



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tony Wesander

Företagstolken – En kartläggning av behovet i Närpes

Företagsekonomi och turism

2011

VASA YRKESHÖGSKOLA

Utbildningsprogrammet för företagsekonomi

ABSTRAKT

Författare	Tony Wesander
Lärdomsprovets titel	Företagstolken – En kartläggning av behovet i Närpes
År	2011
Språk	Svenska
Sidantal	66 + 1 bilaga
Handledare	Anna-Lena Berglund

Syftet med detta lärdomsprov är att undersöka hurudant behov det finns hos banker, bokföringsbyråer, konsulter samt företags för användningen av Företagstolken i Närpes. Man tar upp vad Företagstolken är och vilken uppdragsgivare som ligger bakom det hela. I Teori delen tar man upp vilka delar som Företagstolken innehåller och hurudant material det finns tillgång till i Företagstolken.

Den empiriska undersökningen genomfördes med hjälp av intervjuer med personer som arbetar inom de olika branscherna i Närpes vilket var området där undersökningen skulle göras. Intervjuerna gav många svar, och man kunde dra många gemensamma slutsatser på basen av intervjuerna och träffen.

Resultatet av Lärdomsprovet visar att det finns behov av Företagstolken i Närpes, men att det är viktigt att bankerna, bokföringsbyråerna, konsulter alltså de företag som har kundkontakt hänvisar till Företagstolken och marknadsför på det sättet. För marknadsföringen av detta är a och o det att företagen känner Företagstolken och att de börjar använda sig av Företagstolken.

Ämnesord Företagsverktyg, behovet, nyttan

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Utbildningsprogrammet för företagsekonomi.

ABSTRACT

Author	Tony Wesander
Title	Företagstolken – identifying the need in Närpes
Year	2011
Language	Swedish
Pages	66 + 1 Appendice
Name of supervisor	Anna-Lena Berglund

The purpose of this thesis is to investigate what kind of needs there are in banks, accounting firms, consultants, and business for the use of the Företagstolken in Närpes. It addresses what Företagstolken is and the principals behind it all. The Theory section takes up the parts that Företagstolken provides and what type of materials are available in Företagstolken

The empirical study was conducted through interviews with people working in the various industries in Närpes which was the area where the survey would be done. The interviews yielded many answers, and you could draw many common conclusions on the basis of interviews and meetings.

The results of the thesis shows that there is a need for Företagstolken in Närpes, but it is important that banks, accounting firms, consultants, therefore the companies that have customer contact refers to Företagstolken, and will market it that way. For the promotion of that is everything, so that companies are aware of Företagstolken, and they will begin to use Företagstolken.

Keywords Business tools, need, usefulness

FÖRORD

Idén till ämnet fick jag när jag kontaktade Carina Storhannus och undrade ifall hon hade någonting som hon ville att jag skulle kunna rota i, för jag tycker det är mycket konkretare att göra ett arbete där man har en uppdragsgivare och ett klart mål. Arbetet börjades i mars 2011, eftersom jag hade ingen praktik som jag behövde slutföra så kunde jag arbeta på lärdomsprovet istället. Lärdomsarbetet slutfördes i maj 2011. Genom denna undersökning ville jag kartlägga behovet av Företagstolken bland bransch folk. I och med denna undersökning har jag fått träffa olika människor och stifta bekantskap vad de gör på sina arbetsplatser.

Jag vill rikta ett stort tack till Anna-Lena Berglund och Carina Storhannus som handledde mig under lärdomsarbetes gång. Dessutom vill jag rikta ett stort tack för alla de som ställde upp för en intervju till min undersökning.

Vasa den 10.5.2011

Tony Wesander

INNEHÅLL

ABSTRAKT.....	2
ABSTRACT.....	3
FÖRORD	4
1 INLEDNING.....	8
1.1 Problemområde	8
1.2 Syfte.....	9
1.3 Avgränsning	9
1.4 Arbetsätt.....	9
2 PRESENTATION AV FÖRETAGSTOLKEN OCH UPPDRAGSGIVAREN	10
2.1 Företagstolkens prislsta	11
2.2 Kompetensutveckling i SM-företag	12
3 GRUNDANDE AV FÖRETAG	13
3.1 Produktionsplan.....	15
3.2 Personalplan	16
3.3 Produktutvecklingsplan	17
3.4 Produktskydd.....	18
3.5 Företagets ekonomiska kalkyler	19
3.6 Försäkringar.....	20
3.7 Lönebikostnader	21
3.8 Arbetskraft.....	21
3.9 Inventarier och utgifter	22
3.10 Riskhantering.....	26
3.10.11 Personrisker	27
3.10.12 Risker som hänför sig till familjeförhållanden	27
3.10.13 SWOT-Analys	27
3.11 Checklista vid grundandet av ett företag	28
3.12 Affärsplan	28
3.13 Ekonomiplan LITE.....	29
3.14 Ekonomiplan PRO.....	29
3.15 Tillståndsmässiga näringsgrenar	30
3.16 Finansieringen	31
3.16.1 Finansiering av företagets exponeringsinvestering.....	32

3.16.2 Borgen	32
3.16.3 Minimering av penningbehovet och planering av finansieringen	32
3.16.4 Företagarens egen finansiering	33
3.16.5 Ely-centralens stöd och bidrag till företag	33
3.16.6 Banker och försäkringsbolag som lånefinansierare	34
3.16.7 Finansieringsbolagens alternativ för investeringsfinansiering	34
3.16.8 Tekes finansiering	34
3.16.9 Försäkringsbolaget Garantia	34
3.16.10 Minimering av finansieringsutgifterna	35
3.16.11 Finansieringsplan	36
4 FÖRETAGETS ADMINISTRATION	38
5 EKONOMI	39
5.1 Inkomstbeskattningen	39
5.1.1 Enskild näringsidkare	40
5.1.2 Öppet bolag och Kommanditbolag	40
5.1.3 Mervärdesbeskattningen	40
5.2 Prissättningen	41
5.3 Beräkning av en investering	42
5.3.1 Nuvärdesmetoden	42
5.3.1 Annuitetsmetoden>	43
5.3.2 Kalkylprogram	43
6 MARKNADSFÖRING	45
7 EMPIRISK UNDERSÖKNING	46
7.1 Tillvägagångsätt	46
7.2 Kvalitativa undersökningsmetoden	47
7.3 Kvantitativa undersökningsmetoden	47
7.5 Tid för undersökningens genomförande	48
8 RESULTAT AV INTERVJUERNA	49
8.1 Intervju med Jonny Ers, Best Bokförlag	49
8.2 Intervju med Håkan Westermarck, Dynamo	50
8.3 Intervju med Åsa Dahlström, Åsas Bokförlagstjänst	52
8.4 Bo Skogman, Botnia EkonoMa	53
8.5 Intervju med Kent-Johan Lindsén, Närpes Sparbank	54
8.6 Intervju med Jonna Olsio, Närpes Bröd	55

8.7 Intervju med Kari Heikkinen, Ylä-Savon Kehitys	55
9 ANALYS AV INTERVJUERNA.....	57
10 AVSLUTNING	60
KÄLLFÖRTECKNING.....	62

1 INLEDNING

När tredje året påbörjades så började jag fundera litegrann på vad jag skulle kunna ha för ämne till slutarbetet. Då slog tanken att det skulle vara roligt att ha en uppdragsgivare som ger ett uppdrag som man kunde forska och skriva om. För jag tycker det skulle vara roligt att ha någonting som är konkret och någonting som kunde vara till nytta för bägge parterna.

Därefter fick jag tips av min skolkollega att jag kunde ta kontakt med Carina Storhannus som är Kompetenscoach på YA!, Där gav hon idén att jag kunde kartlägga ett webbaserat företagsverktyg kallad för Företagstolken som Dynamohuset i Närpes har skaffat som de skulle vilja att småföretagare och såna som grundar nya företag skulle ha nytta av.

Mina funderingar kring detta var att det skulle vara intressant för jag anser själv att vara företagare inte är bara att man skall sälja någonting eller göra olika tjänster utan i själva företagandet tillhör även mycket som har att göra med ekonomiplanering, massor av pappersarbete, ifyllande av flera blanketter o.s.v.

Därför tycker jag att det skulle vara bra att kunna visa upp ett verktyg som detta för att kunna underlätta småföretagarens vardag, speciellt när man kan hitta alla dessa kalkyler, blanketter och anvisningar på ett och samma ställe.

För vi vet ju alla hur det är när man skall söka upp alla blanketter att det inte är det lättaste.

1.1 Problemområde

Problemområdet för detta lärdomsprov är att utreda hurudant behov det finns för företagstolken. Jag kommer att utreda hur användbarheten, nyttan och nåbarheten till småföretagarna är, indirekta nyttan för företagsrådgivning (t.ex. för företagsrådgivaren på Dynamo) samt att utreda hurudant är intressegruppers nytta av verktyget (bokföringsbyråer och banker)

1.2 Syfte

Syfte med detta lärdomsarbete är att undersöka hur företagarna upplever detta företagsverktyg. Med det menar jag vad de anser var bra med verktyget, vad som är dåligt och vad som eventuellt kunde kunna läggas till eller ändras.

Syfte är också att småföretagarna samt de företagare som grundar sina företag skulle börja använda sig av företagstolken. Jag hoppas att företagarna efter denna utredning upplever att detta verktyg är lätthanterligt och att dess användbarhet är så pass enkelt att de kunde ta i bruk företagstolken utan större bekymmer.

1.3 Avgränsning

Jag har valt att avgränsa min utredning av Företagstolken på det sättet att jag kommer välja tillsammans med Carin Storhannus småföretagare alltså de företag som har mindre än 10 anställda som verkar inom olika branscher t.ex. försäljning, någon typ av service (städservice) o.s.v., Som argument för avgränsningen har jag att större företag än det jag tar upp har nog sina egna kalkyleringsprogram och har råd att tillta sig experthjälp ifall det behövs. Jag kommer att ta upp vad Företagstolken erbjuder och vad som innehåller i det material som Företagstolken erbjuder.

1.4 Arbetsätt

I teoridelen kommer jag att ta upp vilka delar det finns i Företagstolken alltså vad som är utbudet som Företagstolken erbjuder. Den empiriska delen kommer jag att genomföra företagsbesök och på så sätt gå igenom med företagarna hur verktyget ser ut och hur det fungerar, dessutom tänker jag träffa intressegrupper för att kunna ta reda på hurudant behov de har av detta verktyg.

2 PRESENTATION AV FÖRETAGSTOLKEN OCH UPPDRAGSGIVAREN

Företagstolken är ett verktyg som Jadelcons Oy har skapat. Man har översatt verktyget till 3 olika språk vilka är svenska, engelska och ryska.

Varför man skapade ett sådant verktyg var nog att Jadelcons grundare Ari Järvinen som har varit näringsombudsman i flera år saknade brukbart material att ge åt företagare. Och när Järvinens tjänst som ombudsman skulle dras in. Så nappade han direkt på att han kunde börja framställa informationsmaterial för rådgivning. Järvinen har varit företagartbildare i flera år och utbildat hundratals nya företagare. Han måste lära sig allt själv och göra sitt eget material själv så därför fick han goda förutsättningar att påbörja framställningen.

Därefter tog han startpenning och redan efter 8 månader fick han sin Pielavesi (kommun i Savolax) som sin första kund och beställde Företagstolk-tjänsten.

Hittills har över 70 % av företagarrådgivningsorganisationer skaffat Företagstolk-tjänsten. Sju områden har hittills skaffat Företagstolken vilka är Borgånejden, Kyrkslätt, Sydösterbotten, Vasaregionen, Lovisa, Lapträsk och Mörskom.

Företagstolkens innehåll skräddarsys helt enligt kundens verksamhetsområde, samt att dess material uppdateras regelbundet. Företagstolken är en gratis tjänst för alla företagen och människor i beställarens verksamhetsområde. Också offentliga skolor och läroanstalter kan utnyttja materialet i läroarbetet, man kan använda materialet med vanliga datorer och utan användarnamn och lösenord.

Företagstolkens material innehåller också många sådana avgiftsfria tjänster vilka företagaren har endast fått från sakkunniga experter (advokater etc.)

Verktyget är i praktiken enda tjänsten som möjliggör för medborgaren att göra de nödvändiga åtgärderna vid grundandet av företaget sig själv utan extern hjälp.

Detta verktyg innehåller alla delområden inom företagandet och passar till företagen oberoende av företagets storlek eller bransch.(Järvinen 2010)

2.1 Företagstolkens prislista

Som jag nämnde här tidigare så skräddarsys Företagstolken helt enligt de behov som beställaren behöver. Dessutom uppdaterar man materialet regelbundet så förändringarna är inte mer än 2 månader gamla. De kontaktuppgifter som finns i materialet uppdateras en gång i året. Priset på företagstolken beror helt på verksamhetsrådets invånare/företagsmängden.

Den årliga uppdateringsavgiften är ca 1700 euro för ett område på mindre än 10 000 invånare.

Förändringar i guiders och webbsidans utseende, då man gör förändringen en gång.

Prestanda	Pris MOMS 0 %
Planering av ny pärm till guiden/handboken	190 euro
Byte av pärm till alla guider	290 euro
Byte av pärm och logo till guider och arbetsböcker	390 euro
Byte av webbsidans övre balk	70 euro
Byte av Företagstolkens hela utseende och material	590 euro

Förändringar i guiders och webbsidans innehåll

Prestanda	Pris MOMS 0 %
Uppdatering av innehållet gjord av JDC	0 euro
Tillägning av material i guidens p.g.a. kunden	70 euro/guide
Uppdatering av kundens kontaktuppgifter på webbsidan på kundens begäran	0 euro

Förändringar/ tillägg i kalkyleringsprogrammen	70 Euro/st
--	------------

(Järvinen, 2010)

2.2 Kompetensutveckling i SM-företag

Kompetensutveckling i SM-företag är ett projekt som ägs av Yrkesakademin i Österbotten, projektet finansieras av Österbottens Förbund med medel ur Europeiska regionala utvecklingsfonden, städerna Kaskö, Kristinestad och Närpes samt YA, Novia och Svenska Kulturfonden.

Arbetet genomförs i samarbete med Regionens allmänna näringslivsutveckling genom Företagarhuset Dynamo, Regionala och landskapsomspännande klusterutvecklingsprojekt i regionen och med Yrkeshögskolan Novia, Åbo Akademi och Svenska Handelshögskolan (Hanken).

Projektet avslutas 30.4.2011 och man har anställt Carina Storhannus som kompetenscoach och projektdrivare.

Projektets målgrupp är små och medelstora företag i Sydösterbotten (Kaskö, Kristinestad och Närpes), projektets huvudsakliga fokus ligger på produktions- och serviceinriktade företag i metall-, livsmedel-, träförädlings-, logistik/transport och KIBS branscherna.

Projektet skall kunna erbjuda företagen kompetenshöjning i företagen vilket innebär t.ex. analysering och förvaltning av kunskapskapitalet i företagen, öka företagets attraktionskraft, få starkare koppling till landskapet utbildningsenheter och innovationssystem samt att förmedla tredje stadiets studerandes examensarbeten.(Storhannus 2010)

3 GRUNDANDE AV FÖRETAG

Denna del berör grundandet av ett företag där man avancerar på ett processbetonat sätt från att planera sin företagsverksamhet till att sätta igång företaget.

I delen grundande av företag innehåller Företagstolken 3 underdelar, vilka är planeringen, finansieringen och grundandet och igångsättningen av företaget. I den första underdelen börjas det med en guide för affärsplanering och ekonomiplanering som man kan öppna upp direkt från webbsidan. Där tar man fram förutsättningarna för företagandet som t.ex. hurudan yrkesskicklighet företagaren har, och att det är viktigt att företagaren behärskar lagstiftningen inom sitt område och ärenden rörande arbetsförhållanden samt ha kännedom om bokföring, bokslut, beskattning och budgetering.

Man tar även upp i denna guide att utgångspunkten för alla företagsverksamhet är hurudan efterfrågan det finns på produkten eller servicen. Man menar att det är enklast att starta upp sin företagsverksamhet då marknaden växer och svårare då det minskar. När man funderar på företagsamhet så finns det ju som alternativ att man köper ett fungerande företag, där är det viktigt att man ser till att den nuvarande affärsverksamheten har en framtid och att köpesumman är lämplig.

Det finns även ett annat alternativ också ifall man inte vill grunda ett företag från scratch och det är att man köper ett affärsverksamhetskoncept eller med andra ord franchiseföretag som t.ex. Kotipizza, Subway o.s.v.

Den andra rubriken handlar om att uppgöra en plan för affärsverksamheten där man tar upp vad som leder till att bli företagare, den största orsaken kan man nog säga är att man i det egna företaget kan man göra arbetsatmosfären sådan som man vill ha den och producera en så god produkt som man vill. En annan drivfjäder är att man vill påverka sina barns framtid genom att bygga upp ett lönande företag för dem.

En viktig sak också för företagandet är, hurudan vision och målsättning man har, med en vision menar man att hurudan bild man får av sitt företag då man tänker på framtiden t.ex. för 10 år. Visionen är i regel ett mätbart resultat, en prestation

o.s.v. (Företagstolken 2010: <URL:
http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

Med mål kan man säga att det behöver inte bara målen inom ekonomin utan också i andra delsektorer.

De ekonomiska målen varierar litegrann beroende på företagaren. Ibland kan företagets levnadssätt utan desto större mål, ibland ser man att företaget som en kraftigt växande och expanderande. Här tänker man på företagets målsättningar, inte på de personliga.

Det är också viktigt att ta hand om sina kunder för det är svårare att få en ny kund än att hålla kvar en gammal kund. De mål som handlar om produkter och produktion visar hur man har för avsikt att hänga med i processen.

Den tredje rubriken handlar om verksamhets och affärsidén, en verksamhetsidé är att hurudant företag det handlar om samt varför företagets finns till och vad som är avsikten med företaget. En affärsidé är hur man konkret berättar hur verksamhetsidén förverkligas i praktiken. Man bör årligen kolla upp i samband med när man gör budgeten och verksamhetsplanen att se till att affärsidén överensstämmer med verkligheten. (Kinkki, Hulkko & Mäkinen 2003 20-21)

Man tar också upp hur och vad man skall ta med i en marknadsförings och försäljningsplan i denna guide. Man bör sträva till att man drar nytta av den marknadsföring som finns gratis som exempel av marknadsföring som ges gratis är olika finansiärer, kommunen, varuleverantörerna, bekanta, släktingar och kunderna. Det är oerhört viktigt att kunna hålla en god relation till dessa intressegrupper. Dessutom så ifall man är ett nytt företag så är det bra att höra av sig till den lokala tidningen också ifall de är intresserade att skriva en artikel om företaget, därifrån får man då också gratis reklam.

Förutom den marknadsföring som man kan få ”gratis” så måste man nog också kunna anlita till professionell hjälp också som t.ex. reklambyråer för man vill ju att den reklam och marknadsföring man gör som annonser till tidningar, hemsidor o.s.v. ser professionella ut. Något som företaget också bör satsa på är absolut att

ha en öppningsdag som man annonserar ute på tidningen eller varför inte ut på Facebook som man gör i dagsläget, det är någonting som lockar folk därifrån man kunde få kunder. (Kinnki, Hulkko & Mäkinen 2003 172)

Något som man kan tillägga till sist är att hurudant intryck man får av företaget och hur skall man göra för att människorna skall få ett bra intryck av företaget. Det första som man kan nämna är att man skall se till att man bra intryck av företaget från första början för det sägs att första intrycket säger en hel del. Vad skall man göra för att få ett gott första intryck? Jo, man borde eventuellt satsa på kläder, representabla kläder, visitkort, logon och speciellt hur utrymmen där företaget är ser ut för det är nog en skillnad ifall utrymmen där det är stökigt så ger det inte så bra professionellt intryck av företaget.

Och som togs upp här tidigare med kläder så är det viktigt att företagets representanter ser glada och positiva ut och är städade, för det är något som folk ser mycket på hurudan företagets representant ser ut.

3.1 Produktionsplan

När man börjar med en företagsverksamhet så gäller det att ha en produktionsplan. Det finns olika produktionssätt man kan tillvägagå och det kan ske via

- 1) Egen tillverkning
- 2) Genom att man använder sig av underleverantörer
- 3) Köper en helt färdig produkt där man själv endast säljer den, installerar och gör eventuella servicearbeten kring produkten

Det är lite olika från företag till företag vilka av dessa sätten man använder sig av, t.ex. parfym affärer kan ju inte tillverka sin egen parfym utan de köper färdiga produkter och så säljer de den vidare men t.ex. industrier som Wärtsilä, Ntm, Närko så tillverkar produkten själva eller har underleverantörer att sköta om det. Ifall man använder sig av underleverantör är det otroligt viktigt att man håller regelbunden kontakt med varandra kring produkten och produktens framfart.

Det som är viktigt när man grundar en företagsverksamhet är också lokalen. Det bästa när man påbörjar sin verksamhet är nog att man använder sig av en hyreslokal för det lönar sig inte att köpa dyra lokaler från första början när man inte ens vet hur verksamheten kommer att gå. Affärslokalens läge är viktigt också, t.ex. om man är ett företag som säljer färdiga produkter som parfym som togs upp tidigare så är läget i centrum bäst för en sådan verksamhet men ifall man har en större industri så är det bättre att ha det lite utanför där det finns möjlighet att kunna vidga ut sin verksamhet samt stora vägar och varför inte järnväg också nära till hands. (Puustinen 2006, 153-156)

Men man skall också ta till beaktan företag som sysslar mycket med handel via nätet, dylika företag behöver inte nödvändigtvis någon lokal utan kan lika bra sköta sin affärsverksamhet hemifrån.

När man grundar ett företag behöver man göra vissa investeringar som behöver finansiering som kan skötas i form av kapitalplaceringar eller med främmande medel. Man kan också få bidrag för sina investeringar men då betalas bidraget ut först efter att man har gjort investeringen så man är ändå illa tvungen att skaffa pengar i förhand. Olika finansieringsformer är leasing, avbetalning eller lån. Om man tar med moms perspektiven så vid leasing betalar man moms. (Lundén & Svensson 2010, 74-76)

I dagens samhälle tar man mer och mer i beaktan olika miljö och kvalitetsaspekter. Miljötänkande är förnuft och lönsamt vid en långsiktig tidsplan. Att spara på energin och se över sina anskaffningar vilka som är nödiga eller onödiga där det lätt kan sparas in mycket pengar. I och med att miljömedvetandet bland människorna har ökat så måste man räkna med att kunderna jämför gärna ditt företag med andras företag när det gäller miljön. (Lundén & Svensson 2010, 109)

3.2 Personalplan

Det är vanligt att ha anställda också i nystartade företag. Att ha anställda ger också en hel del ansvar åt företagaren det gäller att se till att man har alla avtal och

villkor under kontroll så det inte blir några missförstånd och oklarheter. Då man anställer folk är det viktigt att ett skriftligt arbetsavtal. När man ha bestämt sig att man skall anställa folk måste man fundera vad man behöver den anställda personen till, om det t.ex. räcker med ett tillfälligt arbete eller om det skall vara fast anställning.

Man också anställa en person genom ett läroavtal där staten bistår företagaren med en avlöning. Ett läroavtal kan fås numera från vilken bransch som helst där det inte spelar någon roll om man har en yrkesutbildning eller inte.

Stödet som man får via läroavtalet betalas till företaget för undervisningsarbete från 75 euro till 150 euro per månad. Där till får också företaget tilläggstöd från 530 till 1030 euro per månad ifall det handlar om utbildning av en arbetslös person. (Företagstolken, 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

3.3 Produktutvecklingsplan

När företaget har kommit igång och har haft sin produkt så gäller det att se till att utveckla sina produkter eller sina tjänster också för konkurrensen är hård och man behöver regelbundet forska hur man kunde göra sina produkter bättre än vad de är idag.

Tack vare produktutvecklingen kan man erbjuda nya och bättre produkter åt de nuvarande kunderna och samtidigt nya produkter åt nya kunder . Utveckling är en process som fortskrider hela tiden dit ett litet företags också borde satsa tid, resurser och pengar. Företagaren borde komma från de dagliga rutinerna för att denne skulle kunna ha tid för framtida utmaningar. Ifall det inte finns tid så har nog någon tid. Risker för att företaget blir överkörd ifall inte företaget utvecklas eller blir utvecklad. Det är svårt få ifall konkurrensfördelen ifall man har förlorat den. (Puustinen 2006, 267)

Företagstolken har 3 olika produktutvecklingsätt som man kan tillämpa och de är:

1) Aktiv produktutveckling

Här så strävar företaget att alltid vara lite före andra. Produktutvecklings och marknadsföringskostnaderna är höga, vilket förutsätter också ett högre pris. En fortgående aktiv produktutveckling ger med tiden en marknadsföringsfördel, då kunderna lär sig att känna till företagets produktpolitik.

2) *Produktutveckling baserar sig på en snabb kopiering*

Här vill man undvika höga produktutvecklingskostnader. Istället förlorar man prissättningsfördelen på nyheter.

3) *Produktutveckling baserar sig på en långsam kopiering*

Här undviker man fel som ofta dyker upp på nya produkter och sparar i produktionsutvecklingskostnaderna. En dålig sak med detta är det låga priset. (Företagstolken 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

3.4 Produktskydd

I dagens samhälle är det otroligt viktigt att kunna skydda sina produkter. Det första man borde skaffa som företagare är ett varumärke. T.ex ifall du är i en varuaffär och du bestämmer dig att köpa med dig några Pepsodent tandkräms tubar hem. När du kommer fram till hyllan så ser du snabbt Pepsodent tuben. Du känner igen deras utseende från långt. I samma butik i samma hylla men lite under ser du Pirkkas tandkräms tub. Den har likadant innehåll som pepsodent men den är mycket billigare. Men du väljer ändå Pepsodent för det är det du hör och ser på reklamen och det är ett ”inkört” koncept och det är det som de som tillverkar Pepsodent vill få hög köptrohet, så därför är varumärket enormt viktigt.(Nielsen 1999, 146-147)

Med att företagaren söker registrering från patent och registerstyrelsen får företagaren ensamrätt att använda sig av sitt märke på sin produkt. Att ansöka om ett varumärke kostar ca 215 euro och det är i kraft upp till 10 år.(Företagstolken, 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

Det finns också andra produktsskydd och det är Mönsterrätt eller mönsterskydd som det också kan kallas. Mönsterrätten är ett svagare skydd än vad t.ex. än patent är. Alla slags produkter kan mönsterskyddas. När man talar om att mönsterskydda en vara så handlar det främst om varans utseende eller formgivning, som ska vara ny och skiljas sig från alla andra. Då man ser på varan så skall man få ett helt nytt helhetsintryck. (Nielsen 1999, 145)

Att få ha mönsterrätt på sin produkt kan ansökas från patent-och registersstyrelsen och ansökningsavgiften är 154 euro

Det viktigaste produktsskyddet är nog ändå patent, det ligger i allas intresse att en ny produkt kan skyddas från plagiering. Det kan den om produkten är ny. Då skall man ansöka patent på produkten. Ett patent kan erhållas för en uppfinning som är industriellt användbar, som är ny och avviker från andra uppfinningar. I praktiken är ansökan om att få patent på sin uppfinning det svåraste, därför finns det professionella patentbyråer som man kan använda sig av när man ansöker patent. Det är dyrt att ansöka patent, det kostar från 2000 euro och framåt. (Nielsen 1999, 142-144)

3.5 Företagets ekonomiska kalkyler

När man grundar ett företag så är det viktigt att göra ekonomiska kalkyler, för man vill ju veta vilka kostnader som man kommer att få de närmaste tiderna och hur mycket med intäkter man borde få för att kunna uppnå ett positivt resultat. När man gör en kostnadskalkyl så skall man se till att man får med alla kostnader, och fundera noggrant alla kostnader man kommer på som kan uppkomma.

När man har fått igång en plan som man själv kan tro på och samtidigt ger företaget en lönsamhet man kan acceptera så följer man efter den. Man skall kolla upp med kalkylen regelbundet så att du är säker att du följer den.

I Företagstolken finns det två olika kalkylprogram som är kallade Ekonomiplan lite och pro. Det är lite olika användningsområden för dessa program som jag tänker ta upp vilka de är.

Ekonomiplan LITE programmet kan man använda sig av när man vill utreda

- 1) Om affärsverksamheten ger tillräckligt med inkomst
- 2) Hur stora investeringar det förutsätts och hur anskaffningar skall finansieras
- 3) Utgifterna för affärsverksamheten och vilka produkter omsättningen bildas av

Man måste här poängtera att man inte kan använda sig av denna kalkyl som bilaga till finansieringsansökningar för olika stöd och dylikt.

Då finns det också ett annat program som kallas för Ekonomiplan Pro som man kan använda sig av när man vill få fram:

- 1) När det behövs tilläggsberäkningar för startbidrag eller andra finansieringsansökningar för banker eller andra finansiärer som t.ex. Finnvera
- 2) Man vill kartlägga den planerade avkastningen med andra ord resultaträkningen
- 3) Man får prognoser för den planerade affärsverksamheten
- 4) Man ser till att pengarna räcker under det första verksamhetsåret, med andra ord utarbeta en kassabudget. (Företagstolken, 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

3.6 Försäkringar

Det är viktigt att man har försäkringar under kontroll i företaget för både företagarens bästa och för de eventuella arbetstagare man har i företaget. Det är inte alltid så kul att köpa försäkringar för att de är dyra. Oftast så får man ingenting tillbaka av försäkringarna ifall det inte sker några olyckor. Men man måste ändå ha de försäkringar som lagen kräver så att myndigheterna blir nöjda. En företagare som tidigare varit en arbetstagare tar själv hand om många försäkringar som företagarens förra arbetsgivare har tagit hand om.

Ifall man är en företagare som är ensam så räcker det med en endaste försäkring och det är pensionsförsäkringen.

Den som påbörjar sin affärsverksamhet för första gången får 25 % rabatt under de 4 första åren, men man skall inte beakta detta i kalkylen. För man kan betala företagarpensionen flexibelt utgående hur resultatet uppnås och hurudant intresse du har av att betala eller har råd att betala.

Man borde ändå överväga att inskaffa andra försäkringar i företaget också och inte bara ha FöPL försäkringen man bör skaffa sig en olyckasfallsförsäkring och en livsförsäkring speciellt ifall företagarens maka eller make inte har något fast arbete. (Puustinen 2003, 141-142)

3.7 Lönebikostnader

När man anställer en arbetstagar så leder det till flera skyldigheter. Arbetsgivaren måste skaffa åt arbetstagar en pensionsförsäkring och betala en del av pensionsutgifterna. Arbetsgivaren måste också betala arbetstagarens socialskyddsavgifter, skaffa sig en olycksfallsförsäkring och arrangera företagshälsovård. (Puustinen 2003, 272)

3.8 Arbetskraft

Ifall man vill hyra arbetskraft är det ett vettigt alternativ när man skall ta sin första arbetstagar eller t.ex. om man har ett behov för en stund att ha mera folk som t.ex. vid ett vikariat . Det är enkelt att förutse kostnaderna och anställningen kan avslutas tidigare än vad man har planerat. Ett företag därifrån man kan hyra arbetskraft är t.ex. varamiespalvelu

Det finns olika fördelar som denna guide tar upp och dessa är:

Det är enkelt att kunna budgetera utgifterna d.v.s kostnaden är fast och den inkluderar alla utgifter, dessutom så kan man vid behov byta ut arbetstagar mitt i en avtalsperiod till en mera lämplig arbetstagar, och till sist så är det ett mycket lämpligt alternativ för en fortsatt anställning. (Varamiespalvelu 2011: <URL: <http://www.vmp.fi/Suomi/sv/Arbetsgivare/Personaluthyrning/>>)

3.9 Inventarier och utgifter

Inventarier hör till det som kallas för anläggningstillgångar. Det är sådant som har en lång ekonomisk livslängd. Alltså det är meningen det skall finnas kvar i företaget i flera år. Här är några exempel vad inventarier kunde vara som t.ex.

- Maskiner
- Byggnadsinventarier
- Fartyg
- Bilar och andra transportmedel (Lunden & Svensson 2010, 256)

Det finns olika alternativ att kunna hyra en inventarie och de är att man kan hyra traditionellt utan köptvång för en kort tid, leasingshyror för en tidsperiod mellan 2 och 5 år samt avbetalning där längs avbetalningstiden kan vara upp till 5 år.

Vid leasing så behöver man inte betala någonting kontant, men isåfall är den första raten högre än de övriga raterna. Om objekten man har köpt efter avtalsperioden övergår till den som hyr ingår i den sista raten inlösningspriset som är minst 30 % av det ursprungliga anskaffningsvärdet.

Då man köper via avbetalning måste man till att börja med att betala kontant 30-40% av köpepriset.

Det finns flera fördelar med att leasa vilka jag tänker räkna upp här också:

- Det är enkelt med budgeteringen och oftast så kan service och underhåll inkludera i avtaltet
- När man leasar så får man dra av momsen varje månad och vid avbetalning så får man tillbaka momsen inom 2 månader efter att man har skaffat inventarien.
- Man binder inte pengarna vid köpet utan kapitalet är helt i bruk för affärsrörelsen. (Företagstolken 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

El, vatten och värmekostnader

Lite beroende av lokalen så är man tvungen att kunna ta en elavslutning när man börjar sin företagsrörelse. Anslutningsavgiften beror på lokalens läge och storlek. Vid ett område som är stadsplanerat är anslutningsavgiften ca 80 euro medan i glesbygden är anslutningsavgiften mellan 90 och 150 euro. Till detta tillkommer och en kopplingsavgift som ligger kring 50 euro. I dessa pris ingår ändå skillnaderna mellan leverantörerna samt orten, därför finns det ett skäl att kunna kontakta de el-bolag som verkar i sitt område för det aktuella priset. (Företagstolken, 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

Marknadsföringskostnader

De kostnader som kan dyka upp i marknadsföringen är lite beroende vilken typ av rörelsen man driver. Åtminstone borde man reservera så mycket pengar att man har råd att trycka visitkort och firmalogo. Tryckningen av visitkortet kostar ca 300 euro moms 0 % . Planeringen av företagets logo och eventuella blanketter så kostar ca 400 euro med moms 0 % . Anskaffnings av hemsidor med 15 sidor kostar från 300 euro till 1500 euro ifall man vill ha högklassig hemsida. Dessutom så med hemsidan så tillkommer fasta kostnader som är upprätthållande av webbplatsen och serverhyra där kostnaderna kan bli från 40-60 per timme respektive 3-25 euro per månad.

Sedan kan också företaget vilja ha reklamskyltar i sin lokal, där minimipriset ligger på 500 euro. Ifall man vill ha en stor skylt som ligger på 5 kvadratmeter så börjar priset ligga mellan 1500 till 2000 euro. (Företagstolken, 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

Datakommunikations och bankförbindelse kostnader

När man startar en företagsverksamhet så är det mer en nödvändigt idag att kunna ha en dataförbindelse så att man kan skicka och ta emot e-post samt att kunna ha

en bankterminal kopplad så att man kan börja ta emot bankkort ifall man sysslar med en butiksrörelse.

Utgifter för dessa kunde vara:

- Nätanslutning från ca 30 euro i månaden
- En betalningsterminal får man från banken och den kostar mellan 4-800 euro eller om man hyr den för 16 euro per månad, detta är en nödvändighet ifall man sysslar med en butiksrörelse.
- Terminalens bruksavgift är från 140 euro och 0,05 euro per gjord betalning och detta betalar man till Luottokunta (Företagstolken 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

Bokföringskostnader

Det är mer än nödvändigt att kunna anlita en bokföringsbyrå men det kommer också kostnader där bokföringsbyråerna kan fakturera från 7-800 euro per år. Ifall du lämnar in en mapp med bokföringsverifikat per månad så uppgår bokförarens räkning från 400-500 euro per månad lite beroende på hur många verifikat du har. (Företagstolken 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

Om din affärsverksamhet är ett öppet bolag, ett kommanditbolag eller ett aktiebolag så finns det ingen lagstadgad revisionskyldighet men ifall bolagets bolagsordning kräver att en revisor skall väljas så måste man följa den bestämmelsen och det gäller för alla dessa bolagsformer. (Patent och registerstyrelsen 2011:<URL: <http://www.prh.fi/sv/kaupparekisteri/useinkysytyt/uusitilintarkastuslaki/osakeyhti ot.html>>)

Men man måste också komma ihåg att ifall man blir revisionskyldig ifall man uppfyller något av dessa villkor:

- 1) Ifall balansomslutningen överstiger 100 000 euro,
- 2) Ifall omsättningen eller motsvarande avkastning överstiger 200 000 euro, eller

3) om antalet anställda överstiger i medeltal tre.

(Finlex 2007: <URL: <http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2007/20070459> >)

Kontorskostnader

I de kostnader som uppkommer för det material man inskaffar till kontoret så borde man ha 2500 euro som taksumma där momsens skulle vara 0 % för företaget samtliga smärre anskaffningar.

Resekostnader

Resekostnader är sådant ifall man besöker någon mäsäa, är på kundbesök eller liknande. Man skall komma ihåg att kilometerersättningarna då man använder egen bil är skattefria och samtidigt är även dagstraktamenterna skattefria när det gäller kommanditbolag, öppet bolag och aktiebolag. Enskilda affärsidkare kan dock inte betala ersättningarna åt sig själva i pengar utan de noteras senare som resekostnadsavdrag i den personliga deklARATIONEN.

Man måste tänka på det att beskattaren är intresserad av de skattefria raterna som man har betalar till företagets ägare, därför bör man se till att man uppgör resedagboken noggrant och levereras till bokföraren. Det finns också andra utgifter som kan dyka upp under sin affärsresa som t.ex. hotellutgifter, bussbiljetter och flygbiljetter. (Företagstolken 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf >)

Utbildningskostnader

Den person som är intresserad att grunda ett företag så lönar det sig att utbilda sig och öka kunskapen kring företagandet. ELY centralen ordnar många olika kurser kring företagandet. Stödet som man får från staten så gör att kurserna är otroligt förmånliga.

Övriga kostnader

Övriga kostnader kunde vara t.ex. medlemsavgiften till företagarorganisationen som ligger på 140 euro. Andra kostnader är t.ex. parkeringsavgifter för bilen och kostnader för grundandet av företaget. Man kunde också prenumera på facktidningar som berör sin egen bransch för att hålla sig uppdaterad med dagens trender eller tidningar som kunderna också kan bläddra i när de väntar på deras tur ifall det är frågan om en sådan bransch. (Företagstolken, 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

3.10 Riskhantering

Risker som är knutna till företagsrörelsen kan sätta företagets existens på provning. Företaget bör därför kunna kartlägga de risker som hänger samman med rörelsen och sträva att ha kontroll över dem. Jag tänker ta upp några metoder som tillämpas för risk är identifiering, analys av riskerna samt åtgärder för att undvika riskerna.

- Riskidentifiering betyder att företaget upprättar en förteckning över vilka risker som är knutna till rörelsen
- Riskanalysen innebär att företaget undersöker sannolikheten för att de eventuella riskerna blir av samt omfattningen av eventuella skadorna ur företagets synvinkel
- Tillvägagångssättet, där företaget kan undvika att minimera eller ta på sig riskerna eller om man överför riskerna till någonting annat.

Då man talar om riskhantering strävar man efter att undvika de skador som eventuellt kan dyka upp. Men man måste ta till beaktan att riskhantering kostar också. Man skall se till att man genomför riskhantering på ett så ekonomiskt sätt som möjligt. Om förebyggandet av skadan ger upphov till större utgifter än vad själva skadan åstadkommer, måste företaget välja det förmånligare alternativet och låter sig bli att skydda sig mot skadan. Konkret sagt för att förebygga en skada som kostar 2000 euro löns det sig inte satsa mer än motsvarande summa, alltså 2000 euro. (Kinkki, Hulkko & Mäkinen 2002, 160-161)

3.10.11 Personrisker

De risker som utgörs här är tillgången på personalen och dess varaktighet. Ifall företaget har tagit emot för stor beställning så kan det lätt stjälpas företaget om man inte har tillräckligt med personal eller att man inte hittar mer folk heller. Andra risker är arbetsskyddet, kostnaderna för arbetsförhållandeskyddet samt arrangemangen med vikarie. (Kinkki, Hulkko & Mäkinen 2002, 159)

3.10.12 Risker som hänför sig till familjeförhållanden

Som tidigare konstaterades är företagaren den största förorsakaren av risker. Förutom den egna hälsan kan även andra situationer i livet utgöra en riskfaktor t.ex. en skillsmässa kan göra slut på hela affärsrörelsen. Lagstiftningen säger att bägge parter har giftorätt till den andras egendom som träder i kraft efter skillsmässan.

Ifall man har ett äktenskapsförord så man har upprät under giftemålet eller före så kan man avlägsna sig giftorätten. Genom att ha ett äktenskapsförord så kan företagaren begränsa företagets förmögenhet samt att trygga att rörelsens verksamhet kan fortsätta även efter en skillsmässa. (Företagstolken 2010: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>)

3.10.13 SWOT-Analys

Sist men inte minst är det otroligt viktigt att kunna göra en SWOT analys. Med den så bedömer man företagsverksamhetens starka och svaga sidor samt dess hos och möjligheter. Analysen görs ofta redan i samband med utformningen av självaste affärsidén och verksamhetsidén. Med stöd av en SWOT analys så kan förebygga de egenskaper som har bedömts som svaga, utnyttja eventuella möjligheter samt att kunna hindra hotbilderna från att bli verkliga. (Entreprenörcentrum, 2011: <URL: <http://www.entreprenorcentrum.se/default.asp?pageid=27628>>)

3.11 Checklista vid grundandet av ett företag

När man grundar ett företag är det bra att kunna ha en sorts checklista, och här har också företagstolken en färdig mall för en checklista där man kan kryssa av och kolla igenom så att man har med allt.



UPPGIFTER	RÅD- GIVANDE GUIDE	BÖR VARA FÄRDIG/ FÄRDIG DATUM
<input type="checkbox"/> 1. Planera företagsverksamheten och gör upp en plan för affärsverksamheten	FT 1 - 3	
<input type="checkbox"/> 2. Uppgör en ekonomiplan	FT4	
<input type="checkbox"/> 3. Klarlägg vilka tillstånd som behövs beträffande företagandet	FT5	
<input type="checkbox"/> Tillstånd behövs, av vem		
<input type="checkbox"/> 4. Utred företagets finansieringsmöjligheter	FT6	
<input type="checkbox"/> Ansök om startpenning		
<input type="checkbox"/> 5. Beräkna företagets finansieringsbehov	FT8	
<input type="checkbox"/> 6. Val av företags-/bolagsform, vald bolagsform och företagets namn:	FT 9	
<input type="checkbox"/> 7. Uppgör bolagsavtal		
<input type="checkbox"/> Använd färdiga bolagsavtalsmodeller som finns i Yritystulkki (även aktionärs-/bolagsmansavtal)	FT11	
<input type="checkbox"/> Använd färdigt styrelseprotokoll (AB) i Yritystulkki	FT15.5	
<input type="checkbox"/> Använd Patent- och registerstyrelsens färdiga blanketter		
<input type="checkbox"/> Man förfar på annat sätt, hur		
<input type="checkbox"/> 8. Fyll i FO-anmälan	FT9,	
<input type="checkbox"/> Fyll i punkten mervärdesskattskyldighet	punkt 5	
<input type="checkbox"/> Anmäl dig som registrerad arbetsgivare		
<input type="checkbox"/> 9. Öppna konton i bank och åt varuleverantörer (i aktiebolag krävs styrelsens protokoll)	FT12	
<input type="checkbox"/> Brukskonto, bankkort/kreditkort	(FT 15.5)	
<input type="checkbox"/> Konto med kredit, limit euro		
<input type="checkbox"/> Annat, vad:		

Figur 1 Checklista

(http://www.yritystulkki.fi/files/checklista_dynamo_101125.doc)

3.12 Affärsplan

I Företagstolken finns det även en handbok som handlar om att göra en affärsplan till en begynnande företagare. Avsikten med denna handbok är det att den skall systematiskt hjälpa att planera verksamheten i det kommande företaget. I handboken FT1 Planering av företagsverksamheten behandlas sakerna teoretiskt där man efteråt fyller i affärsplans arbetsboken. Man hänvisar till arbetsboken på denna punkt på samma gång man fyller i arbetsboken. Man får hjälp i dessa områden genom handboken:

- Bedömning av företagarens personliga företagarförutsättningar
- Definition av företagsrörelsens mål och metoder
- Beskriver verksamhetsmiljön
- Kartlägger risker och funderar på sätt som man kan undvika risker

- Förutspår avkastningar och utgifter
- Bedömer vilket behov man har för finansiering och personal (Företagstolken, 2011: <URL: http://www.yritystulkki.fi/alue/narpes/files/ft3_affarsplan_dynamo.doc.doc >)

3.13 Ekonomiplan LITE

Som sades tidigare så är lite versionen av ekonomiplan verktyget en enklare version av pro versionen. Av Lite versionen så får man fram affärsrörelsens beskattningsbara inkomst. Detta program tillämpar sig mest för de som är :

- Småföretagare, har oftast endast några anställda
- Alla företagsformer
- Alla branscher
- Även för konglomerat, d.v.s för ny lönsamhetsberäkning av en ny arbetsprestation

företags TOLKEN _e		FT4 EKONOMIPLAN LITE		JDC Jadedelone	
Tjänsten erbjuds av: Ab Företagshuset Dynamo Yritystalo Oy					
Företagets namn		Utförare		Datum	
PENNINGBEHOV OCH PENNINGKÄLLOR					
FINANSIERINGSBEHOV inkl. MOMS			FINANSIERING		
EURO			EURO		
1. Lokaltjänster sammanlagt	Bidrag-%		6. Långfristiga lån		Sammanlagt
- Jordområden			- Lögavare	Ränta - %	Betalningstid
- Skattefria fastigheter			Finvera		Kapital
- Inköpt byggande av fastigheter			Pankki		
2. Maskiner och inventarier	Bidrag-%				
			7. Leasingfinansiering		
			8. Avbetalning		
			9. Företagsbidragen		
- varulagerförvärv av affärsverksamhet			- Bidrag från ELY-centralen		
- varulager i början, garantiflyta			- Övriga bidragen		
- Skattefria maskiner och inventarier					
3. Marknadsföringsinvesteringar, hurudana			10. Alerbäring av mervärdesskatt		
			11. Egen finansiering, sammanlagt		
			- företagarnas placeringar		
4. Utvecklingsinvesteringar					
5. Övrigt driftskapital					
	Sammanlagt			Sammanlagt	

fig företagstolken eplan lite

(Företagstolken, 2011: <URL:

http://www.yritystulkki.fi/files/ft4_lite_ekonomiplan_dynamo_110301.xls

>)

3.14 Ekonomiplan PRO

Ekonomiplan PRO har mycket mera att välja på om man jämför med LITE versionen, till att börja med så kan man välja bransch och ut av det välja de beräkningsmallarna som passar för sin egen bransch. Det finns 5 olika skeden som

man skall göra i detta verktyg och det står när man går in mycket tydligt vilka mallar man skall välja beroende på vilken bransch man har valt. Jag har tänkt ta upp de 5 skeden som man skall välja och de är:

- **Uträkning av penningbehovet**

Här räknar man till vad pengar behövs och varifrån man får dem

- **Uträkning av rörelsekostnaderna**

När du fyller i denna så får du hjälp från guiden som jag har nämnt tidigare

- **Uppgörande av omsättnings prognos**

Av försäljningen av produkter så får man företagets omsättning, med vars täckning man betalar verksamhetsutgifterna.

- **Resultatprognos**

Här kommer det fram att om med den intäkt man har fått av försäljningen täcker de verksamhetsutgifterna som har fått.

- **Kassabudget**

Här kommer det fram om inkomsterna täcker utgifterna på månatlig basis.

(Företagstolken, 2011: <URL:

http://www.yritystulkki.fi/files/ft4_ekonomiplan_pro_dynamo.xls >)

3.15 Tillståndsmässiga näringsgrenar

Som sista punkt i planeringsskedet tar man upp olika tillstånd som man måste ta till beaktan i ett företag. Denna guide ger mer information om vilka myndigheter som ger ut tillstånd till de olika näringsgrenarna som t.ex. verkstäder så ger Trafi tillstånd och inom vårdbranschen det lokala regionsförvaltningsverket.

Det är oerhört viktigt att kunna gå igenom denna guide, för att kunna påbörja sin verksamhet så fort som möjligt genom att ha sina tillstånd för sin verksamhet under kontroll.(Puustinen, 2006 104)

3.16 Finansieringen

Man kan konstatera att uppstartade företag är beroende av någon slags finansiering, denna guide ger hjälp för företagaren vad det finns för olika slags finansärer som kan hjälpa företaget för att få mera startkapital eller kapital över huvudtaget. Man kan konstatera att det finns 2 olika lämplighets nivåer på denna guide, den ena är för den företagaren som tänker starta och den andra är för ett företag som redan är aktivt.

Denna guide tar med vilka kostnader det för med sig för registreringen av olika företagsformer samt att vilka krav man måste fylla för att t.ex. kunna ha ett aktiebolag. Man behandlar också hur man går tillväga för att kunna få en startpenning till sitt företag. Speciellt bra enligt mig är att man har i dessa guider skrivit en direkt kontaktuppgift dit man kan höra av sig ifall man t.ex. just vill ha en startpenning.

Guiden har också olika räkneexempel hurudant stort driftskapital man borde ha i företaget . Man tar även också med olika tips hur man kunde minimera driftskapital behovet i företaget genom t.ex. att minska på lagerutrymmer eller ha skärpta betalningsvillkor.

Någonting som också är viktigt så är att man har bra relation med sin bank för ifall man vill ha ett konto med kredit så är det vanligen en bank som beviljar ett sådant konto. Ett dylikt konto utjämnar oftast affärsrörelsens penningströmmar, eftersom kundfodringarna sällan erhålls före inköpsfakturorna betalas. Behovet av kapitalet i företaget kan tillfredsställas med factoring alltså med andra ord att man finansierar kundfodringarna. Man gör ett factoringavtal mellan ett finansieringsbolag och kundföretaget. Factoring passar bra för branscher som växer och de branscher som har långa leveransvillkor. (Företagstolken, 2011: <URL:http://www.yritystulkki.fi/files/ft_finansiering_2011-1_dynamo_110218.pdf>)

3.16.1 Finansiering av företagets exponeringsinvestering

När ett företag håller på att expandera så kan det krävas finansiering . Oftast brukar produktiva företag ha problem att få ihop med tillräcklig finansiering av driftskapitalet speciellt då investeringen i relation till företagets tidigare omfattning är omfattande och där uppkörningen tar tid.

Här har företagstolken en tabell där man tar fram olika finansieringsobjekt, kostnadsposter samt andel av utgifterna. Man tar också fram från vilka penningkällor man kunde få finansiering till sina investeringar t.ex. Finnvera lån, banklån m.m.

3.16.2 Borgen

När man tar ett lån från en bank eller från någon annan instans så krävs det alltid någon typ av säkerhet. Ifall låntagarens kredituppgifter är i sin ordning så brukar det oftast räcka enbart med en namnunderteckning som säkerhet för belopp upp till 15-20 000 euro. Det finns 7 olika säkerhetsformer som Företagstolken tar upp i sin guide. (Lunden & Svensson 2010, 87)

3.16.3 Minimering av penningbehovet och planering av finansieringen

Utgångsläget är att man får företagets investeringar i Finland välfinansierade. Däremot är det svårigheter med tillräcklig finansiering av driftskapital, då de säkerheter som företagen och företagarna har gett, ofta har blivit använda till deras fulla belopp då man har skaffat investeringsfinansiering. Då de bättre säkerheterna har använts, lämnar den s.k. företagsinteckningen som säkerhet för finansieringen av driftskapitalet, vars värde då företaget är nytt av förklarliga skäl är dåligt. Företagaren skulle göra klokast i att spara på inteckningarna för finansieringen av driftskapitalet och använda t.ex. leasing eller delbetalningsfinansieringen till investeringarna. , för vilka en maskin eller apparat som man själv har skaffat fungerar som säkerhet för lånet.

Om ekonomin kärvar till då företaget är i gång är inteckningsarrangemangen alltid svåra. I syfte att minimera behovet av pengar är ett sätt att bredda ägarunderlaget för företaget genom nyemission. I denna guide så tar Företagstolken fram olika

områden där man kunde ta till beaktande för att försöka minimera penningbehovet.

3.16.4 Företagarens egen finansiering

Finansieringen i ett företag som står i beråd att påbörja sin verksamhet ordnas i regel via tre källor, dvs. via företagarens egen finansiering, bidrag och lån. En fjärde finansieringsform, inkomst finansieringen kan inte vara betydande i början men betydelsen vid finansieringen av investeringarna ökar vartefter företaget blir äldre. Ett kännetecken på ett lönsamt företag är att man gör ersättningsinvesteringarna med inkomstfinansiering.

Man hittar i guiden väldigt bra tips på olika placeringar därifrån man kan få finansiering samt information kring Finnveras företagslån som blir alltmer vanligare. (Företagstolken, 2011: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft_finansiering_2011-1_dynamo_110218.pdf>)

3.16.5 Ely-centralens stöd och bidrag till företag

Det stöd för företagsverksamhet som beviljas av statens och EU:s medel har på landskapsnivå koncentrerats till ELY-centralerna. Utgångsläget för stöden för företagsverksamheten är att objektet för bidraget måste ha förutsättningar för en fortgående och lönsam verksamhet. Detta innebär att man inte stöder verksamhet på intressenivå.

Dessutom innebär erhållandet av stöd att man förbinder sig att fortsätta företagsverksamheten under 3 år efter senaste utbetalning av företagsavdelningen och 5 år efter utbetalningen av landsbygdsavdelningen, med hot om att stödet i annat fall indrivs tillbaka helt eller delvis. Egendom som har anskaffats med bidrag får inte säljas eller överlåtas före utsatt tid. Detta är en regel men undantag kan göras av ändamålsenlighets skäl eller på grund av förlust av arbetsförmåga. Dessutom förutsätts att bidragsmottagaren finansierar investeringen av anskaffningsutgiften till minst 25 procent med sådan finansiering som inte innehåller finansiering av en offentlig finansiär. (Centralhandelskammaren 2010, 26-27)

3.16.6 Banker och försäkringsbolag som lånefinansiärer

(till ett företag i startskedet och till ett fungerande företag)

Långfristiga lån beviljas av banker, Finnvera Abp och pensionsförsäkringsbolagen. Beroende på den allmänna räntenivån varierar populariteten hos finansieringskällor; under tider av låg ränta är bankerna och Finnvera populära, under tider av hög ränta ökar pensionsförsäkringsbolagen sin popularitet. Den mest väsentliga skillnaden mellan finansiärerna utgörs av kravet på säkerhet, emedan endast Finnvera Abp (tidigare Kera eller Kehitysaluerahasto/ Utvecklingsområdesfonden) som fungerar på statsmaktens ansvar har rätt till riskfinansiering. Därför är den finansiering som de beviljar viktigspeciellt då företaget är nytt. I det följande granskas villkoren för lånefinansiering hos banker och pensionsförsäkringsbolag.

3.16.7 Finansieringsbolagens alternativ för investeringsfinansiering

(för ett företag i initialskedet och för ett fungerande företag)

Det lönar sig att dra nytta av finansieringsbolagens finansieringsmöjligheter i synnerhet i företagsverksamhetens initialskede då man anskaffar maskiner och apparatur, emedan finansieringen i allmänhet ordnar sig utan säkerhet då den produkt som inköps fungerar som säkerhet. Man får emellertid inte hela summan finansierad utan den egna finansieringen bör uppgå till minst 20 %.

3.16.8 Tekes finansiering

(för ett företag i initialskedet och för ett fungerande företag)

Tekes, dvs. utvecklingscentralen för teknologi och innovationer, finansierar och aktiverar företagens och utvecklingsenheternas krävande forsknings- och utvecklingsprojekt. I ansökningarna tävlar de projekt som man har tillställt Tekes sinsemellan om finansieringen. Som jämförelseobjekt vidbedömning av ansökningarna finns att tillgå den av Tekes sakkunniga vida kända inhemska och internationella forsknings- och utvecklingsverksamheten. Rättesnöret för bedömningen är att det på långsikt beträffande finansieringen av forsknings- och utvecklingsverksamheten måste leda till att samhället får in mera skatteintäkter än det har placerat. (Centralhandelskammaren 2010, 28)

3.16.9 Försäkringsbolaget Garantia

(för ett fungerande företag)

Garantia är ett försäkringsbolag som har specialiserat sig på borgensförsäkringar som garanterar finansiering och andra ansvar för finländska företag samt försäkrar risker som hänför sig till placeringar. Garantia beviljar borgen för finansiering (låne-, mellanfinansierings-, hyres-, kapitallåne- och betalningsgaranti), för täckande av köpekontrakt (byggnadstids, entreprenadgaranti, entreprenadgaranti för garantitiden, RS-betalningsgaranti, förskottsgaranti och offertgaranti) och för myndighetsgarantier (garanti i enlighet med marktäktslagen, miljögarantier, paketresegarantier och tullgarantier).

Väsentligt för Garantias borgensformer är att verksamheten hos de bolag som söker dem är stabil och att verksamheten har företagsekonomiska lönsamhetsförutsättningar.

Detta innebär att ett företag i initialskedet inte kan få borgen förutom vid situationer av företagsköp. (Garantia 2011: <URL: <http://www.garantia.fi/fi/etusivu>>)

3.16.10 Minimering av finansieringsutgifterna

Efter att företagsverksamheten har stabiliserat sig och konstaterats vara resultatgivande ökar i regelbankens betalningsandel. Bankerna är speciellt intresserade av företagets betalningstrafik, för vilkande har många lösningar att erbjuda som underlättar det praktiska arbetet. Elektronisk fakturering utgör en modern lösning speciellt i sådana företag där man gör hundratals fakturor i månaden.

Ett villkor för banklånet är naturligtvis skyddande säkerhet, som går att arrangera allt lättare allt eftersom företaget blir mera välmående. Då blir finansieringsutgifterna kännbart förmånligare än i Finnveras normala investerings- och driftkapitalskredit. För att minimera dina finansieringsutgifter och för att försäkra dig om att finansieringen fungerar, agera enligt följande1.

Sträva efter en helhetsfinansiering med banken, som omfattar företagarens personliga lån, företagets

betalningstrafik, lånefinansiering och finansieringsbolagens finansieringsavtal.

Respektive bankgrupp har sina

Egna finansieringskopplingar.

2. Användningen av flera banker höjer finansieringsutgifterna och försvårar säkerhetsarrangemangen.

3. Det att företagen och företagarna tar sina personliga försäkringar med en bankgrupp i samarbete med

ett befintligt försäkringsbolag eller ett försäkringsbolag som de äger främjar åstadkommandet av en förmånlig

finansieringslösning.

4. Sträva efter långvariga bankförhållanden, för under dåliga tider är det till din fördel.

5. Försök inte lura din bank eller någon annan finansiär heller, för endast en öppen kontakt med finansiärerna garanterar en rättvis skötsel av ärendena även från motpartens sida.

6. Då svårigheter uppstår, ta kontakt med finansiären en till två veckor före följande förfallodag, så kan betalningsprogrammet ännu ändras. Detta är viktigt även på grund av att Suomen Asiakastieto inte ska registrera negativa uppgifter om betalningsförfarandet för ditt vidkommande.

7. Alla ärenden sköts av människor. Till skötseln av ett gott kundförhållande hör att komma ihåg kunderna med rimliga affärsgåvor.

(Företagstolken, 2011: <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft_finansiering_2011-1_dynamo_110218.pdf>)

3.16.11 Finansieringsplan

Till finansieringsdelen tillhör också en excel mall där man kan göra upp sin Finansieringsplan man fyller i här vilka olika slags penningbehov man behöver som från registreringsutgifter, utrymmen, eventuella maskinen, inventarier, reklam och marknadsföring och övriga utgifter, penningkällorna varifrån pengarna

kommer t.ex. leasingfinansieringar, bidrag från ELY och lånekapital samt säkerheterna för lånen och dess belopp.

Denna mall är användbar för alla olika företag och den innehåller också ett exempel i samma excel fil där man kan se hur man skall fylla i mallen. Man kan också kommentera i en textruta bredvid ifall man har några observationer eller dylikt.

FT8 FINANSIERINGSPLAN		företags TOLKEN®	
©Jadelcons Oy			
Företagets namn			
Utövare		Datum	
PENNINGBEHOV			Observationer och kommentarer
1. GRUNDLÄGGNINGSGIFTER			Alla priser innehåller MOMS
- registreringsavgift	Kostnaderna		
- sakkunnigarvoden			
- tillstånd, franchising -avgift etc.			
2. UTRYMMEN			
- jordområden	Bidr.-%	Kostnaderna	
- köp/byggande av fastighet			
- köp av aktielokal			
3. MASKINER OSV., Moms-avdragbar			
	Bidr.-%	Kostnaderna	

Figur 2 Finansieringsplan (Företagstolken 2011: <URL:
http://www.yritystulkki.fi/files/ft8_finansieringsplan_dynamo_110222.xls >)

4 FÖRETAGETS ADMINISTRATION

I denna del finns det en hel del olika blanketter som man kommer att behöva när man har ett företag. Det finns 4 olika områden där det finns blanketter och dessa är administration, affärsverksamhet, arbetsförhållande samt blanketter till olika myndigheter.

ADMINISTRATION		AFFARSVERKSAMHET	
15.4 Styrelsens mötesprotokoll-bokslut	doc	15.23 Offert	xls
15.9 Protokoll från bolagsstämma	doc	15.24 Offertbegäran	xls
15.5 Styrelsens mötesprotokoll - allmänt	doc	15.25 Beställningsblankett	xls
15.10 Protokoll från extr.ord. blgs.stämma	doc	15.26 Orderbekräftelse	doc
15.7 Hyresavtal för affärslokal	doc	15.27 Uppdragsavtal	doc
15.8 Uppsägning för affärslokal	doc	15.28 Underleverantörsavtal	doc
15.6 Affärsplan	doc	15.22 Fakturablankett	xls
15.11 Företagets bestämda dagar	doc	15.27 Betalningspåminnelse	xls
15.12 Aktionärs-/bolagsmannaavtal	doc	15.38 Betalningsuppsmaning	doc
15.1 Plan för tidsanvändningen -vecka	pdf	15.35 Köpebrev -maskin och apparatur	doc
15.2 Plan för tidsanvändningen - månad	pdf	15.36 Köpebrev - allmänt	doc
15.3 Plan för tidsanvändning - år	pdf	15.20 Moms-uträkning	xls
ARBETSFÖRHÅLLANDE			
15.33 Arbetsavtal	doc	15.34 Arbetsintyg	doc
15.30 Uppsägningsanmälan	doc	15.31 Permitteringsanmälan	doc
15.32 Reseräkning	xls		
BLANKETTER TILL MYNDIGHETER			
15.40 Ansökan om godkännande av livsmedelutrymme		doc	
15.41 Damfrisering, skönhetsalong eller motsvarande,anmälan		doc	
15.42 Bulleranmälan		doc	

Figur 3 Företagets administration (Företagstolken, 2011: <URL:
<http://www.yritystulkki.fi/alue/narpes/index.php?page=1238&lang=1> >)

5 EKONOMI

En sak som en företagare ägnar stor uppmärksamhet är beskattningen. I verkligheten så bör man egentligen fästa all uppmärksamhet för att få till stånd omsättningen. Beskattningen kommer som tidigast att granskas under tredje eller fjärde året. Men man bör känna till iallafall hur beskattningen fungerar i tidigt skede så att man inte råkar för några överraskningar.

Jag tänker ta upp här hur man beskattar en enskild näringsidkare, ett öppet bolag och kommanditbolag.

När man väljer företagsform så beror det helt på vilken typ av verksamhet som företaget kommer att bedriva.

5.1 Inkomstbeskattningen

Lagen om beskattning av inkomst av näringsverksamheten stadgar om hur man räknar ut verksamhetens resultat. NSL är uppbyggd på en tolkning av inkomstbegreppet. Man räknar som skattepliktiga inkomster från näringsverksamheten de intäkter i penningar eller de förmåner med penningvärde som erhållits i näringsverksamheten. På ett liknande sätt ges också begreppet utgift en bred tolkning, alltså alla utgifter för inkomstens förvärvande är avdragbart. Inkomstkällans nettoresultat fås då från den summa av den skattskyldiges skattepliktiga inkomster som behövs för inkomstens förvärvande eller bibehållande. I NSL finns några bestämmelser som gäller enbart vissa bestämda företagsformer (t.ex. driftsreservering och överlåtelsevinster och – förluster för anläggningstillgångsaktier)

En egenskap i inkomstskattesystemet är att alla fysiska personers, även företagares inkomst delas i två inkomstslag, förvärvsinkomst och kapitalinkomst. Kapitalinkomsten beskattas med en proportionell skattesats som ligger på 28 %. Förvärvsinkomsterna beskattas progressivt i statsbeskattningen och med progressivt menar man att skatteprocenten ökar då inkomsten blir högre. Man

betalar också en proportionell kommunalskatt, kyrkoskatt och en sjukvårds- och dagpenningsavgift. Den sist nämnda är bestäms på grund av arbetsinkomsten enligt pensionsförsäkringen och inte enligt förvärvsinkomsten. Skatterna och kostnader kan totalt överstiga 50 %. (Centralhandelskammaren 2010, 30-31)

5.1.1 Enskild näringsidkare

Inkomster från en näringsverksamhet fördelar i kapital- och förvärvsinkomst. Man beräknar inkomsten som kapitalinkomst upp till den summa som motsvarar en årlig avkastning på 20 % på den nettoförmögenhet som hör till näringsverksamheten. Den som är skatteskyldig kan kräva att kapitalinkomstandelen ska uppgå till 10 % eller 0 % också istället för 20 %.

Man får nettoförmögenheten genom att drar av skulderna från företagets skattepliktiga tillgångar. Till nettoförmögenhet så lägger man till 30 % av de utbetalda lönerna från de senaste 12 månaderna. Det som blir kvar då man har räknat kapitalinkomsten från resultatet så är förvärvsinkomsten. (Tomperi 2009, 35-37)

5.1.2 Öppet bolag och Kommanditbolag

Kommanditbolag eller ett öppet bolag är inte skilt skattepliktigt. Dessa former utgör dock ändå en redovisningsmässig enhet och näringsverksamhetens resultat fastställs enligt direktiven i näringskattelagen. Det finns avdrag som företaget har i sin rörelse som får avdras från företagets resultat och inte från aktieägarens egna inkomster. Ifall företagets intäkter är för små för att alla avdrag ska kunna göras, går det inte att överföra avdragen på bolagsmännens personliga inkomster utan man fastställer istället en förlust för en liknande summa som sedan man drar av från företagets vinst under de följande 10 beskattningsåren. (Tomperi 2009, 35-37)

5.1.3 Mervärdesbeskattningen

När det handlar om mervärdesbeskattningen eller i folkmun mera moms så gäller det försäljning av varor och tjänster. Byggnadsverksamhet, persontransporter,

godstransporter och olika andra personliga tjänster är skattebelagda. När man talar om tjänster så finns det också några undantag som t.ex. hälso- och sjukvård. Mervärdesskatten som betalas för varor och tjänster som behövs för att kunna producera en vara eller tjänst är med några undantag avdragsgilla. En mindre verksamhet med en omsättning på 8500 euro beräknar för 12 månader uteblir från beskattningen. Då omsättningen blir mellan 8500 – 22 500 euro kan företaget få en nedsättning av momsen.

Allmänna momsskatten är 23 %. Det finns också andra skattesatser som är lägre. Skattesatesen för bl.a. persontransporter, inkvarteringsverksamhet, friserjtjänster samt andra små reparationstjänster är 9 %. Livsmedels skattesats är 13 %, samma skattesats gäller också för restaurangservice. Man beräknar momsen månadsvis. Företag som har förlängt sin anmälnings- och betalningsförfarande betalar momsen kvartalsvis eller halvårsvis. Skatten som ska betalas är skillnaden mellan den momsskatt som ingår i försäljningen och den momsskatt som ingår i inköpen för produktionsinsatser.

(Centralhandelskammaren 2010, 32)

5.2 Prissättningen

Prissättningen är en mycket viktig del av företagandet. Det pris man sätter ut på en produkt kommer att vara avgörande för om man kommer att kunna sälja produkterna och om man kommer att göra någon vinst alls. I många fall så har man inte så stor möjlighet själv att bestämma sitt pris utan rätt pris är vad kunden högst skulle tänka sig att kunna betala, det kallas också för kundnyttbaserad prissättning.

Prissättning handlar också mycket om psykologi. Det finns en orsak att många varor i affärerna slutar med 0,99 eller 99 euro. Ett annat exempel på psykologins inverkan är att knappast någon skryter med att man har köpt en billig parfym utan man istället stolt talar om hur bra affär man har gjort då man har kommit över en gräsklippare förmånligt.

Om man vill ha en enkel prissättningsmetod så kan man göra på dethär sättet:

1. Hur många timmar företagaren arbetar med direkt produktion i förhållande till den totala mängden av arbetstimmar
2. Vilken timlön företagaren vill ha före beskattningen men efter socialavgifterna. Det skall motsvara vad företagaren skulle haft i lön före inkomstskatten om företagaren vore anställd.
3. Hur länge det tar att producera produkten.
4. Hur mycket material det går åt till produktionen.
5. Hur stora omkostnader företagaren har haft under ett år i verksamheten.

(Lundén & Svensson 2010, 151-152)

5.3 Beräkning av en investering

Investeringarna har en betydande roll i företaget ekonomin i och med det kan avgöra hela företags framtid. Misslyckade och felaktiga investeringar har fällt flera företag. Därför tar denna guide upp olika metoder som klargör ifall investeringen är förnuftig och lönsam i längden. Ju större och större investeringar man gör i företaget så måste man satsa hårt på att samla in så mycket av information som möjligt. För att investeringen bör bedömas som lönsam så skall man använda sig minst av 2 metoder som jag tänker ta upp här.

Dessa 2 metoder är **nuvärdesmetoden** och **annuitetsmetoden**.

5.3.1 Nuvärdesmetoden

När man använder sig av denna metod så diskonterar man avskrivningarna och kostnader till nuläget uträknade på basen av val räntesats. Investeringen som man har tänkt göra är lönsam ifall de kommande nettoavkastningarna är större grundinvesteringen. Användningen av denna metod är enkel och det finns i Företagstolken en färdig kalkyleringsmodell för denna metod.

5.3.1 Annuitetsmetoden>

När man använder sig av annuitetsmetoden delas nuvärdesutgiften upp i lika stora kapitalkostnader i ett antal år som motsvarar brukstiden till årsrater, d.v.s. i detta fall annuiteter. Årsraten innehåller såväl avskrivningen som den givna årsräntan sammanräknad. Det skulle löna sig för företaget ifall man påbörjar en investering då de årliga nettoavkastningarna är lika stora som de utgifter som uppstår för att hand om kapitalet. Användningen av denna metod är relativt enkelt eftersom det finns ett färdigt program för detta ändamål.

I Företagstolken finns det en färdig kalkyleringsmodell för denna metod.

Fig(Företagstolken, 2011: <URL:

http://www.yritystulkki.fi/files/ft22_investering_dynamo.pdf)

5.3.2 Kalkylprogram

Det finns 5 olika kalkylprogram som företaget kan använda sig av och jag tänker räkna upp dem här

Nyföretagets resultatplan

Detta kalkylprogram är gjorda för företag som tänker starta sin verksamhet. Programmet innehåller resultaträkningen, balansräkningen och en finansieringskalkyl.

(Företagstolken, 2011: <URL:

http://www.yritystulkki.fi/files/ft22.1_nyforetagets_resultatsplan_dynamo_110301.xls)

Företagets resultatplan

Detta program är gjort för företag som redan bedriver en verksamhet. Detta program innehåller också en resultaträkning, balansräkning och en finansieringskalkyl men de är mer specifika än de kalkyler som är gjorda för ett ny startar företag.(Företagstolken, 2011: <URL:

http://www.yritystulkki.fi/files/ft22.2_resultatplan_dynamo_110301.xls >)

Kassabudget

Ett program för att göra en kassabudget, passar både för nya företag och företag som har varit aktiva några år.(Företagstolken, 2011: <URL:
http://www.yritystulkki.fi/alue/narpes/files/ft22.3_kassabudget_dynamo.xls >)

Kalkyleringsprogram för investering

Här beräknar man om investeringen kommer att vara lönsam med hjälp av annuitetsmetoden och nuvärdesmetoden. Denna modell passar likaså åt både nya och ”gamla” företag.

(Företagstolken, 2011: <URL:
http://www.yritystulkki.fi/files/ft22_4_kalkyleringsprogram_dynamo.xls >)

Lånets årskostnad

Här beräknar man lånens årskostnad, samt man ser hur mycket man har kvar på sitt lån och vad som händer ifall man ändrar på amorteringsraterna.

(Företagstolken, 2011: <URL:
http://www.yritystulkki.fi/files/ft22.5_lanekalkyler.xls >)

6 MARKNADSFÖRING

En viktig del av företaget är marknadsföringen, för den har en central betydelse med tanke på åtgången av produkter och tjänster och sålunds också tanke på företagets framgång. En ny företagare bör tänka på marknadsföringen och hur denne ska skilja sig från konkurrenter. Dessutom är det nyttigt att fundera på till vilka kundgrupper man erbjuder sina tjänster och hur det skall ske.

Målsättningen med marknadsföringen är att företagets produkt ska bli mera känt och på så sätt befrämja åtgången av produkten. Det är viktigt också för små företag att planera marknadsföringen genom att göra upp en skriftlig marknadsföringsplan. Denna plan klarlägger för företagarens själv vilka marknadsföringsmedel och kommunikationsinstrument för marknadsföringen det är mest nyttigt för företagaren att använda sig av och till vilken kundgrupp det är förnuftigast att rikta marknadsföringen till.

Att göra upp en marknadsföringsplan är ingen dålig idé heller att fylla i, och en färdig mall finns också i företagstolken som man kan använda sig av. I marknadsföringsplanen så börjar man med en Nulägesanalys där man fyller i vilken affärsidé man har, kundgruppen, konkurrentanalys m.m. då går man efteråt till följande steg som är val av strategi där man tar upp vilka strategier företaget har för framtida ändamål och till sist vilka målsättningar företaget har.

(Företagstolken, 2011: <URL:

http://www.yritystulkki.fi/files/ft23_marknadsforing_dynamo_2-2011.pdf >)

7 EMPIRISK UNDERSÖKNING

Då man har kommit fram till vilket ämne man skall börja forska i, kollat igenom formuleringarna samt frågeställningarna kan man börja fundera på hur man skall gå tillväga för få tag på den information man behöver till till arbetet. Man skall inte ställa sig först en fråga att ” Vilken metod skall jag ta? ” utan istället ställa frågan ” Vad vill jag veta och varför?” först efteråt kan man gå över till frågor som handlar om vilket tillvägagångsätt som är det bästa när det gäller att samla in information och hur man skall bearbeta den.

Det finns inget vetenskapligt angreppssätt som enbart vilar på en enda metodik eller utesluter någon metod bara för att den kallas kvalitativ, kvantitativ, fallundersökning eller aktionsforskning. En undersökning som enbart bygger på en enkät kommer oundvikligen att bli kvantitativ, men det finns ingenting som säger att den kan innehålla också kvalitativa drag. Fallstudier betraktar man oftast som en kvalitativ metod, men den kan också innehålla många olika andra tillvägagångsätt, som bland annat kvantitativa. Man väljer vissa metoder för att den är just den rätta metoden för att kunna fullborda sin undersökning. Man måste kunna bestämma sig en viss uppgift och därefter utforma sitt instrument för informationsinsamling på ett lämpligt vis. (Bell 2005 s.115)

7.1 Tillvägagångsätt

I mitt lärdomsarbete har jag valt den metod som passar bäst för att få bra information till min forskning, d.v.s genom att göra intervjuer. Jag har själv tagit kontakt och träffat personerna från olika branscher och intervjuat dem. Man kan då konstatera att min forskningsmetod har på det sättet varit kvalitativ. Jag kom fram till det att genom den kvalitativa metoden så skulle jag bättre få svar på mina frågeställningar. Det beror att Företagstolken är en ny sak i staden och man måste träffa människorna för att kunna visa vad Företagstolken är och på samma gång intervju dem.

7.2 Kvalitativa undersökningsmetoden

Kvalitativa metoden präglas av närheten till forskningsobjektet. Dessa metoder bygger på en särskild subjektrelation mellan forskaren och forskningsenheten. Principen vid tolkningen av svaren, utgörs närheten till forskningsenheterna. Då man talar om närheten till forskningsenheterna är det viktigt att ta upp att man måste kunna förstå den situation som respondenten befinner sig i och från det kunna göra analyser och dra en slutsats av resultatet. (Holme, Solvagn 1997 92)

7.3 Kvantitativa undersökningsmetoden

Kvantitativa metoden är utformad kring ett ideal som innebär en förutsättningslös och en objektiv vetenskap. Detta sätter en grund till det hur forskningen skall läggas upp. Den som forskar bör utforma forskningen enligt ett jag – det förhållande till forskningsobjektet. Forskaren ska således ha ett avståndstagande och en observerande syn i sin forskning. (Holme, Solvagn 1997 151)

7.4 Intervjuer

När man går iväg på en intervju så är det viktigt att känna till de etiska riktlinjerna för forskningen innan man kommer för långt i planeringen av intervjuer, eftersom man skall ha respondenternas medgivande innan man påbörjar intervjuarbetet. Man måste se till att förklara åt dem vad undersökningen handlar om, varför man vill intervjua dem, vilka frågor man kommer att ställa och vad man kommer att göra med den information man får ut av intervjun. Bell anser själv att det inte räcker till att beskriva detta muntligt strax innan man påbörjar intervjun utan att man skall ha det skriftligt formulerat och att respondenterna helst ska få informationen före intervjuandet så att de har tid på sig att tänka över vad de kommer att ge sig in på. Det är bättre att kunna tacka nej till en intervju innan den startar än att avbryta intervjun mitt i. Jag själv så ringde åt mina respondenter i god tid och berättade vad jag hade för ärende och så beslöt vi en tid när vi kunde träffas och diskutera kring Företagstolken, genom att jag kommer från en liten stad så är jag bekant med många av dessa som jag intervjuade så det var kanske därför också lättare att de kunde ställa upp för en intervju.

En stor fördel med intervjuer är dess flexibilitet. En duktig intervjuare kan följa upp idéer, sonera svaren och gå in på motiv och känslor på ett sådant sätt som skulle vara omöjligt i en enkät undersökning. Hur man avgör en respons kan det ge information som ett skriftligt svar inte avslöjar. Svaren från enkäterna måste tas för vad de är, men i en intervju däremot så kan man komma med följdfrågor och svaren kan utvecklas och fördjupas. (Bell 2005, 157-158)

7.5 Tid för undersökningens genomförande

Planeringen för intervjuerna gjorde inom april månad. Intervjuerna genomfördes i slutet av april och i början av maj 2011. Analysen av intervjusvaren gjordes i maj 2011.

8 RESULTAT AV INTERVJUERNA

I den empiriska delen av mitt lärdomsprov har jag valt att intervjua åtta personer som representerar bankbranschen, bokföringsbranschen, revisorbranschen, företagsbranschen samt företagsrådgivare. Dessa personer som intervjuades var: Jonny Ers VD vid Best Bokföring, Håkan Westermark VD vid Dynamohuset, Åsa Dahlström ägare vid Åsa's bokföringstjänst, Bo Skogman GRM-revisor vid Botnia Ekonomia, Kent-Johan Lindsén vice verkställande direktör vid Närpes Sparbank, Jonna Olsio VD vid Närpes Bröd och Kari Heikkinen företagsrådgivare vid Ylä-Savon Kehitys Oy. Valet av dessa personer och branscher gjordes för att kunna få olika tankeställningar och synvinklar till Företagstolken. Dessa intervjuer gjordes personligen på respektive persons arbetsplats.

Intervjuerna bestod av några tyngdfrågor där man frågade var deras roll kommer in gällande Företagstolken, jag hade inga punktfrågor för det är lite svårt att kunna ha en massa frågor att ställa utan jag ansåg att det var bättre att gå igenom tolken i lugn och ro med de intervjuade och på samma gång komma fram till någon slutsats kring tolken.

Syftet med undersökningen var att få information om vad representanterna från de olika branscherna anser om Företagstolken och hurudant behov de har av att använda sig av tolken och ifall tolken har tillräckligt med material för att dessa branscher skulle tänka sig att använda sig av den. Resultatet i undersökningen baserar sig helt på de intervjuade personernas åsikter om Företagstolken.

8.1 Intervju med Jonny Ers, Best Bokföring

Ers hade varit på ett tillfälle vid Företagarhuset Dynamo där Järvinen var och presenterade Företagstolken.

När vi började gå igenom Företagstolken med Jonny Ers så var han positivt ända från början, det var många saker som han tyckte var bra med tolken. När vi började med Grundande av företaget fliken så tittade vi närmare på ekonomiplan verktygen där Ers konstaterade att det är ett väldigt bra verktyg, att det är detaljerat, bra planerat och väldigt nyttigt verktyg. Ers menar också att det är ett verktyg som man kan använda sig i vardagligt bruk. De andra guiderna som fanns i samma flik så finns inget direkt behov att använda sig av, men Ers poängterar ändå att det är bra att de finns där ifall någon företagare frågar skilt efter någonting.

Om administrationsblanketterna anser Ers att det är väldigt bra att ha där och speciellt då man inte behöver ”googla” utan att alla blanketter finns på ett och ända ställe. Ers konstaterar också att det är bra att allt är så koncentrerat att det är lätt att hitta och att det sparar mycket tid när allt finns på ett ställe. Ers menar också att Företagstolken är ett väldigt användarvänligt verktyg att man inte behöver skicka anställda på någon kurs av Företagstolken för Ers anser att sådant här så jobbar de anställda med vardagligen.

Om marknadsföringen så konstaterar Ers att man inte tar hand om sådana frågor utan att det är nog mera avtal och kalkyler som byrån sysslar med. Ers gillade också skarpt att tolken är på svenska, han anser att det är en väldigt viktig sak så att man inte behöver själv översätta allting som han gör nu. Det negativa med tolken skulle vara ifall det skulle angetts fel information i kalkyleringsverktygen eller i guiderna. När jag frågar att om Best Bokföring skulle tänka sig av att använda sig av tolken så säger han att det är ett så bra verktyg så han kunde gärna använda sig själv av det och att också de anställda kunde börja använda sig av det (Ers 2011)

8.2 Intervju med Håkan Westermarck, Dynamo

När en som vill starta ett företag, investera eller utveckla så kan inte företagaren minnas allt vad man har sagt, då är det bra att man kan hänvisa sig till Företagstolken där man kan läsa mera och på samma gång uppdatera sig. Det finns ju förstås också andra sidor där man läsa som t.ex. ifall det handlar om

skattefrågor så går man in på vero.fi, Företags Finland, Företagarna i Finland för där kan man också få informationen men Företagstolken är bra på det sättet att den innehåller en guide där man kan läsa sig innan tills och ha blanketten vid sidan alltså med andra ord att man både har facit och ”övnings” jämsides. Men Westermark vill poängtera att när det gäller mindre investeringar, mindre uppstartningar av företag du börjar t.ex. med skoputseri eller liknande då kan det hända att Företagstolken är lite för överdimensionerat. Då räcker det nog till att man endast pratar med Företagsrådgivaren där man diskuterar från försäkringar till annonskostnader, då behöver man inte sätta flera timmar och titta på Företagstolken för man vet rättså bra efter att man har varit inne och talat med företagsrådgivaren.

När det ändå handlar om en liten stad som Närpes så vet man lite på förhand att hur många som kommer att gå till den här skoputsaren. Westermark är av den åsikten att det är tekniskt möjligt att starta ett företag via nätet men Westermark är inte så säker på att får den rätta vägkosten att bli företagare ifall man enbart litar sig på Företagstolken utan diskussion ansikte mot ansikte med en företagsrådgivare eller mentor. När man börjar tala om investeringar som handlar om 50 000 euros klass så då börjar det bli skäl att börja se på lönsamhetsfunderingar och verksamhetsförutsättningar, affärsplaner och analysera konkurrenterna i området för då kan man börja utnyttja Företagstolken så för det ändamålet är Företagstolken ett ypperligt verktyg.

Och speciellt ett ypperligt verktyg idag eftersom användningsgraden har av dataprogram och databaserade funderingar ökat. Speciellt för dagens nya entreprenör som är födda i data åldern för att data tillhör till vardagen, det är ju förstås en annan sak ifall man talar om en person som är 63 år och har alltid fyllt i ett hederligt papper och skall nu börja ändra om metoderna och gå in på datorn och fylla i då är inte företagstolken så användbar. Enda utmaningen som kommer i framtiden är det att hur vi skall finansiera detta program, men Företagstolken ger goda förutsättningar i näringslivet så man torde nog få dessa 3 städer som är med att få att finansiera detta verktyg även i framtiden. Det är också bra med detta verktyg att NTM-centralen godkänner de beräkningar som görs med

Företagstolken, så det behöver inte vara deras blanketter utan det går även med Företagstolken. Det underlättar ju arbetet också så behöver man inte jobba dubbelt.

Westermarck menar också att Företagstolkens blanketter är lättare att använda än NTM centralens blanketter, t.ex. ifall man vill spara blanketterna så det kan uppstå vissa svårigheter. När jag ställde en fråga om Westermarck tror att företagarna skulle själv kunna använda sig av Företagstolken så säger han att det finns 3 olika grupper varav den ena gruppen litar sig helt på bokföraren vilket också är den största gruppen. Men då finns det också en grupp som kommer att använda sig en del av Företagstolken menar Westermarck t.ex. priskalkyleringsprogrammen där man kalkylerar fram ett pris och Westermarck menar också att användningsgraden kommer att öka desto mera man börjar tala om Företagstolken. Det som kan vara lite bekymmersamt menar Westermarck är att när en företagare går in på Företagstolken så möter han sig av en massa material och börjar fundera att behöver jag verkligen veta allt detta för att kunna bli företagare, men det är ju inte det det handlar om utan att det är ju att företagaren kan använda sig av de delar han mest har behov av i nuvarande stund. Detta program är menat mest åt företags om har anställda mellan 1-15, för de företag som börjar ha 50 eller flera hundra så spelar i en helt annan division att det börjar bli så avancerade beräkningar där. (Westermarck 2011)

8.3 Intervju med Åsa Dahlström, Åsas Bokföringstjänst

Dahlström hade inte tidigare bekantat sig med Företagstolken, och har inte hört talats om det heller.

När jag började gå igenom Företagstolken med Åsa så tycker hon medetsamma att det är väldigt koncentrat och att det är lätt att hitta det man behöver. Det som Åsa gillar också är speciellt mallarna som man hittar vid Företagets administration att det är någonting som man använder sig av vardagligen och att de ger en bra botten. Dessutom anser Åsa när hon får reda på att kalkyleringsblanketterna är NTM godkända att det är en ypperlig sak som sparar tid och arbete. Det som Åsa är också imponerad över är det att det är på svenska för att det är svårt att kunna

hitta ett likadant verktyg någon annan stans som är på svenska så hon anser att det är roligt att det har kommit ett sådant verktyg nu.

Dessutom anser Dahlström att det är bra att det inte är så invecklat program och att det är lätt att lära sig att använda sig av Företagstolken. Så när jag frågar av Dahlström ifall hon skulle tänka sig att börja använda sig av Företagstolken så säger hon att det finns alltid någonting man kunde använda sig av Företagstolken alla dagar så det finns verkligen ett behov. (Dahlström 2011)

8.4 Bo Skogman, Botnia Ekonoma

Skogman har varit på ett tillfälle där man har presenterat vad Företagstolken är, så verktyget är bekant från förr för honom.

Bo Skogman anser att Företagstolken är bra på många sätt, speciellt då man kan få många olika relationstal ur tolken. Han anser också att företagaren borde själva vara intresserade av resultatet och få kunskap av det och kunna göra en analys av den informationen man får. Skogman anser också att är lite också beroende på vad företagaren har för utbildning också att om man har en mera ekonomisk utbildning så är man kanske mera intresserad av vad de olika talen innebär. Men han poängterar att det skulle vara viktigt för företagaren att kunna själv experimentera med priskera vad man borde ha och inte bara gissa sig till det.

Skogman anser också att Företagaren kunde börja ha ett halvårsbokslut och använda sig av tolken då för att analysera vad som har gått bra och vad som har gått dåligt. För då skulle företagaren ha bättre förutsättningar att gå bättre ifall man har använt sig av tolkens kalkyleringsprogram. Skogman säger att han kommer själv att börja hänvisa hans företag som är lämpliga för Företagstolken att de kunde börja använda sig av tolken. Han menar också att företagen skulle behöva ta mera ansvar över sin ekonomi och börja fundera mera på siffror. Till sist så sammanfattar Skogman att detta är ett väldigt bra program, att det verkligen finns behov för att använda sig av det och att det är bra att det är på svenska. (Skogman 2011)

8.5 Intervju med Kent-Johan Lindsén, Närpes Sparbank

Lindsén har hört talats om Företagstolken men inte desto vidare kommit i kontakt med verktyget före vår träff.

När Lindsén ser på Företagstolken så tycker han medetsamma att detta är någonting som verkligen är bra, för han anser absolut att företagaren skulle ha stor nytta av detta program speciellt av beräkningskalkylerna. Att företagarna kunde använda sig mera av kalkylerna innan man kommer till banken där banken tar ställning till dessa kalkyler. Lindsén anser att det egentligen inte är bankens uppgift att kalkylera lönsamhet och vad man behöver pengar till utan att där mera kundens ansvar att kunna göra det. Lindsén menar också att man måste få kräva av företagare att de ska lära sig att kunna dessa siffror för att det hör också till företagarens uppgifter att kunna sin ekonomi och hur man skall hantera den. Lindsén anser också att ifall företagaren skulle själva räkna ut vad man behöver för penningbehov så skulle man både banken och kunden spara tid speciellt ifall företagaren tar med sig sina kalkyler och har svart på vitt det vad man behöver pengar till, då skulle man slippa att kalkylera vid banken då företagaren har gjort det på förhand.

Lindsén anser också att detta verktyg passar mera åt nya företagare eller sådana företagare som byter bransch helt och hållet, för att de som har varit i samma bransch en längre tid så känner själv till hur det fungerar. Till slut säger Lindsén att han kommer hänvisa hans företagarkunder till Företagstolken så att de kunde räkna och kalkylera hemma också så att företagaren skulle vara mera förberedd när denne kommer till banken och diskuterar om eventuella finansieringsfrågor. Han tycker att Företagstolken är på alla sätt en positiv nyhet som han hoppas på att företagaren ska dra nytta av och börja använda det. (Lindsén 2011)

8.6 Intervju med Jonna Olsio, Närpes Bröd

Jonna Olsio hade inte hört talats om Företagstolken före får intervju

När jag går igenom Företagstolken med Jonna Olsio så tycker hon att det är användbart och att det finns en del delar som företaget skulle tänka sig att använda sig av, t.ex. prissättningen så skulle man ha störst nytta av där man får fram hur man får ett rätt pris till sina produkter. I dessa fall handlar det ju om bageriprodukter. Olsio menar att ett gammalt företag måste utveckla sig även administrativt för att klara av konkurrensen att man inte kan vara nöjd med situationen utan man måste hela tiden kunna utveckla sig. Företaget använder sig av ett eget kalkyleringsprogram som är relativt enkelt men förstås anpassad för deras behov. Av blanketterna så anser Olsio att de är också bra att ha som t.ex. reseräkningar, olika typer av intyg med mera. I det stora hela så anser Olsio att tolken är ypperlig och att det finns behov att använda sig av tolken.(Olsio 2011)

8.7 Intervju med Kari Heikkinen, Ylä-Savon Kehitys

Kari Heikkinen är en företagsrådgivare hos Ylä-Savon Kehitys, varför jag ville kontakta honom så var det att få en synvinkel från ett ställe där Företagstolken redan har varit aktiv i några år. Heikkinen anser att man marknadsför Företagstolken mest i olika kundpalavrar. Heikkinen menar också att man nämner Företagstolken i de företagskurser och grupper för skolelever som han håller. Det finns inte någon egentlig kurs för enbart Företagstolken, han menar att det redan finns tillräckligt med instruktioner i själva Företagstolken samt att man kan ge kunden personlig rådgivning om det behövs.

När jag undrade att om de tänker fortsätta att köpa Företagstolken så menar Heikkinen det att de har haft Företagstolken ibruk i 3 år och de har diskuterat om dess behov hösten 2010 där de kom fram till att de skulle säga upp kontraktet men de tänkte ändå fortsätta med att ha Företagstolken detta år ännu. Som orsak så

nämner Heikkinen att det är en köptjänst och man betalar en årsavgift för att ha Företagstolken. Heikkinen anser också att man måste noga överväga om man har behov och nytta av Företagstolken, för att det finns också mycket material som är avgiftsfritt också. (Heikkinen 2011)

9 ANALYS AV INTERVJUERNA

Mitt mål var redan vid intervjuernas planeringsskede, att intervjua personer från olika branscher som kunde kopplas till Företagstolken. Detta för att få lite olika synvinklar och tankar kring Företagstolken. Att få personerna inom de olika branscherna att ställa upp för intervju gick ganska smärtfritt, det fanns förstås företag som varken hade tid eller intresse att ställa upp för en intervju kring Företagstolken. Men de personer som ställde upp för en intervju hade en positiv inställning till intervjun från första början. Jag har ungefär samma frågor åt dessa personer när jag höll intervjun för man måste tänka att Företagstolken är någonting nytt och man måste ha personerna att bekanta sig litegrann med det på samma gång man håller intervjun. Därför är det svårare att kunna ha vanliga intervjufrågor utan istället gick man tillsammans igenom tolken och frågade på samma gång. Man gick igenom varje del som fanns i tolken för att kunna se vad som företaget kunde ha behov och användning till. Därför anser jag att det som de intervjuade kunde anse om företagstolken och dess användning stöder teorin på ett bra sätt, så på det sättet så kan man följa den röda tråden mellan teorin och den empiriska delen.

De tankar som dessa personer hade kring företagstolken varierade en aningen, men den hade ändå en gemensam nämnare och det var att det förgyllar företagarna, företagsamheten samt näringslivet. Alla dessa intervjuade har i sitt vardagliga liv kontakt med företagare förstås om de inte är själva företagare. Det är många saker som de intervjuade personerna är överens om, och det är att det är lätt att använda att det är lättöverskådligt och lätt att komma igång med och att det ger en bra grund för nya företagare. De intervjuade personerna tycker också att det är viktigt att företagaren själv kunde kalkylera och fundera kring företagens ekonomi. Speciellt banken ansåg att företagaren borde själva kalkylera sina penningbehov före man kommer och förhandlar till banken. Också en annan sak som de intervjuade är överens om att Företagstolken till sin helhet tillämpar sig bäst till nya företagare och att företag som har anställda upp till 20 skulle kunna

använda sig delar av Företagstolken enligt behov. En del ansåg att företag som har varit verksamma i ett antal år så börjar kunna sin bransch och behöver kanske inte använda tolken medan Jonna Olsio anser att det är också viktigt för ett företag som har varit verksam i tid och evigt att utveckla sig och att företaget kan inte vara nöjd med situationen utan man måste hela tiden utveckla sin verksamhet och prissättning när det gäller denna bransch.

De intervjuade anser också att blanketterna är bra att använda sig av också trots att man inte nödvändigtvis behöver dem vardagligen men att det är bra att det finns där, speciellt ifall man söker efter någonting så hittar man kanske någonting annat också på samma ställe. För när man tänker på Finland som är byråkratins gyllene land så är det viktigt att kunna ha blanketter och även få hjälp med blanketterna genom att läsa guider. Det som många är också överens om att det är bra att allt är så koncentrerat, att man inte nödvändigtvis behöver söka länge på nätet då allt finns på ett och samma ställe de intervjuade anser därför också att det är väldigt tidsbesparande vilket förstås är ju en positiv sak. Det som många av de intervjuade är också överens om är att företagaren borde börja lära att hålla ännu mera koll på sin ekonomi än vad de gör idag och det skulle de få mycket hjälp av ifall de skulle använda sig av Företagstolken. Dessutom så anser de intervjuade att det är bra att Företagstolken är på svenska.

Klart det finns saker som kanske kan ställa till med bekymmer och det är ifall det finns information som inte stämmer ihop t.ex. med skattemyndigheterna eller med andra myndigheter. När man kontroll checkade Företagstolkens guider med myndigheternas sidor så var det nog rätta uppgifter som tolken har i sina guider. Jag berättade också åt de intervjuade att Jadelcons (företaget som har skapat företagstolken) uppdaterar tolken ifall det kommer eventuella förändringar som t.ex. skattesatser och dylikt. Jag gjorde också en telefonintervju med en företagsrådgivare från Ylä-Savon kehitys för att få ett perspektiv från andra håll av landet också, för jag fick reda på av Ari Järvinen som har Företagstolkens grundare att Nord-Savolax var de första som börja använda sig av tolken. Så därför tyckte jag att det var intressant att även få reda på hur man har tagit emot tolken hos företagen i Norra Savolax. Det var ganska intressanta saker som

Heikkinen tog upp och där blir man bara mer och mer övertygad att man måste överväga noggrant hurudant behov och nytta man har av Företagstolken om man tänker på fortsatt användning. Heikkinen konstaterar och lik med många andra att marknadsföringen sker nog mest via företagskurser och företagsträffar.

10 AVSLUTNING

Mitt syfte med detta arbete var att kartlägga vilket behov det fanns hos olika intressegrupper för Företagstolken, jag anser att jag har lyckats på ett tillräckligt sätt att få fram att det verkligen finns ett stort behov att Företagstolken finns till godo för företagarna i Närpes. Jag ansåg också att det bästa sättet för att kunna få fram hurudant behov det finns, var helt enkelt att åka till dessa personer som blir berörda kring detta arbete för att få svar på mina frågor. Jag hade lite problem att kunna få tillräckligt med företagare till detta arbete främst för att de inte hade tid eller intresse kanske reliabiliteten skulle varit högre ifall jag skulle fått mera företagare att ställa upp, men jag är ändå nöjd att jag ändå fick tillräckligt med experter som kan marknadsföra vidare Företagstolken speciellt då de ändå har med företagare att göra i det vardagliga livet. Jag anser också att tillförligheten just med sådana här intervjuer när man åker till själva arbetsplatsen är hög.

Det som var lite orosväckande var det att det var en del företag om inte helt enkelt hade tid eller intresse för att ställa upp för en intervju kring Företagstolken, så man kan ju börja filosofera ifall det egentligen finns något behov för företag om har varit aktiva i många år att använda sig av ett verktyg som Företagstolken när det inte fanns intresse för en intervju.

Personligen tycker jag också att företagarna kunde mer och mer använda sig av detta program och jag anser själv att det är ett väldigt användarvänligt verktyg där man har också exemplen till godo ifall man behöver hjälp. Det som jag har märkt med Företagstolken också är att det finns slarvfel här och där, men jag tycker att man inte skall stirra på dem så mycket för detta program är väldigt nytt och sådant där förbättras hela tiden. Enda som jag har varit lite oroad över att ifall informationen verkligen stämmer ihop med den information man t.ex. skulle hitta på skattemyndigheternas hemsidor men när jag väl har börjat titta och jämfört med olika böcker så stämmer det nog.

Om jag skulle gjort någonting annorlunda med detta arbete så skulle jag skickat i god tid en länk till Företagstolken till alla experter så att de skulle hunnit bekanta sig med tolken före jag kommer och diskuterar med dem. Men det medför också

risker och de är att det är lätt att man glömmer det eller man inte helt enkelt hittar tid för det.

Som fortsatt forskning kring detta borde man vänta några år framåt och se då med olika företag om de använder sig av Företagstolken, alltså en utvärdering av programmet. Detta skulle ske att man skulle sända frågeenkäter till företag som har blivit grundande under de senaste 3-4 åren och fråga om de känner till Företagstolken och om och hur ofta de använder Företagstolken, för då skulle man också få svar på hur marknadsföringen av Företagstolken har fungerat.

Jag hoppas att min uppdragsgivare kommer att ha nytta av min forskning.

KÄLLFÖRTECKNING

1. Tryckta arbeten

Bell, Judith 2006. Introduktion till forskningsmetodik. 4 upplagan. Lund. Studentlitteratur.

Centralhandelskammaren 2010. Att bli egen företagare. Helsingfors. Keskuskauppakamarin Palvelu Oy.

Holme, Idar Magne 1997. Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder. 2 upplagan. Lund. Studentlitteratur

Kinkki Seppo, Hulkko Pekka, Mäkinen Irma 2002. Att vara företagare. 1-2 upplagan. Helsingfors. WSOY.

Lundén, Björn & Svensson, Ulf 2010. Starta & driva företag. 17 upplagan. Näsviken. Björn Lundén information.

Nielsen, Thomas 1999. Konsten att starta och driva ett företag. 2 upplagan. Malmö. Liber ekonomi

Puustinen, Terho 2004. Avain omaan yritykseen. 2 upplagan. Helsingfors. Avain.

Tomperi, Soile 2009. Yritysverot ja Tilinpäätössuunnittelu. 23 upplagan. Helsingfors. WSOY.

.

.2. Elektroniska publikationer

Företagstolken. Planering av affärsverksamheten [hänvisning 05.04.2011]
Tillgänglig i form av www-dokument:<URL:
http://www.yritystulkki.fi/files/ft1_planering_dynamo_2011-1.pdf>>

Företagstolken. Affärsplan [hänvisning 07.04.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:<URL:

http://www.yritystulkki.fi/alue/narpes/files/ft3_affarsplan_dynamo.doc.doc>.

Företagstolken. Ekonomiplan Lite [hänvisning 07.04.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:<URL:

http://www.yritystulkki.fi/files/ft4_lite_ekonomiplan_dynamo_110301.xls>

Företagstolken. Ekonomiplan Pro[hänvisning 07.04.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:

<URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft4_ekonomiplan_pro_dynamo.xls>

Företagstolken. Företagets Finansiering[hänvisning 07.04.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:<URL:

http://www.yritystulkki.fi/files/ft_finansiering_2011-1_dynamo_110218.pdf>>

Företagstolken. Finansieringsplan[hänvisning 02.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:

<URL:http://www.yritystulkki.fi/files/ft8_finansieringsplan_dynamo_110222.xls

>

Företagstolken. Företagets administration[hänvisning 02.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:

<URL: <http://www.yritystulkki.fi/alue/narpes/index.php?page=1238&lang=1>>

Företagstolken. Nyföretagets resultatplan[hänvisning 05.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:

<URL:http://www.yritystulkki.fi/files/ft22.1_nyforetagets_resultatsplan_dynamo_110301.xls>

Företagstolken. Resultatplan[hänvisning 05.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:

<URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft22.2_resultatplan_dynamo_110301.xls>

Företagstolken. Kassabudget[hänvisning 06.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:<URL:http://www.yritystulkki.fi/alue/narpes/files/ft22.3_kassabudget_dynamo.xls>

Företagstolken. Kassabudget[hänvisning 06.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:<URL:
http://www.yritystulkki.fi/alue/narpes/files/ft22.3_kassabudget_dynamo.xls>

Företagstolken. Kalkyleringsprogram för investering [hänvisning 06.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:
 <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft22_4_kalkyleringsprogram_dynamo.xls>

Företagstolken. Lånets årskostnad[hänvisning 06.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:<URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft22.5_lanekalkyler.xls>

Företagstolken. Marknadsföring[hänvisning 06.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:
 <URL: http://www.yritystulkki.fi/files/ft23_marknadsforing_dynamo_2-2011.pdf>

Garantia. Lainatakaus[hänvisning 03.05.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:<URL: <http://www.garantia.fi/fi/tuotteet/rahoitustakaukset/lainatakaus>>

Varamiespalvelu. Personaluthyrning [hänvisning 06.04.2011] Tillgänglig i form av
 www-dokument:<URL:
<http://www.vmp.fi/Suomi/sv/Arbetsgivare/Personaluthyrning/>>.

3. Föreläsningar

Järvinen, Ari Verkställande Direktör 30.11.2010 Företagstolken (föreläsning).

Närpes. Företagarhuset Dynamo

Storhannus, Carina kompetensutvecklare 30.11.2010 Kompetensutveckling i SM-företag (föreläsning). Närpes. Företagarhuset Dynamo

4. Intervjuer

Dahlström, Åsa bokförare 28.04.2011 Åsa's Bokföringstjänst, Närpes. Intervju

Ers, Jonny bokförare 26.04.2011 Best Bokföring, Närpes. Intervju

Lindsén, Kent-Johan Vice VD 02.05.2011 Närpes Sparbank, Närpes. Intervju

Olsio, Jonna VD 03.05.2011 Närpes Bröd, Närpes. Intervju

Skogman, Bo revisior 28.04.2011 Botnia-Ekonoma, Närpes. Intervju

Westermarck, Håkan företagsrådgivare 26.04.2011 Företagarhuset Dynamo, Närpes. Intervju

Öppna intervjufrågor

BILAGA 1

Finns det behov av Företagstolken?

Skulle Ni kunna tänka er att använda Företagstolken?

Positiva/Negativa saker med Företagstolken?