

# **Grundandet av ett företag inom hästsportbranschen**

En studie om val av verksamhetsform

Nina Roivainen

Hanna Tuominen

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	3016, 3017
Författare:	Nina Roivainen, Hanna Tuominen
Arbetets namn:	Grundandet av ett företag inom hästsportbranschen- En studie om val av verksamhetsform
Handledare (Arcada):	Maj-Britt Granström
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>Hästsporten i Finland ökar konstant och därför ökar också behovet av hästsportsaffärer. Syftet med arbetet är att undersöka möjligheten att grunda ett lönsamt företag inom branschen. Arbetet utförs som ett praktikfall där två olika verksamhetsformer, butik gentemot butiksbil, analyseras med hjälp av modeller för kapitalbindning och materialflöde. Arbetet har gjorts utgående från teori, egna erfarenheter samt antagna värden. Det framgår i detta praktikfall att det är mer lönsamt att grunda en butik i Östra Nyland istället för en butiksbil. Arbetet fungerar som ett hjälpmedel då man grundar ett företag inom hästsportbranschen.</p>	
Nyckelord:	hästsport, verksamhetsform, lönsamhet, nollpunktsomsättning, materialflöde, butik, butiksbil
Sidantal:	42
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Företagsekonomi
Identification number:	3016, 3017
Author:	Nina Roivainen, Hanna Tuominen
Title:	Grundandet av ett företag inom hästsportbranschen- En studie om val av verksamhetsform
Supervisor (Arcada):	Maj-Britt Granström
Commissioned by:	
<p>Abstract:</p> <p>Equestrian sports are constantly increasing in Finland and therefore the need for equestrian shops is also increasing. The purpose of this study is to explore the possibility of establishing a profitable company in the industry. The study is performed as a case study where a shop and a moving shop are compared in order to work as an equestrian shop. These two kinds of shops are analyzed using the models for capital and material flow. The study has been made on the basis of theory, personal experiences and assumed values. It appears in this case study that it is more profitable to establish a shop in Eastern Uusimaa than to establish a moving shop driving around Finland. The study can be used as a tool for establishing a company in the equestrian industry.</p>	
Keywords:	equestrian sport, business form, profitability, break-even, material flow, shop, moving shop
Number of pages:	42
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

# INNEHÅLL

<b>1 INLEDNING</b> .....	<b>6</b>
1.1 PROBLEMMOMRÅDE .....	6
1.2 SYFTE .....	7
1.3 METOD.....	7
1.4 DEFINITIONER .....	7
<b>2 HÄSTSPORT/ HÄSTBRANSCHEN</b> .....	<b>8</b>
2.1 RIDSPORTEN I FINLAND .....	9
2.2 HÄSTSPORTSEVENEMANG .....	9
2.3 EKONOMINS INVERKAN PÅ BRANSCHEN .....	10
2.4 HÄSTSPORTSAFFÄRER .....	10
2.5 KONKURRENS INOM HÄSTSPORTSMARKNADEN.....	11
<b>3 LÖNSAMHET</b> .....	<b>11</b>
3.1 LÖNSAMHETSMÅTT OCH NOLLPUNKTSOMSÄTTNING.....	12
3.1.1 Röntabilitet på totalt kapital.....	12
3.1.2 Röntabilitet på sysselsatt kapital .....	12
3.1.3 Röntabilitet på eget kapital .....	13
3.1.4 Nollpunkt och nollpunktsomsättning .....	14
3.2 TOTALT TÄCKNINGSBIDRAG OCH TÄCKNINGSGRAD .....	15
<b>4 LOGISTIK OCH LÖNSAMHET</b> .....	<b>16</b>
4.1 KARTLÄGGNING AV AFFÄRSPROCESSER .....	17
4.2 KARTLÄGGNING AV KAPITALBINDNING .....	18
4.3 FLÖDESSCHEMA.....	18
<b>5 ATT GRUNDA ETT FÖRETAG INOM HÄSTBRANSCHEN</b> .....	<b>19</b>
5.1 PLANERING OCH FÖRUTSÄTTNINGAR .....	19
5.1.1 Affärsidé.....	20
5.2 GRUNDANDE AV AFFÄRSVERKSAMHET .....	21
5.2.1 Ekonomi och finansiering .....	21
5.2.2 Logistiken .....	22
5.2.3 Produktval och kvalitet .....	23
5.2.4 Utrymmen .....	24
5.2.5 Försäkringar och personal.....	25
<b>6 PRAKTIKFALL</b> .....	<b>26</b>

6.1 BUTIK .....	26
6.2 BUTIKSBIL .....	32
6.3 ANALYS OCH SLUTSATSER .....	38
<b>7 AVSLUTNING .....</b>	<b>40</b>
<b>KÄLLOR .....</b>	<b>41</b>
<b>BILAGA 1 .....</b>	<b>43</b>

## Figurer

- Figur 1. Antal registrerade häststall Finland
- Figur 2. Räntabilitet på totalt kapital
- Figur 3. Räntabilitet på sysselsatt kapital
- Figur 4. Räntabilitet på eget kapital
- Figur 5. Nollpunkt
- Figur 6. Nollpunktsomsättning
- Figur 7. Täckningsbidrag
- Figur 8. Täckningsgrad
- Figur 9. Dupont-modellen anpassad till detaljhandeln
- Figur 10. Materialflödet i butiken
- Figur 11. Materialflödet för butiksbilen
- Figur 12. DuPontmodellen för butiken
- Figur 13. DuPontmodellen för butiksbilen

## Tabeller

- Tabell 1. Fasta kostnader för butik
- Tabell 2. Nollpunktsomsättning för butik
- Tabell 3. Nollpunktsomsättning för butik med ökade varukostnader
- Tabell 4. Nollpunktsomsättning för butik med ökade intäkter
- Tabell 5. Fasta kostnader för butiksbil
- Tabell 6. Nollpunktsomsättning för butiksbil
- Tabell 7. Nollpunktsomsättningen för butiksbilen med ökade varukostnader
- Tabell 8. Nollpunktsomsättningen för butiksbilen med ökade intäkter

# 1 INLEDNING

Eftersom det i dagens samhälle finns en mängd olika tjänsteleverantörer är det viktigt att finna den bästa möjliga lokaliseringen för att kunna överleva på marknaden. För att detta skall vara möjligt krävs det också att företagets verksamhet är lönsamt. Innan man grundar ett företag är det viktigt att undersöka de faktorer som påverkar företagets lönsamhet, till exempel avkastningsgraden som ger information om hur mycket de placerade pengarna ger vinst.

Idag består den finska hästsportmarknaden av några större hästsportbutikskedjor och ett antal mindre fristående butiker. Hästsportmarknaden domineras av stora globala varumärken vars efterfråga är stor. En hästsportsaffär säljer produkter och utrustning för häst- och ridsport. En butik måste ha en bra lokalisering och kunderna måste nå den lätt för att den skall vara lönsam. En butiksbil når sina kunder exceptionellt bra eftersom det är exempelvis en paketbil eller en buss som åker dit var kunderna finns. En butik har rätt så jämna inkomster medan inkomsterna för butiksbilen är mera fluktuerande.

Ridsportens popularitet stiger konstant trots den finansiella krisen som började i slutet av år 2008. Antalet hästar ökar också och idag finns det 72 300 i Finland. (Suomen Ratsastajainliitto ry. 2010) Hästsporten sysselsätter inte enbart personer som har hästar som hobby men också finns det ca 15 000 anställda inom branschen. (Pekka Lith. 2006) I Finland ordnas det årligen hundratals hästevenemang som drar till sig folk från hela Finland. Trots att kundkretsen på hästsportmarknaden är relativt stor är den begränsad.

I arbetet kommer det att utredas möjligheterna att starta en egen hästsportbutik samt jämföra vilket skulle vara mera lönsamt; att ha en butik eller en butiksbil som åker runt på olika hästevenemang.

## 1.1 Problemområde

Problemet är att jämföra särdragen hos de två olika verksamhetsformerna. Hur når man kunderna, hurdant är kapitalbehovet och hur uppnå en jämn försäljning samt hur sköts

lagerhållningen. Vi kommer bland annat att utreda vilka produkter och av vilken kvalitet det skulle vara lönsamt för företaget att sälja i de två alternativa verksamhetsformerna samt vilka faktorer som kommer att påverka lönsamheten i dem. Problem som alla som säljer hästprodukter stöter på är att kundkretsen är begränsad och att det kan vara svårt att skaffa sig nya kunder ifall man inte har något som inte de andra inom branschen har.

## **1.2 Syfte**

Syftet med detta examensarbete är att undersöka möjligheten att starta ett eget lönsamt företag inom hästsportbranschen i Östra Nyland. Vi kommer att jämföra två olika verksamhetsformer för en hästsportbutik, en butik gentemot en butiksbil. För att uppnå syftet kommer vi att göra modeller för uträkningen av faktorer som påverkar lönsamheten och ger en tillräcklig avkastning för att klara oss på marknaden. Eftersom arbetet utgår ifrån en ekonomisk och logistiskt synvinkel utförs den av två studerande inom dessa inriktningar.

## **1.3 Metod**

Arbetet utförs som ett praktikfall och vi kommer att göra modeller för uträkning för de olika delarna för de två olika verksamhetsformerna och jämföra hur de skiljer sig från varandra.

## **1.4 Definitioner**

I arbetet kommer att användas vissa centrala termer inom hästbranschen vilka definieras nedan:

Bett- Den del av tränset som läggs i hästens mun för att kunna styra och behärska hästen.

Grimma- Läggs på hästens huvud för att förflytta hästen

Hästsport- Innefattar sport, idrott och andra rekreationsaktiviteter med hästar. Det är en gemensam beteckning för galoppsport, travsport, ridsport (banhoppning, distansritt, dressyr, fälttävlan, körning och voltige) samt hästpolo.

Schabrak- ett sadelunderlag som skyddar hästen från skavsår samt skyddar sadeln från hästens svett.

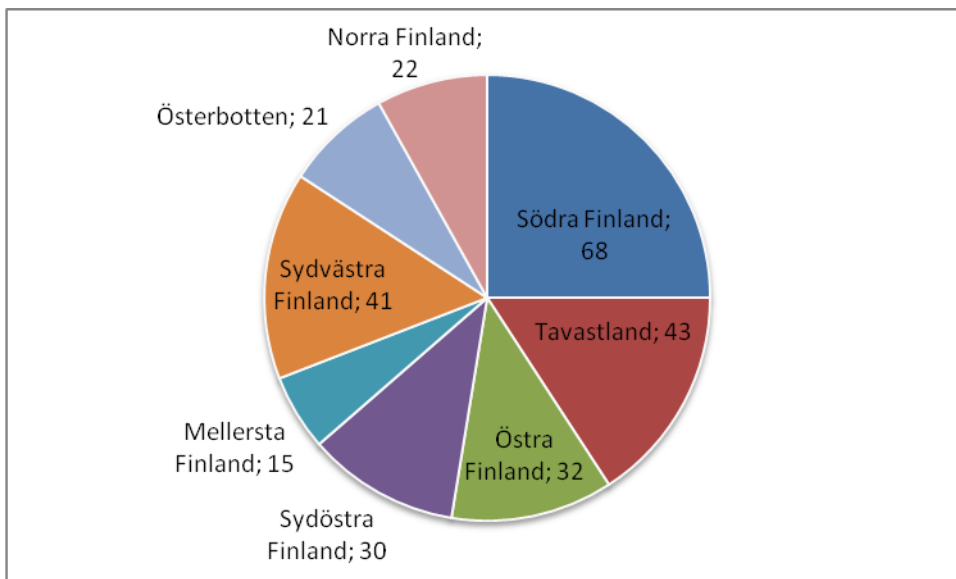
Sadelgjord- En rem som håller sadeln på plats

Träns- läggs på hästens huvud för att kunna styra och behärska hästen.

## **2 HÄSTSPORT/ HÄSTBRANSCHEN**

I Finland har antalet hästar fördubblats under de senaste 25 åren och idag finns det över 72 300 hästar. (Suomen Ratsastajainliitto ry. 2010) Efter kriget år 1950 var antalet som högst när det fanns nästan 410 000 hästar. Idag finns det ca 15 000 häststall i Finland av vilka ca 3000 utövar affärsverksamhet och sysselsätter ungefär 15 000 anställda direkt eller indirekt. (Pekka Lith. 2006) Antalet hästägare ökar hela tiden och idag finns det ca 35 000. Eftersom antalet av både hästar och hästägare stiger behövs det allt mera information och tjänster relaterade till hästar. I Finland uppföder man förutom finnhästar också varmlodiga travhästar och ridhästar samt ponnyn. Finlands hästbransch omfattar trav- och ridsport, rekreation, inom socialpedagogisk rehabilitering och till en viss mån också i skogsarbete. Största delen av hästarna i Finland används inom travsporten. (Hevosjalostusliitot. 2010)





Figur 1. Antal registrerade häststall Finland (Källa: Suomen Ratsastajainliitto ry. 2010)

## 2.1 Ridsporten i Finland

Ridsportens popularitet ökar hela tiden och idag har över 150 000 finländare ridning som hobby av vilka ca 77 000 är över 18 år och ca 58 000 under 18 år. Under fyra års tid steg antalet med 31 % . Finlands Ryttarförbund rf (FRF) grundades år 1920 som en centralorganisation för den finska ridsporten och har idag 43 175 medlemmar varav 94 % är kvinnor och 6 % män. (Suomen Ratsastajainliitto. 2010)

## 2.2 Hästsportsevenemang

I Finland ordnas det drygt 50 större ridtävlingar och ca 500 travtävlingar per år. Dessutom ordnas det några gånger om året olika uppfödarevenemang och andra hästevenemang som till exempel hästshown Apassionata. Hästsportsevenemang lockar till sig mycket människor, också sådana som inte själv deltar och därför är det många hästsportaffärer som ställer upp och säljer sina produkter på dessa evenemang. Exempelvis hingstdagarna som ordnas på våren i Ypäjä lockar till sig förutom hingstägare också andra uppfödare samt övriga som är intresserade av hästavel.

Vi har funderat att vi med vår butiksbil skulle delta i ungefär 40 ridtävlingar, 50 travtävlingar och dessutom i några övriga hästevenemang. Ridtävlingarna ordas ofta på veckosluten medan travtävlingarna ordnas nästan varje dag. Därför skulle vi besöka några travtävlingar i veckan och under veckoslutet åka till ridtävlingar. Evenemangen skulle väljas ut enligt var de ordnas, orsaken till varför vi inte skulle besöka alla möjliga evenemang är att det inte skulle vara lönsamt på grund av långa avstånd. Detta skulle betyda att vår butiksbil skulle besöka ca 100 hästsportsevenemang per år.

## **2.3 Ekonomins inverkan på branschen**

Trots den finansiella krisen som började år 2008 ökar Finlands Rytтарförbunds verksamhet, dock en aning långsammare än under de senaste åren. Förra finanskrisen i början av 90-talet påverkade hästbranschens ekonomi först 3-4 år efter att den börjat. Den världsomfattande finanskris som vi nu befinner oss i syns inte ännu varken i antal registrerade häststall eller i antalet medlemmar i Finlands Rytтарförbund. (Suomen Ratsastajainliitto. 2009) Inkomsterna för Finlands Rytтарförbunds verksamhet beräknas år 2010 till ca 2,8 miljoner euro och en vinst på ca 37 000 euro. Det finns dock en risk att finanskrisen kommer att förorsaka negativa överraskningar i Rytтарförbundets ekonomi även om man tror att ridsportens popularitet kommer att öka som tidigare. (Suomen Ratsastajainliitto ry. 2009)

## **2.4 Hästsportsaffärer**

En hästsportbutik säljer utrustning för både häst och ryttare samt stalltillbehör och foder. Exempel på utrustning för hästar är bland annat sadel, träns, skötsel tillbehör, täcken, samt benskydd. Kända tillverkare av sadlar och träns är exempelvis Kieffer, Bates, Cliff Barnsby, Prestige, Passier, Butet, Döbert och Stübgen. Till hästskötselprodukter hör bland annat olika ryktsaker, tilläggsvitaminer samt diverse produkter för rengöring och vård. Exempel på leverantörer för hästskötselprodukter är Biofarm Oy och Equifix. Kända märken för täcken, benskydd och schabrak är Bucas, Eurostar, Equiline Horseware och Eskadron.

Till ryttarens vardagliga utrustning hör ridhjälm, ridrock, ridbyxor, ridskor, ridhandskar samt möjligtvis sporrar och spö. Kända märken är till exempel Pikeur, Eurostar, Kyra K., Musto, Eurohunter, Equipage och Charles Owen. Foderleverantörer är bland annat Racing, Dodson&Horrell och Black horse.

Stora hästsportaffärerna i Finland som säljer dessa produkter är exempelvis Hipposport Oy, Horze samt Suomen ratsutarvike Oy. Hästsportsaffärer i form av butiksbilar är exempelvis PapTrade Oy och dessutom har många hästsportaffärer sina egna butiksbilar.

## **2.5 Konkurrens inom hästsportsmarknaden**

En marknad består av leverantörer och kunder där leverantörerna alltså säljarna konkurrerar om kundernas efterfrågan. På en marknad finns det olika former av konkurrens som bestäms av antalet leverantörer och konkurrerande produkturval. Då det finns bara en leverantör på marknaden råder det monopol. Andra konkurrensformer är oligopol som gäller när det finns några leverantörer som levererar samma produkt, fri konkurrens då det finns många leverantörer som levererar samma vara och monopolistisk konkurrens då det finns många leverantörer men produkterna är olika. Konkurrensen blir hård på de marknader där det finns många leverantörer och produkterna är ganska lika. (Skärvad m.fl. 2005:248) På hästsportsmarknaden råder det fri konkurrens eftersom det finns många leverantörer som levererar samma produkt.

## **3 LÖNSAMHET**

Företag arbetar i sin verksamhet mot flera olika mål bl.a. lönsamhet, kunder, miljö, leverantörer och anställda. Av dessa mål placeras lönsamheten bland de viktigaste eftersom ett företag inte kan överleva på marknaden en längre tid utan att vara lönsamt. (Ax m.fl. 2001:44–45) Många gånger blandas och förknippas begreppen vinst och lönsamhet med varandra, fastän storleken på vinsten inte är något mått för företagets lönsamhet. För att ett företag skall vara lönsamt måste dess resultat dock gå på vinst. Lönsamheten är ett relationsmått och mäts ofta genom att sätta företagets resultat i

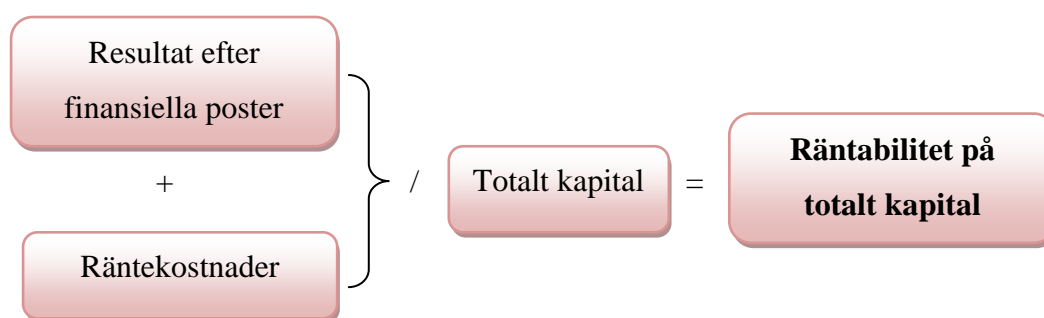
förhållande till investerat kapital och därför kan till exempel ett företag med stor vinst ha lägre lönsamhet än ett företag med låg vinst. (Ax m.fl. 2001:29)

### 3.1 Lönsamhetsmått och nollpunktsomsättning

Begreppen lönsamhet och räntabilitet är synonymer. Man kan beräkna räntabiliteten med hjälp av olika mått till exempel räntabilitet på totalt kapital, räntabilitet på sysselsatt kapital och räntabilitet på eget kapital. Alla räntabilitetsmått kan vara både planerade och konstaterade värden vilket betyder att man kan beräkna räntabiliteten både inför en tidsperiod och efter en periods utgång. (Ax m.fl. 2009:429)

#### 3.1.1 Räntabilitet på totalt kapital

Ett viktigt mått för räntabiliteten är avkastningen på totalt kapital. Den visar verksamhetens effektivitet utan att påverkas av hur kapitalet är finansierat på grund av att de finansiella kostnaderna inte räknas med. Måttet visar om företagets verksamhet ger en tillräcklig förräntning på företagets bestämda resurser. Måttet påverkas av till exempel försäljningsvolymerna och prisförändringar. För att öka på avkastningen på totalt kapital kan företaget till exempel höja på försäljningspriserna eller sänka på inköpskostnaderna. (Ekonomi info.2009)



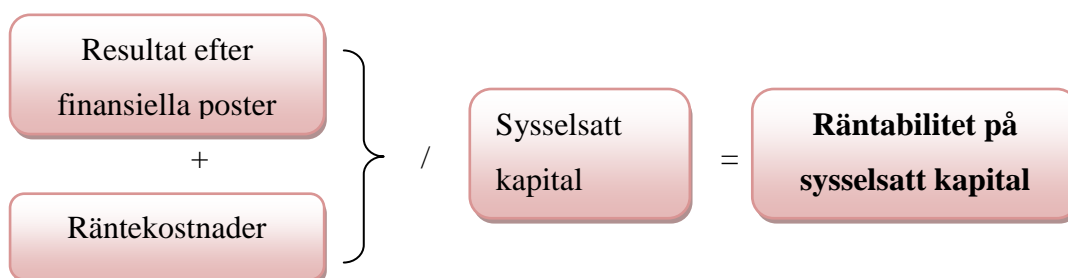
Figur 2. Räntabilitet på totalt kapital

#### 3.1.2 Räntabilitet på sysselsatt kapital

Avkastning på sysselsatt kapital anger företagets räntabilitet i förhållande till externt finansierat kapital och eget kapital. Externt finansierat kapital kan till exempel vara

banklån. För att öka på avkastningen av sysselsatt kapital kan man, liksom med avkastning på totalt kapital, öka på försäljningspriserna och minska på inköpskostnaderna men också minska på banklån och försöka få ökad kredit hos leverantörerna. (Ekonomi info. 2009)

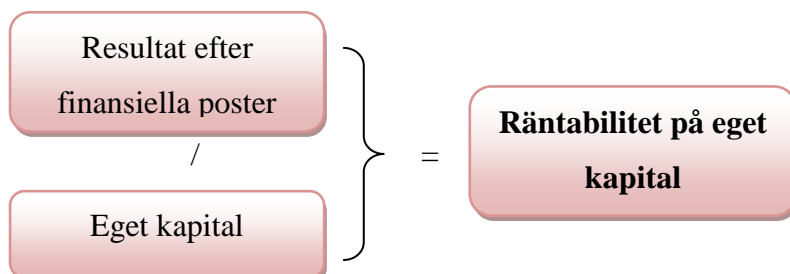
- Totalt kapital- Räntefria skulder = Sysselsatt kapital
- Eget kapital+ Räntebärande skulder = Sysselsatt kapital



Figur 3. Räntabilitet på sysselsatt kapital

### 3.1.3 Räntabilitet på eget kapital

Med avkastning på eget kapital kan man jämföra ägarnas insatta kapital med gällande bankränta eller avkastning från alternativa placeringar. Avkastning på eget kapital skall alltid vara större än bankräntan eftersom den måste täcka priset på den risk som affären innebär. För att höja på avkastningen på eget kapital kan man försöka höja på resultatet och minska på det justerade egna kapitalet till exempel genom utdelning av dividender. Man måste dock komma ihåg att soliditeten blir sämre då det egna kapitalet minskar. Soliditeten anger hur stor del av företagets tillgångar som är finansierade med eget kapital. (Ekonomi info. 2009)



Figur 4. Räntabilitet på eget kapital

### 3.1.4 Nollpunkt och nollpunktsomsättning

Nollpunkten som också kallas den kritiska punkten anger när totala intäkterna är samma som totala kostnaderna alltså då det inte uppstår någon vinst men inte heller någon förlust. För att räkna ut nollpunkten kan man använda följande formel:

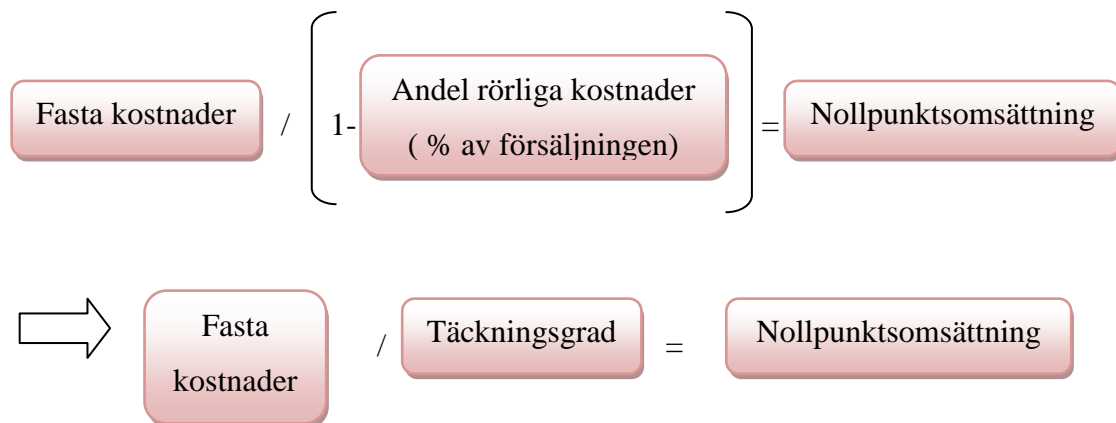
$$\text{Totala intäkter} - \left( \begin{array}{c} \text{Rörliga} \\ \text{kostnader} \\ + \\ \text{Fasta kostnader} \end{array} \right) = 0$$

⇒  $\text{Totala intäkter} = \text{Totala kostnader}$

Figur5. Nollpunkt

När man beräknar de totala kostnaderna bör man skilja mellan rörliga och fasta kostnader. Rörliga kostnader är sådana som är beroende på mängden sålda produkter. Exempel på rörliga kostnader är inköp av varor eller eventuella tillverkningskostnader. (Ax m.fl. 2001:91) Med fasta kostnader avses sådana kostnader som är oberoende av verksamhetsvolymen. Sådana kostnader är till exempel lokalhyran samt avskrivningar. (Ax m.fl. 2001:98)

Det är vanligt att företag säljer flera slag av produkter på grund av att kunderna kräver ett brett sortiment och eftersom ett större sortiment ger en viss riskspridning för företaget. För ett företag som säljer flera slags produkter finns det inte ett enhetligt sätt att beräkna antalet produkter som måste säljas för att företaget inte skall gå på förlust. Man kan däremot beräkna nollpunkten för försäljning i euro under en period som kallas nollpunktsomsättning. (Andersson m.fl. 1995:238-240) Man kan beräkna nollpunktsomsättningen med formeln:

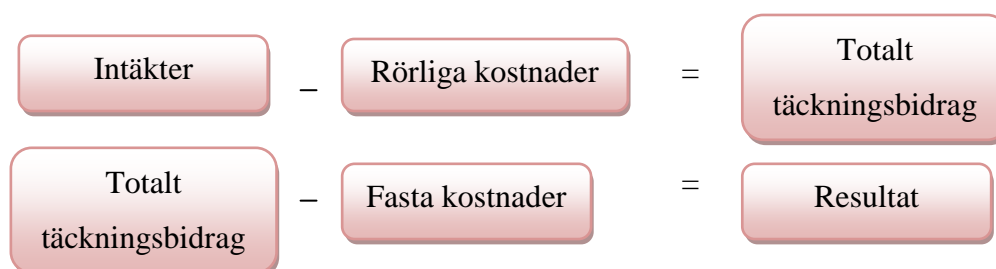


Figur 6. Nollpunktsomsättning (Ax m.fl. 2001:136)

Nollpunkten är ett lönsamhetsmått som speciellt nybörjande företagare kan ha nytta av då de planerar sin verksamhet. Man kan till exempel räkna ut omsättningen som man måste ha under en vecka, en månad eller under ett år för att verksamheten skall täcka sina kostnader och vara lönsam.

### 3.2 Totalt täckningsbidrag och täckningsgrad

Det totala täckningsbidraget är skillnaden mellan företagets intäkter och rörliga kostnader. Ifall företaget är lönsamt täcker det totala täckningsbidraget företagets fasta kostnader och det uppstår en vinst. (Skärvad m.fl. 2005:155–156)



Figur 7. Täckningsbidrag

Täckningsgraden är ett mått som anger i procent hur stort det totala täckningsbidraget är i förhållande till totala intäkter. Då man vill öka på täckningsgraden kan man försöka öka på intäkterna eller minska på de rörliga kostnaderna. (Ax m.fl. 2001:135)

$$\text{Totalt täckningsbidrag} / \text{Totala intäkter} = \text{Täckningsgrad}$$

Figur 8. Täckningsgrad

## 4 LOGISTIK OCH LÖNSAMHET

Företag har som långsiktigt mål att upprätthålla en hög avkastning på det kapital som är investerat i företaget och därför är det också naturligt att se logistiksystemet som en mekanism för att skapa hög avkastning. (Jonsson m.fl. 2005:32)

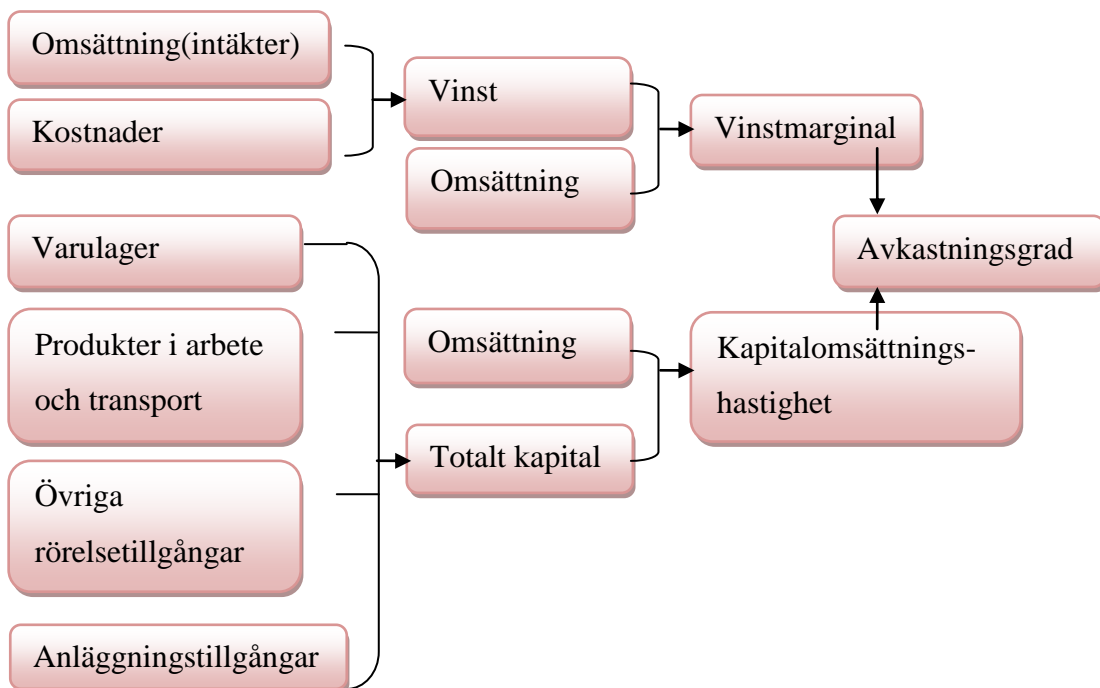
Logistiksystemet påverkar avkastningen genom effektivitetsvariablerna kostnader, kundservice och kapitalbindning. Då man fokuserar på samt minskar den totala kapitalbindningen i lagret, i produktionen och under transporten kan man direkt förbättra avkastningsgraden. På samma sätt ger en minskning av de onödiga kostnaderna i materialflödet, orsakade av exempelvis onödig administration vid inköp, långa omställningstider eller låg fyllnadsgrad i transporter, omedelbart en ökning i räntabiliteten. Ett företags avkastning påverkas också i hög grad av kundservice. Genom att prioritera enligt kunden viktiga serviceelement och produktgrupper kan företag erbjuda bättre leveransservice till en marginellt högre, eller till och med till en lägre kostnad. En förbättrad leveransservice har en indirekt inverkan på avkastningsgraden eftersom den syftar till att skapa mervärde för kunderna och på detta sätt långsiktigt öka på de totala intäkterna. (Jonsson m.fl. 2005:33)

I vårt företag kommer vi att ordna vårt logistiksystem enligt Just-in-time principen där man strävar efter att köpa in produkterna just då det finns ett behov av produkterna och därmed blir lagerhållningstiden obetydlig. Just-in-time principen är möjlig i vårt företag eftersom åtgången av produkterna kan förutspås rätt så bra tack vare kundserviceprogrammet. Valfungerande kundservice strävas i vårt företag bland annat



efter genom att kundernas önskemål tas i beaktande då man köper in nya produkter, samt ger kunderna möjlighet till måttbeställda produkter. Onödiga kostnader i materialflödet reduceras genom att köpa in en produkt först då när det finns ett behov av den.

Effekterna på avkastningsgraden kan illustreras med den så kallade DuPontmodellen. Ur DuPontmodellen framgår det att avkastningsgraden är produkten av vinsten i relation till omsättningen och det genomsnittliga bundna kapitalet i relation till omsättningen. Det kapital som det bundna materialet binder är en del av det totala kapitalet och har därmed en påverkan på kapitalomsättningshastigheten. (Jonsson m.fl. 2005:34)



Figur 9. DuPontmodellen anpassad till detaljhandeln. (Källa: Jonsson m.fl. 2005)

#### 4.1 Kartläggning av affärsprocesser

Största delen av de affärsprocesser som finns i ett företag spelar en avgörande roll för logistiksystemets effektivitet. Då affärsprocesserna genomförs förbrukas också resurserna och därmed uppkommer olika slag av logistikkostnader. Genomförandet av affärsprocesserna är tidskrävande och påverkar materialflödets ledtider både inom

företaget och mellan olika företag samt kunder och leverantörer. För att möjliggöra effektivisering av affärsprocesserna är det bra att kartlägga processernas nuläge, d.v.s. hur de ser ut idag. Logistikaktiviteter kännetecknas av att de ofta korsar funktions- och avdelningsgränser och därför finns det sällan någon inom speciellt större företag som har ett helhetsgrepp hur hela processen ser ut. För att kunna analysera och förbättra affärsprocesserna är det mycket viktigt att det finns helhetskänedom. (Jonsson m.fl. 2005:492)

## **4.2 Kartläggning av kapitalbindning**

Kapitalbindning längs hela materialflödet från leverantör till kund förekommer i alla företag. Denna kapitalbindning förekommer också i olika former längs detta flöde, exempelvis lager för färdigprodukter. För att man skall kunna studera på ett strukturerat sätt var kapitalbindningen finns och hur stor den är för att sedan kunna bestämma vilka åtgärder man skall ta itu med för att reducera den, är det lättast att genomföra en kartläggning över kapitalbindningen i olika delar av flödet. (Jonsson m.fl. 2005:496)

Kapitalbindningen i vårt företag består till största delen av de osålda produkterna samt inventarier såsom inredning och i butiksbilen själva bilen.

## **4.3 Flödesschema**

För att kunna göra en kartläggning på kapitalbindningen måste man samla in information om artiklar som flödar i respektive delflöde samt olika förädlingsoperationer och transporter. Det är viktigt att man har information om hur stort flödet av respektive artikel är per period, exempelvis förbrukning per period, värdet av artiklarna i flödet eller genomsnittliga kvantiteter i lagret. Då man har denna information som grund kan man göra upp ett flödesschema. (Jonsson m.fl. 2005:497)

Materialflödet i butiken gentemot butiksbilen illustreras i kapitel 6.1 och 6.2.

## **5 ATT GRUNDA ETT FÖRETAG INOM HÄSTBRANSCHEN**

Innan man grundar ett företag måste man utreda sina möjligheter att grunda ett framgångsrikt företag. Företagsamheten är inte bara ett arbete utan en livsstil som man väljer då man beslutar sig för att grunda ett företag. Företagaren är den viktigaste faktorn bakom företaget. Yrkeskunskapen är en kombination av utbildning och erfarenhet. En god företagare koncentrerar sig inte enbart på sitt eget specialiseringsområde utan har kunskaper även i bland annat marknadsföring, bokföring, budgetering, beskattning och arbetsförhållanden i företaget. Då man grundar ett eget företag är det lätt att man glömmer bort viktiga bestämmelser, normer och standarder som påverkar hela företagets verksamhet, därför vänder sig många småföretagare till utomstående experthjälp genom att t.ex. utlokalisera företagets bokföring. (Kero m.fl. 2007:6)

Eftersom hästarna redan är vår livsstil känns det naturligt att bli en företagare inom hästsportbranschen. Eftersom vi anser att vi har tillräcklig yrkeskunskap skulle det inte i vårt fall vara nödvändigt med utomstående experthjälp. Vi anser att vi har tillräckliga kunskaper inom alla ovan nämnda områden.

### **5.1 Planering och förutsättningar**

Att grunda ett eget företag kräver en bra företagsidé där villkoren för framgång är att i vårt fall produkterna uppfyller kundernas behov. Då man utvärderar och finslipar företagsidén minimerar man riskerna med att grunda ett eget företag. Företagsidén utvärderas enligt yttre och inre faktorer. De yttre faktorerna består av marknaden, konkurrenterna samt efterfrågan och andra allmänna faktorer såsom lagstiftning och samhället. När man ser på de inre faktorerna utgår man från företagets synvinkel och då koncentrerar man sig på produktutvecklingen, produktion och försäljning. (Kero m.fl. 2007:8)

### 5.1.1 Affärsidé

Vår företagsidé är att grunda en hästsportsaffär med högklassiga produkter till rimligt pris för att skapa en så bra kundlojalitet som möjligt. Eftersom ridsportens popularitet ökar konstant antar vi att också behovet för hästsportartiklar ökar och därmed ökar också behovet för fler hästsportaffärer. Vår hästsportsaffär skulle vara lokaliserad i Östra Nyland eftersom en mycket stor del av hästarna i Finland finns där (jfr s. 9). Dessutom är vi själv bosatta i området vilket skulle göra det naturligt att också vår affär skulle ligga där. Ett alternativ skulle vara att ha en hästsportsaffär i form av en bil med vilken man förflyttar sig till olika hästevenemang och på detta sätt når kunden där var han befinner sig. Produkterna skulle vi sälja till ett konkurrenskraftigt pris eftersom hästsportmarknaden består av många återförsäljare av liknande produkter. Efterfrågan av hästsportsartiklar är rätt så stabil och produkternas livstid på marknaden är rätt så lång eftersom att så länge det finns hästar kommer det att finnas ett behov av hästsportsartiklar. Köparnas smak- och användningsvanor syns på hästsportmarknaden i viss mån i form av trender men faktum är att en del av produkterna har konstant efterfråga oberoende av trender.

I början av vår verksamhet nöjer vi oss med ett lägre försäljningsbidrag som täcker kostnaderna och ger en liten vinst. På detta sätt försöker vi locka kunder till oss och på detta sätt komma in på marknaden. Med tiden önskar vi att kunna öka försäljningsbidraget. Vår försäljningskanal kommer att vara en butik eller en bil. Tillsvidare skulle vi inte behöva någon utomstående personal eftersom vår verksamhet skulle vara så liten att vi själva skulle klara av arbetsmängden. Lagerhållningen i vår hästsportsaffär kommer att se olika ut beroende på vilken försäljningskanal vi väljer att använda. I båda fallen skulle dock lagret vara ganska litet och vi skulle sträva efter just-in-time -principen där varorna levereras då de behövs och lagerhållningstiden är kort. Vi kommer också att erbjuda våra kunder möjlighet till måttbeställda produkter. För att komma igång med verksamheten skulle det vara nödvändigt att ta ett banklån.

## 5.2 Grundande av affärsverksamhet

När man grundar en affärsverksamhet skall man ta i beaktande faktorer som påverkar verksamheten och dess lönsamhet. Nedan studeras faktorer som påverkar de två alternativa verksamhetsformerna för vår hästsportsaffär.

### 5.2.1 Ekonomi och finansiering

Grunden för en lönsam affärsverksamhet är en väl planerad ekonomi. Risken är att många företagare är för positiva och underskattar därmed ofta kostnaderna för sin verksamhet. Fastän man gör ekonomiska beräkningar finns det många gömda kostnader i en företagsverksamhet som kan vara svåra att beräkna och därför kan beräkningarna bli inkorrekta. (Kero m.fl. 2007:22) Till exempel då man räknar ut lönekostnader glömmer man ofta bort lönebikostnaderna. Ett annat misstag som nya företagare gör är att de binder för mycket kapital i maskiner och utrymmen i ett tidigt skede. Företagare glömmer ofta bort att det tar sin tid innan företaget börjar få in intäkter. Därför skall man fästa extra uppmärksamhet vid finansieringsplaneringen.

Nya företag lider ofta av kapitalbrist och därför är ägarnas investeringar samt inkomstfinansieringen viktiga för företagets finansiering. Ett sätt att lättare få ihop startkapitalet för företaget är att ha flera delägare som delar ansvaret för den egna finansieringen. Man skall dessutom komma ihåg att ju större andel den egna finansieringen är, desto lättare är det att finna hitta extern finansiering. (Kero m.fl. 2007:23) I vårt företag kommer vi att vara två delägare som delar på den egna finansieringen. Vi kommer också att ansöka om startpeng som är avsedd för en arbetslös arbetssökande.

Förutom egen finansiering behöver nya företag ofta extern finansiering. Extern finansiering betyder att någon utomstående lånar ut eller investerar pengar till ett företag. Det egna kapitalet betyder att företagets ägare satsar kapital. Då man redovisar den externa finansieringen som främmande kapital beaktas det som en skuld för företaget. (Björn Lunden information) Den vanligaste formen av extern finansiering är lån samt krediter från banker, finansieringsbolag samt försäkringsbolag. (Kero m.fl.

2007:23-24) I vårt företag kommer vi troligtvis att använda oss av en extern finansiering i form av främmande kapital, dvs. ett banklån, eftersom vi inte har så stor egendom.

Resultatplanering studerar samband mellan rörliga kostnader, fasta kostnader, intäkter samt volym. Med hjälp av resultatplanering kan man till exempel få reda på hur mycket högre vinsten blir om intäkterna ökar med 10 procent, hur stor försäljningen skall vara för att täcka alla kostnader samt hur mycket mera man måste sälja för att man skall få en vinst. (Ax m.fl. 2001:114-115)

### **5.2.2 Logistiken**

Ett bra logistiksystem förbättrar effektiviteten i företaget och på detta vis kan man påverka företagets resultat. Genom att skapa en god kundservice kan man också påverka logistikens intäktspåverkan. Logistiksystemet påverkar företagets kostnader bland annat i form av personal-, material- drift och avskrivningskostnader. (Jonsson m.fl. 2005:27-28)

En produkt som säljs till en kund utgörs mycket ofta av en mix av vara och tjänst. Varan kan exempelvis vara ridstövlar och tjänsten i detta fall att ridstövlarna är måttbeställda för just den kunden. Kringtjänsterna i samband med ett köp skapar kundlojalitet och detta kallas kundservice. Ur ett logistiskt perspektiv innefattar kundservice alla de aktiviteter som i anknytning till materialflödet skapar mervärde till kunden. (Jonsson m.fl. 2005:109-110) För att ha en bra kundservice i vår affär kommer vi att erbjuda våra kunder möjlighet till olika måttbeställda produkter. Då verksamheten kommit igång vore det också bra med ett stamkundsystem som skulle ge oss värdefull information om kundbeteendet och öka kundlojaliteten med olika slags erbjudanden och rabatter.

Kostnader i vårt företag som direkt kan relateras till logistiken är lagerhållningskostnaderna vilka vi kommer att försöka minimera genom att sträva efter att kunna ha ett så litet lager som möjligt. Lagret kommer att vara så litet att nästan inga lagerhållningskostnader uppkommer. I butiken skulle det dock finnas ett litet lagerutrymme med flytande placering. (Jonsson m.fl. 2005:77) I butiks bilen skulle det inte förekomma något skilt lagerutrymme utan själva bilen fungerar som ett lager

varifrån produkterna sedan tas fram för produktpresentation. Eftersom lagret kommer att hållas på så låg nivå som möjligt kommer vi inte att ha något säkerhetslager. De flesta av hästsportsartiklarna som vi kommer att sälja i vår butik är produkter vars leveranstid är ett par dagar och därför kan vi snabbt beställa produkterna just då de behövs.

Anskaffningen av produkter kallas för inköp och kan delas in i strategisk och operativ anskaffning beroende på hurdana avtal man ingår. Vid strategisk anskaffning gör man långsiktiga avtal med leverantör, med operativ anskaffning vill man identifiera anskaffningsbehovet och förmedla inköpsorder till leverantörerna. (Jonsson m.fl. 2005:49) Anskaffningen av produkter till vår hästsportsaffär skulle ske huvudsakligen operativt eftersom vår verksamhet är så liten och inköpen så små. Vårt företags inköp skulle riktas mot både leverantörer samt direkt till tillverkare.

### **5.2.3 Produktval och kvalitet**

Det rör sig mycket pengar inom hästsporten och de människor som målmedvetet tränar för att uppnå goda tävlingsresultat är villiga att satsa mycket pengar på ordentlig utrustning. Dessutom finns det krav på klädseln då man deltar i tävlingar och evenemang, exempelvis måste man använda vita byxor och vita handskar. Vi har valt att sälja rätt så högklassiga produkter till ett rimligt pris för att nå dessa kunder som utgör vår målgrupp. Produkterna bör kunna konkurrera med konkurrerande företags produkter på marknaden.

Produkterna används dagligen och utsätts för slitage och därför är det viktigt att ta i beaktande produkternas kvalitet. Kunden är ofta villig att betala lite mera för en produkt som håller längre än en motsvarande billigare produkt. Hästsportsartiklarnas kvalitet har en stor betydelse, inte bara för att produkten skall hålla längre, utan också för dess verkan på hästen. Exempelvis då en kund har som plan att köpa en sadel åt sin häst, köps den enligt vilken som passar hästens rygg, inte enbart enligt ägarens tycke.

I vår hästsportbutik kommer vi att sälja utrustning för både häst och ryttare. Dessutom kommer vi att sälja stalltillbehör, foder och fodertillskott i viss mån. Våra huvudsakliga

intäkter kommer vi att få från produkter såsom ridbyxor, ridstövlar, ridhjälm, träns, täcken, borstar, benschydd och schabrak. För att kunna tillfredsställa alla kunders behov kommer vi att erbjuda möjlighet till måttbeställda produkter som vi beställer direkt från tillverkaren enligt kundens behov.

#### 5.2.4 Utrymmen

En hästsportaffär behöver en affärslokal att fungera i. I vårt fall kommer affärslokalen att vara endera en butiklokal eller en bil.

Vi har valt att placera den eventuella butiken i Borgå, Östra Nyland. Som alternativ hade vi att placera oss inne i Borgå centrum eller i det nya företagsområdet vid motorvägen som heter Kungsporten. Kungsporten ligger på drygt 2 kilometers avstånd från Borgå centrum och har mycket bra vägförbindelser. Kungsporten består idag av storhandelshelheter som kräver mycket utrymme som exempelvis järnhandels-, bil- och heminredningsaffärer. Hyran på en 300m<sup>2</sup> affärslokal i Kungsporten ligger på ca 2400 €/månad. (Oikotie.fi. 2010) Gamla staden i Borgå centrum har varit sedan 1200 – talet en betydande handelsplats och är än idag en viktig handelsplats samt sevärdhet som drar till sig turister. Hyran på en 114m<sup>2</sup> affärslokal i Borgå Gamla staden ligger på ca 1800 €/månad. (Jokakoti.fi. 2010) Logistiskt sätt skulle Kungsporten vara en mer fungerande helhet på grund av dess goda vägförbindelser och stora affärsutrymmen. Men eftersom vår affärsverksamhet är ännu så liten och vi vill hålla vår butiksbild mer som en mysig butik och inte som ett stort varuhus så har vi valt att placera vår butik i Gamla staden. Vi har inte heller ännu resurser för ett stort varuhus.

Eftersom den vanligaste längden på ett leasingavtal på bilar är 24 till 48 månader har vi valt att köpa vår eventuella affärsbil. (Leasing. 2008) Bilen bör vara så stor att den kan samtidigt fungera som ett lager för våra produkter och rymma tillbehör för produktpresentation. För att bilen skall uppfylla sin funktion har vi uppskattat att lagerutrymmet i bilen skall vara minst 4 meter x 2 meter x 2 meter. Exempel på en bil som uppfyller våra krav kostar ca 16300 € som begagnad. (Mascus Suomi. 2010)



## 5.2.5 Försäkringar och personal

Då man startar ett företag skall man komma ihåg att försäkringarna tryggar företagets fortsatta verksamhet. Det finns både obligatoriska och frivilliga försäkringar.

Obligatoriska försäkringen är företagarpensionsförsäkringen och om det finns anställda i företaget måste företagaren också ha arbetstagarens pensionsförsäkring samt olycksfallsförsäkring. Frivilliga försäkringar är till exempel rättsskyddsförsäkring som ersätter möjliga rättegångsutgifter och avbrottsförsäkringen som ersätter försäljningsbidraget ifall företagsverksamheten avbryts till exempel på grund av en olycka i företagets utrymnen. Egendomsförsäkringen hör till de frivilliga försäkringarna och ersätter företagets viktigaste egendom i fall av brand, stöld, eller läckage. (Kero m.fl. 2007:36–37)

Företagarpensionsförsäkringen (FöPL) är obligatorisk för företagare i 18-68 års ålder. Det är viktigt att komma ihåg att ta försäkringen inom ett halvt år efter att man har börjat sin verksamhet. På basen av de betalda FöPL- avgifterna uppstår sedan företagarens kommande pension. FöPL-avgiften för företagare under 53 år är 21,2 % av arbetsinkomsten och för företagare som fyllt 53 år är avgiften 22,4 %. En nybörjande företagare får en 25 % rabatt av FöPL-avgiften under de fyra första åren. (Suomen yrittäjät. 2010)

I vårt företag kommer det inte att finnas andra anställda än vi två eftersom verksamheten ännu är så liten. Vi kommer att betala FöPL-avgiften och dessutom har vi valt att ta två frivilliga försäkringar; egendomsförsäkringen och rättsskyddsförsäkringen.

Vi har beräknat att FöPL- avgiften blir:

$$40000 \times 20,80 \% - 25 \% \times (40000 \times 20,80 \%) = 6240 \text{ €}$$

Egendomsförsäkringen samt rättsskyddsförsäkringen beräknas till 200 €. Sammanlagt beräknas försäkringsavgiften bli 6440 € i året. Bilens försäkring beräknas till 850 € per år.

## 6 PRAKTIKFALL

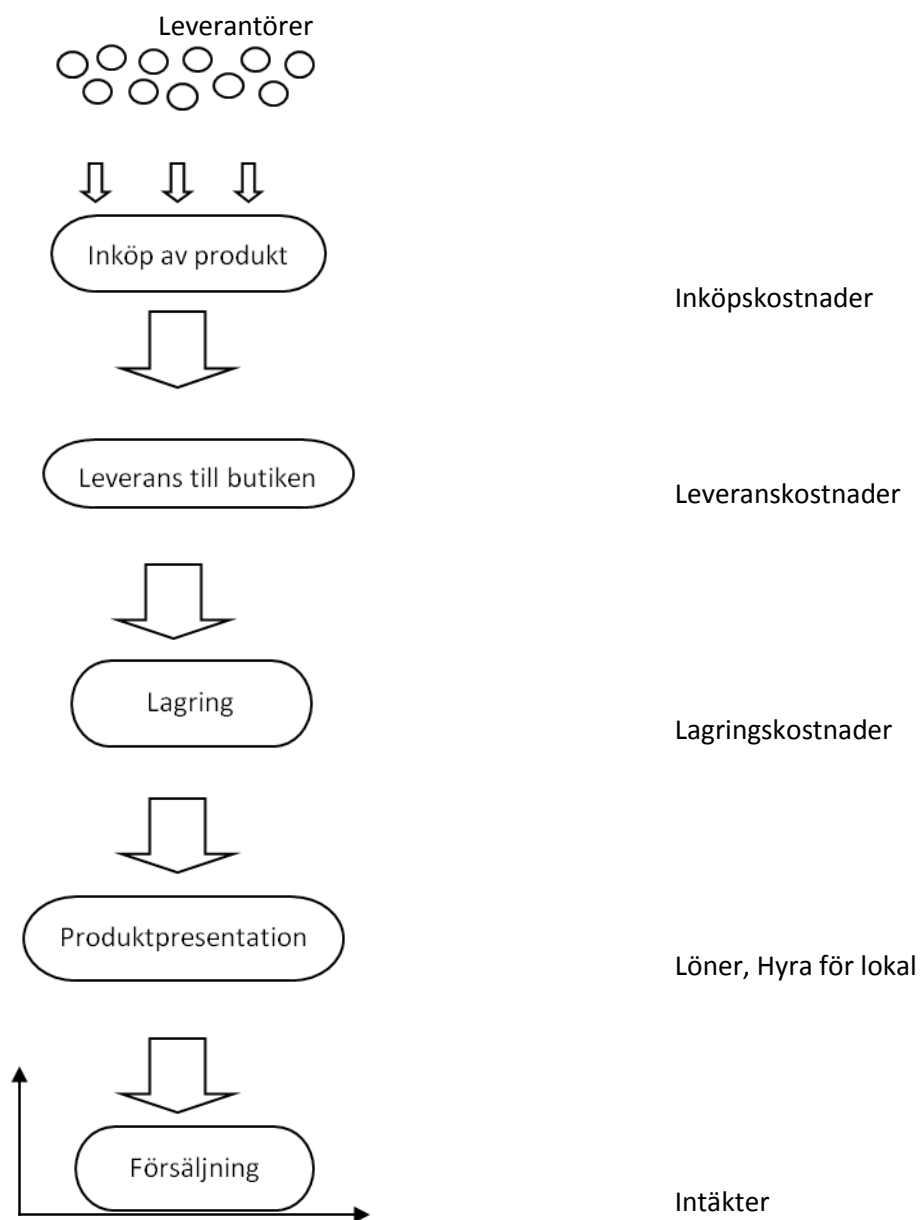
Vi har undersökt alternativa verksamhetsformer till en hästsportsaffär. Denna undersökning kommer att vägleda oss inför valet att grunda vårt eget företag. Undersökningen tar upp olika kostnader som uppstår i en verksamhet som är lokaliserad i en butik gentemot i en bil. De rörliga kostnaderna i både butiken och bilen består huvudsakligen av varukostnader. Intäkterna i vårt företag består av försäljningen. För att ta reda på hur lönsamma de två olika verksamhetsformerna är kommer vi att göra scheman enligt DuPont modellen för olika alternativa avkastningar. Scheman kommer att basera sig på olika antaganden för kostnader och tillgångar. Vi har antagit på basen av egna erfarenheter som kunder i hästsportsaffärer att vi kommer att ha 20 kunder per vecka som gör inköp för 125€. Det totala täckningsbidraget har vi valt till 45 000€ (35 %) för att vi skall få vinst i både butiken och bilen.

### 6.1 Butik

I butiken skulle materialflödet bestå av produkter som inköps av leverantörer och tillverkare. Produkterna skulle köpas beroende på och i takt med åtgången därför tänker vi inte ingå några långsiktiga avtal med leverantörerna. I detta skede av materialflödet kommer det att uppstå kostnader för varuinköp och leveranskostnader. Eftersom partierna i detta skede kommer att vara så små räknar vi inte heller med att leveranskostnaderna kommer att vara betydande, möjligtvis kunde produkterna levereras med Matkahuolto eller statens Post.

Efter att produkterna har levererats till vår butiklokal kommer de att placeras kortvarigt i vårt lilla lagerutrymme eller ställas direkt fram för försäljning. Eftersom vårt lilla lagerutrymme är en del av vår butiklokal uppstår det inte direkta lagringskostnader. Produkterna som ligger i lagerutrymmet är till salu likasom produkterna på butikssidan men för att hålla butiksbilden klar och tydlig ställs endast ett fåtal av samma produkt fram. Kostnaderna som uppkommer i detta skede av materialflödet är endast vår egen lön.

Materialflödets sista steg är försäljningen av produkten. I detta skede får vi intäkter i form av försäljning av produkter. I produkternas försäljningspris är medräknat varornas inköspris samt de fasta kostnaderna. Vi antar att vår försäljning kommer att vara rätt så jämn eftersom butiken har öppet 6 dagar i veckan.



Figur 10. Materialflödet i butiken

Figur 10 visar materialflödet i vår butik samt kostnader och intäkter. Pilen illustrerar efterfrågan och försäljningen som i denna verksamhetsform kommer att vara rätt så jämn året om.

De fasta kostnaderna i en butik är lokalhyra, vatten- och elavgifter och avskrivning på butiksinteriör. Interiören som hör till anläggningstillgångarna har en ekonomisk livslängd på fem år vilket betyder att interiören avskrivs på fem år med 20 % per år.

Eftersom vi har valt som affärslokal en lokal vars hyra är 1800€ i månaden är hyresavgifterna under ett år 21 600€ (jfr kapitel 5.2.4). El- och vattenavgiften beräknas till 700€ i året. Försäkringen består av FöPL – avgiften som är 20,8 % av arbetsinkomsterna. Dessutom räknas med en 25 % rabatt för nybörjande företagare. Förutom FöPL – avgiften består försäkringsavgifterna också av egendomsförsäkring och rättskyddsförsäkring. Sammanlagt blir försäkringsavgiften 6440€ i året.

Inrednings- och produktpresentationsartiklar i butiken består av en disk á 1700€, tusen stycken hängare á 0,50€, tio stycken konfektionsställ á 49€, tjugo stycken hyllställ á 50€ samt hyllor för 350€. Inredningskostnaderna uppskattas därmed till 4490€. Interiören är en anläggningstillgång och avskrivs med 20 % i året. Avskrivningen på interiören beräknas till 898 €. Butikens totala fasta kostnader antas vara 29 638€ första året.

*Tabell 1. Fasta kostnader för butik*

<b>Fasta kostnader/År</b>	
hyra	21 600 €
el&vatten	700 €
försäkring	6 440 €
avskrivning på inredning 20%	898 €
<b>Totala fasta kostnader</b>	<b>29 638 €</b>

För att få en aning om hur stor vår försäljning måste vara för att täcka alla kostnaderna har vi räknat ut den såkallade nollpunktsomsättningen. Om intäkterna i butiken är 130 000€, den totala täckningsgraden är 35 % och de totala kostnaderna är 114 638€ så får man som resultat att butiken måste uppnå en försäljning på 85 621€.

Tabell 2. Nollpunktsomsättning för butik

BUTIK		
<b>Intäkter</b>	<b>Euro</b>	
Försäljning	130 000 €	
<b>Kostnader</b>		
Rörliga kostnader		
Varor	85 000 €	65 %
Fasta kostnader		
Hyra	21 600 €	
Värdeminskning	898 €	
Försäkring	6 440 €	
Vatten&El	700 €	
Summa fasta kostnader	29 638 €	23 %
<b>Resultat</b>	15 362 €	12 %
<b>Nollpunktsomsättning</b>	FK/(1-andel RK)	
=	$\frac{29\,638\ \text{€}}{0,35}$	
=	85 621 €	
Butiken måste sälja produkter för minst 85 621€		

Ifall varukostnaderna i butiken ökar till 90 000€ och täckningsgraden därmed blir 31 % kommer resultatet att bli 10 362€. Verksamhetsformen är trots de ökade varukostnaderna lönsam.

Tabell 3. Nollpunktsomsättning för butik med ökade varukostnader

BUTIK			
<b>Intäkter</b>		<b>Euro</b>	
Försäljning		130 000 €	
<b>Kostnader</b>			
Rörliga kostnader			
Varor		90 000 €	69 %
Fasta kostnader			
Hyra		21 600 €	
Värdeminskning		898 €	
Försäkring		6 440 €	
Vatten&EI		700 €	
Summa fasta kostnader		29 638 €	23 %
<b>Resultat</b>		10 362 €	8 %
<b>Nollpunktsomsättning</b>		FK/(1-andel RK)	
=	$\frac{29\,638\ \text{€}}{0,31}$		
=	96 324 €		

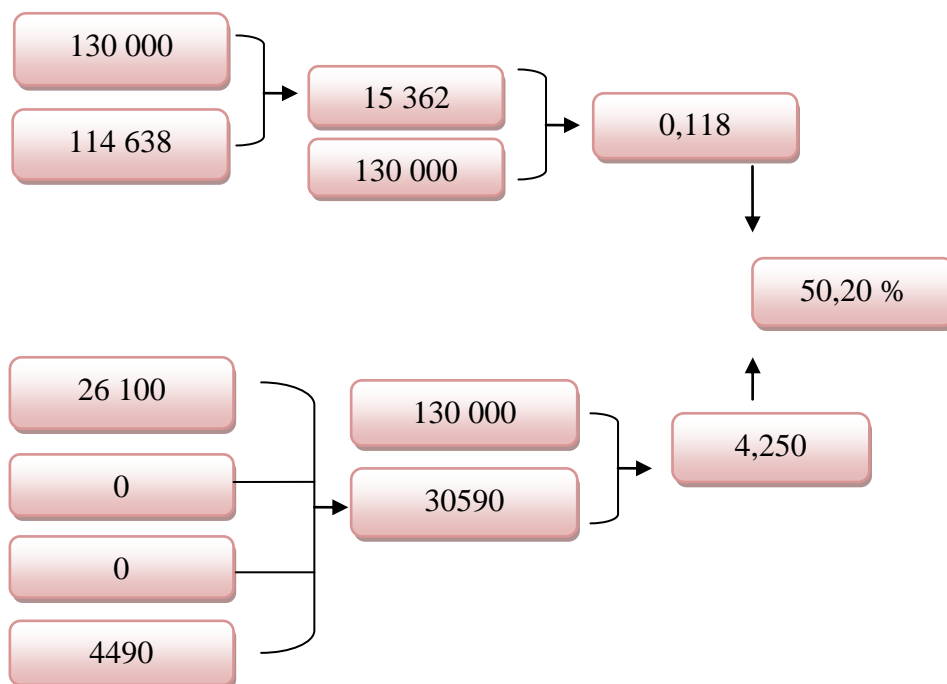
Om vi antar att vi inom fem år kunde fördubbla mängden kunder och därmed uppnå en försäljning på 260 000€ och ifall varukostnaderna antas till 160 000€ blir täckningsgraden 38 % då skulle butikens resultat ligga på 70 362€. Nollpunktsomsättningen skulle i detta fall vara 77 059€.

Tabell 4. Nollpunktsomsättning för butik med ökade intäkter

BUTIK			
<b>Intäkter</b>		<b>Euro</b>	
Försäljning		260 000 €	
<b>Kostnader</b>			
Rörliga kostnader			
Varor		160 000 €	62 %
Fasta kostnader			
Hyra		21 600 €	
Värdeminskning		898 €	
Försäkring		6 440 €	
Vatten&EI		700 €	
Summa fasta kostnader		29 638 €	11 %
<b>Resultat</b>		70 362 €	27 %
<b>Nollpunktsomsättning</b>		FK/(1-andel RK)	
=	$\frac{29\,638\ \text{€}}{0,38}$		
=	77 059 €		

För att räkna ut butikens avkastningsgrad har vi gjort upp en modell enligt DuPont. För att kunna tillämpa denna modell måste man beräkna ett värde på produkter som finns i lagret. Varulagret i vårt fall består av produkter som är till salu.

Varulagret är beräknat till 26 100€. (Se Bilaga 1) Butiksinredningen beräknas till 4 490€ och är en anläggningstillgång. Med dessa värden då intäkterna är 130 000€ och täckningsgraden 35 % blir butikens avkastningsgrad 50,2 %.



Figur 11. DuPointmodellen för butiken

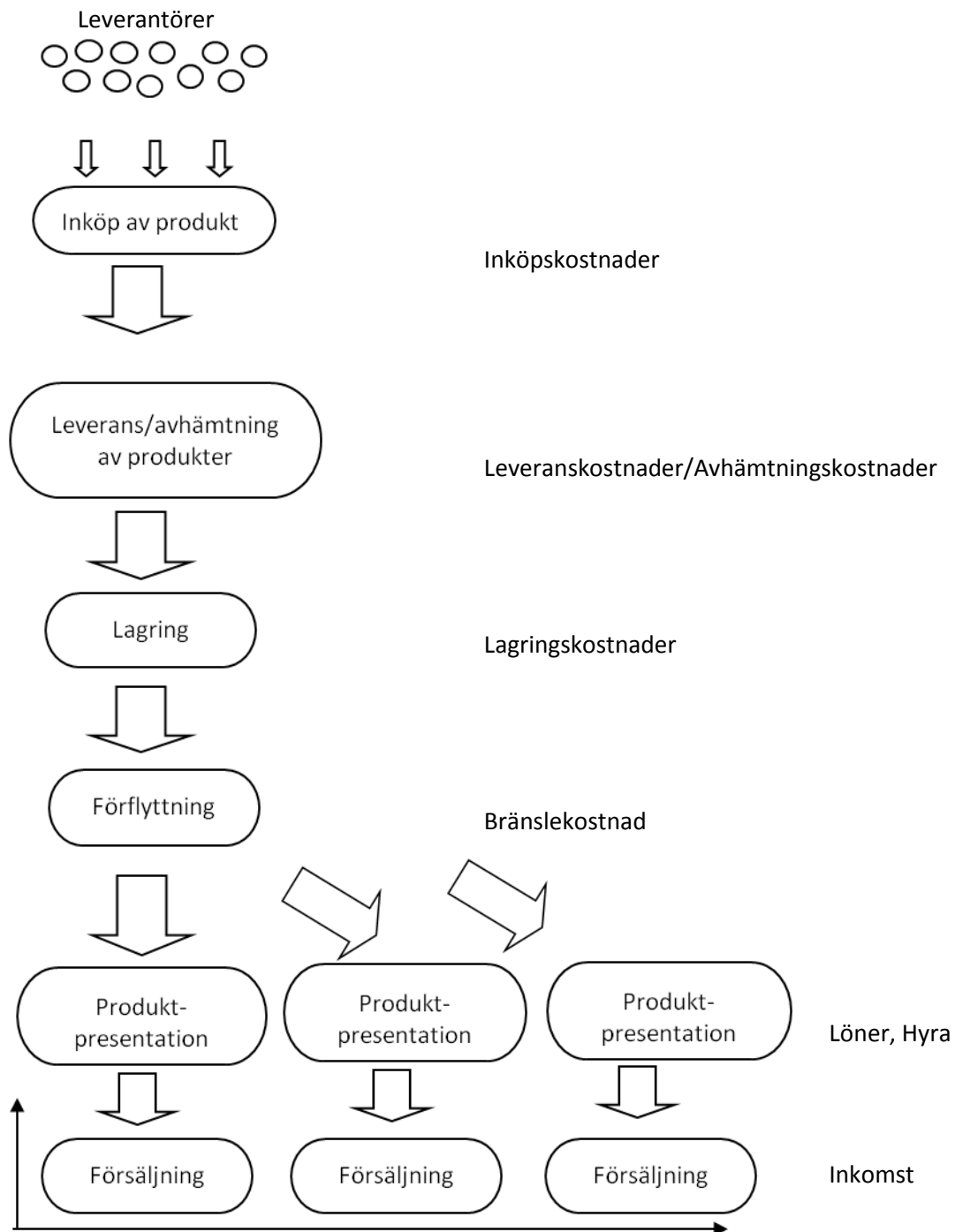
## 6.2 Butiksbil

I butiksbilen köps produkterna in på samma sätt som till den alternativa butiklokalen men produkterna måste avhämtas från ett bestämt avhämtningsställe varifrån de sedan lastas in i bilen som samtidigt fungerar som lagerutrymme. Varuinköpen sker i denna verksamhetsform också i takt med åtgången. I produktanskaffningen uppstår samma kostnader som i den andra verksamhetsformen. För denna verksamhetsform finns inga direkta lagringskostnader utan kostnader som kan förknippas med lagringskostnader är de osålda produkterna i bilens lastbärare.

Då det ordnas ett hästeventemang åker vår butiksbil till evenemanget och i detta skede uppkommer det bensin- och underhållningskostnader som är beräknade i butiksbilens fasta kostnader. Då vår bil har anlänt till evenemanget ställer vi fram våra produkter på det till oss reserverade området. I detta skede uppkommer det kostnad för reservering av försäljningsplats, denna räknas som butiksbilens hyra. Andra kostnader som kan relateras till detta skede är våra löner.



Materialflödes sista skede är försäljningen av produkterna. Försäljningen är fluktuerande och fokuserar sig på hästevenemangen. Efterfrågan för produkterna är sporadisk och inkomsterna fördelar sig på några dagar i månaden. I produkternas försäljningspris är medräknat varornas inköpspris samt de fasta kostnaderna.



Figur 12. Materialflödet för butiksbilen

Figur 12 visar materialflödet samt kostnader och intäkter i vår butiksbil. Pilen illustrerar efterfrågan och försäljningen som i denna verksamhetsform kommer att vara sporadisk.

För bilen är de fasta kostnaderna bränsle, försäkringar samt avskrivning på bilen och produktpresentationen. Bilen och produktpresentationen är anläggningstillgångar och har en ekonomisk livslängd på fem år och avskrivs därför med 20 % per år.

Den eventuella begagnade bilen som skulle passa vår verksamhet (jfr kapitel 5.2.4) kostar 16 300€. I denna verksamhetsform måste beaktas bränslekostnaderna som beräknas enligt antagna värden. Vi har antagit att vi kommer att köra i medeltal 600 km i veckan och kilometerkostnaden har vi beräknat till 45 cent (enligt skattemyndigheterna) per kilometer. De sammanlagda bränslekostnaderna under året skulle således bli 14 040€.

Förutom FöPL – avgiften, rättsskydds- och egendomsförsäkringen har denna verksamhetsform också fordonsförsäkringsavgifter. Fordonsförsäkringsavgiften uppskattas till 850€ enligt If:s beräkningsprogram. Sammanlagda försäkringskostnader är därmed 7290€.

Tillbehör för produktpresentation är tio stycken konfektionsställ á 49€, femhundra stycken hängare á 0,50€, tre stycken täckeshängare á 90€ samt fem stycken bord á 140€. Sammanlagda produktpresentationskostnader uppskattas till 1 710€. Avskrivningen på bilen beräknas till 3 260€ i året och avskrivning på produktpresentationen beräknas till 342€. Totala fasta kostnader för butiksbilen antas vara 24 932€ första året.

*Tabell 5. Fasta kostnader för butiksbil*

<b>Fasta kostnader/ År</b>	
bränsle	14 040 €
försäkring	7 290 €
avskrivning produktpresentation 20 %	342 €
avskrivning bil 20%	3 260 €
<b>Totala fasta kostnader</b>	<b>24 932 €</b>

Om våra intäkter i butiksbilen är 130 000€, den totala täckningsgraden är 35 % och de totala kostnaderna är 109 932€, måste butiksbilen ha en försäljning på minst 72 026€ för att täcka sina kostnader.

Tabell 6. Nollpunktsomsättning för butiksbil

BUTIKSBIL			
<b>Intäkter</b>			
Försäljning		130 000 €	
<b>Kostnader</b>			
Rörliga kostnader			
Varor		85 000 €	65 %
Fasta kostnader			
Avskrivningar		3 602 €	
Försäkring		7 290 €	
Bränsle		14 040 €	
Summa fasta kostnader		24 932 €	19 %
<b>Resultat</b>		20 068 €	15 %
<b>Nollpunktsomsättning</b>		FK/(1-andel RK)	
=		$\frac{24\,932\ \text{€}}{0,35}$	
=		72 026 €	

Ifall varukostnaderna i butiksbilen ökar till 90 000€ och täckningsgraden därmed blir 31 % kommer resultatet att bli 15 068€. Verksamhetsformen är trots de ökade varukostnaderna lönsam.

Tabell 7. Nollpunktsomsättningen för butiksbil med ökade varukostnader

BUTIKSBIL			
<b>Intäkter</b>			
Försäljning		130 000 €	
<b>Kostnader</b>			
Rörliga kostnader			
Varor		90 000 €	69 %
Fasta kostnader			
Avskrivningar		3 602 €	
Försäkring		7 290 €	
Bränsle		14 040 €	
Summa fasta kostnader		24 932 €	19 %
<b>Resultat</b>		15 068 €	12 %
<b>Nollpunktsomsättning</b>			FK/(1-andel RK)
=	<u>24 932 €</u>		
	0,31		
=	81 029 €		

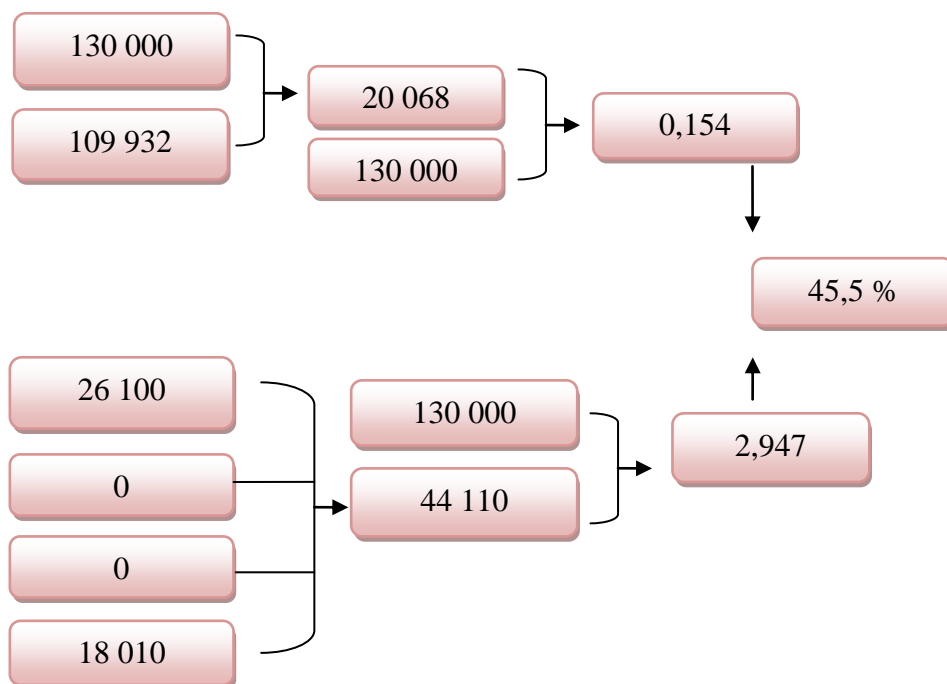
Om vi antar att vi inom fem år kunde fördubbla mängden kunder och därmed uppnå en försäljning på 260 000€ och ifall varukostnaderna antas till 160 000€ blir täckningsgraden 38 % då skulle resultatet för butiksbilen ligga på 75 068€. Nollpunktsomsättningen skulle i detta fall vara 64 823€.

Tabell 8. Nollpunktsomsättningen för butiksbilen med ökade intäkter

BUTIKSBIL			
<b>Intäkter</b>			
Försäljning	260 000 €		
<b>Kostnader</b>			
Rörliga kostnader			
Varor	160 000 €	62 %	
Fasta kostnader			
Avskrivningar	3 602 €		
Försäkring	7 290 €		
Bränsle	14 040 €		
Summa fasta kostnader	24 932 €	10 %	
<b>Resultat</b>	<b>75 068 €</b>	<b>29 %</b>	
<b>Nollpunktsomsättning</b>	FK/(1-andel RK)		
=	$\frac{24\,932\ \text{€}}{0,38}$		
=	64 823 €		

Avkastningsgraden för butiksbilen beräknas också enligt DuPontmodellen. Varulagret i butiksbilen består av produkter som är i bilens lastbärare och således till salu.

Varulagret är beräknat till 26 100€. (se Bilaga 1) Värdet på produktpresentationstillbehören samt bilen beräknas till 18 010€ och dessa är anläggningstillgångar. Då intäkterna är 130 000€ och täckningsgraden 35 % blir avkastningsgraden för butiksbilen 45,5 %.



Figur 13. DuPontmodellen för butiksbilen

### 6.3 Analys och slutsatser

Då man grundar ett nytt företag stöter man högst antagligen på några motgångar och det är därför viktigt att kunna förutspå dessa innan man grundar företaget. Inom hästbranschen är kundkretsen rätt så stor men begränsad och detta kan göra det svårt för en ny företagare att komma in på marknaden. Vi har jämfört två verksamhetsformer, en butik och en butiksbil, samt deras lämplighet till hästsportsaffär.

Vi har utgått ifrån att vi kommer att ha lika mycket kunder per år i de båda verksamhetsformerna och att vi har samma och lika mycket produkter till salu. Om man jämför nollpunktsomsättningen för butiken gentemot butiksbilen då intäkterna är 130 000€ och täckningsgraden är 35 % kan man se att butiken måste nå en försäljning på 85 621€ medan butiksbilen har en nollpunktsomsättning vid 72 026€. Butiksbilen behöver således sälja mindre än butiken för att inte gå på förlust. Samma fenomen kan ses då man ökar på intäkterna. Även om varukostnaderna ökar men försäljningen hålls densamma är båda verksamhetsformerna fortfarande lönsamma.

I början av verksamheten är kapitalbindningen i butiksbilen, på grund av uppköp av bil, större än i butiken eftersom butikslokalen inte köps. Kapitalbindningen gällande inredningen är dock lite större i butiken men skillnaden anses vara obetydlig.

Om man jämför avkastningsgraden och räknar med en intäkt på 130 000€ kommer butikens avkastningsgrad att vara 50,2 % medan avkastningsgraden för butiksbilen kommer att vara 45,5 % vilket är något lägre än butikens.

Eftersom butikens avkastningsgrad är högre än avkastningsgraden för butiksbilen har vi kommit fram till att det skulle vara mera lönsamt att grunda en hästsportsaffär i en butikslokal, även om nollpunktsomsättningen för butiken är något högre än för butiksbilen. Detta resultat stöds också av faktumet att en butikslokal har jämna inkomster året om medan inkomsterna för butiksbilen är ojämna och kundlojaliteten är lägre. Det är lättare att skaffa sig stamkunder till en butikslokal eftersom den är belägen nära kunderna medan detta är svårare för butiksbilen eftersom kunder med olika behov och intressen besöker olika slag av hästevenemang. Dessutom är det en stor del av de som sysslar med hästar som inte besöker hästevenemang men behöver dock ändamålsenlig utrustning för sitt bruk.

Eftersom det är väsentligt att se långsiktigt på företagets verksamhet är det av vikt att upprätthålla en hög avkastning på kapitalet som har investerats i företaget. Kundenservice påverkar i hög grad avkastningen och det planerade stamkundsystemet fungerar bättre då verksamhetsformen är en butik eftersom kundlojaliteten är högre där.

Detta arbete kommer att fungera som hjälpmedel ifall vi i framtiden bestämmer oss för att grunda ett eget företag inom hästsportbranschen. Man måste dock beakta att vissa värden är antagna och kommer därför att påverka resultatet i någon mån. Vi har inte räknat med att under det första året behöva lön eftersom vi har inkomster vid sidan om vårt företag. Resultatet påverkas även av att vi har räknat med att sälja 52 veckor i året vilket inverkar positivt på intäkterna och därmed på lönsamheten.

## 7 AVSLUTNING

Slutsatserna baserar sig på teori om ämnet, egna erfarenheter och utförande av praktikfall. Om man vill grunda ett eget företag måste man se till att verksamhetsformen är lämplig och att själva verksamheten är lönsam. Det är mycket viktigt att affärsidén fungerar samt att man hittar sin egen nisch på marknaden.

Detta arbete har utförts eftersom det är av bådass intresse att i framtiden grunda en egen hästsportsaffär. Arbetet har varit tidskrävande och ställt oss inför utmaningar eftersom ingen egentlig verksamhet ännu finns och största delen av de olika värdena är antagna. Slutresultatet har påverkats av dessa faktorer men har gett oss en bra bild om vad man måste tänka på när man grundar ett företag inom hästbranschen. Överlag har arbetet dock framskridit som förväntat och vi är nöjda med slutresultatet.



## KÄLLOR

- Andersson, Jan-Olof. Ekström, Cege. Enqvist, Jöran. Jansson, Rolf. 1995, *E2000 Baskurs i företagsekonomi*, 2 uppl., Malmö: Liber- Hermods AB, 289 s.
- Ax, Christian. Johansson, Christer. Kullvén, Håkan. 2009, *DNE- Den nya Ekonomistyrningen*, 4 uppl., Malmö: Liber AB, 531 s.
- Ax, Christian. Johansson, Christer. Kullvén, Håkan. 2001, *DNE- Den nya Ekonomistyrningen*, 3 uppl., Malmö: Liber AB, 693 s.
- Björn Lunden information. *Extern finansiering* [www], Tillgänglig: <http://www.blinfo.se/GetEobEntries.do?id=553> Hämtad 7.10.2010
- Ekonomi info.2009, *Avkastning på eget kapital* [www], Tillgänglig: [http://www.ekonomi-info.nu/avkastning\\_pa\\_eget\\_kapital\\_3316.asp](http://www.ekonomi-info.nu/avkastning_pa_eget_kapital_3316.asp) Hämtad 9.4.2010
- Ekonomi info.2009, *Avkastning på sysselsatt kapital* [www], Tillgänglig: [http://www.ekonomi-info.nu/avkastning\\_pa\\_sysselsatt\\_kapital\\_3436.asp](http://www.ekonomi-info.nu/avkastning_pa_sysselsatt_kapital_3436.asp) Hämtad 9.4.2010
- Ekonomi info. 2009, *Avkastning på totalt kapital* [www], Tillgänglig: [http://www.ekonomi-info.nu/avkastning\\_pa\\_totalt\\_kapital\\_3322.asp](http://www.ekonomi-info.nu/avkastning_pa_totalt_kapital_3322.asp) Hämtad 9.4.2010
- Hevosjalostusliitot. 2010, *Hevosala Suomessa* [www], Tillgänglig: [http://www.hevosjalostusliitot.fi/portaali/fi/hevosala\\_suomessa.php](http://www.hevosjalostusliitot.fi/portaali/fi/hevosala_suomessa.php) Hämtad 25.2.2010
- Jokakoti.fi. 2010, *Vuokrattavat toimitilat* [www], Tillgänlig: <http://www.jokakoti.fi/vuokra-asunnot/Liiketila/Vanha%20kaupunki/Porvoo/2c4ac> Hämtad 29.9.2010
- Jonsson, Patrik. Mattson, Stig-Arne. 2005, *LOGISTIK – Läran om effektiva materialflöden*, 1:4 uppl., Sverige: Holmbergs i Malmö AB, 516s.
- Kero, Jukka. Turunen, Jaakko. Horsmanheimo, Pasi. Linnainmaa, Leena. Peltola, Marja-Liisa. Paloranta, Paula. Mattila, Pauli K. 2007, *Att bli egen företagare*, Finland: SP-Paino Oy, 67s.
- Leasing. 2008, *Leasingbil* [www], Tillgänglig: <http://www.leasing.se/leasingbil.htm> Hämtad 29.9.2010
- Lith Pekka. 2006, *Hevonen tulee takaisin* [www], Tillgänglig: [http://www.stat.fi/tup/tietotrendit/tt\\_08\\_06\\_hevonen.html](http://www.stat.fi/tup/tietotrendit/tt_08_06_hevonen.html) Hämtad 25.2.2010

Mascus Suomi. 2010, *Mercedes-Benz 413CDI-4,6/43* [www], Tillgänglig:  
<http://www.mascus.fi/Kuljetuskalusto/Kaytetyt-Jakeluautot/Mercedes-Benz-413CDI-4-6-43/C0D64239-7C8F-4BE2-B424-413383A977A6.html> Hämtad 29.9.2010

Oikotie.fi. 2010, *Toimitila vuokrattavana: 300 m<sup>2</sup>, 300m<sup>2</sup>* [www], Tillgänglig:  
<http://asunnot.oikotie.fi/vuokrattavat-toimitilat/6257183> Hämtad 29.9.2010

Skärvad, Per-Hugo. Olsson, Jan. 2005, *Företagsekonomi 100, Faktabok*, 11:1 uppl.,  
Malmö: Liber AB, 478 s.

Suomen Ratsastajainliitto. 2009, *Suomen ratsastajainliiton syyskokous Helsingissä 22.11*  
[www], Tillgänglig: <http://www.erä.fi/stadion/ratsastus/ratsastusuutiset/suomen-ratsastajainliiton-syyskokous-helsingissa-2211> Hämtad 1.3.2010

Suomen Ratsastajainliitto ry. 2010, *Tietoja ja tilastoja ratsastuksesta* [www],  
Tillgänglig:  
<http://www.ratsastus.fi/asp/system/empty.asp?P=128&VID=default&SID=833531582814502&S=0&C=21564> Hämtad 25.2.2010

Suomen Ratsastajainliitto ry. 2009, *Toimintasuunnitelma 2010* [www], Tillgänglig:  
<http://www.ratsastus.fi/uploads/TS%202010%20KORJATTUdoc.pdf> Hämtad 1.3.2010

Suomen yrittäjät. 2010, *Yrittäjän eläkevakuutus YEL* [www], Tillgänglig:  
<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yrittajaihmisena/yelvakuutus/> Hämtad 2.10.2010

## **BILAGA 1**

### **Lagerberäkning**

Täcken  $40 \cdot 100\text{€} = 4000\text{€}$

Träns  $30 \cdot 50\text{€} = 1\,500\text{€}$

Betsel  $30 \cdot 30\text{€} = 900\text{€}$

Grimmor och grimskافت  $70 \cdot 20\text{€} = 1\,400\text{€}$

Skötsel tillbehör  $300 \cdot 10\text{€} = 3\,000\text{€}$

Sadeljordar  $30 \cdot 20 = 600\text{€}$

Schabrak  $60 \cdot 30\text{€} = 1\,800\text{€}$

Benskydd  $50 \cdot 40\text{€} = 2\,000\text{€}$

Andra stalltillbehör  $200 \cdot 10\text{€} = 2\,000\text{€}$

Ridrock  $30 \cdot 60\text{€} = 1\,800\text{€}$

Ridbyxor  $20 \cdot 70\text{€} = 1\,400\text{€}$

Ridstövlar och skor  $30 \cdot 100\text{€} = 3\,000\text{€}$

Ridhjälmor  $10 \cdot 70\text{€} = 700\text{€}$

Andra tillbehör för ryttare  $200 \cdot 10\text{€} = 2\,000\text{€}$

**Lager sammanlagt 26 100€**