi, K. 2010. 3. uudistettu painos. Onnistu Strategiassa. Helsinki: WSOYpro.

- Metsämuuronen, J. 2008. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia-sarja 4. 3. uudistettu painos. Helsinki: Gummerus, 39.
- Nenonen, S. & Storbacka, K. 2010. Markkinamuotoilu. Johdatko markkinoita vai johtavatko markkinat sinua. Helsinki: WSOYpro, 12-13.
- Palonen, T & Gruber, H. 2010. Satunnainen, rutiininomainen ja tietoinen osaaminen. Teoksessa Tynjälä, P. (toim.) Luovuus, oppiminen ja asiantuntijuus. Jyväskylä: Wsoy, 41-55.
- Paloniemi, S. 2008. Hiljaisen tiedon jakaminen työyhteisössä - työssä oppimisen rajapinnalla. Teoksessa Toom, Onnismaa & Kajanto (toim.) Hiljainen tieto: tietämistä, toimimista, taitavuutta. Gummerus, 255-272.
- Pellinen, J. 2007. Kasvuyrityksen taloushallinto. Teoksessa Laukkanen, M. (toim.) Kasvuyritys. Helsinki: Talentum, 311-326.
- Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. 2012. Helsinki: Suomen Uusyrityskeskukset ry, 34-35.
- Roininen, P. 2011. Yrittäjämäinen ote johtamiseen. Helsinki: Karisto.
- Saranpää, T. 2010. Tuloksellisuuden hallinta - talouden suunnittelu ja seuranta osana menestyksellistä esimiestyötä. Luento Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa 14.9.2010.
- SFS 5967. 2010. Puhtausalan sanasto. Helsinki. Suomen Standardisoimisliitto.
- Suontamo, T. 2011. Puhtauden merkitystä ei ymmärretä Suomessa. Siivoustaito 2/2011, 3.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 6. uudistettu laitos. Helsinki: Tammi, 75.
- Valkosalo, T. 2012. Puhtaus & PalveluSektorin 1/2012, 3.
- Valkosalo, T. 2012. Puhtaus & PalveluSektorin 2/2012, 3.
- Vuori, J-P. 2011. Kasvun paikka. Helsinki: Talentum.

Elektroniset lähteet

Arvonlisäverolaki 1503/1993. [viitattu 15.3.2012]. Saatavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931501>

Asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa 1359/1999.

[viitattu 15.3]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19991359>

Davidsson, P., Steffens, P. & Fitzsimmons, J. 2009. Growing profitable or

growing from profits: Putting the horse in the front of the cart. [viitattu

13.3.2012]. Saatavissa Elsevier tietokannasta. Journal of Business Venturing, vol 24, 7/2009

<http://www.sciencedirect.com/aineistot.phkk.fi/science/article/pii/S0883902608000475>

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2006. Palvelut 2020 - osaaminen kansainvälisessä palveluyhteiskunnassa. [viitattu 14.2.2012]. Saatavissa:

http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset_julkaisut/arkisto/2006/18_10_2006_Palvelut2020_loppuraportti.pdf

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2012. PK-suhdannebarometri. [viitattu 20.3.2012].

Saatavissa:

http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset_julkaisut/2012/2_helmi/PKsb_helmikuu2012.pdf

Ennakkoperintälaki 1118/1996. [viitattu 9.3.2012]. Saatavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19961118>

Euroopan komissio. Eurooppalainen pk-yritysportaali. 2011. [viitattu 9.2.2012].

Saatavissa: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm

Euroopan komissio. Oikeusasiat. 2011. Sukupuolten palkkaeron kaventaminen.

[viitattu 29.2.2012]. Saatavissa: http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-pay-gap/files/gpg2011-leaflet_fi.pdf

Huomenta Toimitilapalvelut. 2012. [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa:

<http://www.huomenta.fi>

Häkkinen Skans, I. 2011. Kotitalouspalveluiden verovähennykset Suomessa ja Ruotsissa. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus. [viitattu 27.2.2012]. Saatavissa:

<http://www.veronmaksajat.fi/File/5bebaab6-a855-4cb9-8258-4da022febe81/VATTraportti%20kotitalousv%C3%A4hennyksest%C3%A4.pdf>

Jaakkola, E. Orava, M. & Varjonen, V. 2009. 4. painos. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua. Opas yrityksille. Tekes. [viitattu 22.2.2012].

Saatavissa verkkojulkaisuna:

www.tekes.fi/fi/.../palvelujen_tuotteistamisesta_kilpailuetua_pdf

Juva, K & Hynynen, A. 2011. Oivallus. Loppuraportti. Elinkeinoelämän keskusliitto. [viitattu 1.2.2012]. Saatavissa:

http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset_julkaisut/2011/5_touko/Oivallus-web-v4_final.pdf

Järvi, M-L. & Oinas, T. 2009. Mikroyrityksen kasvu. Oppimisen näkökulma. Jyväskylä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja. [viitattu 6.3.2012].

Saatavissa:

https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/2988/Jarvi_Oinas.pdf?sequence=1

Kiinteistöpalvelut ry. 2012. [viitattu 28.2.2012]. Saatavissa:

http://www.kiinteistopalvelut.fi/www/fi/tietoa_toimialasta/index.php

Kok, J., Vroonhof, P., Verhoeven, W. , Timmermans, N., Kvaak, T., Snijners, J. & Westhof, F. 2011. Do SMEs create more and better jobs. EIM Business & Policy Research [viitattu 5.3.2012]. Saatavissa:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/pdf/do-smes-create-more-and-better-jobs_en.pdf

Korhonen, E. 2011. Puhtauspalvelut ja työympäristö. Ostettujen

siivouspalveluiden laadun mittaamenetelmät ja laatu sekä siivouksen vaikutukset sisäilman laatuun, tilojen käyttäjien kokemaan terveyteen ja työn tehokkuuteen

toimistorakennuksissa. [viitattu 14.2.2012]. Saatavissa:

<http://dissertations.jyu.fi/studbiol/9789513943967.pdf>

Kotirinki Oy. 2012. [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa: <http://www.kotirinki.fi/>

Kovala, R. Reittejä pienen yrityksen kasvuun. Jyväskylä. Jyväskylän yliopisto [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa:

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/25728/URN:NBN:fi:jyu-201012213211.pdf?sequence=1>

Kumar, D. 2011. Enterprise growth strategy. [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa ebrary-tietokannassa <http://site.ebrary.com.aineistot.phkk.fi>

Laki kotitaloustyön väliaikaisesta verotuesta 728/1997. [viitattu 15.3.2012].

Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1997/19970728>

Laki yksityisistä sosiaalipalveluista 922/2011. [viitattu 15.3.2012]. Saatavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2011/20110922>

Lilius, A-L. 2008. Menestyjä etsii kasvutaskut. Talouselämä 20/2008, 46-47.

[viitattu 13.3.2012]. Saatavissa Talentum lehtiarkistossa: <http://la-static.talentum.fi/pdf/te/2305200846-ada26fe74014cd4545f6e6bca7fd0ba3.pdf>

Lith, P. 2012. Kiinteistöala suomen kansantaloudessa. [viitattu 15.2.2012].

Saatavissa:

http://www.kiinteistopalvelut.fi/www/fi/tietoa_toimialasta/tutkimukset/kiinteistoala_suomen_kansantaloudessa_yhteenvedo.pdf

Luukkonen, H. 2011. Tavoitteena toimialan kilpailukyky markkinoilla. Kiinteistö ja Isännöintilehti 4/2011, 17. [viitattu 29.2.2012]. Saatavissa:

http://www.kiinteistopalvelut.fi/www/fi/liitetiedostot/Kiinteist-ja-Isnninti-4_2011.pdf

Monahan, M., Shah, A. & Mattare, M. 2011. The Road Ahead. Micro Enterprise Perspectives on Success and Challenge Factors. [viitattu 13.3.2012.] Saatavissa ABI/INFORM Global (ProQuest)-tietokannassa Journal of Management Policy and Practise vol 12, 4/2011:

<http://search.proquest.com.aineistot.phkk.fi/docview/885150637/fulltextPDF?accountid=11365>

Mäki-Fränti, P. 2006. Pk-yritysten kasvu ja kasvuhakuisuus. Tutkimus suomalaisella yrityskyselyaineistolla. [viitattu 16.2.2012]. Saatavissa: [http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/all/27FFBF365A4299E0C22572640049349C/\\$file/jul41elo_2006_netti.pdf](http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/all/27FFBF365A4299E0C22572640049349C/$file/jul41elo_2006_netti.pdf)

Ojala-Paloposki, T. 2007. Puhdistuspalvelualan kehitys, ammatillinen osaaminen ja alan tulevaisuuden näkymiä. [viitattu 27.2.2012]. Saatavissa: <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu01859.pdf>

Partanen, E. & Sulasalmi, K. 2012. Laadukas kotityöpalvelu: Työvälineitä kotityöpalvelun laadunarviointiin ja kehittämiseen. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu [viitattu 29.2.2012]. Saatavissa: http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/39212/JAMKJULKAISUJA1282012_web.pdf?sequence=1

Saaranen-Kauppinen, A & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere. Yhteiskuntieteellinen tietoarasto [viitattu 20.2.2012]. Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>

Saru, E. 2009. SEWN AS A PATCHWORK - How bits and pieces from the HRM, HRD and OL perspectives can improve performance in small enterprises [viitattu 9.2.2012]. Saatavissa: http://info.tse.fi/julkaisut/vk/Ae16_2009.pdf

Sipari, A. 2010. Monimuotoisuuden johtaminen sisääntuloaloilla. Monikulttuurisuus voimavarana Palmian siivouspalveluissa. Tampereen Yliopisto, Johtamistieteiden laitos [viitattu 29.2.2012]. Pro gradu työ. Saatavissa: <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu04137.pdf>

Strategy Train. 2009. Small Enterprise Strategic Development Training. [viitattu 14.3.2012]. Saatavissa: Euroopan Unionin sivustolta <http://www.strategy-train.eu/index.php?id=144&L=2>

Suomen Laatatukuu Palvelut Oy. 2012. [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa: <http://www.laatatukuu.fi/>

Suomen Siivoustekninen liitto ry. 2012. Puhtausalan työllistävyys. [viitattu 15.2.2012]. Saatavissa:

<http://puhtausala.fi/modules/system/stdreg.aspx?P=803&VID=default&SID=749855779937899&A=open%3anews%3aitem%3a644&S=3&C=32762>

Suomen Yrittäjät ry. 2011. Pk-yritys - hyvä työnantaja. [viitattu 9.2.2012].

Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/File/52600f0c-6b1d-494f-ad1b-79f5839337a1/ytilastotFI.pdf>

Suutarinen J. 2011. Elinkeinoelämän keskusliitto. [viitattu 9.2.2012]. Saatavissa:

http://www.ek.fi/ek/fi/yrittajyys_ym/yrittajyys/tietoa_pk-yrityksista/pk_maaritelma.php

Tilastokeskus. 2012.[viitattu 9.2.2012]. Saatavissa:

<http://www.stat.fi/meta/kas/mikroyritys.html>

Tilastokeskus. 2012. PX-Web-tietokannat. [viitattu 15.2.2012]. Saatavissa:

<http://pxweb2.stat.fi/Dialog/Saveshow.asp>

Tornikoski, E., Saarakkala, M., Varamäki, E. & Kohtamäki, M. 2011. Pk-yrityksen kasvutekijät ja kasvun hallinta: viitekehys kasvun haasteiden tunnistamiseksi. Tiivistelmä. [viitattu 6.3.2012]. Saatavissa:

http://lta.hse.fi/2011/1/lta_2011_01_foreword.pdf

Tuovinen, M. 2007. Valtiovarain ministeriö. Kansantalouselämys. Yksityiset kotityöpalvelut ja kotitalousvähennys. [viitattu 27.2.2012]. Saatavissa:

http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/075_verotus/20070605Yksityy/kotitalousvahennys2007.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Hilma-portaali. [viitattu 23.3.2012]. Saatavissa:

<http://www.hankintailmoitukset.fi/fi/notice/view/2012->

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Mol.fi -palvelu. [viitattu 26.2.2012].

Saatavissa: <http://mol.fi/etusivu/index.html>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. [viitattu 9.2.2012]. Saatavissa:

<http://www.tem.fi/index.phtml?s=4052>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. YritysSuomi -portaali. [viitattu 19.3.2012].

Saatavissa:

http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/palvelupolku?pp=polku_Terveyttaminen

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2011. Kasvuyrityskatsaus 2011. [viitattu 17.2.2012].

Saatavissa: http://www.tem.fi/files/29659/TEM_Kasvuyrityskatsaus_2011.pdf

Työturvuslaitos. 2012. [viitattu 24.4.2012]. Saatavissa:

http://www.ttl.fi/duunitalkoot/mina_4_0.html

Varjonen, J., Aalto, K. & Leskinen, J. 2007. Täsmällistä, ammattitaitoista ja edullista - kuluttajapalautetta kotitalousmarkkinoille. Kuluttajatutkimuskeskus julkaisuja 2/2007. [viitattu 9.3.2012]. Saatavissa:

http://www.ncrc.fi/files/5010/2007_02_julkaisu_kotitalous.pdf

Verohallinto. 2012. [viitattu 27.2.2012]. Saatavissa: [http://vero.fi/fi-](http://vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Kotitalousvahennys)

[FI/Henkiloasiakkaat/Kotitalousvahennys](http://vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Kotitalousvahennys)

Verohallinto. 2012. [viitattu 9.3.2012]. Saatavissa: [http://vero.fi/fi-](http://vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Yritys_tyonantajana)

[FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Yritys_tyonantajana](http://vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Yritys_tyonantajana)

Veronmaksajain keskusliitto ry. 2012. [viitattu 27.2.2012]. Saatavissa:

<http://www.veronmaksajat.fi/omatveroasiat/kotitalousvahennys/kotitalousvahennyksentekeminen/>

Uusitalo, R. 2005. Kasvattiko kotitalousvähennys todellakin työllisyyttä.

Työpoliittinen aikakauskirja 2/2005. [viitattu 27.2.2012]. Saatavissa:

http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/aikakausi/tak/2005/02/TAK_2005_2_8.pdf

Suulliset lähteet

Tanner, J & Ikonen, H. 2012. Minustako yrittäjä. Luento 21.2.2012 Pirkanmaan Ely-keskus.

LIITTEET

8.1 Liite 1 Haastattelurunko

Montako vuotta yritys on toiminut? Miksi valitsit tämän yhtiömuodon?

Henkilökunnan ja liikevaihdon määrä?

Miksi perustit yrityksen?

Miten olet hankkinut yritystoimintaan tarvittavan ammattitaidon?

- ammatillinen osaaminen
- liiketoimintaosaaminen
- mitä on substanssiosaaminen eli ydinosaaminen puhtausalalla

Mikä edellä mainituista osaamisista on merkittävintä yritystoiminnassasi?

Mitkä ovat yrityksen tärkeimmät kehityskohteet ?

Onko yrityksen kehittäminen ja kasvu ollut suunniteltua?

Miten kasvu on saatu aikaan?

- nykyiset palvelut markkinaosuutta lisäämällä
- uudet markkinat nykyiset palvelut
- tuote ja palvelukehitys
- uudet tuotteet - uudet markkinat

Miksi valitsit tämän tien kasvamiselle?

Onko kasvaminen ollut kannattavaa?

Missä ovat puhtausalan tulevaisuuden markkinat?

Mikä on tavoitteesi liiketoiminnassa tällä hetkellä?

8.2 Liite 2 Opas puhtausalan pienyrittäjälle

Mikroyritys työllistää enintään yhdeksän henkilöä ja sen liikevaihto tai taseen loppusumma voi olla enintään kaksi miljoonaa euroa. Kiinteistöpalvelualaan kuuluvalla puhtausalalla oli vuoden 2012 tammikuussa 4569 yritystä. Niistä 93 % on mikroyrityksiä. Alalle perustetaan paljon yrityksiä ja samaan aikaan alalta poistuu paljon yrityksiä. Kotitöiden muuttuminen ostettaviksi kotitalouspalveluiksi on lisännyt viime vuosina puhtausalan yritysten määrää.

Haasteita ovat kova kilpailu, yritystoiminnan aloittamisen helppous sekä puutteellinen osaaminen. Tässä oppaassa tarkastellaan puhtausalan mikroyritysten kehittymiseen ja kasvuun liittyviä asioita yrittäjän näkökulmasta. Opas on tarkoitettu puhtausalan mikro- tai pienyrittäjälle, joka on kiinnostunut kehittämään ja kasvattamaan omaa yritystoimintaansa tai yritystä perustavalle tai suunnittelevalle henkilölle.

Tässä oppaassa käsitellään tiivistetysti puhtausalan yrittäjyyteen vaikuttavia asioita, mutta tämä ei ole kaikenkattava perusteos. Yrittäjyys vaatii aina riskinottohalua ja -kykyä, alkupääomaa, ahkeruutta ja vaikeuksien sietokykyä sekä monia muita asioita, mitä tässä ei ole käsitelty.

Yrittäjyyteen johtavia syitä:

- Perheen tai lähipiirin yrittäjyys tukee aloittavaa yrittäjää oman yrityksen perustamisvaiheessa.
- Muutoksenhalu nykyiseen työhön tai työttömyyteen.
- Yrittäjyyden tuoma itsenäisyys.
- Yrittäjäksi ryhtymiseen vaikuttava asia on halu työllistää itse itsensä ja näin hyödyntää oma osaamisensa.

Yhtiömuodon valitseminen:

- Osakeyhtiömuodon valinnut yritys pitää selvempänä erottaa yritystoiminnan omasta taloudestaan.

- Toiminimen perustaminen on helppoa ja rahaliikenne sujuvaa.
- Jos suunnittelet kasvua, niin osakeyhtiömuoto antaa uskottavuutta liiketoimintaan

Verotus:

- Arvonlisävero on raha, joka tulee asiakkaalta yrityksen tilille ja yrittäjä on tavallaan veronkantaja, joka tilittää valtiolle kuuluvan osan arvonlisäveroa verohallinnolle.
- Asiakkaalle ilmoitettava hinta pitää opetella alun perin ajattelemaan niin, että veroton hinta + arvonlisävero = kokonaishinta asiakkaalle. Kuluttaja-asiakkaalle hinta pitää ilmoittaa arvonlisäverollisena.
- Yrityksen myydessä tuotteita tai palveluita toiselle yritykselle, käytetään markkinoinnissa yleisesti verottomia hintoja tai hinta ilmoitetaan arvonlisäverottomana + arvonlisävero = kokonaishinta.
- Jos kotipalveluyrittäjä on suorittanut ilmoituksenantovelvollisuuden sosiaalihuoltopalveluiden palveluntarjoajana kunnalle tai kaupungille, niin hän voi myydä esimerkiksi siivouspalvelua arvonlisäverottomasti muut kriteerit täyttäessään
- yhtiömuodon valinnalla on merkitystä tuloverotukseen

Markkinat:

- Yrityksen kehittymiseen ja kasvuun vaikuttavat kysyntä eli markkinat ja oman aseman löytäminen markkinoilla.
- Kysyntä luo toimivat markkinat, joten yrittäminen on helpompaa kasvukeskuksissa kuin pikkukaupungeissa.

Osaaminen:

Osaaminen henkilöityy yrittäjään itseensä ja yrityksen henkilöstöön. Puhtausalan mikroyrittäjän ydiosaaminen on hyvä siivoustyön hallinta yhdistettynä liiketoimintaosaamiseen, mikä mahdollistaa myynnin tekemisen.

Yritystoiminnan lähtökohtana voidaan pitää työn tuottamista asiakkaalle ja yrityksen on pystyttävä luomaan itselleen asiakaskunta. Visio on näkemys yrityksen tulevaisuudesta ja strategia on keino saada se toteutumaan. Yrittäjän pitää selvittää itselleen peruslähtökohdat, mitä hän haluaa omalta yritystoiminnaltaan.

Puhtausalan yrittäjälle toimialan monipuolinen koulutus ja työkokemus antavat hyvät lähtökohdat yrittäjyyteen. Siivoustyön hallinta on tärkeää.

- Yritystoiminnan käynnistysvaiheessa tarvitaan suunnitelmallisuutta. Liiketoimintasuunnitelman huolellinen tekeminen ja sen noudattaminen ensimmäisinä vuosina.
- Vuorovaikutustaidot ovat puhtausalalla toimiville tärkeitä.
- Myyntityö ja matemaattinen ajattelu hinnoittelussa ovat tärkeitä ja muodostavat myyntiosaamisen
- Tilaisuuksiin tarttuminen

Kasvu:

- Liiketoiminnan vakauttaminen ja kasvun maltillisuus ovat perustana varsinaiselle kasvun tavoittelulle. Alkuvaiheessa aikaa ei ole tarpeeksi kehittämiseen, toiminta on saatava vakautettua, jotta aikaa riittää kehittämiseen ja kasvuun. Kannattavuus ja maltillisuus kuuluvat yhteen. Maltillinen kasvu ei vaaranna jo olemassa olevia asiakassuhteita.
- Kannattavuus ja tavoitteellisuus yhdistetään huolellisella ennakkosuunnittelulla. Liiketoimintasuunnitelmassa voi laskea etukäteen kulut ja tuotot, ja jos toteutus onnistuu, niin toiminta on kannattavaa silloin, kun yrittäjä on etukäteen sen arvioinut.
- Tavoitteellisuus mahdollistaa onnistumisen
- Kaikki yritykset eivät tavoittele kasvua, mutta jos sitä tavoitellaan, on tärkeää löytää omaan yrittämiseen sopiva kasvun muoto.
- Kasvun muotoja voivat olla:
 - Hyvän työn aikaansaama kysyntä
 - Aktiivinen myynti
 - Uusien palveluiden kehitys ja tuotteistus

- Kokonaispalvelupakettien myynti
- Tuotemyynti
- Fuusio toisen yrityksen kanssa

Parhaat edellytykset pärjätä puhtausalan yrittäjänä on hankkia hyvä toimialaosaaminen. Kokonaisuuden hallinta tarkoittaa laajaa siivouksen teknistä osaamista, palveluosaamista sekä liiketoimintaosaamista. Myynti- ja hinnoitteluosaaminen on yrittäjän mahdollisuus muuttaa toimialaosaaminen siivoussopimuksiksi, josta seuraa yrityksen kasvu. Kehittyäkseen osaajaksi tarvitaan työkokemusta erilaisista puhtausalan työtehtävistä. Toimialaosaaminen ei synny hetkessä. Se on asiantuntijuutta, johon pääseminen tapahtuu vaiheiden kautta.

Substanssiosaamisella eli ydinosaamisella on merkitystä yrityksen menestyksessä. Puhtausalan substanssiosaaminen on vahvaa siivoustyön hallintaa liitettynä liiketoimintaosaamiseen, joka mahdollistaa myynnin onnistumisen. Se antaa mahdollisuudet pärjäämiseen.

Vuorovaikutustaidot:

- Vuorovaikutustaidot mahdollistavat osaamisen hyödyntämisen. Tilaisuuksiin tarttuminen ja yhteistyö muiden yrittäjien kanssa luovat mahdollisuuksia.
- muuttavat oman ammattitaidon bisneksen muotoon