

Att starta en bokföringsbyrå

Viktiga aspekter att beakta

Benjamin Bergendahl

Examensarbete för Tradenom (YH)-examen

Utbildning: Företagsekonomi

Åbo 2022

EXAMENSARBETE

Författare: Benjamin Bergendahl

Utbildning och ort: Tradenom Åbo

Inriktning: Redovisning

Handledare: Timo Kerke

Titel: Att starta en bokföringsbyrå – Viktiga aspekter att beakta

Datum: 6.11.2022 Sidantal: 35

Bilagor: 1

Abstrakt

Detta examensarbete kommer behandla de viktiga aspekterna som bör beaktas då en bokföringsbyrå startas. Examensarbetet tar upp vad en bokföringsbyrå är och vad en person bör ha för kunskaper för att framgångsrikt starta en egen bokföringsbyrå. Fokus kommer att läggas på bokföringsbyråns kunder och examensarbetet kommer ta upp flera strategier som behandlar marknadsföring, vilka tjänster som bokföringsbyrån ska erbjuda och prissättning av dessa tjänster samt hur bokföringsbyrån får kunder och hur dessa kunder bemöts för att bygga en stabil och framgångsrik kundrelation.

Vi lever idag i ett modernt samhälle där teknologin utvecklas ständigt. Bokföringsbranschen adapterar ständigt nya, smarta, automatiserade och tidssparande processer i verksamheten. Examensarbete kommer ta fasta på detta genom att framhäva de moderna alternativen som bokföringsbyråer kan ta del av i kundrelationer, marknadsföring och bokföring.

Detta examensarbete har ingen uppdragsgivare. Dock passar examensarbetet alla som planerar att starta en egen bokföringsbyrå genom exempel på hur processen går till med praktiska förklaringar på strategier som läsaren kan använda och tillämpa i det verkliga livet.

En intervju har gjorts med en företagare om processen att starta en bokföringsbyrå. Respondentens svar kopplas ihop med den teori som behandlas i detta examensarbete för att ge en verklig bild av processen.

Språk: svenska

Nyckelord: bokföring, bokföringsbyrå, kunder

BACHELOR'S THESIS

Author: Benjamin Bergendahl

Degree Programme: (Bachelor of) Business Administration

Specialisation: Accounting

Supervisor: Timo Kerke

Title: Starting an Accounting Company – Important Aspects to Consider

Date: 6.11.2022 Number of pages: 35

Appendices: 1

Abstract

This thesis dealt with the important aspects that should be considered before an accounting company is founded. The thesis brought up information of what an accounting firm is and what kind of knowledge a person who considers starting his/her own accounting company should have, to successfully start the business. Focus is put on customers and this thesis showcased multiple strategies that surround advertisement, what sorts of services the accounting company should offer and how to properly price these services. The thesis also explained how the accounting company brought in customers and how customers should be treated to create a stable and long-lasting customer relationship.

We live in a modern society where technology is constantly changing and improving. The accounting industry is in full force of adapting new smart, automatized and timesaving processes to their business model. This thesis took note of these industry changes and showcased modern options for accounting companies regarding advertisement, customer relationships and accounting.

This thesis does not have a commissioner. This thesis will, however, suit anyone who has the thoughts to start their own accounting company as it gives examples of how the process works by giving practical explanations and examples that can be used and implemented in real life.

An interview was conducted with a business owner who went through the process of starting an accounting company. The answers from the interview was linked with the theory written in this thesis to give a realistic view of the process.

Language:

Key words: accounting, accounting company, customers

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte och mål	1
1.2	Problemformulering	2
2	Metod	2
2.1	Utredningsarbete	2
2.2	Intervju.....	3
2.3	Avgränsningar	3
3	Förklaring om vad en bokföringsbyrå är och gör	3
4	Vem kan bokföra?.....	4
4.1	Kunskapskrav	4
4.2	Auktoriserad	5
5	Affärsplan	6
5.1	Affärsplanen är företagets karta och kompass	6
5.2	Konkurrensanalys.....	7
5.3	Marknadsanalys.....	8
6	Budget.....	10
6.1	Startkapital	10
7	Kunder	12
7.1	Marknadsföring.....	12
7.2	Bokföringsprogram	16
7.3	Tjänster	17
7.4	Paketering av tjänster.....	18
7.5	Prissättning av tjänster	20
7.6	Hantering av kunder	22
7.7	Förvaring av bokföringsmaterial	24
8	Nätverk.....	24
9	Försäkringar.....	25
9.1	Bolagsform.....	26
9.2	Enskild näringsidkare.....	27
9.3	Aktiebolag	28
10	Hur registreras företaget?	29
11	Resultat.....	30
12	Kritisk granskning.....	32
13	Diskussion	34
14	Källförteckning	36

15	Figurförteckning.....	42
----	-----------------------	----

1 Inledning

Bokföring är ett av företagens viktigaste organ. Bokföringsbyråer är de som erbjuder professionell service till företag och hanterar dess bokföring och ekonomiförvaltning. Bokföringsbyråer är ständigt uppdaterade med alla lagar och föreskrifter angående bokföring och för ett nystartat företag kommer bokföringsbyrån vara nyföretagarens första och viktigaste affärspartner och en hjälp på vägen då företaget utvecklas. Företag hänvisas till att anlita en bokföringsbyrå för att hantera företagets bokföring och ekonomiförvaltning (Suomi, 2021).

Sökningar på internet inom detta ämne ger resultat från Sverige med flertalet guider med tips och trix om hur man startar en egen bokföringsbyrå. Dessa guider är kortfattade och ger endast en liten bild av hur processen går till. Denna information är också låst. De rekommenderar sina egna kurser för mer information eller visar sitt eget program som är skapat för detta ändamål till salu för som är intresserad av att få mer information. Sökresultat från Finland ger däremot färre träffar och träffarna är på finska vilket försvårar processen för den som enbart talar svenska. Examenarbetet strävar efter att sammanställa information tillgänglig på svenska språket och se hur denna kan tillämpas i Finland då en bokföringsbyrå startas.

Så hur går det egentligen till då en bokföringsbyrå startas? Vad krävs det av en som person att starta en egen bokföringsbyrå? Vilka lagar finns i Finland som gäller bokföring? Hur får man kunder till bokföringsbyrån och hur håller bokföringsbyrån kontakt med dessa? Hur byggs grunden för företaget upp för att få en bra start på verksamheten? Vad bör man tänka på angående startkapital? Examensarbetet kommer fördjupa sig inom dessa frågor för att ge en klar bild åt läsaren hur processen går till, från affärsidé till etableringsanmälan.

1.1 Syfte och mål

Syftet med arbetet är att kartlägga processen om hur det går till då en bokföringsbyrå startas i Finland samt inspirera andra med samma tankar. Examensarbetet är praktiskt framtaget för att fungera som ett hjälpmedel i processen. Examensarbetet kommer använda sig av relevanta källor som behandlar bokföring och egenföretagande i en digital tid eftersom mycket av arbetet utförs på datorer och internet. Målet med examensarbetet

är att skapa en svenskspråkig djupare kartläggning av hur processen går till när man startar en bokföringsbyrå i Finland.

1.2 Problemformulering

Det finns flertalet guider på internet och i bokformat som rent generellt tar upp hur man grundar ett företag, hur en affärsplan byggs upp, hur företag skaffar ett FO-nummer, hurdan personlighet som passar en egenföretagare och dylikt.

Att försöka hitta en guide eller kartläggning som specifikt behandlar ämnet kring hur en bokföringsbyrå startas är svårt. Speciellt om informationen avgränsas till den finska marknaden på svenska. Den svenska marknaden ger några resultat vid Google-sökningar men dessa resultat är endast tips och trix på hur du kan göra för att starta en bokföringsbyrå men går inte in på djupet av processen. Dessa sidor behandlar inte finsk bokföringslag vilket gör sidorna oanvändbara i Finland. En guide om hur en bokföringsbyrå startas i Finland på svenska och som bygger på finsk lagstiftning finns inte tillgänglig.

2 Metod

I detta kapitel av examensarbetet redogörs för metoderna som används för att svara på arbetets syfte och frågeställning. Eftersom arbetet utgår från ett praktiskt problem som behöver få en lösning så har ett utredningsarbete använts som metod. En intervju gjordes med en företagare som själv gått igenom processen, därav har intervjun använts som kompletterande metod i utredningsarbetet.

2.1 Utredningsarbete

I detta examensarbete används metoden utredningsarbete. Ett utredningsarbete baserar sig på att ett praktiskt problem existerar och utredningsprocessen strävar efter att lösa detta praktiska problem. Det innebär att ett utredningsarbete är ändamålsenligt och det är det praktiska problemet och dess lösning som är i fokus. Informationsinsamlingsprocessen baserar sig på att samla in, analysera, tolka och dra slutsatser från data och information. (Skärvad & Lundahl, 2016, ss. 27-29).

2.2 Intervju

Som komplement till utredningsarbetet har en kvalitativ intervju används som metod. Respondenten är en egenföretagare i södra Finland som startat en egen bokföringsbyrå och har svarat på frågor om ämnet. Frågorna som besvarats är skapade för att ge en verklig bild utav processen och ger en verklighetsförankring till teorin som beskrivs i examensarbetet. Respondenten har valt att vara anonym vilket kommer respekteras och kommer därav endast refereras till som respondenten.

Intervjun är en delvis strukturerad intervju där frågorna är skapade i förväg för att vägleda respondenten. Intervjufrågorna var öppna så att respondenten fritt fick svara på frågorna som ställdes. (Dalen, 2015, ss. 34-35). Frågorna i intervjun är skapade med examensarbets problemformulering och syfte som grund.

2.3 Avgränsningar

Lagstiftningen är avgränsad till att endast behandla den finska lagstiftningen så att examensarbetet går att implementera i Finland. Källor som används i examensarbetet har avgränsats så att informationen i dessa går att praktiskt tillämpa och använda vid startskedet av en bokföringsbyrå. Examensarbetet kommer inte behandla situationer som att köpa en redan startad bokföringsbyrå eller franchising utan arbetet kommer fokusera på att starta en bokföringsbyrå från grunden. Intervjufrågorna som skapades för arbetet är avgränsade till processen då en bokföringsbyrå startas.

3 Förklaring om vad en bokföringsbyrå är och gör

En bokföringsbyrå är ett företag drivet av en eller flera individer som erbjuder redovisningstjänster åt företag (Visma, 2021). De hanterar den löpande bokföringen, upprättande av bokslut, löneadministration, fakturering, skattedeklarationer, konsulterings tjänster och momsdeklarationer med mera. Företagare väljer att anställa bokföringsbyråer för att sköta om bokföringen då bokföringsbyråerna är kunniga inom den finska lagstiftningen om bokföring. Genom att anlita en bokföringsbyrå så minskar företag risken att göra fel i det egna företagets bokföring och det ger även mer tid åt företagaren att fokusera på den egna verksamheten. (Suomi, 2021).

En bokföringsbyrås uppgift är att registrera ett företags ekonomiska inkomster och utgifter under årets gång. Bokföringsbyrån följer finsk bokföringslag och mervärdesskattelagen enligt Finlex Bokföringslag 30.12.1997/1336 (Yrittäjät, u.d.d.). Bokföringsbyråer hjälper även företagare med konsultering där de analyserar affärsverksamhetens ekonomi och beräknar ut nyckeltal för att gynna en ekonomisk tillväxt. Bokföringsbyråer finns tillgängliga som stöd och rådgivare vid eventuella lagliga frågor, skattefrågor och prissättningar. (Suomi, 2021).

Alla företag samt fysiska personer som driver rörelse eller utövar yrke i Finland är bokföringsskyldiga (Arbets- och näringsministeriet, u.d.). Enligt ett pressmeddelande från Nooga.fi så såg bokföringsbranschen en ordentlig ökning under 2018 då omsättningen för bokföringsbranschen överskred en miljard euro (Nooga, 2019). I Finland finns just nu enligt Taloushallintoliito 4103st företag som är verksamma inom redovisningsbranschen med 12054st anställda och i medeltal 2st anställda per företag (Taloushallintoliito, u.d.b.).

4 Vem kan bokföra?

Att starta en bokföringsbyrå ställer vissa krav på individen som planerar att starta en egen bokföringsbyrå. Detta kapitel kommer gå igenom vad för sorts kunskaper som är nödvändigt för en individ att behärska före startskedet.

4.1 Kunskapskrav

Det finns i praktiken inte något krav i Finland på vem som kan grunda en bokföringsbyrå. Det finns inte heller någon myndighet som övervakar bokföringsbyråer (Suomi, 2021). De som arbetar med redovisning har oftast en 3 årig gymnasieutbildning med ekonomisk inriktning men har även som tillägg på detta en högskoleutbildning med ekonomisk inriktning (Framtid, u.d.). Majoriteten av de som startar en egen bokföringsbyrå har tidigare arbetat med redovisning i sitt arbetsliv (Visma, 2021). Respondenten berättar att hen utbildat sig till Merkonom med inriktning på ekonomiförvaltning och därefter började arbeta som bokföringsassistent. Korrespondentens har nu en arbetserfarenhet på ungefär 8 år. Respondenten förklarar vidare att de tidigare arbetsplatserna varit till stor hjälp i inlärningsprocessen av yrket och i startskedet av bokföringsbyrån.

Individen som arbetar med bokföring bör dock besitta kunskaper om Finlex Bokföringslag 30.12.1997/1336, Finlex Bokföringsförordning 30.12.1997/1339 och bokföringsnämndens anvisningar om upprättande av bokföringen. Okunnighet inom detta kan leda till fel och skapa stora kostnader för företaget. (Suomi, 2022). Eftersom bokföringsbyråer hanterar företags bokföring och ekonomiförvaltning så behöver bokföringsbyrån ha kännedom om de deadlines som existerar för företag. Yrittäjät har sammanställt en lista med viktiga datum gällande beskattning, arbetsgivaravgifter och bokslutshandlingar och denna lista kan användas som en minneslista för bokföringsbyrån (Yrittäjät, u.d.b.). För skatteuppgifter och viktiga datum så har Vero skapat en lista på alla datum som måste minnas under årets gång (Vero, 2020). Då respondenten fick svara på frågan om hur en bokförare minns alla dessa deadlines så var svaret att dessa kunskaper kommer via arbetserfarenhet och rutiner.

4.2 Auktoriserad

I Finland finns en branschorganisation som heter Suomen Taloushallinto Ry. På svenska är namnet Ekonomiadministrations förbundet i Finland r.f. Denna organisation innehåller auktoriserade bokföringsbyråer som erbjuder redovisningstjänster till små och medelstora företag och organisationens mål är att tillsammans med medlemsföretagen utveckla bokföringsbyråbranschen. (Taloushallintoliitto, u.d.c.).

Ekonomiadministration förbundet i Finland r.f. erbjuder en EBR-examen (Suomi, 2021). En EBR-examen är en examen för experter inom ekonomiförvaltningen och denna är ett bevis på professionell yrkeskunskap (Nooga, 2021). Om en ansvarsperson för en bokföringsbyrå har denna EBR-examen så ger detta möjlighet till bokföringsbyrån att bli auktoriserad och medlem i Ekonomiadministrationsförbundet i Finland r.f. och således kommer bokföringsbyråns kompetens, system och verksamhetsmodell övervakas och uppföljas regelbundet av Ekonomiadministrationsförbundet. Detta kan användas som identifiering av kunden för att se ifall bokföringsbyrån är sakkunnig inom sin bransch och garanterar kunden att kundens företags finanser tas hand om av en pålitlig professionell bokföringsbyrå. (Taloushallintoliitto, u.d.a.).

5 Affärsplan

Oavsett vad för företag, bransch eller idé som finns före ett företag grundas så behöver en affärsplan skapas. Affärsplanen fungerar som en karta i startskedet av företaget men kommer även fungera som en vägledning för att utveckla företaget. I kapitlet så får läsaren en djupare insyn i hur en affärsplan byggs upp och vad en affärsplan bör innehålla.

5.1 Affärsplanen är företagets karta och kompass

En affärsidé växer fram av en eller flera personer som har en idé om en produkt, tjänst eller lösning på ett problem de stött på (Stensson, 2009, s. 13). För att förverkliga denna idé så skapas en affärsplan. Affärsplanen beskriver företagets verksamhet, företagets kunder, företagets eventuella konkurrenter, prissättning på produkter och tjänster, framtida mål, och hur denna verksamhet kommer förverkligas i praktiken. (Suomi.fi, 2019). En väl genomförd och genomtänkt affärsplan är en viktig nyckel i företagets framgång och utveckling (Jonsson, 2005, s. 24). Affärsplanen är en god hjälp i de skede som företaget grundas men även i framtiden då företaget utvecklas (Jonsson, 2005, s. 29). Affärsplanen tvingar företagets grundare att analysera företagets affärsidé och detta kan avslöja problem som tidigare inte lagts märke till. Affärsplanen ger företaget möjligheter att åtgärda dessa upptäckta problem i god tid. (Suomi.fi, 2019).

En bra affärsplan omfattar fyra huvuddelar; Vilket behov som finns på marknaden och som företaget tänker inrikta sig på. Vilka kunder företaget riktar sig till. Vilken produkt eller tjänst företaget planerar att erbjuda. Vilka resurser som företaget behöver för att förverkliga affärsplanen.

Dessa fyra delar fungerar som företagets karta och kompass och kommer styra företagets utveckling framåt (Jonsson, 2005, s. 24). En bra affärsplan är behovsorienterad och ska ge ett svar på vilket behov hos kunderna som företaget tillfredsställer på marknaden (Jonsson, 2005, s. 25). Affärsplanen ska visa att företaget har en överlägsen förmåga inom branschen jämfört med konkurrenterna (Axelsson, 1998, s. 17).

Affärsplanen bör vara tillgänglig för alla att läsa för såväl kunder som personal. Speciellt för kunden så ska den vara lättläst och lättförståelig så att kunden förstår vad företaget arbetar med men också så att kunden minns företaget och själv kan förstå varför företaget är unikt

jämfört med konkurrenterna. Genom att låta personalen ta del av affärsplanen så ger detta möjligheten för personalen att lära känna verksamheten och agera som representanter som självsäkert kan visa att "de kan" sitt företag de arbetar för. (Jonsson, 2005, ss. 32-33).

Affärsplanen är ett levande dokument som följer företagets utveckling. Den finns till för företaget så att det går att se tillbaka på affärsplanen och utveckla den vidare. På samma gång som affärsplanen följer verksamheten så styr den också verksamhetens framtida utveckling. (Jonsson, 2005, s. 33).

5.2 Konkurrensanalys

I uppstarten av ett företag är det viktigt att göra en konkurrensanalys. I en konkurrensanalys så kan man identifiera både hot och möjligheter som finns på marknaden och genom detta kan företaget strategiskt placeras bättre på den existerande marknaden. Genom att undersöka konkurrenternas produkter och tjänster så ger möjligheter för företaget att se vad marknaden redan är fylld av. På detta sätt kan man hitta produkter och tjänster som är nya och innovativa som företaget kan använda sig av för att urskilja sig från de konkurrenter som redan finns på marknaden. (Företagsforumet, u.d.).

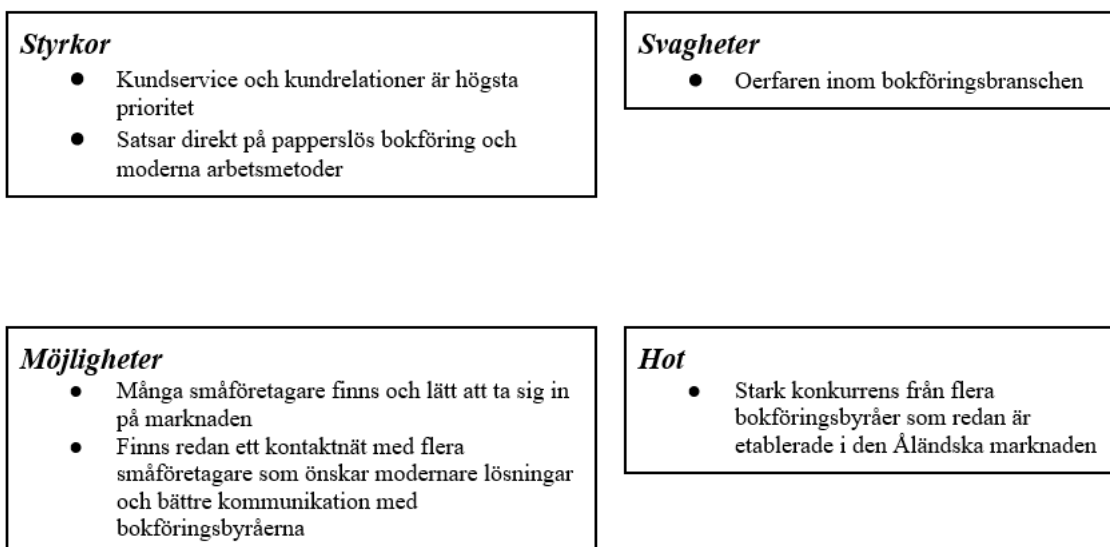
För ett nyetablerat företag är det viktigt att inspektera helheten av marknaden istället för att inrikta sig på en enda specifik konkurrent. Konkurrensanalysen bör därför ta i beaktande alla konkurrenter som företaget kommer att dela marknaden med. Konkurrenternas intäkter och marknadsandel bör undersökas (CrediNord, 2021) men för ett nyetablerat företag är det vanligtvis av större vikt att hålla koll på de uppdateringar som sker på marknaden än att räkna ut vilken sorts marknadsandel som de konkurrerande företagen har i procent (Stensson, 2009, s. 38). Dock genom att analysera marknadsandelen så ger det en insyn i den marknad som företaget är på väg att etablera sig i. En krympande totalmarknad kan ge problematiska förutsättningar för företaget, jämfört med en växande marknad med goda förutsättningar. (Stensson, 2009, ss. 37-38). I konkurrensanalysen bör företaget ta i beaktande hur stort de konkurrerande företaget är med antalet anställda och hur deras ledning betar sig, samt en överblick över konkurrentens varumärke, prissättning, vad kundernas syn på konkurrenten är och på vilken grad kundnöjdheten ligger på. (CrediNord, 2021).

5.3 Marknadsanalys

En marknadsanalys bör ingå i konkurrensanalysen (CrediNord, 2021). Marknadsanalysen berättar för företaget vad kunderna har för behov av företag och hur kundernas köpbeteende ser ut samt vad för målgrupp företaget ska fokusera på (Jonsson, 2005, s. 88). En marknadsanalys kan utföras på olika sätt. En så kallad skrivbordsanalys innebär att företaget söker information genom redan gjorda undersökningar så som statligt publicerad statistik eller statistik framtagen av marknadsundersökningsföretag. Det går även att läsa artiklar och undersökningar gjorda av branschrelaterade tidskrifter. (Jonsson, 2005, s. 88). Fältundersökningar kan utföras och dessa görs via enkäter som skickas ut till kunder inom företagets planerade kundmålgrupp. Intervjuer kan utföras med dessa potentiella kunder via telefonsamtal eller besök. (Stensson, 2009, s. 34).

Slutligen så jämförs företagets produkter och tjänster med konkurrensens produkter och tjänster. Här tas i beaktande konkurrenternas pris och utbud av produkter och tjänster, servicen som konkurrenter erbjuder samt användarvänligheten och kvaliteten på produkterna och tjänsterna. Genom denna kunskap om konkurrentens produkter och tjänster så kan man analysera vad som kan förbättras samt hur de verkligen skiljer sig åt mot företagets egna produkter och tjänster. (CrediNord, 2021).

En konkurrensanalys som är väl utförd innehåller en stor mängd användbara data. För att organisera detta så kan en SWOT analys skapas. (CrediNord, 2021). SWOT står för Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats vilket på svenska är styrkor, svagheter, möjligheter och hot. Detta verktyg är ett enkelt och effektivt sätt att kategorisera resultaten av konkurrensanalysen samt ger en smidig överblick över företagets konkurrenter och var företaget står gentemot konkurrenterna. (CrediNord, 2021).



Figur 1 SWOT Analys som skapats genom en konkurrens- och marknadsanalys

Här ovanför visas ett exempel där en konkurrens- och marknadsanalys utförts och sedan sammanställts i en SWOT-analys. Denna SWOT analys skapades av skribenten då en bokföringsbyrå planeras att startas på den åländska marknaden. Resultaten till SWOT-analysen kommer från skrivbordundersökningar där nuvarande bokföringsbyråer på den åländska marknaden undersöks. Det har även utförts en fältundersökning där diskussioner förts med egenföretagare som skribenten känner, där de fritt fått berätta om vad de tycker och tänker om deras bokföringsbyrå och vad de önskar mer av deras nuvarande bokföringsbyrå. Detta ger en inblick i en egenföretagares syn på bokföringsbyråer och ger skribenten en bättre förståelse i vad som bör tänkas på då en bokföringsbyrå startas.

Konkurrensanalysen är viktig del av företagets affärsstrategi och marknadsföring (Företagsforumet, u.d.). Konkurrensanalysen är också en viktig del av affärsplanen och på samma sätt som affärsplanen är levande (Jonsson, 2005, s. 33) så är även konkurrensanalysens SWOT-analys också levande. SWOT-analysen bör uppdateras med jämna mellanrum alltefter företaget växer. (CrediNord, 2021). Konkurrensanalysen ger företaget en god uppfattning om vilken marknadsposition företaget kommer ha. Det ger även en bild över vilka företagets huvudsakliga konkurrenter kommer att vara vilket kan hjälpa företaget att förstärka sin marknadsposition och utveckla företaget till en lönsam riktning. (CrediNord, 2021).

6 Budget

Detta kapitel kommer ta upp finansieringshjälpmedel för nystartade företag i Finland samt ta upp hur företag kan analysera och förbereda vilka sorts kostnader och inkomster som tillkommer vid starten av en bokföringsbyrå.

6.1 Startkapital

En av de positiva aspekterna med att starta en bokföringsbyrå är den låga inträdeskostnaden. Det som behövs till grunden är en dator, en internetuppkoppling och en licens till ett bokföringsprogram. (Björn Lundén Ab, u.d.b.).

För att få en uppskattning av vad för kostnader företaget kommer ha i startskedet så är det viktigt att planera företagets finansiering för att räkna ut vilket kapital som behövs för att etablera företaget (infoFinland, 2022). I detta skede ska företaget inte heller bara tänka på vad det kommer kosta att få företaget grundat och uppstartat. I denna planering och uträkning behöver man räkna in framtida fasta kostnader. Detta innebär ens månatliga hyresutkomster, personliga utkomster och eventuella personalkostnader. Det uppkommer också andra kostnader som behöver tas med i uträkningen så som marknadsföringskostnader, månatliga licenskostnader för program, försäkringar, resekostnader, osv. (Suomi, 2022).

För att få en ordentlig uträkning på de kapital som behövs till grundandet så kan företaget göra en nollpunktsanalys. Syftet med en nollpunktsanalys är att fungera som en förkalkyl inför grundandet av ett företag. Nollpunktsanalysen hjälper företaget att fastställa de inledande kostnaderna av företaget samt visar hur mycket ett företag behöver sälja för att uppnå en full kostnadstäckning. I nollpunktsanalysen fastställer företaget sina fasta kostnader och rörliga kostnader för att räkna ut de totala kostnaderna för företaget. Efter detta görs en uppskattning av vilka sorts intäkter som företaget kommer ha. Med dessa faktorer kombinerade så kan företaget beräkna ut nollpunkten vilket är den punkt då företaget tjänar tillräckligt för att täcka kostnaderna för företaget. Genom en nollpunktsanalys så kan man pedagogiskt förklara för företagets ägare och personal vad för sorts kostnader och intäkter som finns i företaget. (Carlsson & Svensson, 2021, ss. 125-132).

Ifall företaget är baserat i Finland (men inte på Åland) och företaget är en huvudsyssla så kan företaget ansöka om startpeng och få den utbetald utav UF-centret. Denna startpeng är en summa på 33,78€/dag vilket blir cirka. 700€ i månaden. Startpengen är lika stor som grunddagpenningen. (Arbets- och näringsministeriet, u.d.). Denna startpeng betalas ut i 12 månader från och med en godkänd ansökan. Startpengen finns till för att främja nybildade företag att ta sig upp på egna ben och stöda den första livsperioden av verksamheten. För att ansöka denna startpeng behöver det finnas en verksamhetsplan, finansieringsplan och en beskrivning av företagets framtida affärsverksamhet. (Suomi, 2022).

Om företagets verksamhetsområde är inom Åland så behöver företaget vända sig till Ålands arbetsmarknads- och studieservicemyndighet (AMS) för stöd. Ams betalar ut ett "sysselsättningsstöd" till de som planerar att starta ett eget företag. Summan som betalas ut är lika stor som grunddagpenningen men den kan förhöjas med 90% beroende på vad AMS bedömer situationen till. Hos AMS kan du endast få sysselsättningsstöd utbetalt i 10 månader och högst 5 dagar per vecka. (Ålands arbetsmarknads- och studieservicemyndighet, 2019). Oavsett varifrån företaget söker startpeng så krävs vanligtvis en affärsplan i ansökan om startpengen (Suomi.fi, 2019).

Det finns ingen klar riktlinje kring vad för sorts summa ett startkapital ska ligga på för att starta en egen bokföringsbyrå. Startkostnaderna kan vara låga om bokföringsbyrån startas av endast en individ som redan har tillgång till dator och internet från hushållet innan startskedet av bokföringsbyrån. Tilläggs faktorer som att företaget behöver köpa en, två eller tre nya datorer beroende på hur många delägare som är i företaget, eller hyra en kontorslokal för att ge en arbetsplats åt personalen, plus en eller flera bokföringsprogram licenser så stiger det nödvändiga startkapitalet direkt. Varje situation är individuell för företagaren/företagarna. Enligt respondenten var en av utmaningarna då bokföringsbyrån utvecklas att endast använda kassaflödet från bokföringsbyrån och undvika att ta extra lån.

Att göra en noggrann planering och uträkning av startkapital är nödvändigt för att korrekt förutspå vad för sorts startkapital som är nödvändigt för att starta en bokföringsbyrå och i det fortsatta arbetet att få bokföringsbyrån att utvecklas.

För att få en visuell representation av vad för kostnader en bokföringsbyrå kan ha i startskedet så har en enkel kalkyl skapats. I detta scenario kommer bokföringsbyrån startas av 3st individer, de har ingen utrustning sen tidigare så som datorer, möbler eller

tillgång till en lokal att utföra verksamheten i. De inser att de inte kommer kunna utföra verksamheten hemma och därav bestäms att en kontorslokal måste hyras. Individerna är bosatta på Åland och därav kommer lokal att sökas efter på Åland. För att optimera effektiviteten i verksamheten väljer individerna att bygga upp en datorstation som gör det möjligt att arbeta hemifrån ifall livssituationen så kräver, till exempel om någon blir sjuk eller om en av individernas familjemedlemmar blir sjuka. Priserna har sammanställts från diverse olika firmor verksamma i Finland och utrustningen har valts ut från praktisk tänkande och från tidigare positiva erfarenheter av märkena som valts ut. En enkel kalkyl som denna är mycket lätt att skapa i ett Excel dokument och ger friheten att ändra på kostnader efter behov och få dessa direkt uträknade.

Startkapital till bokföringsbyrå							
Antal grundare: 3							
Till startskedet	Antal	á pris	Totalt	Löpande kostnader per månad	Antal	á pris	
Lenovo laptop	3	443,54 €	1 330,62 €	Internet	1	100,00 €	
Lenovo dockningsstation	3	282,25 €	846,75 €	Visma eEkonomi Pro	3	40,00 €	
Logitech tangentbord	3	38,70 €	116,10 €	Hyra	1	400,00 €	
Övriga datatillbehör	1	150,00 €	150,00 €	Övriga program	1	100,00 €	
Datorskärm	3	120,00 €	360,00 €				640,00 €
Skrivbord	3	119,00 €	357,00 €				
Skrivbordsstol	3	130,00 €	390,00 €				
			3 550,47 €				

Figur 2 Enkel kalkyl av startkostnaderna för en bokföringsbyrå

7 Kunder

Detta kapitel kommer behandla företags viktigaste inkomstkälla vilket är kunden. Kapitlet kommer behandla diverse olika strategier gällande marknadsföring, tjänster, prissättning och kundbetjäning.

7.1 Marknadsföring

Att hitta nya kunder till ett nyetablerat företag kan vara en utmaning. Beroende på företagets budget så kan det vara oattraktivt att spendera stora summor på marknadsföring men det finns flera gratis eller lågkostnads marknadsföringstjänster att använda. (Sunlight Media LLC, 2021). Sociala medier är en kostnadseffektiv metod för ett nygrundat företag att nå ut till potentiella nya kunder. Viktigt är att man väljer ut en kanal som företagets potentiella kunder använder. (Yrittäjät, u.d.c.). Sociala medier används idag som en annonstavla och det är där som kunderna befinner sig och det är där som kunderna förväntar sig att företaget ska finnas. Ett företag som inte är närvarande på sociala medier

kommer att bli bortvalt och kunderna kommer istället ta kontakt med ett konkurrerande företag som finns tillgängligt via sociala medier. (Edberg, 2014, s. 15).

Åtta av tio affärer som påbörjats mellan business-to-business relationer har skett via att ett av företagen har hittat de andra företaget på internet. Det är på sociala medier som kunderna bestämmer vad som sägs om företaget. Det är därför ytterst viktigt att företaget syns och blir hittat i sökresultaten. (Edberg, 2014, s. 102).

Respondenten berättar att hen använde sig av Uusiyrityskeskus tjänster och de inledde ett samarbete där Uusiyrityskeskus rekommenderade respondentens bokföringsbyrå till nya företagare som saknade bokförare. På detta sätt fick respondenten kontakt med nya kunder vilket senare ledde till rekommendationer från kunderna som ledde till mer nya kundkontakter och ökad synlighet. Uusiyrityskeskus är ett nätverk som hjälper nystartade och redan etablerade företag genom att erbjuda professionell hjälp. (Uusiyrityskeskus, u.d.).

Ett viktigt första steg för nygrundade företag är att skapa sin egen hemsida till vilket kunderna kan hänvisas till för att få mer information om företagets tjänster, produkter och allmän information om företaget och dess värderingar. En hemsida fungerar som ett visitkort för företaget. Via hemsidan så kan kunderna bli erbjudna att prenumerera på nyhetsbrev från företaget och på detta sätt marknadsförs företaget till kunders e-post. (Yrittäjät, u.d.c.).

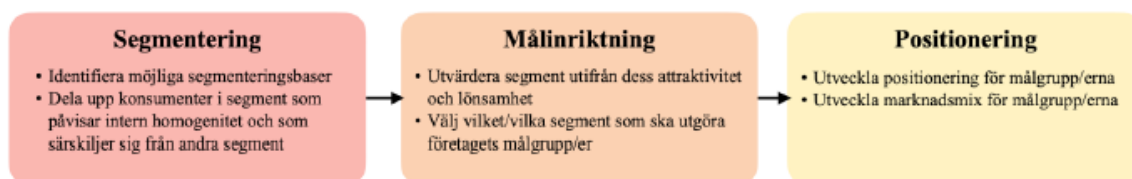
En annan kostnadseffektiv metod för marknadsföring är att använda sig av sökmotorn Google och dess marknadsföringstjänster som sökmotorn erbjuder. Majoriteten av de kunder som söker efter redovisningstjänster kommer använda sig av Google, vilket ger företaget en perfekt möjlighet att dyka upp i kundens sökfält. (Adsight, 2020). Enligt statistik från 2019 så används Google för 90% av alla sökningar på internet (Viseo, 2019). Det finns 3st alternativ som företaget kan använda då Google används som marknadsföringsfält; Köpta träfflistan, Organiska träfflistan och Lokal närvaro (Adsight, 2020).

Köpta träfflistan (Google Ads) ger möjligheten att få företagets webbsida högst uppe bland sökresultaten hos kunden. Företaget betalar enligt hur många användare som klickar på länken. En budget kan ställas in för hur mycket företaget är redo att betala per månad eller

per klick och annonserna kan aktiveras eller stängas av enligt företagets beslut. Genom Google Ads så får företaget statistik över hur bra marknadsföringen lyckats genom att visa hur många av klickerna som gett resultat som köp, beställningar eller genomförda telefonsamtal. (Google, u.d.).

Den organiska träfflistan (SEO = Search Engine Optimization) är en process då företaget optimerar företagets hemsida så att hemsidan visas för kunder som söker efter information som är relevant till företagets affärsverksamhet. Jämfört med den köpta träfflistan så går cirka 70% av sökresultaten till de organiska sökfraserna medan 30% av sökfraserna leder till den köpta träfflistan. Detta gör den organiska träfflistan till en mycket effektiv marknadsföringsmetod. Genom en god struktur av websidan med nyckelord i länkarna och ett välskrivet och enkelt formulerat innehåll på hemsidan som i till exempel en blogg om företaget med användbar information till användaren gör så att hemsidan rankas högre utav Google. En användarvänlig hemsida gör även så att Google rankar företagets hemsida högre och ger större chans för potentiella kunder att få upp hemsidan i sökresultaten. (Sitea, u.d.).

Lokal närvaro (Google My Business) är en effektiv marknadsföringsmetod för just den lokala marknaden. Genom att skapa en Google My Business profil så kommer företaget att synas i sökresultaten samt på Google Maps när kunden söker efter tjänster eller produkter relevant till företaget och som är i kundens geografiska område. Här kan företaget kommunicera och svara på frågor som kunder har, få recensioner av kunder, samt lägga till foton på verksamheten. Det ger även mycket nödvändig information till kunderna om företaget så som adress, öppettider och kontaktinformation. Allt detta kan anpassas av företaget. En Google My Business profil för företaget kommer även förbättra företagets lokala SEO då det är större chans att ett lokalt företag kommer visas åt kunden i sökresultaten. (Hootsuite, 2022).



Figur 3 Visuell demonstration av STP-processen (Hansson, Olsson, & Persson, 2021)

För att sedan analysera hur ens marknadsföring ska utformas och riktas till den rätta kunden så kan man använda sig utav en process som heter STP-processen. Detta är en välbeprövad metod inom marknadsföringssammanhang. STP står för Segmentering, Targeting och Positionering. Denna process är mycket användbar inom mogna branscher med ett stort utbud utav tjänster, produkter och konkurrenter. Genom att använda STP-processen så stärks företagets konkurrensförmåga på marknaden och samtidigt kan företaget använda sig av sina begränsade marknadsföringsresurser för att effektivisera marknadsföringen. (Parment, 2008, s. 101).

Segmentering innebär att konsumenter indelas i grupper. Detta gör så att det blir lättare att nå en attraktiv målgrupp för ens produkter. Genom detta så kan man bygga upp en marknadsföringsstrategi för att nå ut till specifika målgrupper. (Parment, 2008, ss. 99-101).

Targeting är det andra steget i STP-processen. Här bestämmer företaget vilket segment som marknadsföringen skall inrikta sig på. Värt att tänka på vid valet av segment är tillväxtpotentialen, lönsamheten och hur svårt det är att nå ut till den valda segmentsgruppen. (Yieldify, 2020).

Positionering innebär att företaget aktivt arbetar med att profilera företagets varumärke eller produkter jämfört med konkurrerande företag (Parment, 2008, ss. 99-101). Genom profilering så byggs företags image upp åt kunder och potentiella samarbetspartners. Detta visar kunderna och samarbetspartnerna företagets värderingar, vad företagets verksamhet utgår på, samt ger kunderna en chans att lära känna företagets verksamhet. (Entreprenören, 2021).

Viktigt är dock att inte nischa företagets marknadsföring och endast fokusera på endast en utvald kundgrupp. I processen av att hitta just den rätta kundgruppen så rekommenderas att testa alla de möjliga kundgrupperna för att i ett senare skede analysera vilken av kundgrupperna som är mer köpstark än den andra. För genom att flera kundgrupper testas så kan möjligheter visa sig. Företaget bör försöka ha ett framtidstankesätt i denna process för genom att analysera och undersöka vilken marknad som det är tillväxt i så kan det visa sig vilken marknad som det är långsiktigt lönsamt att inrikta företagets marknadsföring på. (Goga & Lindman, 2022, ss. 86-87). Respondentens svar från intervjun förstärker detta. Vid frågan om tips och råd till den som planerar att starta en bokföringsbyrå så rekommenderar respondenten att fundera vilken sorts kund som bokföringsbyrån vill komma åt, men även

fundera kring om bokföringsbyrån är redo på att ta emot alla sorts kunder eller om bokföringsbyrån ska specialisera sig på en viss bransch eller viss bolagsform.

7.2 Bokföringsprogram

När det kommer till valet av ett bokföringsprogram till en bokföringsbyrå är valet stort och marknaden utvecklas ständigt. Nya teknologiska lösningar och trender kommer varje år som gör bokföringen enklare och säkrare för både bokföringsbyrån och kunderna. Trenden inom branschen just nu är att gå emot en molnbaserad bokföringsbyrå utan papper. Funktioner som fakturering, kontering och betalningar automatiseras i snabb takt och det är därför viktigt att undersöka om programmet utvecklas i samma takt som marknaden och att bokföringsprogrammet uppdateras regelbundet. (Bäst Bokföringsprogram, u.d.). Digitaliseringen och automatiseringen av bokföringsbranschen är mer aktiv nu än någonsin. Den hjälper bokföringsbyråer att effektivt utnyttja sin tid och genom detta minska på utgifterna och öka på inkomsterna. (Visma, 2021).

Det finns flera faktorer att beakta vid valet av ett bokföringsprogram. En av de första sakerna att tänka på är mångsidigheten av programmet. Detta hör ihop med vad för tjänster bokföringsbyrån planerar att erbjuda. Löpande bokföring, bokslut, finansiella rapporter, lönesystem och fakturering är bland de vanligaste funktionerna som en bokföringsbyrå erbjuder. Men erbjuder bokföringsprogrammet detta?

I och med att bokföringsbyrån växer och utvecklas så måste programmet ha möjligheten att utvecklas i samma takt och mer funktioner behöver finnas tillgängliga. Ett mångsidigt och flexibelt redovisningsprogram behöver ha utvecklingsmöjligheter då bokföringsbyrån utvecklas och detta är en sak att ta i beaktande då bokföringsbyrån väljer ett redovisningsprogram. Majoriteten av de större redovisningsprogrammen idag erbjuder möjligheten att bokföra alla bolagsformer och uppdateras regelbundet. (Bäst Bokföringsprogram, u.d.).

Det finns flera etablerade och välkända utvecklare av redovisningsprogram som erbjuder varierande lösningar som går att skraddarsy till ens egen bokföringsfirma. Det strategiska för företaget att göra är att kontakta de redovisningsprogram som skulle passa bokföringsbyråns verksamhet och sedan jämföra resultaten mot varandra. Pris, storlek, utvecklingsmöjligheter, tillägg till programmet osv. (Bäst Bokföringsprogram, u.d.).

Nuförtiden värdesätter kunder en programmodell där kunden själv kan hantera faktureringen och ta ut finansiella rapporter enligt eget behag. Detta utförs i ett sammansatt system med bokföringsbyrån vilket gör bokföringsbyråns arbete mycket mer effektivt. (Lyytinen & Fredman, 2021).

Några exempel på de mest använda redovisningsprogrammen i Sverige är: Fortnox, Visma eEkonomi och Procountor (Redovisningskonsult, 2022). Listan är betydligt mycket längre, men dessa utvalda program har även verksamhet i Finland och finns tillgängligt där. Programmen erbjuder ett stort urval av tjänster som passar bokföringsbyråer på liten som stor nivå (Redovisningskonsult, 2022).

Tilisanomat gjorde en enkät under 2021, där 2151st bokföringsbyråer deltog från hela Finland. I denna undersökning så kom det fram att de bokföringsprogram som de finska bokföringsbyråerna som deltog i enkäten använder mest är: Procountor, Visma Fivaldi, Netvisor, Fennoa och Asteri. (Lyytinen & Fredman, 2021).

Respondentens val av bokföringsprogram landade på Asteri eftersom detta var ett bokföringsprogram som respondenten redan hade erfarenhet av från tidigare arbetserfarenheter. Då en elektronisk lösning på bokföringen behövdes så togs bokföringsprogrammet Briox i bruk av rekommendationer från andra bokförare. Det nyaste bokföringsprogrammet i respondentens verktygslåda är Procountor, och detta på grund av efterfrågan från kunderna. Respondenten fick frågan att ge tips och råd till en som planerar på att starta en egen bokföringsbyrå. Här uppmanar respondenten till att välja ett bokföringsprogram som den som startar bokföringsbyrån faktiskt kan arbeta i och tar också fasta på att det är viktigt att en bokföringsbyrås verktyg fungerar nu när möjligheterna finns att fullständigt sköta bokföringen elektroniskt.

7.3 Tjänster

Enligt Bokföringslagen 30.12.1997/1336 så ska företag i Finland bokföra alla affärshändelser inom företaget. Det vill säga inköp, utgifter, löner, skatter, all ekonomisk aktivitet i företaget. Material skall förvaras i flera år i arkiv, deadlines till betalningar av skatter ska följas, bokföringen skall innehålla verifikat med transaktioner och tillhörande dokument till dessa, och så vidare. (Bokföringslag 30.12.1997/1336). Företag rekommenderas att anlita bokföringsbyråer för att utföra dessa tjänster (Suomi, 2021).

Därav outsourcar företag bokföringen och ekonomiförvaltningen till bokföringsbyråer för att få mer tid att fokusera på företagets egen verksamhet (Ecit, 2020).

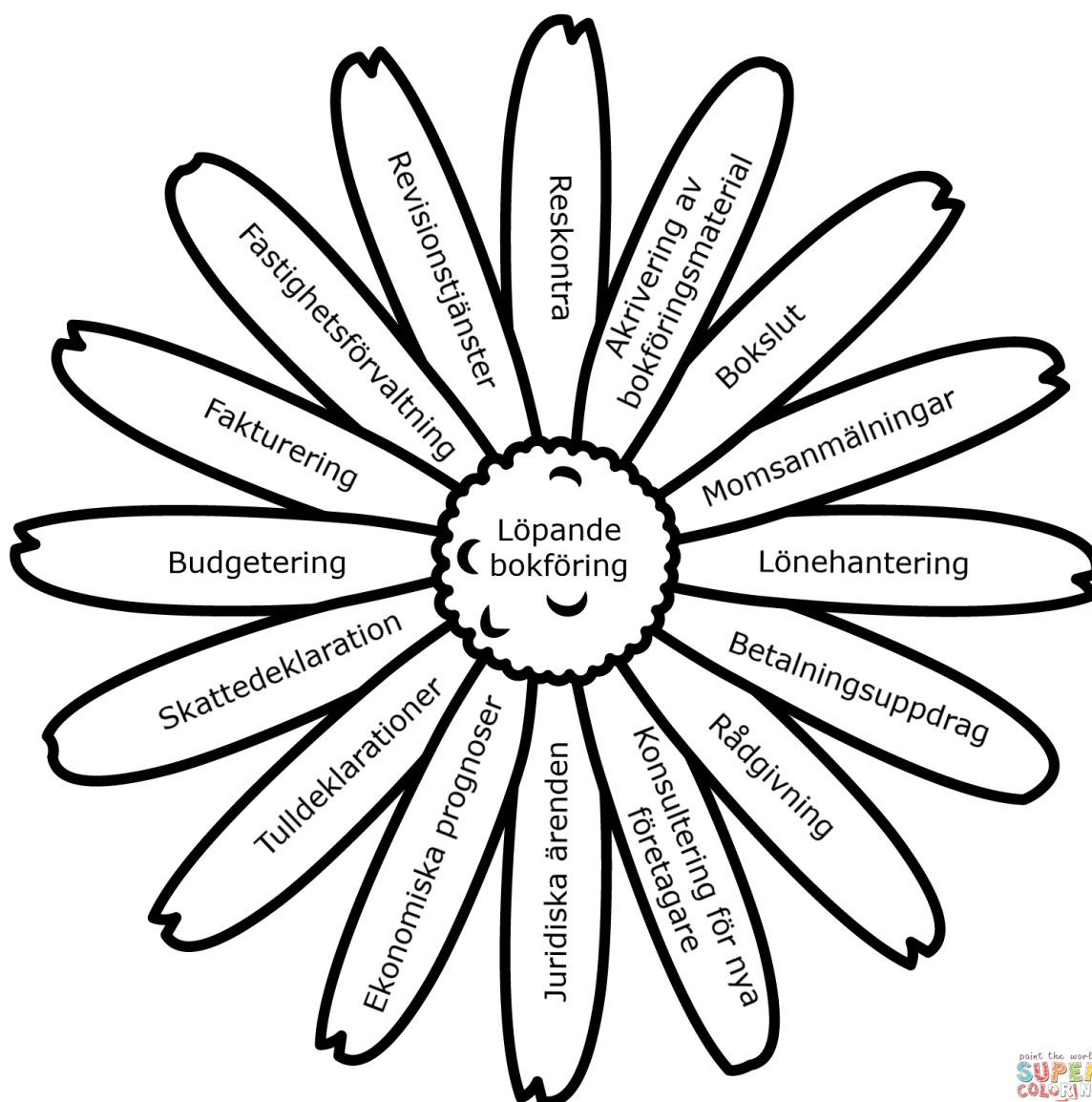
De vanligaste tjänsterna som bokföringsbyråer erbjuder är: Löpande bokföring, lönehantering, bokslut, årsredovisning, fakturor, skattedeclarationer och momsregistrering (Synega, 2022). Det är inte bara siffror som arbetet med bokföring innebär. Andra tjänster som bokföringsbyråer erbjuder är att agera som konsult och rådgivare åt företagare. Tillsammans går kunden och bokföraren igenom kundens företags ekonomi tillsammans och diskuterar framtiden för företaget, ger ekonomiska råd till företagaren om hur hen kan förbättra verksamheten samt ge förståelse kring ekonomin inom verksamheten. (OP Gruppen, u.d.c.).

Respondenten berättar att då hans bokföringsbyrå startades så erbjöds simplare tjänster som bokföring, bokslut och löneräkning. Efter en tid så märktes dock att kunder var i ett behov av mer administrativa tjänster och därav inledde respondenten en konsulteringskolning för att ha möjlighet att erbjuda kunder konsulteringstjänster. Respondenten berättar att konsulteringstjänsterna nu är 10% av den månatliga omsättningen.

7.4 Paketering av tjänster

Tjänsterna som paketeras kan delas in i olika kategorier beroende på hur många tjänster kunden behöver. Ett exempel på detta är ett bra, bättre, bäst paket, där det går gradvis från de mest grundläggande tjänsterna till ett riktigt premium paket åt kunden som behöver alla tjänster bokföringsbyrån har att erbjuda. (Björn Lundén Ab, u.d.b.). Kunder vill gärna veta exakt vad som ingår i dessa kundpaket och att behöva göra färre beslut i sin vardag. Så att ha fullständig information om vad som ingår i kundpaketen och vad alla tjänster innebär gör beslutsprocessen lättare för kunden men även att köpprocessen förkortas. (Företagande, 2011). Viktigt är dock att företaget fastställer vad som ingår i varje paket som företaget erbjuder så att det inte uppstår förvirring eller överraskande utgifter hos kunden (Björn Lundén Ab, u.d.b.). Tillsammans så kan ett speciellt erbjudande för kunden diskuteras fram så att det matchar kundens verksamhet. Detta lägger en grund för ett mervärde av tjänsterna åt kunden och skapar ett långvarigt samarbete med kunden. (Ageras, 2018).

Strategier om hur företaget paketerar sina tjänster kan göras på olika sätt, men en smidig sådan är en produktblomma. I produktblomman läggs företagets huvudsakliga produkt i mitten och företagets extra tjänster blir blombladen runt om. Detta ger en visuell syn på företagets tjänster och gör det lättare för företaget att planera dess olika kundpaket. (Företagande, 2011). Här nedanför finns ett exempel på en produktblomma skapad för en bokföringsbyrås tjänster.



Figur 4 Ett exempel på hur en produktblomma skulle kunna skapas för en bokföringsbyrås tjänster (SuperColoring, 2022)

Tidigare i detta arbete förklarades vad en STP-process är och att paketera företagets tjänster hör ihop med detta. Då företaget vet deras segment, targetning och positioning så kan företaget bygga upp kundpaket enligt detta och skapa olika kundpaket som passar företagets kunder. (Företagande, 2011). Genom att paketera företagets tjänster och

marknadsföra dessa till den utvalda målgruppen så gör att företaget direkt tar sin plats på marknaden och förhoppningsvis hinner erbjuda tjänster som de konkurrerande företagen inte hunnit med ännu. Detta ger möjligheten att snabbt få in pengar till företaget vilket är nödvändigt i startskedet av företaget. (Goga & Lindman, 2022, ss. 66-69).

7.5 Prissättning av tjänster

Timdebitering är gammalmodigt men att paketera företagets tjänster är nymodigt. Tekniken förbättras ständigt vilket leder till att timdebiteringen inte är lika lönsam som den var tidigare. Därför är det ett ypperligt tillfälle som nystartad bokföringsbyrå att ta fasta på detta och fastställa ett fast pris och paketera sina tjänster redan från början. (Björn Lundén Ab, u.d.b.). Företag är intresserade av fast pris av deras bokförare i denna tid då det ger kunderna en bättre syn på kostnaderna. Ett populärt val av kunderna är att dela upp kostnaderna per månad, vilket gör att årskostnaden sprids ut jämt över årets gång. (Procountor, 2018).

Då priset ska fastställas för en tjänst är det viktigt att göra en kalkyl över tjänsterna eller produkterna som företaget tänker sälja. I denna kalkyl bör man ta med kostnaderna inköpskostnaderna för tjänsten samt ta i beaktande administrativa kostnader kring tjänsten. Efter detta så beräknar man var break-even punkten är. Det vill säga då intäkterna täcker kostnaderna för utgifterna av tjänsten. Efter detta kan företaget fundera på vilken vinst som företaget är ute efter per såld tjänst. Detta kallas en kostnadsbaserad prissättning. (Visma, 2022). Denna prissättningsstrategi är dock kritiserad eftersom kundernas betalningsvilja inte baserar sig på företagets kostnader (Zervant, 2014).

Konkurrensbaserad prissättningen innebär att företaget ser ut på marknaden mot deras konkurrenter och deras prissättning och matchar priserna med företagets egna tjänster. Föredraget vore om företaget kan lägga ett extra tilläggsvärde till sina produkter för att skapa ett mervärde åt kunden, detta kan vara en tjänst som de konkurrerande företaget inte har med i utbudet. Detta gör så att prissättningen kan vara högre än konkurrenterna och öka marginalerna på företagets egna produkter. Konkurrensbaserad prissättning är en strategi som normalt används på en marknad som har hög konkurrens och oftast är det marknadsföringen och kundtjänsten som leder till att ett visst företag för övertaget i detta fall. (Zervant, 2014). Då respondenten bestämde prissättningen på hens bokföringsbyrås

tjänster så användes samma prissättning som respondentens tidigare arbetsplats vilket var en bokföringsbyrå. Prissättningen användes eftersom det var enklast då och prissättningsmodellen baserade sig på de realistiska timmar som gjorts i arbetet. Därav kan sägas att respondenten använde sig av en konkurrensbaserad prissättning.

I och med att kunderna betalar mer för företagets produkt så kommer den värdebaserade prissättningen in i bilden. Värdebaserad prissättning innebär hur mycket kunden är redo att betala för företagets tjänster och produkter utan att ta i beaktande företagets kostnader för produkten. (Visma, 2022). Att kunden väljer den tjänst som känns mer prisvärd än resterande konkurrenter oavsett om de är billigare eller dyrare är den nya normen (Cullen, Lacity, & Willcocks, 2014, ss. 222-223) För att utföra en lyckad värdebaserad prissättning kräver en djup förståelse av ens kunder (Zervant, 2014). För att få information om kunden så är en marknadsundersökning ett bra val att göra och det finns företag som är specialiserade på att utföra marknadsundersökningar. Men om företaget inte har en budget att utföra en marknadsundersökning på den grad att en tredje part anlitas till arbetet så går det även att intervjua nuvarande kunder och potentiella kunder för att få användbar information av dem (Visma, 2022).

Ett budgetalternativ till en marknadsundersökning är att ta vara på den information företaget redan fått av existerande kunder. Genom att analysera företagets tjänster och produkter och analysera vilka sorts kunder som köpt dessa produkter och tjänster så får företaget en bild utav vad det är för sorts kundgrupp som köper vissa produkter eller tjänster. Därefter kan företaget bestämma både pris och målgrupp till företagets produkter och tjänster. (Visma, 2022).

Till en början så kan det vara svårt att förutspå vad för sorts pris som är rätt för tjänsterna och produkterna som kunden köper. Detta beror helt på hur mycket tjänster som kunden behöver. Därför kan företaget och kunden tillsammans ha en testperiod på ett par månad för att senare återvända till att diskutera priset för att se om kunden är nöjd och att priset är korrekt fastställt för de tjänster som kunden använder. (Visma, 2022).

Respondenten tipsar om att lägga extra vikt på att prissätta tjänsterna rätt. Bokföringsbyrån ska inte jobba gratis men priserna bör hållas runt marknadspriset för att öka på efterfrågan.

7.6 Hantering av kunder

Kundservice och marknadsföring går hand i hand och genom att företag tillför en god kundservice ger detta en bättre chans bland företagets konkurrenter på marknaden. Företag kan fortsätta att sänka priser jämfört med andra konkurrenter men utan att ha en god kundservice så leder detta till en större chans att kunder överger företaget och väljer ett annat med en bättre kundbetjäning oavsett om tjänsterna är billigare eller dyrare. En god kundservice som beaktar kundernas behov och som bidrar till kundernas upplevelse så kommer vara en svår utmaning för konkurrenterna att matcha med att endast sänka priserna på produkterna eller tjänsterna. (Pakkanen, Korkeamäki, & Kiiras, 2009, ss. 8-17). En bokföringsbyrå säljer redovisningstjänster till företag (Visma, 2021) och i ett serviceföretag är det ytterst viktigt att personalen utstrålar yrkeskunnighet och professionalitet. Detta görs genom att bemöta kunden med ett ordentligt, vänligt och inbjudande första möte och visa att personen som arbetar i företaget är tillgänglig och redo för kundens olika ärenden. (Pakkanen, Korkeamäki, & Kiiras, 2009, ss. 22-23). Det första intrycket som fås av kunden är nyckeln till en långvarig relation (Ageras, 2018). För dem som vill framstå som en bra kundrådgivare bör ha i åtanke att utseende spelar roll i serviceföretag. Ett propert utseende med stiliga kläder, välvårdat hår och en väldoftande parfym är förtroendegivande och signalerar till kunden att personen de talar med är ordentlig och saklig. (Pakkanen, Korkeamäki, & Kiiras, 2009, ss. 22-23).

Vid kommunikation med kunden är det viktigt att redan från början göra det klart för kunden vem hen har som kontaktperson i företaget så att kunden inte behöver känna sig osäker till vem eller vart kunden ska ringa eller skicka ett mejl. Kunden kan vara osäker på saker som hen vill fråga om och känna sig pinsam angående detta, till exempel kan det vara osäkerhet kring terminologi som används inom branschen. (Pakkanen, Korkeamäki, & Kiiras, 2009, ss. 22-27). Kunden arbetar oftast i en helt annan verksamhet än vad företaget är verksamt i och därav så kommer kunden oftast inte ha det ordförråd som finns i den nya branschen. Därför bör företaget undvika att använda förkortningar eller svåra ord som är svåra att förstå för kunden och samtidigt under samtalets gång försäkra att kunden förstår vad som sägs i samtalet. (Offerta, u.d.). För att förenkla denna process så kan företaget erbjuda kunden en genomgång av terminologin som används inom branschen. Kunden kommer ha stor kunskap av detta då hen förstår termer som kassaflöde, lönsamhet, bokslut, räkenskapsår, momsdeklaration, osv i sitt liv som företagare. Samtidigt kommer

det göra bokföringsbyråns och kundens samarbete lättare då båda parterna talar samma språk och missförstånd undviks lättare genom detta. (Björn Lundén Ab, u.d.b.).

Det är då vikten av det första mötet och kontaktpersonen kommer i bruk för detta ger kunden en lätt väg att utan osäkerhet komma åt informationen som kunden funderar över genom ett telefonsamtal, mejl eller ett möte. Företaget behöver därför lägga fokus på att uppmuntra kunden till kontakt och erbjuda företagets kunskap oavsett vad saken handlar om. Ifall kunden inte får den hjälp hen behöver eller känner en osäkerhet till att kontakta företaget så leder detta eventuellt till att kunden går vidare till en konkurrent vilket i sin tur leder till en förlorad vinst för företaget och en förlorad framtida affärsrelation med kunden. (Pakkanen, Korkeamäki, & Kiiras, 2009, ss. 22-27).

Vid möten med kunden om offerter, tjänster eller produkter är det viktigt att redan då vara transparent med vilka tjänster som företaget erbjuder och vad som ingår i tjänsterna för att undvika framtida missförstånd. Vid detta tillfälle så behöver den som hanterar försäljningen av tjänsterna till kunden ha en bred kunskap om just dessa tjänster för på detta vis kan kunden få vetskap om tjänster som hen inte visste om att fanns men som det finns ett hos behov kunden att använda sig utav. Då kunden får detta förklarat av företaget angående alla tjänster och alla detaljer så ökar detta kundens förtroende av företaget samt förbättrar kundrelationen. (Pakkanen, Korkeamäki, & Kiiras, 2009, ss. 24-25). Det är därför av yttersta vikt att företaget är detaljorienterad i kundmötena och förtydligar alla punkter som även kan anses vara självklara. (Ageras, 2018)

Företaget måste hitta en balans mellan att hitta nya kunder men också se till så att företagets nuvarande kunder hålls nöjda. Detta kan göras genom att visa intresse för kundens verksamhet för att lära sig mer om hur verksamheten går till i praktiken, eller genom att besöka denna fysiskt och ta en kaffe tillsammans med ägaren/ägarna eller genom regelbundna telefonsamtal där företaget "checkar in" och ser hur det går för kundens verksamhet och ifall kunden har något på hjärtat. (Björn Lundén Ab, u.d.b.). Det är viktigt att kunden känner att företaget de samarbetar med finns där för att hjälpa till även fast kunden inte alltid frågar efter hjälp (Pakkanen, Korkeamäki, & Kiiras, 2009, s. 24).

7.7 Förvaring av bokföringsmaterial

Ansvar för förvaringen av bokföringsmaterial faller alltid på kundens företag även fast företaget har anlitat en bokföringsbyrå till att ordna bokföringen (Yrittäjät, u.d.d.). I Bokföringslagen 30.12.1997/1336 2 kap 10§ så är det stadgat att: "Bokslut, verksamhetsberättelser, bokföringar, kontoplaner samt förteckningar över bokföringar och material ska bevaras minst 10 år efter räkenskapsperiodens utgång. Det är även stadgat i 10§: "Räkenskapsperiodens verifikationer, korrespondens om affärshändelser och annat bokföringsmaterial än sådant som nämns i 1 mom. Bevaras minst sex år från utgången av det år då räkenskapsperioden har upphört." (Bokföringslag 30.12.1997/1336). Det går dock att göra upp ett avtal då bokföringsbyrån tar hand om arkiveringen (Yrittäjät, u.d.d.) men ansvaret är då fortfarande kvar på det företag vilket bokföringen tillhör enligt Bokföringslagen 30.12.1997/1336 2 kap 7§. (Bokföringslag 30.12.1997/1336).

8 Nätverk

När ett eget företag startas så är det av yttersta vikt att det finns ett nätverk som kan tas del av i arbetslivet. Ett nätverk har många positiva delar att ta med till bordet och är nödvändigt för nystartade företag att ha kontakt med. För det första så finns nätverk till för råd och stöd i företagarens liv. Nätverket fungerar som ett bollplank mellan flera parter där flera perspektiv kan delas på en viss sak. Detta kan vara om precis vad som helst, som marknadsföringsfrågor, affärsstrategier, produktutveckling, lagliga råd och juridisk hjälp, osv. Nätverk finns till för att hjälpa alla inom företagsvärlden genom att dela sina kunskaper till dem som behöver samtidigt som de har möjligheten att lära sig nya saker. Det är en win-win situation där kunskap och information utbyts och kontakter och samarbetspartners hittas. (Goga & Lindman, 2022, ss. 128-134).

På tal om samarbetspartners så är nätverk ett utmärkt sätt att hitta nya samarbetspartners att arbeta med. I varje verksamhet så finns det områden som företaget är osäkert på. Det kan vara administrativa uppgifter eller arbetsuppdrag som kräver en tjänst som företaget inte har möjlighet att erbjuda. Genom nätverk så kan samarbetspartners hittas där det kan byggas en affärsrelation som till exempel att en kund behöver revisionstjänster men bokföringsbyrån har inte möjligheten att erbjuda denna tjänst. Men via nätverket så har en

revisionsfirma blivit samarbetspartner med bokföringsbyrån och därav kan bokföringsbyrån rekommendera kunden att vända sig till just den revisionsfirman.

Detta är något som respondenten tar upp i intervjun. Genom att ha deltagit i mässor, evenemang och är medlem i en liten förening för bokföringsbyråföretagare så har ett nätverk byggts upp där det finns flera ställen som respondenten kan vända sig för att få svar och råd kring olika frågor, hitta likasinnade att använda som bollplank och till och med agera som inhoppare. Som tidigare nämnt har respondenten samarbetat med Uusiyrityskeskus (7.1) vilket är ett nätverk för nystartade företag. Via detta så har respondenten fått hjälp i olika sammanhang men även ökat synligheten för bokföringsbyrån. Detta har lett till flera kunder och ett ännu bredare nätverk.

En start för företag som försöker bygga upp ett nätverk är att sammanställa en lista på vad för slags behov som företaget behöver hjälp med. Därefter behöver företaget lista företag eller personer som levererar den kunskap eller tjänst som företaget är i behov av. Slutligen så tas kontakten upp med de utvalda. Detta kan vara genom ett telefonsamtal, kaffe, lunch eller besök till vart den utvalda befinner sig. Genom detta så kan ett nätverk byggas upp och samarbetspartners hittas. Viktigt att tänka på är att det ska vara ett samarbete som tillför något positivt till båda parterna för detta stärker samarbetsrelationen ännu mer. (Goga & Lindman, 2022, ss. 128-129).

Respondenten berättar att det är väsentligt att bygga upp ett bra och välfungerande nätverk för att hjälpa och stöda företagaren i arbetslivet, speciellt i en bransch där anvisningar och lagar förändras. Vidare vill respondenten framföra att det är okej att inte kunna allt om allting och att det just därför är bra att ha ett nätverk som faktiskt har kunskapen och som finns där för att hjälpa till.

9 Försäkringar

I den långa listan på saker ett nygrundat företag behöver så ska inte försäkringar glömmas. Obligatoriskt är FöPL försäkringen för denna är grunden till företagarens pension och sociala trygghet. Ifall företaget har anställda så behövs en arbetsolycksförsäkring och arbetspensionsförsäkring för arbetstagare. (OP Gruppen, u.d.b.).

För bokföringsbyråer finns möjligheten att teckna en förmögenhetsansvarförsäkring. Denna försäkring lämpar sig till företag som förorsakat ekonomisk skada mot sin kund, till exempel om ett bokslut har orsakat ekonomisk skada för kunden och skadestånd behöver betalas. Denna försäkring kan även kompletteras med en ansvarsförsäkring, vilket ger företaget skydd mot situationer då en anställd inom företaget orsakat ekonomisk skada genom stöld eller bedrägerier mot en kund. Tillsammans skapar förmögenhetsansvarförsäkringen och ansvarsförsäkringen ett heltäckande skydd för bokföringsbyrån. (OP Gruppen, u.d.e.).

9.1 Bolagsform

Att välja en bolagsform kräver att företaget beaktar dess affärsidé, och utgår därifrån vilken bolagsform som skulle passa företaget bäst. Faktorer så som antalet grundare, vad företagets verksamhet utgår på, och hur framtiden förutsätts att se ut, spelar alla en roll i valet av bolagsform (Stensson, 2009, ss. 60-61). Vid valet av bolagsformen så finns det fem alternativ att välja mellan, dessa är; Enskild näringsidkare, aktiebolag, handelsbolag, kommanditbolag och öppet bolag (infoFinland, 2022).

De absolut mest populära valen av bolagsformer i Finland är enskild näringsidkare och aktiebolag (OP Gruppen, u.d.d.). Enligt statistik från Statistikcentralen så registrerades 4 719st aktiebolag och 8 132st fysiska personer (enskilda näringsidkare) under april till juni 2022 (Statistikcentralen, 2022). Enligt statistik från Taloushallintoliitto så finns 4103st bokföringsbyråer i Finland och medeltalet på anställda hos dessa bokföringsbyråer är 2st personer per bokföringsbyrå (Taloushallintoliitto, u.d.b.).

Beroende på om du är ensam eller flera i grundandet av företaget, så lämpar sig vissa företagsformer bättre (Stensson, 2009, ss. 60-61). Startas företaget ensamt så lämpar sig enskild näringsidkare eller aktiebolag bäst. Startas företaget med flera ägare så lämpar sig aktiebolag bäst. (Stensson, 2009, ss. 60-61).

Enligt statistik från PRH på antal registrerade företag i Finland mellan 2016 till 2021 så är enskild näringsidkare och aktiebolag den klara vinnaren i valet av bolagsformer (PRH, 2022). Därav kommer i de två följande rubriker ges en förklaring mellan de positiva och negativa aspekterna av de populäraste bolagsformerna i Finland; Enskild näringsidkare och

aktiebolag. Värt att tänka före valet av bolagsform är vem som är juridiskt ansvarig för bolagets förpliktelser och skulder i de olika bolagsformerna.

9.2 Enskild näringsidkare

Bolagsformen enskild näringsidkare passar bäst då företaget grundas av en person (Stensson, 2009, s. 61). Det positiva med att välja bolagsformen enskild näringsidkare är att det är en enkel och snabb process att grunda företaget. Det är en av de vanligaste bolagsformerna i Finland och bolagsformen enskild näringsidkare är ett smidigt sätt att starta upp ett eget företag då till exempel företaget är en bisyssla till grundarens ordinarie arbete. (infoFinland, 2022). Beslutstagandet för en enskild näringsidkare är också enkelt då det endast finns en beslutstagare i företaget (Yritystulkki, u.d.b.). Enskilda näringsidkare kan använda sig utav enkel bokföring (Vero, 2018). Med enkel bokföring så bokförs en transaktion på ett bokföringskonto jämfört med dubbel bokföring som kräver att två bokföringskonton används (Björn Lundén Ab, u.d.a.).

Det negativa med bolagsformen enskild näringsidkare är att ägaren personligen är ansvarig för alla skulder och avtal som görs eftersom alla avtal och skulder är skrivna i ägarens namn. Detta skapar en personlig risk för ägarens ekonomi och privata egendom. (OP Gruppen, u.d.a.). Bolagsformen enskild näringsidkare lönar sig som bolagsform ifall den ungefärliga omsättningen beräknas ligga på under 30 000€ per år. Ifall det krävs ett stort startkapital med stora summor pengar i rörelse i verksamheten så kan det vara mer lönsamt att rikta in sig på en annan bolagsform. (OP Gruppen, u.d.a.).

Enskilda näringsidkares beskattning skiljer sig från de andra bolagsformerna. En enskild näringsidkare beskattas på hela företagets inkomster under ett år. 30 000€ är gränsen då inkomsterna beskattas som kapitalinkomst och skatteprocenten är då 30%. (Suomi.fi, 2021). Det belopp som överstiger 30 000€ kommer beskattas som förvärvsinkomst. 34% är startprocenten på beskattningen men eftersom beskattningen är progressiv så kommer procenten öka desto mer som förvärvsinkomsterna ökar. (Suomi.fi, 2021).

Enskilda näringsidkare får inte lyfta ut lön från företaget utan endast göra privata uttag ur företaget. Detta kan försvåra processen av att skilja på företagets egna pengar samt den personliga ekonomin. Ett smidigt sätt att hålla koll på detta är att företagaren själv gör regelbundna uttag liknande löneutbetalningar varje månad. (Yritystulkki, u.d.b.).

9.3 Aktiebolag

Den 1 juli 2019 så slopades kravet på aktiekapital i Finland. Tidigare var kravet ett aktiekapital på 2 500€ för att grunda ett aktiebolag, men nu går aktiebolag att grunda nästan helt utan eget kapital. (Patent- och registerstyrelsen, 2019). Endast en summa på 240€ krävs då en etableringsanmälan görs på internet (Fennia, 2022). Aktiebolag som bolagsform är därför ett utmärkt val då företaget grundas av flera ägare, men bolagsformen fungerar också då det endast finns en ägare i företaget (Fennia, 2022). Aktiebolagsformen lämpar sig för de företag som förutspår och strävar efter tillväxt i företaget (OP Gruppen, u.d.d.).

En av de absolut viktigaste sakerna att komma ihåg då ett aktiebolag grundas då det finns flera ägare, är att göra ett så kallat aktieägaravtal. I detta avtal så fastställs fördelningen av arbetet och ansvaret, ersättningen för arbetet inom företaget, vinstfördelning, och hur saker och ting går till då en av ägarna inte vill vara med i företaget längre, och hur processen av att köpa ut en annan ägare går till. (Stensson, 2009, s. 61). Här kan det vara bra att ha klausuler i avtalet som förhindrar aktieägare att sälja sin andel till vem som helst som är utomstående eller okänd till de andra inom företaget, i avtalet bör även stadgas vad som händer ifall en av ägarna går bort, hur aktierna delas upp i en skilsmässa, samt hur ägarna går till väga då det ej går att komma överens om något, så då kan det kopplas in en tredje part för att utreda saken. (Företagarna, 2018).

Det positiva med ett aktiebolag är att aktieägarna personligen inte är ansvariga för bolagets förpliktelser. (Aktiebolagslag 21.7.2006/624). Det ekonomiska ansvaret ligger på företaget då företaget är en så kallad fristående juridisk person. Att företaget är en fristående juridisk person betyder att företaget själv bär ansvaret för dess skulder och förpliktelser. (Yrittäjät, u.d.a.). Detta betyder en mindre ekonomisk risk för ägaren/ägarna, då de endast riskerar sitt eget insatta kapital ifall företaget skulle gå i konkurs (Goga & Lindman, 2022, s. 36). Aktiebolags beskattning är fördelaktig jämfört med den enskilda näringsidkaren (PWC, 2015) då aktiebolagen beskattas som samfund i inkomstbeskattningen, inkomstskatteprocenten är 20% av den beskattningsbara inkomsten (Finansministeriet, u.d.). Ägaren/ägarna lyfter lön från aktiebolaget och beskattas då enligt den personliga beskattningen som förvärvsinkomst (Suomi.fi, 2021). Aktiebolaget kan även betala ut

dividender till ägaren/ägarna i aktiebolaget och då är 75% av dividenden skattepliktig inkomst och 25% är skattefri inkomst utav dividenden (Finansministeriet, u.d.).

Det negativa med aktiebolag är att det kräver mer administrativt arbete. Det behöver hållas åtminstone ett styrelsemöte per år och ett bolagsmöte per år. (Yritystulkki, u.d.a.). Aktiebolag ska alltid ha en styrelse som fattar besluten i företaget. Grundas företaget av en ensam ägare så kommer hen att bli styrelsen. (Suomi, 2022). Ifall det finns mindre än tre individer i styrelsen måste även en suppleant utses. Det är även denna styrelse som utser vem som agerar som verkställande direktör inom företaget. (Suomi.fi, 2021).

Aktiebolag har också kravet att utföra dubbel bokföring, vilket betyder att både penningkällan och penninganvändningen dokumenteras för varje transaktion, med andra ord debet och kredit och alla transaktioner skall ha underlag. Varje transaktion använder således två bokföringskonton. (Vero, 2018).

10 Hur registreras företaget?

Oberoende vilken sorts bolagsform företaget väljer så behöver företaget skicka in en etableringsanmälan till Patent- och registerstyrelsen samt Skatteförvaltningens register. Företaget får ett FO-nummer då etableringsanmälan har registrerats i Patent- och registerstyrelsens och Skatteförvaltningens gemensamma organisationssystem. (Nordea, u.d.). Genom att företaget samtidigt anmäler sig i etableringsanmälan till Skatteförvaltningens register så blir företaget registrerat som momsskyldig och blir med i förskottsuppbördsregistret och arbetsgivarregistret (Vero, 2021).

Före etableringsanmälan skickas in dock bör det sättas tid på att välja ut ett företagsnamn som är slagkraftigt och lätt att komma ihåg (Patent- och registerstyrelsen, 2020) eftersom cirka 250st namn skickas dagligen in till registret (Yritystulkki, u.d.c.). Det rekommenderas inte att ge företaget ett namn av en person eller av en produkt som företaget planerar att sälja då detta kan ge komplikationer i framtiden då själva företaget ska säljas. (Yritystulkki, u.d.c.). Företagets namn som skickas in i samband med etableringsanmälan jämförs av Patent- och Registerstyrelsens register där samtliga företagsnamn i Finland finns. Därav så är det större chans för ett unikt namn att inte bli hindrat på grund av att namnet liknar ett annat företagsnamn för mycket. Företag bör därför förbereda ett antal namn som kan användas ifall det utvalda namnet inte godkänns. Patent- och registerstyrelsen har en gratis

tjänst som kan användas för att se nuvarande företagsnamn i Finland vilket visar redan då om det utvalda namnet fungerar eller inte fungerar. (Patent- och registerstyrelsen, 2020).

Efter att etableringsanmälan lämnats in så tar det ungefär 3 till 4 veckor innan beslutet görs för godkännande av registreringen av företaget. Beslutet skickas hem per post och efter detta är företaget registrerat, aktivt och redo att skicka fakturor till kunderna. (Vero, 2019).

11 Resultat

Målet med detta examensarbete var att kartlägga processen av att starta en egen bokföringsbyrå i Finland som använder sig av det svenska språket. Genom användning av information från böcker, finska lagar, bokföringsbyråer, artiklar, en intervju och andra relevanta källor så har kunskapen sammanställts till en saklig och grundlig kartläggning av processen som kan användas som hjälpmedel då en bokföringsbyrå startas i Finland.

Examensarbetet tar upp och går noggrant igenom viktiga och väsentliga delar av processen och tillför praktiska och effektiva metoder som kan användas i det verkliga livet. Intervjun har gett en insyn i hur processen tillämpas i det verkliga livet och tillför en verklig koppling till teorin som är skriven i examensarbetet.

Resultatet är en kartläggning som är lätt för alla att läsa, oavsett kunskapsnivå hos den som läser arbetet. Examensarbetet kan användas som hjälpmedel i startskedet av en bokföringsbyrå men också ge användbar information till läsaren som kanske funderar i dessa banor. Den röda tråden löper genom arbetet och ger en klar bild utav de förberedelser som krävs för att starta en egen bokföringsbyrå i Finland och vilka krav det ställer på en som person för att ha tillräckligt med kunskap för att framgångsrikt starta en egen bokföringsbyrå.

Av examensarbetets insamlade information och kunskap så har en infograf skapats för att ge en visuell bild över hur processen går till. Denna infograf tar upp 9 viktiga saker att tänka på då en bokföringsbyrå startas.

DAGS ATT STARTA!

9 saker att tänka på vid start
av en bokföringsbyrå

- #1** Förstå din egen kunskapsnivå och om du har tillräcklig med kunskap om de nödvändiga lagarna
- #2** Skriv en affärsplan och gör en konkurrens- och marknadsanalys
- #3** Gör en uppskattning av ett nödvändigt startkapital och ansök om startpeng vid behov
- #4** Gör en STP-analys för att identifiera kundgrupper och undersök de olika marknadsföringsalternativen som finns tillgängliga
- #5** Välj ett mångsidigt bokföringsprogram som uppdateras regelbundet och som matchar bokföringsbyråns och kundernas behov
- #6** Fastställ tjänsterna som bokföringsbyrån skall erbjuda
- #7** Lägga fokus på god kundservice och kommunikation med kunderna. Visa att bokföringsbyrån finns till för att hjälpa. Detta kommer vara en fördel jämfört med konkurrenterna på marknaden
- #8** Välj bolagsform, tänk på vem som lagligt blir juridiskt ansvarig för företagets förpliktelser och skulder. Täckna ansvars- och förmågenhetsansvarsförsäkring
- #9** Skicka etablerings anmälan till Patent- och Registerstyrelsen. Företaget blir samtidigt registrerat i Skatteförvaltningens register. Efter 3-4 veckor är företaget registrerat och aktivt!

Figur 5 9 saker att tänka på då en bokföringsbyrå startas

12 Kritisk granskning

Informationen som presenteras i examensarbetet är användbar både i det verkliga livet och att ha som material vid sidan om då en bokföringsbyrå startas. Examensarbetet ger en vägledning och får läsaren att fundera djupare in på de ämnen som tagits upp i examensarbetet som kanske inte har fått betänketid tidigare.

De ämnen som behandlas i examensarbetet är stora det finns en enorm mängd av information som vidare kan tillämpas då en bokföringsbyrå startas och om hur verksamheten fortlöper efter startskedet är över. Detta gäller alla områden inom marknadsföring, kunder och kundrelationer, bokföring och bokföringslagar osv. Mängden information kan diskuteras beroende på vilket språk som talas. Sökes det svensk information i Finland om ämnet så finns det ett begränsat utbud. Sker sökningar på både svenska och finska så ökar utbudet avsevärt. Men att det finns en uppsjö av information är både positivt och negativt då detta arbete skrivs.

Det negativa är att eftersom bokföring är en enorm bransch med flera olika inriktningar, olika utbud av tjänster, olika affärsstrategier, olika branscher som bokföringsbyråer arbetar i, olika lagar gällande olika branscher och olika företagsformer som kunderna arbetar i, individuella startskeden av bokföringsbyråer med olika förutsättningar och olika företag, industrier och trender beroende på ort och land så finns det en uppsjö av fakta som är relevant för en bokföringsbyrå att veta då den startas och är på väg ut i en särskild bransch. Examensarbetet behandlar endast en väldigt allmän syn på hur en bokföringsbyrå startas och det går inte vidare in på djupet i någon slags kundgrupp, bransch eller tar upp olika strategier beroende på om det är en privatkund eller en företagskund som företaget talar med eller försöker marknadsföra sig till och vad skillnaden är mellan dessa. Examensarbetet fungerar som en basmodell för att grunda en bokföringsbyrå men mer tid borde ha allokerats till att planera ut fler väsentliga områden som skulle varit passliga för detta arbete.

Ett exempel på detta är avsnittet "Kundens föredragna bokföringsprogram". För en nystartad bokföringsbyrå kommer valet av bokföringsprogram vara A och O eftersom detta kommer vara bokföringsbyråns främsta verktyg i arbetet. Självklart är då att bokföringsbyrån vill veta ifall kunden de arbetar med tidigare använt en speciellt sorts bokföringsprogram och redan är vana vid detta. Vissa bokföringsprogram tillåter

bokföringsbyråns kunder att använda delar av programmet som till exempel faktureringen självständigt, och detta kan vara något som de är vana vid från tidigare.

Vid sök efter information om detta så var det ytterst svårt att hitta en källa som förklarade eller fördjupade sig mer om detta. Det fanns information som delgav information som vilket bokföringsprogram som är populärast och mest använt just nu men det som skulle varit intressant är att få mer insyn i vad för strategier en bokföringsbyrå använder för att faktiskt ta reda på vilket bokföringsprogram som är bäst för verksamheten. Statistik hittades där bokföringsbyråer rankade de bokföringsprogram som de använde och gav varierande poäng enligt användarbarhet, utseende och design, men det säger endast vad bokföringsbyråerna tycker om programmet men inte vad kunderna säger som också är användare i programmet. Detta kom även upp i svar i intervjun som utfördes men där nämndes endast ett program och det var på grund av efterfrågan som programmet skaffades. Att få mer information om hur kunden tycker och tänker om bokföringsprogram skulle varit en intressant del att ta upp i examensarbetet och skulle varit en väsentlig del att få mer information om då en bokföringsbyrå startas.

Eftersom endast en intervju hölls inför detta arbete så kommer synen på att starta en bokföringsbyrå vara tämligen ensidig då det endast är en individs erfarenheter som tas upp. Bättre vore om ett flertal företagare hade intervjuats för att få en bättre syn från olika perspektiv på samma sak. Ingen har den samma starten på en bokföringsbyrå eller ett företag överlag. Alla har olika förutsättningar med olika spelfält där kunder, konkurrenter och möjligheter skiljer sig. Tidsplaneringen och planeringen över innehållet borde därför ha utvecklats mer för att ge möjligheten till läsaren att få en verklig bild över hur den skrivna teorin har tillämpats i praktiken.

Om vi går tillbaka till att det finns en enorm mängd information redo för företagare så ska de positiva aspekterna tas upp här. Detta examensarbete är en bra grund eftersom det väsentliga i processen är redan skrivet och finns nu här färdigställt på papper. Därefter kan arbetet fortsätta genom att vidare redovisa hur verksamheten fortlöper då bokföringsbyråns verksamhet är aktiv och företaget växer.

Här skulle det vara intressant att djupare dyka in i benchmarking och se hur denna metod skulle vara användbart då bokföringsbyråen vill förbättra sin egen verksamhet. Vidare kan det specificeras vilken bransch bokföringsbyråen inriktar sig på. Är det småföretag,

byggföretag, fiskodlingar eller någon specifik bolagsform som bokföringsbyrån specialiserar sig i lagstiftningen på? Finns det ett speciellt sorts kundbeteende i dessa branscher att ta fasta på? Finns det utvecklingsmöjligheter konkurrerande bokföringsbyråer inte utnyttjat? Möjligheterna är oändliga och detta arbete kan fungera som grundstenen som framtida arbeten utvecklas från. Av den mängd information som kommits över i detta examensarbete både från den svenska och den finska sidan så skulle det gå att sammanställa en bok som endast handlar om att starta en egen bokföringsbyrå. Marknadsföringsstrategier, kundrelationer och affärsstrategier liknar sig både på den svenska och finska sidan men att sammanställa den finska lagstiftningen avgränsat till lagar som gäller bokföringsbyråer och deras verksamheter är kvar att göra. Givetvis finns just den finska lagstiftningen skriven på svenska och tillgänglig för alla att läsa. Men inte i just det formatet att det är avgränsat till en bokföringsbyrå och skrivet i ett format som är lätt att följa för någon som är i uppstartsskedet.

För att sammanställa denna kritiska granskning så finns det fortfarande ämnen som borde tagits upp eller diskuterats vidare som vore väsentligt att veta då en bokföringsbyrå startas. Examensarbetet visar upp grundarbetet som behöver göras då en bokföringsbyrå startas men fler individer borde ha intervjuats för att få en bättre bild över verkligheten i praktiken för att koppla till den skrivna teorin.

13 Diskussion

Detta har varit ett ytterst givande arbetet att skriva då det tillfört mycket användbar information till mig personligen. Jag har alltid varit intresserad av att starta ett eget företag och att starta en bokföringsbyrå har blivit min senaste inriktning på företaget tack vare min utbildning och mitt intresse i ämnet. Examensarbetet har således varit en sammanställning av mina tankar och funderingar hur processen verkligen går till och examenarbetet framför mig visar klart och tydligt vilken sorts förberedelse som krävs.

Som vidare utveckling av detta arbete så är jag intresserad av att skapa en sorts guide över hela processen. Jag vill inte säga bok för det känns alldeles för stort just nu, men en sorts "Beginners guide" som går igenom processen men går lite djupare in på de olika stadierna som presenteras för en då ett företag startas. Det innehåll som finns i arbetet just nu skulle gå att sammanställa till en guide men det finns flera områden som borde utforskas och

skrivs mer om för att faktiskt kunna skapa en informationsrik guide som skulle vara lättanvänd och förståelig för alla som läser den.

Tidsallokeringen i detta arbete måste erkännas att inte var den bästa. Nästan alla rubriker skulle kunna ha mer information i sig för att vidare utveckla de olika aspekterna av att starta en bokföringsbyrå. Men tiden var och knapp och deadline kröp närmare för varje dag så vissa prioriteringar och uppoffringar behövde göras. Dock tycker jag att den information som presenterats i arbetet är mycket användbar och praktiskt tillämpningsbar vilket gör det lättare för läsaren att förstå hur informationen de tar in ska användas utanför examensarbetet.

Intervjun som hölls med respondenten som startat en egen bokföringsbyrå var positiv på flera sätt. Det första är hur det kopplar ihop den teori som skrivs i arbetet med hur den används i det riktiga livet. Det kan ge ett "A-ha!" till läsaren att det faktiskt går att använda på riktigt och används på riktigt av småföretag, inte bara stora företag. I mitt tycke så kompletterar det texten riktigt bra och ger mer kredibilitet till examensarbetet.

Det andra är att när intervjuvaren blev levererade så var majoriteten av texten skriven. Frågorna som jag skapade så var funderingar jag hade i början av arbetet då det endast bestod av rubriker och en ungefärlig idé vad jag ville få med i arbetet. Detta gav mig möjligheten att se vad en individ som faktiskt startat en egen bokföringsbyrå hade för erfarenheter av processen, och till min positiva förvåning så hade jag i princip redan skrivit allt som stod i svaren men givetvis med relevant teori bakom texten. Det var en väldigt positiv försäkran att jag hade skrivit om rätt saker och behandlat rätt ämnen och faktiskt tagit upp det väsentliga i att starta en egen bokföringsbyrå.

Överlag är jag mycket nöjd med arbetet och min insats. Det har gjort mig mer självsäker över hela processen och jag är säker på att jag kommer få användning av den kunskap jag fått via detta examensarbete då jag startar min egen bokföringsbyrå.

14 Källförteckning

- 24SevenOffice. (den 14 6 2021). *Vad är ett bokföringsprogram?* Hämtat från <https://24sevenoffice.com/se/blogg/bokfoering/vad-aer-ett-bokfoeringsprogram/> den 2 11 2022
- AdSight. (den 18 9 2020). *Tips för att hitta kunder till redovisningsbyrå.* Hämtat från <https://www.adsight.se/hitta-kunder-till-redovisningsbyra/> den 16 10 2022
- Ageras. (den 8 2 2018). *6 tips: marknadsföring för redovisningskonsulter och revisorer.* Hämtat från <https://www.ageras.se/blogg/marknadsforing-for-redovisningskonsulter-och-revisorer> den 30 10 2022
- Aktiebolagslag 21.7.2006/624. (den 21 7 2006). Hämtat från Finlex: <https://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2006/20060624> den 24 10 2022
- Arbets- och näringsministeriet. (u.d.). *Bokföring.* Hämtat från <https://tem.fi/sv/bokforing> den 9 10 2022
- Arbets- och näringsministeriet. (u.d.). *Startpeng - stöd för nya företagare.* Hämtat från Startpeng: <https://tem.fi/sv/startpeng> den 4 10 2022
- Axelsson, B. (1998). *Företag köper tjänster.* Stockholm: SNS Förlag.
- Björn Lundén Ab. (u.d.a.). *Enkel bokföring.* Hämtat från https://www.bjornlundenden.se/bokf%C3%B6ring/enkel-bokf%C3%B6ring_957 den 26 10 2022
- Björn Lundén Ab. (u.d.b.). *Starta redovisningsbyrå.* Hämtat från Företag: https://www.bjornlundenden.se/starta-redovisningsbyr%C3%A5?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F den 4 10 2022
- Bokföringslag 30.12.1997/1336. (den 30 12 1997). Hämtat från Finlex: <https://finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1997/19971336> den 26 10 2022
- Bäst Bokföringsprogram. (u.d.). *Jämför bokföringsprogram.* Hämtat från <https://bästbokforingsprogram.se/#1569746209837-fe856f21-b92d> den 4 10 2022
- Carlsson, P., & Svensson, U. B. (2021). *Starta & driva företag* (Vol. 28). Näsviken: Björn Lundén Ab.
- CrediNord. (den 8 2 2021). *Bild utav SWOT-analys.* Hämtat från <https://www.credinord.com/sv/sa-gor-du-en-konkurrentanalys/> den 2 11 2022
- CrediNord. (den 8 2 2021). *Så gör du en konkurrentanalys.* Hämtat från <https://www.credinord.com/sv/sa-gor-du-en-konkurrentanalys/> den 22 10 2022
- Cullen, S., Lacity, M., & Willcocks, L. (2014). *Outsourcing: All you need to know.* London: White Plume Publishing.
- Dalen, M. (2015). *Intervju som metod.* Malmö : Gleerups Utbildning Ab.

- Ecit. (den 10 6 2020). *Tips för outsourcing av företagets bokföring*. Hämtat från <https://blog.ecit.com/se/tips-outsourcing-bokforing> den 26 10 2022
- Edberg, B. (2014). *Social affärsutveckling i nätverksekonomin*. Stockholm: Liber Ab.
- Entreprenören. (den 10 8 2021). *6 tips för att lyckas med företagets profilering*. Hämtat från <https://entreprenören.nu/profilering/> den 13 10 2022
- Fennia. (den 4 7 2022). *Planerar du att grunda ett aktiebolag? Här kommer 10 tips*. Hämtat från <https://www.fennia.fi/innehallsstudio/planerar-du-att-grunda-ett-aktiebolag> den 23 10 2022
- Finansministeriet. (u.d.). *Beskattning av samfund*. Hämtat från <https://vm.fi/sv/beskattning-av-samfund> den 24 10 2022
- Fortnox. (u.d.a.). Hämtat från Vad är bokföring?: <https://www.fortnox.se/fortnox-foretagsguide/ekonomisk-ordlista/bokforing> den 2 11 2022
- Fortnox. (u.d.b.). *Vad är en tjänst?* Hämtat från <https://www.fortnox.se/fortnox-foretagsguide/ekonomisk-ordlista/tjanst> den 2 11 2022
- Fortnox. (u.d.c.). *Vad är Outsourcing?* Hämtat från <https://www.fortnox.se/fortnox-foretagsguide/ekonomisk-ordlista/outsourcing> den 2 11 2022
- Framtid. (u.d.). *Redovisningsekonom*. Hämtat från <https://www.framtid.se/yrke/redovisningsekonom> den 21 10 2022
- Företagande. (den 13 6 2011). *Hur du paketerar din produkt eller tjänst*. Hämtat från <https://foretagande.se/praktisk-affarsutveckling-hur-du-paketerar-din-produkt-eller-tjanst> den 29 10 2022
- Företagande. (den 29 9 2011). *Paketering av produkter och tjänster är A och O*. Hämtat från <https://foretagande.se/paketering-av-produkter-och-tjanster-ar-a-och-o> den 28 10 2022
- Företagarna. (den 27 8 2018). *Kompanjonsavtalet: Avtalet som räddar vänskapen*. Hämtat från <https://www.foretagarna.se/foretagaren/2018/augusti/kompanjonsavtal/> den 23 10 2022
- Företagsforumet. (u.d.). *Vad är en konkurrensanalys?* Hämtat från <https://foretagsforumet.se/konkurrentanalys/> den 22 10 2022
- Goga, A., & Lindman, C. (2022). *Eat, sleep, startup, repeat - Att starta, driva och få ett bolag att växa*. Stockholm: Liber Ab.
- Google. (u.d.). *Få mer valuta för pengarna med Google*. Hämtat från https://ads.google.com/intl/sv_se/home/pricing/ den 16 10 2022
- Hansson, J., Olsson, J., & Persson, S. (den 12 1 2021). *Bild utav STP-processen*. Hämtat från <https://www.lunduniversity.lu.se/lup/publication/9035717> den 2 11 2022
- Hootsuite. (den 5 1 2022). *How to use Google My Business to get more customers in 2022*. Hämtat från <https://blog.hootsuite.com/google-my-business/> den 17 10 2022

- infoFinland. (den 23 9 2022). *Att grunda ett företag i Finland*. Hämtat från Ordna finansiering: <https://www.infofinland.fi/sv/work-and-enterprise/starting-a-business-in-finland> den 4 10 2022
- infoFinland. (den 2 5 2022). *Företagsformer*. Hämtat från <https://www.infofinland.fi/sv/work-and-enterprise/starting-a-business-in-finland/company-forms> den 23 10 2022
- Jonsson, U. (2005). *Företagsekonomi - begrepp och verklighet*. Lund: Studentlitteratur.
- Lyytinen, E., & Fredman, J. (den 23 11 2021). *Tiltoimistojen kirjanpito-ohjelmistot rankattu jälleen!* Hämtat från Tilisanomat: <https://tilisanomat.fi/teknologia/tiltoimistojen-kirjanpito-ohjelmistot-rankattu-jalleen> den 16 10 2022
- Nooga. (den 21 5 2019). *Uppsving i bokföringsbranschen – klassiska byrå hittat modern form*. Hämtat från <https://www.nooga.fi/sv/uppsving-bokforingsbranschen-klassiska-byran-hittat-modern-form/> den 9 10 2022
- Nooga. (den 12 2 2021). *EBR*. Hämtat från <https://www.nooga.fi/sv/ordlista/ebr/> den 9 10 2022
- Nordea. (u.d.). *Starta eget*. Hämtat från <https://www.nordea.fi/sv/foretag/ditt-foretag/starta-ett-foretag/hur-grunda-eget-foretag.html> den 30 10 2022
- Offerta. (u.d.). *Vägen till framgångsrik kommunikation med dina kunder*. Hämtat från <https://offerta.se/framgangscoachen/vagen-till-framgangsrik-kommunikation-med-dina-kunder/> den 30 10 2022
- OP Gruppen. (u.d.a.). *Bli företagare som enskild näringsidkare (firma)*. Hämtat från <https://www.op.fi/foretagskunder/kundforhallande/grunda-foretag/naringsidkare-foretagare> den 23 10 2022
- OP Gruppen. (u.d.b.). *Checklista över försäkringar för nystartade företag*. Hämtat från <https://www.op.fi/foretagskunder/forsakringar/teman/forsakringar-for-ett-nystartat-foretag> den 26 10 2022
- OP Gruppen. (u.d.c.). *Egenskaper hos en bra bokförare*. Hämtat från <https://www.op.fi/foretagskunder/kundforhallande/ekonomisk-coachning-for-foretagare/val-av-bokforare> den 28 10 2022
- OP Gruppen. (u.d.d.). *Företagsformer i jämförelse - Hur välja den lämpligaste företagsformen för företaget?* Hämtat från <https://www.op.fi/foretagskunder/kundforhallande/grunda-foretag/bolagsformer-i-jamforelse> den 9 10 2022
- OP Gruppen. (u.d.e.). *Förmögenhetsansvarsförsäkring*. Hämtat från <https://www.op.fi/foretagskunder/forsakringar/teman/forsakringar-for-ett-nystartat-foretag> den 26 10 2022
- Pakkanen, R., Korkeamäki, A., & Kiiras, H. (2009). *Mästare på service*. Vammala: Vammala Kirjapaino.
- Parment, A. (2008). *Marknadsföring - kort och gott* (Vol. 1). (Å. Sterner, & C. Blohmé, Red.) Malmö: Liber Ab.

- Patent- och registerstyrelsen. (den 24 6 2019). *Kravet på aktiekapital slopas 1 juli 2019 för aktiebolag, bostadsaktiebolag och ömsesidiga fastighetsaktiebolag*. Hämtat från https://www.prh.fi/sv/asiakastiedotteet/2019/P_18440.html den 23 10 2022
- Patent- och registerstyrelsen. (den 11 12 2020). *Företagets namn*. Hämtat från <https://www.prh.fi/sv/kaupparekisteri/yritystennimet.html> den 30 10 2022
- PRH. (den 3 1 2022). *Antalet registrerade nya företag i handelsregistret efter företagsform*. Hämtat från <https://www.prh.fi/sv/kaupparekisteri/tilastot/registreradeforetag.html> den 26 10 2022
- Procountor. (den 20 3 2018). *Från timdebitering till fast pris - så gjorde redovisningsbyrån Redovisa resultat*. Hämtat från <https://procountor.se/blogg/fran-timdebitering-till-fast-pris/> den 28 10 2022
- Projektledning. (den 27 5 2021). *Branschanalys: Ett verktyg för att utvärdera marknaden*. Hämtat från <https://projektledning.se/branschanalys/> den 4 10 2022
- PWC. (den 26 3 2015). *Aktiebolag eller enskild firma? Så ska du välja!* Hämtat från <https://blogg.pwc.se/foretagarbloggen/aktiebolag-eller-enskild-firma> den 24 10 2022
- Redovisningskonsult. (den 2 10 2022). *Bokföringsprogram: Översikt över de 10 bästa på marknaden*. Hämtat från <https://redovisningskonsult.se/bokf%C3%B6ringsprogram> den 4 10 2022
- Sitea. (u.d.). *Vad är SEO Optimering och Sökmotoroptimering*. Hämtat från <https://www.sitea.se/vad-ar-seo/> den 17 10 2022
- Skärvad, P.-H., & Lundahl, U. (2016). *Utredningsmetodik* (4 uppl.). Malmö: Studentlitteratur AB.
- Statistikcentralen. (den 19 8 2022). *Antalet registrerade nya företag 12 971 under april-juni 2022*. Hämtat från <https://www.stat.fi/sv/publikation/cku2b4fmg8a8e0b50ylrxuu6e> den 9 10 2022
- Stensson, S. (2009). *Små-företagares handbok*. Malmö: Liber Ab.
- Sunlight Media LLC. (den 9 11 2021). *How to attract new clients*. Hämtat från <https://sunlightmedia.org/sv/locka-nya-kunder/> den 13 10 2022
- Suomi. (den 19 2 2021). *Lägga ut ekonomiadministrationen*. Hämtat från <https://www.suomi.fi/foretag/ekonomiforvaltning-och-beskattning/bokforing-och-ekonomiadministration/guide/bokforing-och-ekonomiforvaltning/lagga-ut-ekonomiadministrationen> den 9 10 2022
- Suomi. (den 27 6 2022). *Att grunda aktiebolag*. Hämtat från <https://www.suomi.fi/foretag/grunda-ett-foretag/foretagsformer/guide/aktiebolag/att-grunda-aktiebolag> den 26 10 2022

- Suomi. (2022). *Finansiering för nystartade företag*. Hämtat från Finansiering och stöd för företag: <https://www.suomi.fi/foretag/finansiering-och-stod-for-foretag/finansiell-planering/guide/finansiering-for-nystartade-foretag> den 4 10 2022
- Suomi. (den 30 9 2022). *Finansiering och stöd för företag*. Hämtat från Kostnaderna i företagets etableringsskede: <https://www.suomi.fi/foretag/finansiering-och-stod-for-foretag/finansiell-planering/guide/finansiering-for-nystartade-foretag/kostnaderna-i-foretagets-etableringsskede> den 4 10 2022
- Suomi. (den 14 8 2022). *Ordnande av bokföring*. Hämtat från <https://www.suomi.fi/foretag/ekonomiforvaltning-och-beskattning/bokforing-och-ekonomiadministration/guide/bokforing-och-ekonomiforvaltning/ordnande-av-bokforing> den 9 10 2022
- Suomi. (den 30 9 2022). *Startpeng - stöd för blivande företagare*. Hämtat från Arbets och näringsbyrå: <https://www.suomi.fi/service/startpeng-stod-for-blivande-foretagare-arbets-och-naringsbyran/af2667af-e1b5-43dd-9b46-5e49ad1b1c9c> den 4 10 2022
- Suomi.fi. (den 22 3 2019). *Affärsplan*. Hämtat från <https://www.suomi.fi/medborgare/arbetsliv-och-arbetsloshet/grunda-ett-foretag/guide/fran-foretagside-till-affarsverksamhet/affarsplan> den 21 10 2022
- Suomi.fi. (den 9 4 2021). *Aktiebolagets styrelse och andra organ*. Hämtat från <https://www.suomi.fi/foretag/grunda-ett-foretag/foretagsformer/guide/aktiebolag/aktiebolagets-styrelse-och-andra-organ> den 26 10 2022
- Suomi.fi. (den 20 5 2021). *Företagets inkomstskatt*. Hämtat från <https://www.suomi.fi/foretag/ekonomiforvaltning-och-beskattning/foretagsbeskattning/guide/foretagsbeskattning/foretagets-inkomstskatt> den 23 10 2022
- SuperColoring. (den 19 1 2022). *Bild utav en tecknad prästkrage*. Hämtat från <https://www.supercoloring.com/sv/malarbilder/daisy> den 29 10 2022
- Synega. (den 14 3 2022). *Bokföringsbyrå: Allt du behöver veta*. Hämtat från <https://synega.se/redovisning/bokf%C3%B6ringsbyr%C3%A5/> den 26 10 2022
- Taloushallintoliito. (u.d.b.). *Taloushallintoala Suomessa*. Hämtat från <https://taloushallintoliitto.fi/tietopankki/taloushallintoala-suomessa/> den 14 10 2022
- Taloushallintoliito. (u.d.c.). *Taloushallintoliito*. Hämtat från <https://taloushallintoliitto.fi/> den 14 10 2022
- Taloushallintoliito. (u.d.a.). *Auktorisointi*. Hämtat från <https://taloushallintoliitto.fi/palvelut/auktorisointi/> den 10 10 2022
- Unikum. (den 17 8 2020). *Bild av affärsplan*. Hämtat från <https://skolbanken.unikum.net/skolbanken/planering/5990858686> den 2 11 2022

- Uusiyrityskeskus. (den 11 2022 u.d.). *Vad gör vi?* Hämtat från <https://uusyrityskeskus.fi/pa-svenska/3>
- Vero. (den 19 6 2018). *Bokföring, räkenskapsperiod, skatteperiod.* Hämtat från <https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/foretagsverksamhet/etablering/bokforing-rakenskapsperiod-och-skatteperiod/#dubbelenkel> den 26 10 2022
- Vero. (den 6 9 2019). *Ny företagare – så här grundar du ett företag och tar hand om skatterna.* Hämtat från <https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/foretagsverksamhet/etablering/> den 30 10 2022
- Vero. (den 21 12 2020). *Företags- och organisationskundernas viktiga datum.* Hämtat från https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/foretags_och_organisationskundernas_viktiga_datum/ den 30 10 2022
- Vero. (den 31 8 2021). *Gör en etableringsanmälan när du grundar ett nytt företag.* Hämtat från <https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/foretagsverksamhet/etablering/etableringsanmalan/> den 30 10 2022
- Viseo. (den 4 10 2019). *Vad är en sökmotor?* Hämtat från <https://viseo.se/kunskapsbank/sokmotor/> den 29 10 2022
- Visma. (den 25 5 2021). *Bokföringsbyrå - Vad är en bokföringsbyrå?* Hämtat från VISMA Spcs: <https://vismaspcs.se/ekonomiska-termer/vad-ar-bokforingsbyra> den 4 10 2022
- Visma. (den 4 1 2021). *Sätt mål för verksamheten - och lyckas!* Hämtat från <https://vismaspcs.se/ditt-foretagande/satt-mal-och-lyckas-2016> den 30 10 2022
- Visma. (den 16 2 2022). *Bokföring och redovisning till fast pris? Så här byter du prismodell.* Hämtat från <https://vismaspcs.se/ditt-foretagande/byra/sa-gor-du-en-timpriskund-till-en-nojd-fastpriskund> den 29 10 2022
- Visma. (den 9 6 2022). *Prissättning - Så sätter du rätt pris.* Hämtat från <https://vismaspcs.se/ditt-foretagande/driva-eget-foretag/prissattning> den 29 10 2022
- Yieldify. (den 30 9 2020). *The complete guid to STP Marketing: Segmentation, Targeting & Positioning.* Hämtat från <https://www.yieldify.com/blog/stp-marketing-model/> den 17 10 2022
- Yrittäjät. (u.d.a.). *Aktiebolag.* Hämtat från <https://www.yrittajat.fi/sv/databank/att-bli-foretagare/foretagsformer/aktiebolag/> den 28 10 2022
- Yrittäjät. (u.d.b.). *Beskattningens datum för företagare.* Hämtat från <https://www.yrittajat.fi/sv/databank/skatter-och-ekonomi/beskattningens-datum-for-foretagare/#skyldigheten-att-lamna-in-bokslutshandlingar-paverkas-av-bolagsformen> den 30 10 2022

- Yrittäjät. (u.d.c.). *Digital Marknadsföring*. Hämtat från <https://www.yrittajat.fi/sv/databank/forsaljning-och-marknadsforing/digital-marknadsforing/> den 16 10 2022
- Yrittäjät. (u.d.d.). *Företagets bokföring*. Hämtat från Yrittäjät: <https://www.yrittajat.fi/sv/databank/skatter-och-ekonomi/foretagets-ekonomiforvaltning/foretagets-bokforing/> den 4 10 2022
- Yritystulkki. (u.d.a.). *Aktiebolag*. Hämtat från <https://www.yritystulkki.fi/se/alue/narpes/nyforetagare/foretagsform/aktiebolag/> den 24 10 2022
- Yritystulkki. (u.d.b.). *Enskild näringsidkare*. Hämtat från <https://www.yritystulkki.fi/se/alue/narpes/nyforetagare/foretagsform/enskiltnaringsidkare/> den 23 10 2022
- Yritystulkki. (u.d.c.). *Företagsform*. Hämtat från <https://www.yritystulkki.fi/se/alue/kosek/nyforetagare/foretagsform/> den 30 10 2022
- Zervant. (den 7 11 2014). *Prissättning som entreprenör*. Hämtat från <https://www.zervant.com/sv/blogg/prissattnings-tips-for-entreprenorer/> den 29 10 2022
- Ålands arbetsmarknads- och studieservicemyndighet. (den 3 7 2019). *Sysselsättningsstöd för att starta eget*. Hämtat från Starta eget: <https://www.ams.ax/arbetssookande/starta-eget/sysselsattningsstod-starta-eget> den 4 10 2022

15 Figurförteckning

Figur 1 SWOT Analys som skapats genom en konkurrens- och marknadsanalys.....	9
Figur 2 Enkel kalkyl av startkostnaderna för en bokföringsbyrå	12
Figur 3 Visuell demonstration av STP-processen (Hansson, Olsson, & Persson, 2021)	14
Figur 4 Ett exempel på hur en produktblomma skulle kunna skapas för en bokföringsbyrås tjänster (SuperColoring, 2022)	19
Figur 5 9 saker att tänka på då en bokföringsbyrå startas	31

Intervjufrågor till examensarbetet

1. Vilken arbetserfarenhet och utbildning hade ni före ni startade egen bokföringsbyrå?
2. Startade ni bokföringsbyrån ensam eller med en affärspartner?
3. Hur gick processen till för att få kunder till den nya bokföringsbyrån?
4. Hur hanterade ni kommunikationen med kunden?
5. Hur bestämdes vilket bokföringsprogram som skulle användas?
6. Hade kunder inverkan på val av bokföringsprogram?
7. Hur tog ni fram vilka tjänster som bokföringsbyrån skulle erbjuda?
8. Hur gjorde ni med tjänster som bokföringsbyrån kanske inte hade möjlighet att erbjuda?
9. Hur bestämde ni prissättningen på tjänsterna?
10. Fanns det ett nätverk som ni kunde ta del av för hjälp och support i arbetet?
11. Det finns en hel del deadlines som behöver följas i arbetet, så som moms, skatt, arbetsgivaravgifter, bokslut osv. Hur gick ni tillväga för att få reda på alla dessa?
12. Vad har varit era största utmaningar då bokföringsbyrån startades?
13. Om någon funderade på att starta en egen bokföringsbyrå och frågade er om råd, vad skulle ni ge för råd? Finns det nu något som ni önskar att ni visste i startskedet?