



LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KIINTEISTÖJEN OSTO-, SANEERAUS- JA MYYNTIYRITYKSELLE

Teea Pöysti

Opinnäytetyö
Lokakuu 2011
Liiketalouden koulutusohjelma
Proakatemia
Tampereen ammattikorkeakoulu

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Yrittäjyys/Proakatemia

Teea Pöysti: Liiketoimintasuunnitelma kiinteistön osto-, saneeraus- ja myyntiyritykselle

Opinnäytetyö 31 sivua, liitteet 22 sivua

Lokakuu 2011

Tämä opinnäytetyö on liiketoimintasuunnitelma kiinteistön omistus-, saneeraus- ja myyntiyritykselle. Opinnäytetyössä käydään läpi yrityksen tarvitsemää alkupääomaa, niin henkistä kuin fyysistä, sekä aloituksessa tarvittavia työkaluja toimivaa yritystä varten.

Teoriaosuudessa käydään läpi kilpailijoita, myyntikanavia, strategiaa, rahoitusta ja muita yrityksen perustajalle olennaisia asioita. Teoriaosuus avaa näkemään yritystoiminnan eri osa-alueet kokonaisuudessaan. Teoriaosuus helpotti lähtökohtien selvittämistä ja syvensi tietoa itse liiketoimintasuunnitelmaa varten. Opinnäytetyö käy sellaisenaan myös yrityksen toiminnan aloitukseen ja rahoituksen hakemista varten

Työ on saanut uskomaan yritykseen ja sen mahdollisuuksiin. Ilman tätä työtä moni asia olisi voinut jäädä huomiotta tai koko liikeidea toteuttamatta. Voin tämän työn pohjalta nähdä itseni lainaneuvotteluissa liiketoimintasuunnitelma mukana. Työ on tehty aikaisempien suunnitelmien pohjalta syventäen ideaa kiinteistöjen omistamisesta ja niiden myynnistä.

Liiketoimintasuunnitelman osuus on työssä salainen, koska yritystä ei ole vielä perustettu, mutta tulevaisuudessa se on aikomus perustaa.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Entrepreneurship / Proacademy
Teea Pöysti: The business plan of real estate ownership, renovation and sales company
Bachelor's thesis: 31 pages, 22 appendices pages

This bachelor's thesis is a business plan for a company focusing on real estate trading and renovation. In this work, start-up capital, both physical and mental, is processed, and the tools needed in the early stages to run an operating company are described. The purpose of this work is to make it easier and faster to develop a business from the idea stage to a fully considered, functioning company.

The material used in this thesis has opened use my eyes to see a bigger picture of the company than before. The theory made it easier to clarify and deepen understanding of fundamental issues. Important issues about the forms of financing and marketing came up. The thesis can be used as a guide to starting up a company and applying for a loan. The work introduces competitors, sales channels, strategy and finance, but also the theory about what these concepts mean. It was instructive to learn the theory, but also apply it to practice. Working with this project has changed my thoughts about the most suitable form of funding. Studying the theory has revealed new opportunities and options, while at the same time revealing complexity in matters that seemed obvious.

The work has made me to believe in the company and its opportunities. Many things might have been overlooked without this work. On the basis of this work I can see myself handling the loan negotiations. This part is covered in the business plan. The work has been done on the basis of previous plans, deepening the idea of property ownership and sales.

The business plan part of the work is confidential, because the company has not been established yet, but there is an intention to establish it in the near future.

Key words: business plan, entrepreneurship

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 YRITTÄJYYS SUOMESSA	8
3 LÄHTÖKOHTATILANNE	9
4 STRATEGIA.....	11
4.1 Liikeidea	11
4.2 Visio	11
4.3 Arvot.....	12
4.4 Tavoitteet.....	12
5 YHTIÖMUODOT	13
5.1 Toiminimi	13
5.2 Avoin yhtiö.....	13
5.3 Kommandiittiyhtiö	14
5.4 Osakeyhtiö	14
5.5 Osuuskunta	15
6 KYSYNTÄ JA ASIAKKAAT	16
6.1 Kilpailijat	16
6.2 Kilpailuetu.....	16
6.3 Kohderyhmä.....	17
7 MARKKINOINTI	18
7.1 Aloittavan yrityksen markkinointi	18
7.2 Myyntitavoitteet	19
7.3 Myyntikanavat	20
8 TUOTANTOSUUNNITELMA.....	21
8.1 Tavarantoimittajat.....	21
8.2 Alihankinta.....	21
8.3 Investoinnit	22
9 RAHOITUSVAIHTOEHDOT.....	23
9.1 Starttiraha.....	23
9.2 Yrittäjälaina.....	24
9.3 Pankkilaina	24
10 TALOUSSUUNNITELMA	25
10.1 Rahoituslaskelma	25
10.2 Kannattavuuslaskelma	25
11 RISKIT	26
11.1 Riskien arviointi	26

11.2 Riskien hallinta	27
12 JOHTOPÄÄTÖKSET	28
LÄHTEET.....	30
LIITE 1: Liiketoimintasuunnitelma	32

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on tehdä liiketoimintasuunnitelma yritykselle, jonka toimialaa on kiinteistön omistus, saneeraus ja myynti. Toimivan liiketoimintasuunnitelman tarvitsen silloin, kun lähdän hakemaan omalle yritykselle rahoitusta ja starttirahaa.

Opinnäytetyön teoriassa käsittelen yrityksen perustamiseen liittyviä oleellisia ja tärkeitä asioita. Teoriassa käsitellään muun muassa yhtiömuotoja, strategiaa, kysyntää sekä yritystoiminnan riskejä. Tutkin myös opinnäytetyössä tarkasti erilaisia rahoitusmahdollisuuksia ja millaisia lainoja yrityksen on mahdollista saada. Liitteenä löytyy perustettavalle yritykselle valmis liiketoimintasuunnitelma, rahoituslaskelma sekä kannattavuuslaskelma

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia onko kannattavaa perustaa ensin yritys Pirkanmaalle vai mahdollisesti aloittaa toiminta ensin yksityishenkilöinä ja myöhemmin perustaa yritys. Tällöin voi samalla olla töissä muualla ja keskittyä tekemään remontit iltaisin ja viikonloppuisin.

Lähdin opiskelemaan Tampereen ammattikorkeakouluun Proakatemiaalle, koska ajatuksissa on ollut perustaa oma yritys. Proakatemia on Tampereen ammattikorkeakoulun yrittäjyyden yksikkö, jossa opiskelu perustuu tiimiyrittäjyyteen ja yrityksen perustamiseen sekä sen toimintaan. Oppiminen tapahtuu erilaisten projektien kautta, tiedon jakamisen, ammattikirjallisuuden lukemisen ja seminaarien kautta.

En ole aikaisemmin uskaltanut lähteä yrittäjäksi ilman kokemusta, eikä minulla ole ollut halua alkaa yrittäjäksi yksin. Proakatemiaalta olen saanut uusia oppeja ja uskallusta lähteä viemään ajatusta ja liikeideaa eteenpäin. Opintoni ovat lisäksi vahvistaneet ajatuksiani oman yrityksen perustamisesta.

Yritysideana on ostaa edullisia ja huonokuntoisia asuntoja, remontoida ne sekä myydä ne eteenpäin kohtuullisella voitolla. Yrityksessä tulee toimimaan myös

mieheni, jolla on vankka kokemus LVI-alalta, remontoinnista sekä projektinhoitamisesta. Minulla on useiden vuosien kokemus asiakaspalvelusta, liiketalouden opiskelusta sekä yrittäjyydestä Proakatemiaalla osuuskunnan jäsenenä. Työskentely osuuskunnassa on projektiluonteista ja minulla on kokemusta projektien tekemisestä sekä projektipäällikön tehtävistä. Olen myös toiminut kaupan alalla esimiestehtävissä.

2 YRITTÄJYYS SUOMESSA

Yritysten menestymisen takana on henkilökunnan yrittäjämäinen kosketus työhön, jota myös sisäiseksi yrittäjyydeksi kutsutaan. Suomessa yrittäjyyttä tuetaan esimerkiksi erilaisilla yrittäjyyden kehittämishankkeilla. Hankkeiden tavoitteena on luoda lisää työpaikkoja ja parantaa yrittäjien asemaa. Lisäksi niiden avulla kannustetaan yrittäjämönteisempää asennetta niin yhteiskunnassa kuin yksityishenkilöidenkin osalta. Hankkeiden tarkoituksena on opastaa uutta yrittäjäsukupolvea sekä madaltaa kynnystä oman yrityksen perustamiseen. Suomessa on myös paljon auttavia tahoja, joilta saa apua yritystoimintaa perustettaessa. Moni näistä palveluista sijaitsee Internetissä. (Raatikainen 2011, 8-9.)

Työ ja elinkeinoministeriön mukaan vuoden 2009 lopussa yrittäjiä on ollut Suomessa 266 000 (Yrittäjäkatsaus 2010). Näistä yrityksistä merkittävä osa (46 %) on osakeyhtiöitä. Toiseksi eniten on toiminimiä (41 %). Kommandiittiyhtiöitä on (8 %), avoimia yhtiöitä (3 %) ja osuuskuntia prosentti. (Raatikainen 2011, 14.)

Yrittäjyyden muodot voidaan jaotella ulkoiseen yrittäjyyteen ja sisäiseen yrittäjyyteen. Ulkoisesta yrittäjyydestä puhuttaessa yrittäjällä on oma itsenäinen yritys. Usein nämä yritykset ovat pienikokoisia ja yrittäjä itse omistaa yrityksen, johtaa sitä ja toimii siellä myös työntekijänä. Sisäisellä yrittäjyydellä taas tarkoitetaan sitä, että työorganisaatiossa toimitaan yrittäjämäisesti. Tällöin työntekijöiden motivaatio on korkealla luoda uusia tuotannonhyödykkeitä, kehittää koko ajan yritystä sekä omaa toimintaa. (Raatikainen 2011, 16.)

3 LÄHTÖKOHTATILANNE

Lähtökohtatilanne kertoo missä tilanteessa yrittäjä on tällä hetkellä. Sen tarkoituksena on myös kartoittaa yrittäjän vahvuudet ja heikkoudet. Omien vahvuuksien ja heikkouksien tunnistaminen on yritystoiminnan kannalta tärkeää, koska niiden pohjalta voidaan lähteä miettimään omia toimintatapoja hyödyntäen omia vahvuuksia. Nykyaikana yrityksen perustajalta vaaditaan myös asiantuntemusta ja osaamista monelta alueelta. Yrittäjän täytyy hallita jonkin verran esimerkiksi markkinointia ja talousasioita. Keskeistä on myös se, että yrittäjä hallitsee oman yrityksensä erikoistumisalueen. (Ruuska & Karjalainen & Johnsson 2001, 20.)

SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on työväline, jonka avulla voi selvittää oman yrityksen ja yrittäjän vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia sekä uhkia (Puustinen 2006, 69). Vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen oman toiminnan nykytilannetta, kun taas mahdollisuudet ja uhat kuvaavat yrityksen toimintaympäristön tulevaisuutta (Pitkämäki 2000, 79). Vahvuuksiin voi luetella yrittäjän omia hyviä ominaisuuksia, kuten esimerkiksi luovuutta ja asiantuntijuutta sekä yrityksen vahvuuksia, joita voivat olla esimerkiksi vakavaraisuus tai uudenlainen yritysidea. Heikkouksiksi voi luetella pienen pääoman tai osaamattomuuden markkinoinnissa. Mahdollisuudeksi voidaan katsoa yrityksen liiketoiminnan kasvun mahdollisuus sekä uudet yhteistyökumppanuudet. Uhkiksi voidaan luetella liiketoimintaan mahdollisesti vaikuttavia haitallisia tekijöitä, kuten ilmastonmuutos tai ylivoimaiset kilpailijat. (Puustinen 2006, 69-70.)

Realistisen ja valmiin SWOT-analyysin avulla voidaan lähteä kartoittamaan oman yrityksen tärkeimpiä vahvuustekijöitä, joiden varaan yrityksen strategian voi rakentaa. Omien vahvuuksien tunnistaminen ja omien heikkouksien tiedostaminen on keskeistä yritystoiminnan aloittamiselle. (Ruuska & Karjalainen & Johnsson. 2001, 73.) Alla löytyy selventävä kuvio SWOT-analyysistä.

SWOT - analyysi

	MYÖNTEISET ASIAT	KIELTEISET ASIAT
YRITYS	Vahvuudet	Heikkoudet
ULKOINEN YMPÄRISTÖ	Mahdollisuudet	Uhat

S = strenghts (vahvuudet) **W** = weaknesses (heikkoudet)
O = opportunities (mahdollisuudet) **T** = threats (uhat)

Kuvio 1. SWOT-analyysi (Helakorpi 2006)

4 STRATEGIA

4.1 Liikeidea

Liikeidea kertoo mistä syystä yritys on olemassa ja millaisia yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut ovat. Se myös kertoo mitä ja kenen tarpeita varten yritys ja yrityksen tuotteet on valmistettu. Liikeideassa huomioidaan kysymykset mitä, kenelle ja miten. Mitä tuotetta tai palvelua myydään, mille asiakasryhmälle, miten myydään ja miten markkinoidaan. (Ilmoniemi ym. 2009, 52.)

Liikeidealla on merkittävä rooli yrityksen menestymisen ja kannattavuuden kannalta. Tärkeintä liikeidealle on sen toimivuus, jolloin sen ei välttämättä tarvitse olla täysin erilainen tai aivan uusikaan idea. (Meretniemi & Ylönen 2009, 19.) Liikeidealle tärkeimpiä edellytyksiä on myös se, että se onnistuu täyttämään jonkin asiakasryhmän tarpeen, jolloin yrityksen tuotteille tai palveluille löytyisi myös kysyntää (Keksintösäätiö - Mikä on liikeidea?).

Yrittäjän kannalta on etu, mikäli hänen liikeideansa vakuuttaa myös yrityksen ulkopuoliset sidosryhmät. Sidosryhmiin voivat kuulua esimerkiksi rahoittajat, sijoittajat sekä työvoimaviranomaiset. Hyvä liikeidea takaa helpommin rahoituksen yritykselle. Myös yrittäjän oma usko liikeideaan voi edesauttaa sidosryhmien vakuuttamisessa. (Sutinen & Viklund 2006, 56.)

4.2 Visio

Visio on näkemys siitä, millaisena yrityksen tulevaisuus nähdään esimerkiksi kolmen tai kymmenen vuoden päästä. Visio laaditaan yritykselle tai yrittäjälle itselleen. Visio sisältää myös yrittäjän tulevaisuuden näkymät. (Meretniemi & Ylönen 2009, 29.) Visio heijastaa yrityksen arvoja. Hyvän vision ominaisuuksia ovat selkeys, yksinkertaisuus, uskottavuus ja joustavuus. Visio kannattaa laatia tarpeeksi pitkälle ajanjaksolle ja sellaiseksi, että sen myös itse haluaa toteutuvan. (Kinkki & Isokangas 2004, 275.)

4.3 Arvot

Arvot kuvaavat yrityksen tahtotilaa ja periaatteita. Arvojen tulee olla uskottavia, todellisia ja ne tulee huomioida yrityksen toiminnassa. (Sipilä 2009, 14.) Yrityksen arvot täytyy laatia sellaiseksi, että yrittäjä uskoo niihin ja muokkaa yritystoimintaa niiden mukaiseksi. Yrittäjän henkilökohtaiset arvot eivät saa olla ristiriidassa yrityksen toiminnan kanssa. Yrityksen arvot kulkevat rinnakkain yrityksen mission, vision ja toiminta-ajatuksen kanssa. (Pyykkö 2011, 77.)

4.4 Tavoitteet

Yrityksen laatimien tavoitteiden pohjalta yrityksen liiketoimintastrategiaa ja toimintaa lähdetään toteuttamaan. Tavoitteiden avulla yritystoiminnalle saadaan selvä suunta ja yrityksen organisaatio voi viedä toimintaa eteenpäin tavoitteita kohti. Tavoitteiden laatiminen vaikuttaa myös työntekijöiden työskentelytapoihin, jolloin hekin osaavat varautua siihen, millaista työpanosta heiltä odotetaan. (Pitkämäki 2000, 103.)

Tavoitteilla voidaan seurata onko yrityksen laatima strategia toteutunut tai toteutumassa lähiaikoina. Tavoitteiden seuraamisen tulee olla helppoa ja vaivatonta, siksi niistä kannattaakin tehdä mahdollisimman yksinkertaisia ja selkeitä. Tavoitteita asetetaan esimerkiksi liikevaihdolle, myyntituottojen määrään, markkina-asemaan ja yrityksen kehitykseen. (Pitkämäki 2000, 102-103.)

5 YHTIÖMUODOT

5.1 Toiminimi

Toiminimen voi perustaa yrittäjäksi aikova luonnollinen henkilö, ei yritykset. Toiminimi on suosituin yritysmuoto, koska se on halpa perustaa, sen perustaminen ei edellytä pääomaa, eikä siinä ole tilintarkastusvelvollisuutta. Toiminimen perustaminen on helppoa, jolloin perustamiseksi riittää ilmoitus kaupparekisteriin. Kaupparekisteriin tulee ilmoittaa toiminimen nimi, toimiala ja yhteystiedot. Toiminimi sopii myös sellaisille henkilöille, jotka perustavat yrityksen palkkatyön rinnalle tai muutoin haluavat pitää liiketoimintansa pienenä. (Puustinen 2006, 97.) Toiminimen perustajalla on paljon vapautta päättää yrityksen asioista itse, mutta samalla siinä korostuu myös suuri vastuu, sillä hän on vastuussa koko omaisuudellaan yritystoiminnan kannattavuudesta (Raatikainen 2011, 69).

5.2 Avoin yhtiö

Avoimessa yhtiössä on oltava vähintään kaksi yhtiömiestä, jotka ovat myös omalla omaisuudellaan vastuussa muiden yhtiömiesten tekemistä päätöksistä. Yhtiökumppanin valinta kannattaa miettiä tarkoin, sillä avoimessa yhtiössä luottamus on tärkeää sekä yhteistyön on oltava helppoa, sillä päätökset tehdään yhtiön perustamisen yhteydessä laaditun yhtiösopimuksen mukaan. Yhtiömiehet voivat nostaa palkkaa tai ottaa tarvittaessa rahaa yksityisottoina. Avoin yhtiö vaatii tilintarkastajat. Avoimeen yhtiöön ei kenenkään välttämättä tarvitse sijoittaa rahaa, jolloin myös oma työpanoskin riittää. Toiminnan aloittaminen on kuitenkin helpompaa, mikäli yrityksessä on omaa tai vierasta pääomaa. Vastuu yhtiömiesten välillä menee rahapanoksen tai työpanoksen mukaan. Avoin yhtiö valitaan yleensä, kun kyseessä on pieni yritys tai perheyritys. (Raatikainen 2011, 69.)

5.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiössä on vähintään kaksi yhtiömiestä, joista toinen on vastuunalainen ja toinen äänetön yhtiömies. Vastuut yhtiömiesten välillä eroavat toisistaan suuresti, sillä vastuunalainen yhtiömies vastaa koko omaisuudellaan yrityksen kannattavuudesta, kun taas äänetön yhtiömies vastaa ainoastaan sijoittamallaan summalla. Vastuunalaisella yhtiömiehellä on yrityksen nimenkirjoitusoikeus ja päätösvalta. Lisäksi hän toimii yhtiön edustajana. Äänettömällä yhtiömiehellä ei ole päätösvaltaa, mutta hänellä on oma sijoitus yhtiöön, josta maksetaan korkoa sijoitukselle. (Raatikainen 2011, 70.) Äänettömän yhtiömiehen täytyy sijoittaa rahaa tai omaisuuttaan yritykseen, kun taas vastuunalaiselle yhtiömiehelle oma työpanos riittää (Puustinen 2006, 99). Kommandiittiyhtiö on kirjanpitovelvollinen, jolloin tilintarkastajan käyttäminen on suositeltavaa. Kommandiittiyhtiöt ovat yleisimpiä pienten ja keskisuurten yritysten keskuudessa. (Raatikainen 2011, 70.)

5.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiön perustaminen on maksullista ja sen perustaminen on hieman työlämpää, kuin henkilöyhtiöiden. Osakeyhtiön perustaminen tapahtuu yhden tai useamman yksityishenkilön tai yrityksen toimesta. Osakeyhtiön voi perustaa myös säätiö, kunta tai valtio. Osakeyhtiöön täytyy sijoittaa alkupääomaksi vähintään 2500 €, kun taas julkisen osakeyhtiön alkupääomaksi vaaditaan 80 000 €. Osakkeenomistaja on vastuussa vain yritykseen sijoittamallaan pääomalla. Osakeyhtiö on tilintarkastusvelvollinen ja sen tulee tehdä joka vuosi tilinpäätös ja tase Patentti- ja rekisterihallitukselle. (Raatikainen 2011, 70.)

Osakeyhtiö sopii rahoitusta tarvitseville keskisuurille ja suurille yrityksille. Osakeyhtiön perustamisessa on monta eri vaihetta. Täytyy tehdä perustamiskirja, laatia yhtiöjärjestys, merkitä osakkeet, täytyy pitää perustamiskokous ja maksaa osakepääoma sekä ilmoittaa yhtiö kaupparekisteriin. (Raatikainen 2011, 70-72.)

5.5 Osuuskunta

Osuuskunta ei ole yhtä yleinen yhtiömuoto kuin muut, mutta osuuskuntien määrä on lisääntynyt aiemmasta huomattavasti. Osuuskunta on yleinen erityisesti tiimiyritysten keskuudessa. (Raatikainen 2011, 72.) Osuuskuntaa perustettaessa henkilöitä täytyy olla vähintään kolme. Perustamisen jälkeen henkilöistä tulee osuuskunnan jäseniä ja he voivat olla joko luonnollisia henkilöitä tai oikeushenkilöitä. (Holopainen 2010, 34.)

Osuuskunnan perustaminen edellyttää kirjallista sopimusta osuuskunnan säännöistä. Säännöissä tulee ilmetä muun muassa seuraavat asiat: nimi, toimiala, kotipaikka, osuusmaksun suuruus, suoritustapa sekä suoritusaika. Osuuskunnan jäsenet ovat keskenään tasavertaisia ja jokaisella jäsenellä on yksi ääni. Osuuskunta täytyy ilmoittaa kaupparekisteriin. (Raatikainen 2011, 72-73.) Osuuskunnalla tulee olla hallitus, jonka henkilömäärä on määrätty osuuskunnan säännöissä. Yleensä hallituksessa on henkilöitä yhdestä seitsemään. (Holopainen 2010, 35.) Muista yhtiömuodoista poiketen osuuskunnan päätavoitteena ei ole voitto, vaan osuuskunnan jäsenten toiminnan tukeminen. Osuuskunnan toiminnasta jokainen osakas vastaa vain sijoittamallaan summalla. Osuuskunnasta on helppo erota ja sinne on myös helppo ottaa uusia jäseniä. (Puustinen 2006, 102-104.)

6 KYSYNTÄ JA ASIAKKAAT

6.1 Kilpailijat

Yrittäjän kannattaa käyttää aikaa yrityksen kilpailijoihin tutustumiseen ja heidän tuotteisiinsa. Kilpailija-analyysi voi auttaa erottelemaan suurimmat kilpailijat ja siinä voi myös miettiä kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia. Kilpailijan toimintatapoihin, kuten heidän käyttämiinsä markkinointikeinoihin sekä hinnoittelumalleihin, kannattaa syventyä. Yritystoiminnan kannalta alan kilpailutilanteen tiedostaminen ja pahimpien kilpailijoiden tunnistaminen on myös keskeistä. (Meretniemi & Ylönen 2009, 31.)

Strategisesti tärkeää on miettiä kuinka suhtautua toimialan muihin yrityksiin. Niitä voi joko pitää kovina kilpailijoina tai vertailukohteina. Kilpailijoita ei aina kannata pitää pelkästään huonona asiana, koska joskus yrityksen omakin asema voi parantua kilpailijan ratkaisujen takia. Pienen yrityksen kannattaa pitää kilpailijoita esimerkkinä ja selvittää syyt heidän menestykseensä ja oppia siitä. Joissain tapauksissa voi jopa käydä niin, että muita kilpailijoita tarkkailemalla voi löytyä keinoja viedä koko toimialaa eteenpäin ja sitä kautta omaa yritystä. (Pitkämäki 2000, 43.) Hyvän kilpailijan voi havaita muun muassa seuraavista tekoista:

1. toiminnan tehokkuus kohenee kilpailusta,
2. asiakkaiden luottamus paranee alaan ja tuotteisiin kilpailun ansiosta
3. alan hintataso pysyy järkevänä.

(Pitkämäki 2000, 44-45.)

6.2 Kilpailuetu

Kilpailuedut voidaan jakaa absoluuttiseen ja suhteelliseen kilpailuetuun. Absoluuttisessa kilpailuedussa korostetaan johtavaa markkina-asemaa, kun taas suhteellisessa kilpailuedussa haetaan vertailua muihin alalla oleviin yrityksiin. Absoluuttinen kilpailuetu on yleensä suurilla yrityksillä, koska yrityksen suuri

koko mahdollistaa esimerkiksi edullisen hinnoittelun suuren tuotantomäärän takia. Kilpailuetuna voidaan myös pitää suurta työyhteisöä, jolloin erityisosamista löytyy varmemmin suuressa joukossa. Suhteellisen kilpailuedun yritys voi taas menestyä käyttämällä hyväkseen suurten yritysten markkina-aukkoja tai vain yksinkertaisesti menestymällä muita alan kilpailijoita paremmin. Kilpailuetu voi löytyä periaatteessa miltä tahansa yrityksen osa-alueelta. Se voi löytyä esimerkiksi yrityksen palvelusta, markkinoinnista tai henkilöstöstä. (Pitkämäki 2000, 39.)

6.3 Kohderyhmä

Yrittäjän on hyvä miettiä ketkä ovat hänen yrityksen kannalta kannattavimmat asiakkaat ja asiakasryhmät. On myös tärkeää pohtia kenelle tuote on tarkoitettu ja miksi he ostavat tuotetta. (Meretniemi & Ylönen 2009, 27.) Asiakkaiden segmentointia voi miettiä esimerkiksi ikäjakauman, arvojen ja ostokäyttäytymisen mukaan. Myös asiakkaiden ostomotiivien selvittäminen voi auttaa kohdistamaan liiketoimintaa paremmin. Ostomotiiveja voivat olla esimerkiksi hyvä laatu, hinta tai mielihyvän tuottaminen. (Puustinen 2006, 63.) Tällöin korostuu myös se millaisia asiakkaat ovat, mistä heidät voi löytää, miten heidät tavoittaa sekä mitkä ovat heidän tarpeensa (Meretniemi & Ylönen 2009, 27).

7 MARKKINOINTI

7.1 Aloittavan yrityksen markkinointi

Aloittava yrittäjä joutuu päättämään, minkälaisia markkinointikanavia yritys aikoo käyttää ja mitkä niistä tavoittavat parhaiten yrityksen asiakasryhmät. Uudelle yritykselle voi olla mielekkäämpää harkita aluksi mahdollisimman edullisia markkinointikeinoja, jotta asiakkaat saataisiin tavoitettua. (Ilmoniemi ym. 2009, 53.) Kun yritys on päättänyt sopivat markkinointikanavat, on vuorossa yrityksen markkinointibudjetin laatiminen. Markkinoinnissa ja mainonnassa kannattaa myös ottaa huomioon, että yrityksen markkinointi on yhtenäinen yrityksen imagon kanssa. (Raatikainen 2011, 94-95.)

Aloittavan yrityksen markkinointitoimenpiteet voidaan jaotella markkinointiviestintään, tiedottamiseen ja näkymismainontaan. Markkinointiviestintänä pidetään suoramainontaa, mihin kuuluvat kaikki yrityksen esitteet, myyntikirjeet, hinnastot, kuvastot ja Internet. Tiedottamista taas on mainonta erilaisissa medioissa esimerkiksi lehdessä, radiossa, tv:ssä ja puhelimessa tekstiviestit sekä www-sivut. Näkymismainontaa ovat kaikki ulko- ja liikennemainonta ja oman yrityksen logon tai yrityksen nimen esille tuonti. (Raatikainen 2011, 94.)

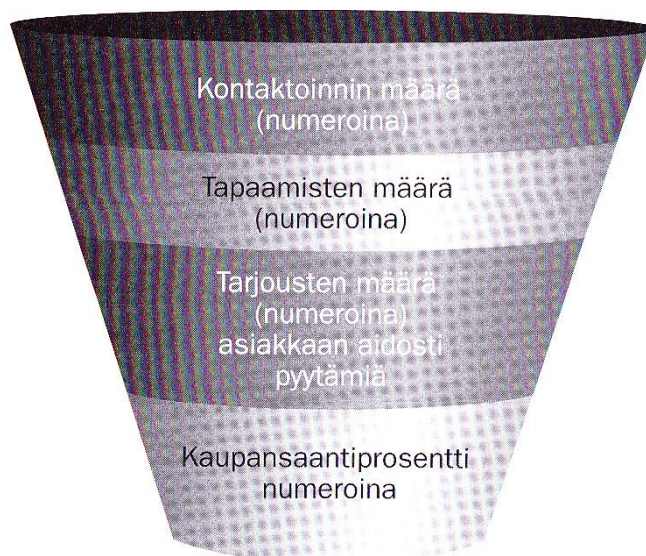
Yleensä aloittava yritys tarvitsee alkuun käyntikortit, kuitit, laskulomakkeen, lähetys- ja pakkausluettelot, osoitetarrat, kirjekuoret sekä tuotetarrat. Sisäisiä ja ulkoisia markkinoinninkeinoja ovat yrityksen henkilökunta ja asiakkaat. Tällöin korostuu asiakaspalvelun onnistuminen sekä asiakkaan yllättäminen positiivisesti. (Raatikainen 2011, 94.)

Palveluympäristönä toimivat yrityksen omat asiakaspalvelutilat joiden on oltava viihtyisiä, toimivia ja siistejä. Palveluprosessiin kuuluu henkilökohtainen myyntityö ja palvelun onnistuminen. Asiakasta täytyy osata arvostaa ja onnistua säilyttämään aloite ostajalla. (Raatikainen 2011, 95.)

7.2 Myyntitavoitteet

Yrityksessä omat myyntitavoitteet kannattaa jakaa eri asiakasryhmille, tuoteriikille tai markkina-alueille (Kinkki & Isokangas 2004, 246). Yrityksessä tehtävien toimenpiteiden tulee tukea yrityksen myyntitavoitteita, koska markkinointisuunnitelma perustuu myyntitavoitteisiin. Yrityksen päätavoitteiden ja strategian tarkastelemisen pohjalta voidaan asettaa realistiset myyntitavoitteet. Myös yrityksen henkilökunnan tulisi sitoutua myyntitavoitteiden saavuttamiseen. (Ruuska & Karjalainen & Johnsson. 2001, 96.)

Yritykselle, ja varsinkin aloittavalle yritykselle, on tärkeää kontaktoinnin suuri määrä, jotta päästään tapaamisiin ja sitä kautta tarjouksiin ja tarjouksen jälkeen vasta voi syntyä kauppa. Ensimmäisen kaupan saaminen uudelle yritykselle on aina todella tärkeää. Myyntisuppilolla on kuvattu kaupan saannin vaiheita ja sitä työmäärää, mitä yhden kaupan eteen joutuu tekemään. Esimerkkinä voi ajatella että yrittäjä on yhteydessä 30 henkilöön, jotka hän on tarkoin valinnut. 30 henkilöstä hän saa 15 kiinni ja heistä vain seitsemän suostuu tapaamiseen. Tapaamisten jälkeen hän lähettää tarjouksen kolmelle henkilölle ja näistä kolmesta yksi johtaa lopulta kauppaan. (Pyykkö 2011, 274.) Alla oleva kaavio selvittää myyntisuppilon rakennetta tarkemmin.



Kaavio 2. Myyntisuppilo (Pyykkö 2011, 274)

7.3 Myyntikanavat

Myyntikanavien miettiminen on yrityksen kannalta keskeistä. Onko myyntikanava oikea tavoittamaan yrityksen asiakaskunta? Yrityksen markkinointi- ja myyntikanavien täytyy toimia toisiaan tukevasti. Myyntikanavien toimivuuden ja tuloksien seuraaminen on tärkeää, jotta yrittäjä löytää itselleen parhaimmat ja toimivimmat kanavat. (Ruuska & Karjalainen & Johnsson. 2001, 141.)

8 TUOTANTOSUUNNITELMA

8.1 Tavarantoimittajat

Tavarantoimittajaksi voidaan kutsua kaikkia tahoja, jotka myyvät yritykselle tuotantohyödykkeitä. Näitä ovat esimerkiksi raaka-aineet, laitteet sekä erilaiset palvelut. Palveluiksi voidaan kutsua vartiointia, siivousta ja tilitoimistopalveluita. Yrittäjän ja tavarantoimittajan välillä kannattaa vaalia hyvää asiakassuhdetta, niin että molemmat osapuolet ovat tyytyväisiä toistensa toimintaan. Yrityksen antama palaute tavarantoimittajalle on tärkeää, jotta yritys saa jatkossakin hyvälaatuista tuotetta tai palvelua. Vastaavasti taas yrityksen on hyvä pitää kiinni sovitusta maksuajoista, jotta tavarantoimittaja toimittaa tavarat sovitusti. (Kinkki & Hulkko & Mäkinen 2001, 112.) Hyvän tavarantoimittajan tunnusmerkkejä ovat esimerkiksi seuraavat asiat:

1. tavarat toimitetaan ajallaan,
2. hinnat eivät muutu sovitusta,
3. tavarantoimittaja on kilpailukykyinen,
4. tavarantoimittaja on tarvittaessa joustava ja pitää asiakkaan ajan tasalla esimerkiksi lakon tai materiaalipulan uhatessa.

(Sutinen & Viklund 2006, 157.)

8.2 Alihankinta

Kaikkea ei tarvitse eikä kannata tehdä itse, osaamista voi myös ostaa alihankintana suoraan toisesta yrityksestä (Ilmoniemi ym. 2009, 236). Alihankintaa käytetään yrityksissä nykyään enemmän toimitusaikojen nopeutumisen, määrien kasvun ja kohonneen laadun vaatimustason takia. Tärkeinä kriteereinä alihankintayritystä valittaessa voidaan pitää hintaa, teknistä laatua, toimitusvarmuutta, mainetta alalla sekä yhteistyön sujuvuutta. (Sutinen & Viklund 2006, 160.)

8.3 Investoinnit

Investointi on hanke, jolla yrityksen on tarkoitus tehdä lisää rahaa. Rahoitusinvestoinnissa sijoitetaan omaa tai vierasta pääomaa yrityksen liiketoimintaan. Reaali-investoinnissa on kyse koneisiin, laitteisiin tai muuhun tuotantoon tarvittavista hankinnoista. Investoinnit usein sitovat pääomaa jopa vuosiksi ja saattavat myös sisältää riskin. Investointi kuitenkin maksaa itseään koko ajan takaisin ja alkaa mahdollisesti jo lyhyessäkin ajassa tuottaa tuloja, sekä pitää liiketoimintaa toiminnassa. (Puolamäki & Ruusunen 2009, 23.)

Yrityksen alkuvaiheessa alkuiinvestoinnit saattavat olla huomattavat. Koneet, laitteet ja toimitilat syövät yrityksen pääomaa. Näitä kutsutaan yrityksen käyttöomaisuudeksi. Investoinnit kannattaa suunnitella ja tehdä huolella, jotta käyttöomaisuus kohtaa yrityksen tarpeet. Liian monimutkainen kone yksinkertaiseen työhön ei esimerkiksi ole kannattava investointi. Investoinneissa kannattaa ottaa huomioon viranomais määräykset, mikäli yritys käyttää sellaisia materiaaleja tai laitteita, joiden käytöstä ja säilyttämisestä on annettu määräyksiä. Laitteiden vuokraus voi olla mahdollisuus pienentää alkuiinvestointeja. Kun yrityksen toiminta on lähtenyt täydellä teholla käyntiin, tarvittava kone tai laite voidaan ostaa yritykselle. (Raatikainen 2011, 131.)

9 RAHOITUSVAIHTOEHDOT

9.1 Starttiraha

Aloittavalle yrittäjälle tarjotaan etuna starttirahaa, jonka tarkoituksena on turvata toimeentulo yrittäjälle sekä samalla parantaa suomalaisten työllisyyttä. Työvoimatoimisto tekee päätöksen starttirahan myöntämisestä. Työvoimatoimisto käyttää aina apuna päätöksen tekemiseen alan asiantuntijoita. Asiantuntijoina voidaan käyttää TE-keskusten henkilöstöä, kuntien elinkeinojohtajia sekä uusyrityskeskusten henkilökuntaa. (Ilmoniemi ym. 2009, 50.)

Starttirahan saamisen ehtona on hyvä liiketoimintasuunnitelma ja rahoitussuunnitelma. Hakijan täytyy täyttää myös muut vaateet starttirahan saamiseksi. Yrityksen liikeidean täytyy olla hyvä, kannattavuuslaskelmien olla realistisia, hakijan täytyy soveltua yrittäjäksi ja ylimääräinen etu olisi, mikäli hakijalla on yrittäjäkoulutusta tai aiempaa kokemusta. Yritystä ei myöskään saa olla perustettu ennen tuen myöntämistä, eikä muita valtionapuja ole saatu. Kilpailu alalla ei myöskään saa vääristyä yritysten välillä. Starttirahan saamisen edellytyksenä on, ettei yritystoiminnan aloitus olisi mahdollista ilman starttirahaa. (Meretniemi & Ylönen 2009. 82-83.)

Yritystoiminta täytyy aloittaa kolmen kuukauden sisällä starttirahan myöntämisestä (Ilmoniemi ym. 2009, 50). Tänä vuonna starttirahan suuruus on 25,74 euroa/päivä (Mol.fi). Starttirahaa voi saada keskimäärin noin 551-882 € kuukaudessa ja tukea voi saada enimmillään 18 kuukautta, yleensä kuitenkin tukea myönnetään ensimmäiselle puolelle vuodelle. Mahdollinen jatkohakemus täytyy jättää ennen kuin voimassa oleva starttirahakausi umpeutuu. Ennen päätöstä starttirahan jatkamisesta, tehdään välitarkastus, jossa tarkastellaan uutta tarvetta starttirahan myöntämiselle. Rahan saamiseen vaikuttaa, tarvitseeko yrittäjä enää avustusta yritystoiminnan toimiessa. Starttirahaa voi saada useampi henkilö samassa yrityksessä, jos heillä on määräämisvaltaa yrityksessä. (Holopainen 2010, 192.)

9.2 Yrittäjälaina

Yrittäjälaina on tarkoitettu pääsääntöisesti yrittäjälle uuden yrityksen perustamista varten. Se voidaan myös myöntää jo toimivan yrityksen osakkeiden ostamista tai yrityksen osakkeiden korottamista varten. Yrittäjälaina on myös mahdollista saada sukupolvenvaihdostilanteissa yhtiömiesosuuksien ostamista varten. Laina myönnetään osakeyhtiössä osakkaalle, jolla on vähintään 20 prosentin osuus yrityksen osakkeista. Lainan saajan täytyy myös saada toimeentulonsa yrityksestä ja olla toiminnassa osallisena täysipäiväisesti. (Holopainen 2010, 176.)

Lainan takaisin maksamisesta yrittäjä vastaa itse henkilökohtaisesti. Laina voidaan myöntää myös useammalle yrittäjälle tai osakkeelle yrityksessä. Lainaa voi saada enimmillään 100 000 € henkilöä kohti, mutta laina voidaan myöntää myös useammalle osakkaalle tai perustajalle samassa yrityksessä. Yrittäjällä täytyy itsellään olla lainan osuudesta vähintään 20 % lainasummasta ja 80 % on yrittäjälainaa. Laina täytyy maksaa takaisin 10 vuodessa ja lyhennysvapaita vuosia voi olla kolme. Osakeyhtiön osakkeet voivat toimia osakkaan lainan vakuutena. (Holopainen 2010, 176.)

9.3 Pankkilaina

Pankki vaatii lainasta lähes aina vakuudet, jotka voivat olla takauksia tai reaaliomaisuutta. Pankkilainaa hakiessa pankkiin täytyy toimittaa hyvin perusteltu liiketoimintasuunnitelma rahoituslaskelmineen. Lisäksi yrittäjän oman talouden täytyy olla kunnossa. Laina-aikaa saa yleensä 1-5 vuotta, mutta pidempääkin laina-aikaa voi hakea. (Meretniemi & Ylönen 2009, 78.) Pankkilainan ehdot neuvotellaan nykyisin yrittäjän ja pankin kesken. Lainan ehdot riippuvat lainaajasta, määrästä, lyhennysvapaista kuukausista, vakuuksista ja siihen vaikuttaa myös yrittäjän oma tausta. Pankki tekee päätöksen saatujen tietojen perusteella. (Viklund & Sutinen 2006, 108.)

10 TALOUSSUUNNITELMA

10.1 Rahoituslaskelma

Rahoituslaskelmalla on hyvä tutkia yrityksen kustannusrakennetta ja investointimahdollisuuksia yrittämistä aloitettaessa sekä saada työkalu, jonka avulla yrittäjä voi pysyä perillä yrityksen mahdollisuuksista investointien tekemisessä. Rahoituslaskelmalla pystytään laskemaan käyttöpääomatarvetta, joka tarkoittaa yrityksen kuluja palkoista puhelinlaskuihin, ennen kuin yritykseen alkaa virrata rahaa. (Uusyrittäjäkeskus. 2011.) Rahoituslaskelma koostuu kolmesta osasta: liiketoiminnan, investointien sekä rahoituksen rahavirroista. Liiketoiminnan rahavirta osoittaa kassan liikettä, eli sekä meneviä että tulevia rahoja. Investointien rahavirta on nimensä mukaisesti investoinnit yksilöllisesti osoittava osuus. Rahoituksen rahavirta näyttää oman ja vieraan pääoman tapahtumat. (Karikorpi 2010, 88.)

10.2 Kannattavuuslaskelma

Yrityksen kannattavuuslaskelman avulla ymmärretään kuinka paljon yrityksen täytyy tehdä myyntiä haluttua tulosta varten. Helpompaa on ymmärtää myös sellaisia yritystoiminnan kuluja, joihin myynnit eivät vaikuta, sillä ne voi lukea selkeästi kannattavuuslaskelmasta. Kannattavuuslaskelmalla pystytään laskemaan myös tarkempia aikaan perustuvia tarvittavia myyntejä, kuten kahden tunnin myyntitarve keskimääräisesti, jotta tulosta tulee kannattavasti. (Uusyrittäjäkeskus. 2011.) Laskennassa voidaan hakea myös yrityksen kriittinen piste, joka kuvastaa sitä pistettä, jossa yritys on myyntinsä minimitasolla. Kannattavuuslaskelma sopii hyvin yrityksen suunnitteluvaiheeseen. Kun kustannus ja myyntikate arviot ovat paikkansapitäviä, saadaan näin melko tarkka arvio siitä, mihin yrityksen pitäisi tuotollaan päästä. (Sutinen & Viklund 2006, 69,76.)

11 RISKIT

11.1 Riskien arviointi

Jokaisessa yritystoiminnassa on riskejä ja mahdollisuus epäonnistua. Koskaan ei voi tietää mitä tulevaisuudessa tapahtuu, on sitten kyse asiakkaista tai rahasta. (Kinkki & Isokangas 2003, 122.) Riskit voidaan jakaa erilaisiksi ryhmiksi seuraavasti:

1. liikeriskit
2. omaisuusvahingot,
3. rikokset,
4. keskeytys- ja riippuvuusvahingot,
5. henkilöriskit sekä
6. vahingonkorvausvaatimukset

Liikeriskeinä voidaan pitää esimerkiksi toimitusten viivästymistä, yrityksen kannattavuuden epäonnistumista ja erilaisia lakkoja. Omaisuusvahingoiksi luokitellaan tulipalot, tulvat ja kuljetusvahingot. Rikoksiin kuuluvat kaikki varkaudet, ilki-valta ja hävikki. Keskeytys- ja riippuvuusvahinkoja ovat taas tulojen menetykset itsestä ja itsestä riippumattomista syistä sekä viranomaismääräykset. Henkilöriskeihin kuuluvat sairastapaukset, tapaturmat ja työpaikasta eroaminen. Vahingonkorvausvaatimuksia ovat tuotevastuu, tietovastuu ja korvausvastuu. (Raatikainen 2011, 102.)

Tärkeää on, että yrittäjä tunnistaa riskit, arvioi ne ja sen jälkeen pyrkii suojautumaan niiltä. Tarvittavat vakuutukset kannattaa olla kunnossa viimeistään silloin, kun yritys merkitään kaupparekisteriin. Riskien suojautumiseen auttaa riskianalyysin tekeminen. Riskianalyysissä selvitetään kuinka riskialttiita yrityksen toiminnot ovat, todetaan todennäköisyydet vahinkojen sattumiselle sekä miten niiltä voisi välttyä. (Raatikainen 2011, 104.)

11.2 Riskien hallinta

Yritykselle riskien hallinnan tarkoituksena on torjua riskit tai jättää niiden aiheuttamat liiketoiminnalliset vahingot mahdollisimman pieniksi. Riskien hallinnassa on kolme askelta. Ne ovat

1. riskien tunnistaminen,
2. riskien arviointi ja
3. toimet riskien hallitsemiseksi.

(Kinkki & Isokangas 2003, 126.)

Riskien arvioinnin jälkeen yritys voi valmistautua riskejä varten välttämällä, pienentämällä, jakamalla, siirtämällä tai jättämällä riskin omalle vastuulleen. Riskin välttäminen on oiva tapa väistää tappiot. Esimerkiksi tuotteiden tai palveluiden myyminen yritykselle tai henkilölle, jolla on aiemmin ollut maksuvaikeuksia, on riski. On myös hyvä miettiä minkälaisia riskeille altistavia toimintoja yrityksessä voi olla ja yrittää päästä niistä eroon kokonaan. Edullisimmaksi yrittäjälle tulee ennakoida riskit oikein kuin katua jälkeenpäin. Riskin pienentämisellä yritetään päästä mahdollisemman pienillä menetyksillä. Varovaisuus niin työkoneiden kuin tietoturvan kanssa pienentää riskejä suuresti. Riskin siirtäminen tarkoittaa yleensä sitä, että yritys antaa vastuun muille, kuten esimerkiksi vakuutusyhtiöille. Joskus myös yrittäjät tietoisesti jättävät joitain riskien vastuita myös itselleen. (Raatikainen 2011, 106-107.)

12 JOHTOPÄÄTÖKSET

Työn tavoitteena oli tehdä liiketoimintasuunnitelma asuntojen osto-, remontointi- ja myyntiyritykselle. Tavoitteena oli myös tutkia onko kyseisen yrityksen perustaminen kannattavaa. Työn tarkoituksena oli myös tehdä liiketoimintasuunnitelmasta ja rahoitussuunnitelmista niin kattava, että rahoitusta haettaessa yrityksen alkuvaiheen suunnittelutyö olisi jo tehty.

Opinnäytetyön teoria ja liiketoimintasuunnitelma ovat lähestulkoon samanlaiset, sillä tahdoin selvittää ja lukea ensin teoriaa, jotta saisin mahdollisimman paljon irti omasta liiketoimintasuunnitelmasta ja osaisin huomioida siinä kaikki tärkeät kohdat. Toinen syy oli herätellä itseäni miettimään tarkoin erilaisia toimintatapoja ja ratkaisuja tämänlaista yritystä perustettaessa.

Tämän hetkinen taloudellinen tilanne mietityttää, koska juuri nyt näyttää siltä, että asuntojen hinnat ovat lähteneet laskuun. Tämä on huono asia ajatellen omaa yritystä, jossa täytyisi saada asunnot nopeasti myytyä remontin jälkeen. Pitkä myyntiaika hidastaisi uuden asunnon myymistä eteenpäin ja pahimmassa tapauksessa asunto jäisi myymättä. Voi käydä niin, että asunnon myynnistä ei jäisi yhtään voittoa, mikä hankaloittaisi lainan takaisinmaksua ja muiden kulujen maksamista. Järkevää voi olla perustaa yritys muutaman vuoden päästä, kun taloudellinen tilanne kohenee, mutta toisaalta taas, pakkohan niitä riskejä on ottaa elämässä.

Liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä aloin kuitenkin enemmän ja enemmän innostumaan ideasta ja yrityksen perustamisesta. Työn edetessä ajatukset selkeytyivät siltä osin, millainen yritys tulisi olemaan. Rahoituslaskelmatkin ja lainan tarve tuntuvat realistisilta ja lähden hyvällä mielellä esittelemään omaa tuotostani rahoitusta haettaessa. Lainan suuruuskaan ei tunnu liian isolle ja suurta riskiä ei ole, kun ei tarvitse laittaa vakuudeksi esimerkiksi omaa asuntoa.

Työtä tullaan jatkossa muokkaamaan yrityksen muutosten myötä, mutta lähtökohta pysyy mielessä tämän työn mukana. Liiketoimintasuunnitelma toimii myös

jatkossa hyvänä apuna myös yrityksen perustamisen jälkeen. Sen pariin voi aina palata ja sitä voi täydentää sen hetkisen tilanteen mukaan.

LÄHTEET

Holopainen, T. 2010. Yrityksen perustamisopas. 19. uudistettu painos. Helsinki: Edita

Ilmoniemi, M & Järvensivu, P & Kyläkallio, K & Parantainen, J & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum

Karikorpi, O. 2010. Raha ratkaisee. Helsinki: Tietosanoma

Kinkki, S & Hulkko, P & Mäkinen, I. 2001. Yritystoiminta. 1-2. painos. Helsinki: WSOY

Kinkki, S & Isokangas, J. 2003. Yrityksen perustoiminnot. Helsinki: WSOY

Meretniemi, I & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Otava

Pitkämäki, A. 2000. PK-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakaari

Puolamäki, E & ruusunen, P. 2009. Helsinki: Tietosanoma

Puustinen, T. 2006. Avain omaan yritykseen. 2. uudistettu laitos. Kirjakas

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä. Helsinki: WSOYpro Oy

Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. 8. uudistettu painos. Helsinki: Edita

Ruuska, M & Karjalainen, L & Johnsson, R. 2001. Miten laaditaan hyvä liiketoimintasuunnitelma työkirja. 5. uudistettu painos. Kuopio: Finnvera oyj

Sipilä, L. 2009. Käytännön markkinointi. Nyt. Keuruu: Infor Oy

Sutinen, M & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta, mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. 10. uudistettu painos. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu

Verkkolähteet:

Helakorpi, S. 2006. Koulutuksen arviointi. SWOT-analyysi (Kuvio 1). Luettu ja otettu työhön 1.10.2011

<http://openetti.aokk.hamk.fi/seppoh/TIETOISKUT/koulutuksen%20arviointi/index.htm>

Keksintösäätiö. Mikä on liikeidea? Luettu 15.8.2011.
<http://www.keksintosaatio.fi/liikeidea/>

Loikkanen, V. 2011. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011. Luettu 1.9.2011.
http://www.uusyrityskeskus.fi/sites/uusyrityskeskus.molentum.fi/files/perustamisopas_2011_uyk.pdf

Työ ja elinkeinotoimisto. Starttiraha- aloittavan yrittäjän tuki. Luettu 1.10.2011.
http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp

Työ- ja elinkeinoministeriö. Tiedotteet 2010. Luettu 15.8.2011.
http://www.tem.fi/index.phtml?101881_m=100507&s=4265

LIITE 1: Liiketoimintasuunnitelma

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA
KIINTEISTÖJEN OSTO, SANEERAUS JA MYYNTIYRITYKSELLE

Päiväys 7.10.2011
Tehnyt: Teea Pöysti