

Matilda Åkerlund

FRÅN FÖRETAG TILL ENTREPRENÖRSKAP

Förnyad affärsplan för JRT Bygg Ab

**Examensarbete
CENTRIA YRKESHÖGSKOLA
International Business
November 2019**

SAMMANDRAG

Centria Yrkehögskola	Datum 2019	Författare Matilda Åkerlund
Utbildningsprogram International business		
Examensarbetets namn FRÅN FÖRETAG TILL ENTREPRENÖRSKAP. Förnyad affärsplan för JRT Bygg Ab		
Uppdragsgivare JRT Bygg Ab. Staffan Åkerlund		Sidantal 35+1
Handledare Johanna Österberg-Högstedt		
<p>Syftet med examensarbetet är att skapa kunskap inom företagsamhet och entreprenörskap, och projektet som uppdragsgivaren gav var att göra en uppdaterad affärsplan för företaget JRT Bygg Ab. Examensarbetet innehåller en presentation av syftet och målen, företaget som fungerade som uppdragsgivare samt hur avhandlingen är uppbyggd.</p> <p>Examensarbetets teori beskriver entreprenörskap samt vikten av en affärsplan och en beskrivning av hur en affärsplan är uppbyggd. I examensarbetet analyseras JRT Byggs befintliga affärsplan och även den nya affärsplanen. Examensarbetets praktiska del visar också på hur affärsplanen skrevs. Förarbetet och efterarbetet presenteras också.</p>		

Nyckelord

Affärsplan, entreprenörskap, företagsamhet

Centria University of Applied Sciences	Date 2019	Author Matilda Åkerlund
Degree programme International business		
Name of thesis FROM BUSINESS TO ENTREPRENEURSHIP. New business plan for JRT Bygg Ab		
Instructor JRT Bygg Ab. Staffan Åkerlund		Pages 35+1
Supervisor Johanna Österberg-Högstedt		
<p>The aim with this thesis is to create knowledge in business and entrepreneurship. The project that the instructor gave is to make a new, updated business plan for the company JRT Bygg ab. The thesis includes a presentation of the aim, the goal, the company and how the thesis is built.</p> <p>The thesis' theory part describes entrepreneurship and the importance of a business plan and how a business plan is made. In the thesis the company's old business plan will be analyzed as well as the new plan. In the practical part it will also show how the plan was written.</p>		

Key words Business plan, entrepreneurship

SAMMANDRAG
ABSTRACT
INNEHÅLL

1 INTRODUKTION	1
2 FÖRETAGSAMHET VS ENTREPRENÖRSKAP	3
2.1 Vad är entreprenörskap?	3
2.2 Hur påverkar entreprenörer ekonomin?	3
2.3 Varför blir man entreprenör?	4
2.4 Hur blir man entreprenör?	7
2.5 Baksidan av entreprenörskap	8
2.6 Skillnaden mellan att vara företagare och entreprenör	9
3 AFFÄRSPLAN	11
3.1 Vad är en affärsplan?	11
3.2 Målet med en affärsplan	12
3.3 Innehållet i en affärsplan	13
3.3.1 Affärsidé	13
3.3.2 Om dig	14
3.3.3 Produkt/tjänst	14
3.3.4 Marknaden/kunder	15
3.3.5 Konkurrenter	15
3.3.6 Marknadsföring/försäljning	16
3.3.7 Företagsform	16
3.3.8 Lokal/utrustning	17
3.3.9 Ekonomi/Budget	17
3.3.10 Finansiering	18
3.3.11 Mål	19
3.3.12 SWOT-analys	20
4 METOD	23
4.1 Intervjuer	23
4.2 Föreläsning	24
5 INTRODUKTION OCH FÖRELÄSNING	25
5.1 Introduktion av JRT Bygg Ab Oy	25
5.2 Kunskap inom entreprenörskap	26
5.2.1 Föreläsning	26
5.2.2 Utvärdering av föreläsningen	27
6 AFFÄRSPLANEN	28
6.1 Utvärdering av befintlig affärsplan	28
6.2 Ny affärsplan för JRT Bygg Ab	29
6.2.1 Vision/Mission	29
6.2.2 4P-modellen	30
6.2.3 Marknadsanalys	30
6.2.4 Teamet	31
6.2.5 Mål	31
6.2.6 SWOT-analys	32

6.2.7 Risker	32
6.2.8 Finansiell information.....	33
7 SAMMANFATTNING	35
KÄLLOR.....	36

FIGURER

FIGUR 1. Lönsamhetskalkyl.....	18
FIGUR 2. Finansieringskalkyl.....	19
FIGUR 3. SWOT-analys.....	21
FIGUR 4. SWOT – analys för JRT Bygg.....	32
FIGUR 5. Kostnadsberäkning.....	34

BILAGOR

- Bilaga 1. PowerPoint från föreläsning
- Bilaga 2. Befintlig affärsplan (publiceras inte)
- Bilaga 3. Ny affärsplan (publiceras inte)

1 INTRODUKTION

Företagsamheten i Österbotten är stor och nya företag startar upp hela tiden. Arbete finns det gott om och så också kunskap inom de olika arbetsområdena. Något som jag har funderat över under min studietid är om alla som startar företag verkligen är entreprenörer, och det har lett mig till frågeställningen: vad är en företagare och vad är en entreprenör? Vad är det som krävs för att man skall lyckas med sitt företag och nå de visioner man har?

Som uppdragsgivare till mitt examensarbete har jag valt JRT Bygg ab, som är ett byggföretag i Larsmo. JRT Bygg grundades för fem år sedan och har de senaste åren ökat sin omsättning flerdubbelt. De fyra delägarna är väldigt duktiga och kunniga byggare, men de har haft lite svårt att få grepp om affärsdelen av företaget. Jag blev väldigt glad när jag fick förtroendet att hjälpa dem, genom att sprida kunskap om företagsamhet och entreprenörskap, men också genom att förnya deras affärsplan. Eftersom ett företag är under ständig förändring så behöver också affärsplanen, som fungerar som en ritning för ett företag, vara ett levande dokument.

Jag strukturerade mitt arbete enligt följande: i kapitel två kommer jag att behandla ämnet företagsamhet och entreprenörskap, vad det innebär och vad som krävs av en entreprenör. I kapitel tre skriver om affärsplan i praktiken, vad en affärsplan är och vad den bör innehålla. I kapitel fyra skriver mera om företaget JRT Bygg och även berätta om hur jag har gått tillväga för att kunna delge JRT Bygg den kunskap inom entreprenörskap som de behöver. Kapitel fem innehåller en analys av den befintliga affärsplanen som JRT Bygg har och sedan sammanfattar jag den nya affärsplanen och dess innehåll.

Syftet med mitt examensarbete är att genom det kunna ge delägarna i JRT Bygg en bättre inblick i hur det är att vara företagare, så att de framöver kan se vikten av att ha en uppdaterad affärsplan och ta nytta av den. Det gör jag genom att sammankalla delägarna till ett tillfälle där jag kommer att ge dem grundläggande kunskap i entreprenörskap och vad det innebär att vara företagare, men ännu viktigare, vad det innebär att vara entreprenör. Jag kommer också att uppdatera deras befintliga affärsplan så att den är jämförbar med deras nuvarande verksamhet och innehåller nya visioner och mål.

Den metod jag använder mig av är en aktörsbaserad studie med en kvalitativ undersökningsmetod. I den teoretiska delen använder jag mig främst av litteraturstudier, och i den praktiska delen gör jag aktiva intervjuer och för en öppen konversation med delägarna på JRT Bygg för att kunna få information om huruvida deras mål och tankar för fortsatt verksamhet ser ut. Jag har sedan baserat på uppgifter jag fått av delägarna, skrivit en ny, uppdaterad affärsplan som jag i detta arbete presenterar och analyserar. Här bör också påpekas att känslig information och siffror inte presenteras i detta arbete.

2 FÖRETAGSAMHET VS ENTREPRENÖRSKAP

Skillnaden mellan en företagare och en entreprenör är vid första anblicken obefintlig. Men en företagare, det innefattar alla som innehar ett FO-nummer. En entreprenör är en person som har en vision och som ser till att den blir verklighet. (Rudolf 2010.)

2.1 Vad är entreprenörskap?

Vad är entreprenörskap? Definitionen på ordet entreprenörskap som businessdictionary använder sig av är följande: ”Kapaciteten och viljan att utveckla, organisera och driva ett företag, vid sidan av alla dess risker”. Enligt Nicole Ferreira (2019) så är den här definitionen på entreprenörskap till viss del begränsad. Det som definitionen inte berättar är att entreprenörskap är vad människor gör, genom att ta deras drömmar och karriärer i deras händer och leda dem i den riktning som de själva vill. På Harvard Business School använder man sig av följande definition, som har formulerats av professor Howard Stevenson; ”entreprenörskap är strävan efter möjligheter utöver kontrollerade tillgångar”. (Eisenmann 2013; Ferreira 2019; Businessdictionary 2019.)

Entreprenörskap och valet av att bli entreprenör har blivit allt vanligare de senaste åren, speciellt bland unga. Enligt Nyföretagarcentralen så funderar var femte ungdom på att bli entreprenör och år 2018 var 17% av nygrundade företag grundade av personer under 25 år. Entreprenörskap är en livsstil och det är inte något som passar vem som helst. Målet med entreprenörskap är dock att få företaget att gå på vinst. För att uppnå detta krävs en kunnig entreprenör som har de färdigheter som krävs inom både det sociala och yrkesmässiga området. Om man slår samman dessa färdigheter med en bra affärsidé och affärsplan så kommer man att uppnå framgång inom entreprenörskap. (Uusiyrityskeskus 2019, 8.)

2.2 Hur påverkar entreprenörer ekonomin?

Entreprenörer är en viktig del av vårt samhälle. Nicole Ferreira listar fyra saker som visar på hur entreprenörer påverkar ekonomin. Den första punkten är att entreprenörer skapar arbete. Utan entreprenörer skulle det inte finnas arbetsplatser. För det första så tar entreprenörer på sig risken genom att anställa sig själva. Deras ambition till att företaget skall växa ökar behovet av arbetskraft och i och med att företaget

växer ytterligare så skapas nya arbetsplatser. Förutom att entreprenörer hjälper till med att sänka arbetslösheten i samhället så hjälper de rent praktiskt också familjer att få mat på bordet. (Ferreira 2019.)

Den andra punkten Ferreira tar upp över saker som entreprenörer bidrar med till samhället är att de skapar förändring. Entreprenörer drömmer så stort och har så stora visioner att det kommer falla sig naturligt att någon av alla visioner kommer att skapa en världsomfattande förändring. Någon kan komma att skapa en produkt som kan lösa stora problem eller någon kan ta sig an utmaningen att utforska något som ännu är utforskat. Många entreprenörer drömmer om att göra något som förbättrar och förändrar världen. (Ferreira 2019; IVA 2019.)

Många har den fördomen om rika och framgångsfulla människor, att de är giriga och elaka. Men i den tredje punkten som Ferreira tar upp så påvisas motsatsen, vad entreprenör ger till samhället. Framgångsrika entreprenörer gör ofta mer för allmänhetens bästa än den genomsnittliga människan. I och med att de förtjänar mera pengar så betalar de också mera i skatt, som finansierar social service såsom sjukvård. Entreprenörer är också den största donatorn av pengar till välgörenhet och en del investerar också sina pengar i att skapa lösningar för att hjälpa u-länder att få tillgång till rent vatten och god sjukvård, sådana saker som många tar för givet. (Ferreira 2019.)

I den sista punkten så nämner Ferreira vad entreprenörer tillför till den nationella inkomsten. Enligt Ferreira så genererar entreprenörskap ny välfärd i en ekonomi. Nya idéer och utvecklade produkter eller tjänster från entreprenörer, bidrar till ökad välfärd och öppnar upp nya marknader. Utöver det, så bidrar ökad nivå med arbetsplatser och ökad inkomst till en god nationell ekonomi. (Ferreira 2019; Johnson 2012.)

2.3 Varför blir man entreprenör?

Vad är det som gör att man väljer att bli en entreprenör och kan vem som helst bli en entreprenör? Det finns över 400 miljoner entreprenörer i världen och alla har de sitt ”varför” som har gjort dem till det de är idag. Det som alla entreprenörer har gemensamt är att de har tagit kontroll över sitt liv, genom att leva livet på sina egna villkor. Många tänker om entreprenörer att de behöver vara goda ledare, arbeta hårt och skapa nya kontakter. De här tre sakerna är viktiga, men det finns flera personliga egenskaper som kan visa sig vara ännu viktigare när det gäller entreprenörskap. I detta kapitel går jag igenom en del av dem. (Ferreira 2019; Grindvall 2019.)

En del av de som är entreprenörer eller som har en vilja att bli, har som orsak att de vill förändra världen. Oavsett om de tror på rymdforskning eller har en produkt som de vill utveckla, så bygger de ett varumärke för att tjäna andra. Vissa entreprenörer använder sitt företag som ett sätt att snabbt få in kapital för att kunna finansiera deras storsinta utföranden. (Ferreira 2019.)

Entreprenörer har ofta problem med att ha en chef. De känner ofta att de inte kan få utlopp för sin kreativitet och alla sina idéer på grund av att de har någon som påverkar deras arbete uppifrån ledningen. I och med att de tar steget och blir företagare och sin egen chef, känner de att de får tillgång till den kreativa frihet som det inte har haft tillgång till tidigare. En annan sak som också bidrar till att entreprenörskap kan kännas lockande är flexibla arbetstider. För många människor så känns ett arbete från klockan 8 till 16 väldigt bindande och det kanske inte alls passar ihop med den levnadssituation man befinner sig i. Och utöver flexibla arbetstider så kan entreprenörskap medföra att man kan arbeta varifrån som helst. De flesta entreprenörer kan utföra en stor del av sitt jobb var som helst i världen där de har tillgång till en dator och internetuppkoppling. (Ferreira 2019.)

En annan orsak till att man blir en entreprenör är att man är en risktagare. Ökad risktagning och entreprenörskap går hand i hand. Enligt Nicole Ferreira så ansöker inte entreprenörer om ett jobb, de skapar dem. Och i och med detta så ökar riskerna. Oavsett om det innebär finansiella risker när man startar sitt företag eller risker från att inte veta vad man har att vänta sig, så är entreprenörskap riskfyllt. Ferreira säger att ”Entreprenörer tar ofta risker genom att prova saker som gemene man inte skulle göra, för att göra saker som gemene man inte kan.” (Ferreira 2019; Spring 2014; Grindvall 2019.)

Många entreprenörer har tidigare i livet haft problem med att få ett arbete. Orsaker till dessa kan vara att man har blivit avskedad, inte kunna visa upp tillräckliga erfarenheter eller kanske man har ett avtryck i brottsregistret. Detta kan förhindra en vanlig person att få ett arbete när hen är i verkligt behov av ett. Men istället för att låta sig besegras av en sådan situation så tar en person med entreprenöranda saken i sina egna händer och skapar nya möjligheter för sig själv. En till bidragande orsak till att man blir entreprenör är att man känner att man inte passar in i företagsmiljön. Entreprenörer kan ofta känna att miljön inom ett företag kan begränsa deras möjlighet till att växa. Man saknar ofta att man inte har kontroll i den position man befinner sig i, eller så tycker man inte om kontorspolitiken som råder. När man går in i en företagslokal kan man ofta lägga märke till personen som innehar entreprenörsegenskaperna. Den personen försöker ofta få mera kontroll och lära sig medarbetarnas ansvarsområden för att kunna förstå hur allting går ihop. (Ferreira 2019; Grindvall 2019.)

En orsak till att en blivande entreprenör har fått sparken från sitt tidigare arbete, kan vara att denne har ifrågasatt hur saker på arbetsplatsen blir gjorda. Man ser lösningar på problem som eventuellt inte andra ser och vill göra en förändring för att förbättra. En entreprenör har ofta ett så kallat affärsinriktat lösningsfokus. När andra på arbetsplatsen klagat så ser man lösningen och ifrågasätter istället för att sälla sig till skaran som klagat, ofta bakom ryggen på chefen. Detta gör att en sådan person kan vara till förtret för arbetsgivaren och ses som ett hot. (Grindvall 2019.)

Många av de egenskaper som en entreprenör har så kan ses som negativa egenskaper i vanliga fall. Men för en entreprenör är de väldigt viktiga och en bidragande orsak till att man lyckas. Ett exempel på en sådan egenskap är att en entreprenör ofta har svårt att varva ner. När andra går hem från jobbet klockan fyra i vanlig ordning och inte tänker mera på jobbet innan klockan ringer nästa morgon, så jobbar entreprenörens hjärna dygnet runt. Det är vanligt för en entreprenör att få de bästa idéerna under natten. Nya möjligheter och lösningar dyker alltid upp när man egentligen borde ägna sig åt annat under sin fritid. Men på detta vis så får en entreprenör alltid saker gjorda. En entreprenör provar sig fram tills man får det bästa resultatet. Många kan tyckas att en person som har ett sådant driv och aldrig ger upp, kan verka påfrestande. Men Pauline Grindvall säger att en entreprenörs motto är "hellre be om ursäkt än om tillåtelse". (Grindvall 2019.)

En av egenskaperna som entreprenörer har är att de är nyfikna. Entreprenörer brinner för att få svaret på frågan: "vad kommer att hända om...?". Entreprenörer älskar att lära sig nya saker. Det faller sig naturligt att de lockas av företagsamhet, eftersom de kommer att behöva lära sig så mycket som möjligt på kortast möjliga tid. Deras nyfikenhet tillåter dem att kontinuerligt växa. En annan egenskap som de flesta entreprenörer har är att de är ambitiösa. Folk som tycker om att nå nya mål och milstolpar är gjorda till att bli entreprenörer. Det finns ingen gräns i hur långt en entreprenör kan nå, så det finns alltid utrymme för att arbeta mera för att nå en ny nivå. Eftersom det inte finns någon gräns så kommer en sann entreprenör alltid att kunna konstatera att man har uppnått mer än vad man har kunnat föreställa sig i början. Om ett hinder skulle komma i vägen så kommer man att hitta en väg runt för att komma vidare. Entreprenörer är ostoppbara. (Ferreira 2019; Grindvall, 2019.)

Så, om man är en självständig person, med ett driv som gör att saker blir gjorda. Om man vågar ifrågasätta och ta risker. Om man är nyfiken och tycker att lära sig nya saker är bland det roligaste som finns. Om man har åtminstone en gnutta kontrollbehov, ja då har man en del av de egenskaper som gör att man kommer att bli en bra entreprenör. (Grindvall 2019; Ferreira 2019.)

2.4 Hur blir man entreprenör?

I föregående del så gick jag genom vad som gör att man blir entreprenör och vilka egenskaper som behövs för att man skall lyckas som entreprenör. I detta kapitel av mitt arbete går jag in på hur man blir en entreprenör och vilka åtaganden man behöver göra för att komma igång med sitt företag. Nyföretagarcentralen har listat nio steg man behöver gå genom när man startar upp sitt företag. Det första som behövs är en affärsidé; vad är det man vill uppnå med sitt företag? Har man en produkt som man kommer att sälja, eller är det tjänster? När man har en klar affärsidé så är följande steg att man skriver en affärsplan. I en affärsplan framkommer hur man praktiskt kommer att genomföra affärsidén. I kapitel tre går jag genom vad som behöver finnas i en lyckad affärsplan och varför en sådan plan behövs. (Uusiyrityskeskus 2019, 14, 45.)

Som steg nummer tre kommer valet av företagsform. Det finns flera olika företagsformer och när du startar upp ditt företag behöver du ta reda på vad som passar ditt företag bäst. Det som påverkar valet av företagsform är bland annat hur många grundare som finns i företaget, hur stort behov man har av kapital, beskattning och vinstfördelning. Den företagsform som passar bäst för en ensam grundare som inte har behov av att ta stora lån eller behöver ha tillgång till ett lager eller lokaler, är enskild näringsidkare. Som enskild näringsidkare finns inget minimikapital och företagaren själv är högsta beslutande organ och ansvarar för allt som företaget tar sig för. Den vanligaste företagsformen och den som kan användas av både större företag och av företag med endast en anställd, är aktiebolag. Tidigare så har minimikapitalkravet för aktiebolag varit 2500€, men det avskaffades 1 juli 2019 när aktiebolagslagen ändrades. Om man har ett aktiebolag så är det mycket enklare om någon av delägarna vill sälja sin del av företaget eller om någon vill köpa in sig i företaget. I ett aktiebolag behöver det dock finnas en styrelse med minst en ordinarie medlem och en suppleant. Utöver dessa två företagsformer så finns det också Öppet bolag, kommanditbolag och andelslag. (Uusiyrityskeskus 2019, 46, 56; Yrittäjät 2019.)

I Finland finns det något som heter näringsfrihet. Det betyder att man får bedriva en verksamhet om den är laglig och inte opassande, utan att man behöver ansöka om tillstånd från myndigheten. I vissa enskilda fall behöver man dock tillstånd. Ett sådant tillstånd behövs för att försäkra myndigheten om att samhället, miljön och kundernas säkerhet är tryggad. Exempel på branscher där tillstånd kan behövas är livsmedelssektorn och social- och hälsovårdssektorn. (Uusiyrityskeskus 2019, 36.)

När man har en lyckad affärsplan så kommer den att komma till användning om man behöver ansöka om startpeng för sitt företag. Startpeng är en nyföretagares livlina under den första perioden när man

försöker få företaget att komma igång och bli lönsamt. När man har planer på att starta ett företag så skall man i god tid kontakta en arbets- och näringsbyrå som hjälper till med ansökningsprocessen av startpeng. Den lokala arbets- och näringsbyrån i Jakobstad är Concordia. En nybliven entreprenör kan få beviljad startpeng för de första 6–12 månaderna efter att man har startat företaget. År 2017 låg stödet på 700€/månad i medeltal. Startpengen räknas som en inkomst och är beskattningsbar. (Yrittäjät 2019; Uusiyrityskeskus 2019, 24; Concordia 2019.)

Det sjätte steget i grundandet av ett företag är att göra en etableringsanmälan. En etableringsanmälan görs enkelt elektroniskt på adressen www.ytj.fi. Samma anmälan kan också användas när du anmäler ditt företag till handelsregistret och till Skatteförvaltningen. Sen återstår det att söka efter lämpliga lokaler och som sista steg teckna pensionsförsäkring och andra försäkringar som behövs just för ditt företag. (Uusiyrityskeskus 2019, 46; Yrittäjät 2019.)

2.5 Baksidan av entreprenörskap

Såsom med det mesta så har även entreprenörskap och företagsamhet sina baksidor och nackdelar. För att få en klar bild av vad entreprenörskap är och inte försköna något, så kommer jag här att gå igenom en del nackdelar med entreprenörskap. Författaren och företagaren Björn Flintberg (2014) säger att det nämns allt för lite om entreprenörskapets baksidor. När man startar ett företag så tar man ett steg utanför samhällets skyddsnät och man får riskera mycket. Företagsamhet uppmålas ofta som att man har tillgång till större frihet och pengar, vilket förknippas med lycka. Men för att få se hela bilden av företagsamhet så behöver vi något som väger upp, en motpol. (Flintberg 2014, 19.)

Enligt Lena Elkins (2019), som är affärs- och marknadsföringscoach, har entreprenörer 30% större risk att drabbas av depressioner. Orsaker till det här är att entreprenörer ofta har svårt att misslyckas. Att misslyckas med affärer ses ofta som att man misslyckats som person. Arbetsdrivna entreprenörer har svårt att skilja åt arbetsliv och privatliv. Privatlivet är oftast det som blir lidande. Det stora kontrollbehovet som är väldigt positivt i affärssammanhang kan speglas av i privatlivet och i värsta fall förstöra relationer. Det är just dessa egenskaper som entreprenörer besitter som kan göra att de blir människor som är svåra att umgås med i privatlivet. En entreprenör har svårt att ta direktiv och råd från andra och sätter ofta sig själv främst. (Elkins 2019; Kets de Vries 1985.)

Men eftersom företagsamhet och entreprenörskap är en viktig del av världsekonomin så behöver vi hitta lösningar på de problem som finns, så att så få personer och relationer skall ta skada av entreprenörskapets baksida. Elkins nämner tre viktiga saker att påminna sig om, som alla entreprenörer behöver gå till när man är inne i en dålig period och känner sig väldigt självkritisk över sitt företag, men också privat, eftersom de båda påverkar varandra. Det första är att ”se misslyckande som ett val, inte som ett oundvikligt resultat”. Med detta menar Elkins att istället för att tänka att ”jag misslyckades”, och att tro att alla misslyckanden är ”något som världen gör mot mig”, ta ansvar för sina handlingar. Genom att du tar riktigt ansvar och ser styrkan du har i att förändra din situation så kommer du att se att misslyckanden inte hindrar dig, de hjälper dig att växa. Det är ditt val vad du gör av misslyckandena. (Elkins 2019.)

Det andra som man behöver komma ihåg som entreprenör är ”när du inser att pengar är din vän, kommer du att få mer av det” (Elkins 2019.). Många entreprenörer lägger för mycket värde i pengar medan andra lägger för lite och ser det som roten till allt ont. Elkins säger att pengar bara är utbyte av energi, det har inget ont med sig och inget gott. Energi flödar alltid, det stagnerar aldrig. När du inser att pengar är din vän, något som hjälper dig att bli en full version av dig själv, så öppnar du energiflödet och mera pengar kommer att komma i din väg. (Elkins 2019.)

Den tredje påminnelsen är ”din omgivning förutspår din framtid”. Om du dagligen omgivs av människor som har ett negativt tankesätt och som saknar allt det som du försöker uppnå, så kommer det inte att dröja länge innan du själv har fallit in i den samma mentaliteten som de andra. I och med att din mentalitet ändras negativt så kommer även resultaten att försämrats. Istället skall du se till att du omger dig med personer som uppmuntrar en både medvetet och omedvetet. Bara genom att en person har en positiv inställning och kanske redan har nått dit du vill nå, så kommer du att inspireras och se möjligheten i att göra det samma. (Elkins 2019.)

2.6 Skillnaden mellan att vara företagare och entreprenör

Vad är då skillnaden mellan att vara företagare och entreprenör? De båda benämningarna används ofta när man pratar om en och samma person och de flesta tänker nog att det inte är någon skillnad, att de står för samma sak; en person som driver sitt eget företag. Det är en väldigt fin linje mellan företagare och entreprenör. De har väldigt mycket gemensamt men det finns klara skillnader som skiljer dem åt. Företagare handlar oftast med välkända och redan etablerade produkter medan entreprenörer kommer

med nya innovativa idéer. På grund av detta, så möter företagare oftast risker som man har vetskap om, medan entreprenörer råkar ut för oväntade och okända risker. (Shobhit 2019.)

Ingendera av varken en företagare eller en entreprenör är bättre än den andra, de har bara olikheter. Både företagaren och entreprenören kan driva ett litet företag, men entreprenören är den som kan komma att få sitt företag att växa genom sina egenskaper och sitt driv. Företagaren har goda idéer, hen känner till sitt företag och vad dennes målgrupp vill ha. Företagaren tjänar samhället och löser dess problem. Entreprenören sitter också inne med idéer, men dennes idéer är stora och utsvävande. Idéerna har troligtvis inte blivit testade förut och på så sätt så vet inte entreprenören om det kommer att vara möjligt att genomföra dem, men det gör det hela ännu mer spännande för entreprenören. Enligt Melanie Spring (2014) så är företagaren den som står stadigt och vet om vad som kommer att hända och vart det kommer att leda företaget. Företagarens resultat kommer kanske inte att vara storartat men det kommer att ta företaget framåt. Entreprenören däremot är den som älskar risker och kör ofta fullt ut. Entreprenören vet med sig att det oftare kommer att löna sig att riskabelt satsa allt, än att inte satsa alls. (Spring 2014.)

En annan skillnad mellan företagare och entreprenör, är att företagaren oftast tänker på vad hen har att göra idag och inkommande vecka. Entreprenören däremot tänker längre och planerar sin framtid, åtminstone ett halvt år framåt. En entreprenör har som mål att ha andra som sköter jobbet som händer just idag medan hen själv är den som fokuserar på framtiden. Företagaren håller sitt företag väldigt kärt medan entreprenören fokuserar på att växa och är alltid öppen för nya förslag, vart det än kan leda företaget. ”Ett land behöver företagaren för att hålla ihop ekonomin och entreprenören för att driva det framåt.” (Spring 2014.)

3 AFFÄRSPLAN

I kapitel två så gick jag genom skillnaden mellan en företagare och en entreprenör och vad det är som gör att man lyckas som entreprenör. Entreprenörer har ofta stora visioner och mål, men för att kunna tydliggöra dessa mål och lättare kunna se vad det kommer att krävas för att man skall nå dit behövs en plan. En affärsplan ger en tydlig översikt över företaget och dess verksamhet. I det här kapitlet kommer jag att skriva om vad en affärsplan bör innehålla och hur dess upplägg kan se ut. (Jansson 2011, 256.)

Att driva ett företag utan en uppgjord affärsplan, är som att bygga ett hus utan en ritning. Affärsplanen kommer att hjälpa dig att se hurdan slutresultatet av ditt arbete kommer att bli. Att sätta ner visioner och mål i skrift kommer att göra arbetsförloppet tydligare och resultatet infinner sig snabbare och mera smärtfritt. (Redaktionen i Affärsplanen 2014.)

3.1 Vad är en affärsplan?

När man skall starta ett företag så har man oftast en affärsidé, och en affärsplan är en vidareutveckling på den här affärsidén. Affärsplanen innehåller affärsidén uppdelade i flera små mål och en plan på hur man skall nå dessa. Genom att göra en affärsplan så blir alla delmål mer mätbara, vilket också gör arbetsprocessen enklare och effektivare. En god affärsplan innehåller även analys över risker och saker som man kan stöta på under tiden man jobbar mot ett mål, vilket gör att man är mer förberedd om sådant inträffar. (attstarta.se 2019; Finch 2010, 11.)

Det finns ingen lag på att ett företag måste ha en affärsplan. De flesta företag har en affärsplan i någon form, men den är dock ofta bristfällig eller föråldrad. Det finns två specifika syften med en affärsplan. Det första är att företaget har samlat alla mål, visioner, affärsidé, budget och marknadsanalys, i ett och samma dokument. Dessa är på så vis mera överskådligt för alla parter inom företaget. Det andra syftet är ifall man som företagare behöver ansöka om ett företagslån eller annan typ av finansiering. De flesta banker kräver en form av affärsplan för att de skall få en bra och konkret inblick i företagens verksamhet. (Rito 2019; Finch 2010, 10.)

3.2 Målet med en affärsplan

Det finns många företag som jobbar på men aldrig tycks utföra något större. De får det helt enkelt att gå runt, men inte mer än så, eller så går det inte alls och de måste gå i konkurs. Det spelar egentligen ingen roll hur hårt de arbetar. Det handlar om det att de inte har bestämt sig vart de är på väg och inte har gjort upp en plan som skulle hjälpa dem att nå fram. Don Hofstrand (2016) säger att det finns ett flertal steg som kommer att hjälpa företaget att hitta rätt riktning. (Hofstrand 2016.)

Det första steget som Hofstrand nämner är vision. En vision för ett företag är den formulering som visar vart företaget vill nå och vad det vill åstadkomma. En vision är oftast långsiktig och ändras inte alls under tidens gång. Visionen skall fungera som en röd tråd under företagets verksamhetstid. Nästa steg som ofta sammanknippas med vision är mission. Men till skillnad från företagets vision så är missionen mera konkret och påtagligt. Missionen beskriver företagets syfte och vad det vill uppnå. (Almstedt 2012; Hofstrand 2016.)

Hofstrand pratar också om "core value", fritt översatt till "kärnvärderingar", som ett viktigt steg mot en god affärsplan. Kärnvärderingarna är egentligen en sorts sammanfattning av företagets vision och mission. Kärnvärderingar definierar företaget genom vilka principer och värderingar företagaren bär med sig under företagets utveckling och framgång. Exempel på sådan kärnvärderingar kan vara följande: fokusera på nya och innovativa affärsidéer, utöva god etik, respektera och skydda miljön, och bemöta kunders förändrade behov och önskemål (Hofstrand 2016.)

Företagets vision och mission fungerar som en guide för alla personer som är involverade i företaget i dess dagliga arbete. Visionen och missionen är viktiga för att de håller alla inom företaget men också andelsägare "på samma sida" och så att alla jobbar mot samma mål. Ingen av de här yttringarna är dock ristade i sten, utan både visionen och missionen kan ändras i och med att företaget ändrar fokus. Därför är det viktigt att hålla affärsplanen uppdaterad och ändra den vid behov. Den enkla orsaken till att man har dessa yttranden nedskrivna, är för att klargöra vad företaget håller på med. (Hofstrand 2016.)

När man har gjort upp en vision, mission och eventuella kärnvärderingar, så är det dags att se över strategi, mål, syfte och händelseplan. En strategi är en plan för hur du kommer att nå någonting. Mera konkret så är en strategi en taktik för hur du skall använda din mission till att nå din vision. Desto unikare ditt företag är, desto mer utförlig och kreativ behöver din strategi vara för att sticka ut och till slut lyckas nå ditt mål. Ett mål är en milstolpe i processen av att införa en strategi. Det är viktigt att inte sätta upp

för många mål, då finns risk att man kan förlora fokuset på det stora målet. Ett mål skall kunna uppfylla följande kriterier; målet är förståeligt, acceptabelt, passande och flexibelt. Med andra ord kan man ställ följande frågor: är det enkelt att förstå vad man vill uppnå, stödjer målet strategin i hur man genom missionen skall nå visionen, följer det kärnvärderingarna och är det möjligt att ändra på målet om det finns behov till det? (Hofstrand 2016.)

3.3 Innehållet i en affärsplan

När man skriver sin affärsplan så är det väldigt viktigt vilket upplägget och innehållet är. Man vill att all tid man har lagt ner på att skriva en affärsplan skall vara värt det, så därför vill man också att någon skall läsa den och få ut något av den. Noah Parson (2019) säger att det finns tre regler man behöver följa när man skriver sin affärsplan. Den första regeln är att affärsplanen skall vara kort och koncist. Ingen kommer att orka läsa en affärsplan som är lika lång som en roman. Ingen kommer heller att vilja uppdatera den romanlånga affärsplanen, något som måste göras vartefter företaget växer och mål och visioner ändras. (Parson 2019.)

Den andra regeln som Parson nämner är att den som skriver affärsplanen behöver känna till vem hen skriver den för. Parson tar som ett exempel ett företag som utvecklar en komplex forskningsprocess, där investerarna inte är forskare. Om affärsplanen skulle vara skriven på ett språk som är fyllt med forskningstermer så skulle inte investerarna ha en aning om vad företaget vill uppnå. Alltså, använd dig av ett språk som läsarna kommer att förstå. Den tredje och sista regeln är att du inte skall låta dig avskräckas. Få av alla företagare, är experter just inom företagsamhet. Så, att skriva en affärsplan kan kännas som ett stort, omöjligt projekt. Men, kom ihåg att du är experten inom ditt område, och det är det som affärsplanen sist och slutligen kommer att handla om. Gör det inte för stort i början, börja med att skriva en en-sidig affärsplan och utveckla den i ett senare skede. (Parson 2019.)

3.3.1 Affärsidé

Det första en affärsplan bör innehålla, något som fångar läsarnas intresse och som ger en inblick i varför man från första början skriver en affärsplan, det är affärsidén. Affärsidén behöver innehålla en snabb överblick i vilka problem som ditt företag kommer att lösa och lösningen till problemen. I en affärsidé skall man kunna hitta svaren på frågorna Vad? Till vem? och Hur? Vad är det som man kommer att

sälja, vem är den tilltänkta kundgruppen och hur kommer man att gå tillväga för att tillverka och sälja produkten eller tjänsten. (Uusiyrityskeskus 2019, 14; Finch 2010, 71.)

För att kunna använda din affärsidé i praktiken och starta upp ditt företag med affärsidén som grund, så måste den vara genomförbar. Du behöver känna till din bransch som du tänker satsa på och även konkurrensunderlaget. Ju större konkurrens desto mer innovativ och nytänkande bör din affärsidé vara. En lyckad affärsidé har hittat ett befintligt problem och ett behov som man har lösningen till. En lösning som kunderna är villiga att betala för. (Uusiyrityskeskus 2019, 14.)

3.3.2 Om dig

För att få eventuella finansiärer och banker på din sida så behöver du sälja dig själv. Berätta kortfattat om dig och om ni är flera som tillsammans kommer att driva företaget, berätta om allihop. Vad är din bakgrund och har du eventuella tidigare erfarenheter som har tagit dig dit du är idag och som kan ge dig konkurrensfördelar? Har du ett stort privat kontaktnätverk som du kan dra nytta av vid uppstarten av företaget? Berätta även kortfattat om din privatekonomi, hur den ser ut, så att finansiärer vet om du kommer att klara dig ekonomiskt under tiden företaget är i uppstartningsfasen. (Redaktionen i affärsplanen 2014; Finch 2010, 54.)

Som entreprenör så är det viktigt att både känna till sina kunskaper och starka sidor men också sina svagheter eller avsaknad av kunskap. Berätta ärligt och stolt om din utbildning och ditt kunnande. Men skriv också om den kunskap som du inte innehar och som du eventuellt kommer att behöva i din framtida karriär inom företagsamhet. Berätta även hur du kan få denna kunskap, via kurser och dylikt. (Uusiyrityskeskus 2019, 17.)

3.3.3 Produkt/tjänst

Även om du har nämnt i affärsidén om vad det är du kommer att erbjuda och sälja, så behöver du i affärsplanen mera ingående berätta om din produkt. Förklara varför det finns ett behov av din produkt på marknaden. Hur kommer tillverkningen att ske, kommer man att satsa på kvalitet framför kvantitet, varför är ditt företag ett bättre val för kunden i jämförelse med konkurrenterna? Berätta även om dina planer för produkten. Kommer den att utvecklas framöver, kommer du att satsa på att sälja den till ett

större område eller finns det planer för kompletterande produkter i framtiden? (Uusiyrityskekkus 2019, 17; Finch 2010, 32.)

Innovativa produkter eller befintliga produkter med nya lösningar kommer att sticka ut på marknaden i jämförelse med konkurrenterna. All sådan information som visar på att dina produkter kommer att få plats på marknaden och täcka ett befintligt behov, visar eventuella finansiärer fakta och kommer att ge dem en tilltro till ditt företag. (Redaktionen i affärsplanen 2014; Uusiyrityskekkus 2019, 17; Finch 2010, 32.)

3.3.4 Marknaden/kunder

För att förstå marknaden så behöver man göra en marknadsanalys. Johan Melbäck (2019), försäljningschef på prognoscentret, säger att ”driva affärer utan marknadsanalys, är som att segla utan kompass”. Genom att göra en marknadsanalys så kan du minska affärsrisken, se tillväxtmöjligheter, se kundbehoven, etablera konkurrensfördelar och få en uppföljning över er prestation. Du behöver ha en klar bild av vad du har för möjligheter ute på marknaden, annars kommer du bildligt talat att bli överkörd av konkurrensen. (Melbäck 2019; Marknadsanalys.se 2016.)

En marknadsanalys kan man göra på många olika sätt. Den fakta man vill få fram i en sådan analys är ändå alltid densamma; marknads storlek, kundvolym, konkurrensstorlek och om det finns möjligheter för en eventuell utveckling i framtiden. Annat som påverkar marknaden behöver man också känna till, såsom demografiska faktorer, juridiska bestämmelser och lagar. (Nordea 2019.)

3.3.5 Konkurrenter

Under tiden du gör marknadsanalysen så kommer du att få fram information om vem som är dina konkurrenter. Det här är värdefull information för dig och ditt företag. I din affärsplan så behöver du lyfta fram vem dina konkurrenter är och deras styrkor och svagheter. Genom att du känner till dina konkurrenters för- och nackdelar så kommer du att ha en tydlig överblick över var du ligger och vad du behöver arbeta extra på för att hålla ditt företag på marknaden. (Redaktionen i affärsplanen 2019; Finch 2010, 38.)

För att veta hur du ligger till i branschen i jämförelse till dina konkurrenter så kan du ställa dig följande frågor: Har jag något nytt att tillföra till marknaden? Finns det ännu plats för fler företagare inom samma bransch? Finns det möjligheter att växa och utvecklas inom din bransch? Genom att söka i företagsregistret eller fråga den lokala nyföretagarcentralen så får man fram information om hur konkurrenssituationen ser ut i din bransch. (Uusiyrityskeskus 2019, 16-17.)

3.3.6 Marknadsföring/försäljning

För att du skall synas på marknaden och så att nya kunder skall kunna hitta dig, så behövs marknadsföring. I en affärsplan behöver det finnas beskrivet hur marknadsföringen kommer att gå till och vilken sorts marknadsföring du kommer att använda dig av. Idag har många företag helt och hållet gått över till marknadsföring på sociala medier och lämnat den traditionella marknadsföringen på dagstidningar. Om ditt företag kommer att använda sig av marknadsföring på sociala medier, vilken av plattformarna kommer att användas, hur ofta kommer du att posta inlägg i marknadsföringssyfte och vad kommer det att kosta? Man kan även infoga en bild på företagets logo och berätta om bakgrunden till den. (Rito 2019.)

I marknadsföringssyfte så är också företagets namn och image av stor betydelse. Passar de ihop med företagets verksamhet eller har de ingen sammankoppling alls? Om du har svårt att veta hur du på ett effektivt sätt kan använda dig av marknadsföring och få ut så mycket som möjligt av den insats du lägger ner, kan du anlita reklambyråer som gör jobbet åt dig. En god marknadsföring kommer att öka din försäljning avsevärt så det är verkligen något som du behöver satsa tid och pengar på. (Uusiyrityskeskus 2019, 17; Genero 2019.)

3.3.7 Företagsform

Det finns flera olika företagsformer. De vanligaste är aktiebolag, enskild firma, ekonomisk förening eller handelsbolag. De olika företagsformerna passar ett företag olika beroende på hur företaget är uppbyggt. Företag med flera delägare och en större insats i företaget är i behov av en annan bolagsform än en enskild företagare med väldigt liten insats. (Yrittäjät 2019.)

I affärsplanen behöver du beskriva den företagsform som du har valt till ditt företag och varför den formen passar bäst. Vad innebär just den företagsform som du har valt för ditt företag. Vissa former,

såsom aktiebolag, kräver att företaget har en styrelse. I sådana fall behöver du även berätta hur en sådan uppsättning skulle se ut. (Redaktionen i Affärsplanen 2014.)

3.3.8 Lokal/utrustning

De flesta företag behöver någon sorts utrymme för sin verksamhet. I affärsplanen behöver det framkomma hurudan lokalen är där ditt företag kommer att verka och även hurudan utrustning som kommer att behövas vid produktionen. Vilka sorts maskiner kommer att införskaffas och användas, finns det behov av ett lager eller firmabil? (Redaktionen i Affärsplanen 2014.)

Företagsutrymmet som ditt företag är i behov av, kräver en försäkring. Försäkringen bör täcka både lokalen, om man äger den själv, och inventarierna och verktygen. Om ditt företag är i behov av en livsmedelslokal så bör man göra en anmälan till tillsynsmyndigheten. En egenkontrollplan behöver också finnas till hands vid den första inspektionen som tillsynsmyndigheten gör. (Evara 2019.)

Om ditt företag införskaffar en firmabil för enbart användning i arbetsuppgifter har man rätt till momsavdrag. Men om man också använder firmabilen i privata körningar så är den skattepliktig. All information om lokaler och övriga förskaffningar bör framkomma i affärsplanen. (Vero 2019; Redaktionen i Affärsplanen 2014.)

3.3.9 Ekonomi/Budget

En av de viktigaste delarna i affärsplanen är ekonomi och budget. Speciellt om du kommer att vara i behov av någon sorts finansiär. Enligt redaktionen i Affärsplanen (2014) så skall ekonomidelen innehålla tre delar. Den första delen är resultatbudget, där du beskriver företagets uppskattade omsättning. Det andra som behöver finnas med är likviditetsbudget, som visar på en plan för ditt företags kassaflöde. Det sista är en kapitalberäkning, det vill säga en uppskattning på hur stort kapital ditt företag kommer att vara i behov av för att din idé skall gå att genomföra. I den ekonomiska delen är det viktigt att du inte överdriver med hur mycket intäkter du har, och inte heller döljer delar av dina utgifter. (marknadsanalys 2016; Redaktionen i Affärsplanen 2014; Finch 2010, 92.)

För att ha en vetskap i hur mycket du behöver sälja av en produkt för att göra vinst och för att du ska uppnå ett visst mål i försäljningen, kan du göra en lönsamhetskalkyl. I lönsamhetskalkylen får man reda på vilken sammansättning av antal, kostnader och prissättning, som kommer att ge ditt företag det förväntade resultatet. (Uusiyrityskeskus 2019, 19.)

Lönsamhetskalkyl (enskild näringsidkare)		
	Månad	År
Målresultat (netto)	1500	18000
+ amortering på lån	100	1200
Inkomst efter skatt	1600	19200
+ skatt ca 22%	451	5415
= finansieringsbehov	2051	24615
+ räntor på lån	27	324
A. Täckningsbidrag (behov)	2078	24939
+ fasta kostnader (moms 0%)		
Föpl-försäkring 18,798% (årsarbetsinkomst 12816€)	197	2364
Försäkringar	100	1200
löner		
lönebikostnader		
kostnader för affärslokalen		
renoveringar och underhåll	30	360
leasingavgifter		0
kommunikationskostnader	80	960
kontorsutgifter	20	240
kostnader för resor och bil	500	6000
marknadsföringskostnader	200	2400
bokföring, revision, skattedeklaration	100	1200
arbetslöshetskassa, företagargorganisation	30	360
övriga utgifter	100	1200
B. Fasta kostnader totalt	1357	16284
behov av försäljningsbidrag (A+B)	3435	41223
+ inköp	425	5100
behov av omsättning	3860	46323
+ moms 24%	926	11118
försäljning totalt/faktureringsbehov	4786	57441

FIGUR 1. Exempel på lönsamhetskalkyl. Baserad på guiden Bli företagare i Finland. (Uusiyrityskeskus 2019, 19.)

3.3.10 Finansiering

När du har gått genom din ekonomi och har en klar budget, så behöver du fundera över finansieringen av ditt företag. Har du möjlighet att finansiera det själv med eget kapital eller behöver du ansöka om

finansiering från annat håll? Det finns också möjlighet att få startbidrag när man startar ett nytt företag. I de flesta städer så finns det en lokal nyföretagarcentral. I min stad Jakobstad, finns nyföretagarcentralen Concordia som ger råd och information och hjälper till med ansökan om startbidrag. (Redaktionen i Affärsplanen 2014; Concordia 2019; Finch 2010, 97-98.)

För att ha lite enklare att uppskatta finansieringsbehovet så är det en god idé att göra en finansieringskalkyl. I finansieringskalkylen ställer man penningbehovet mot inkomstkällorna. Enligt Nyföretagarcentralen (2019) så är det viktigt att komma ihåg att startbidraget inte räknas som en inkomstkälla, eftersom den är menad för att täcka företagarens personliga kostnader. (Uusiyrityskeskus 2019, 18.)

Finansieringskalkyl							
Penningbehov			Inkomstkällor				
etableringsanmälan	60		Eget kapital				
produktionsmedel	2000		aktiekapital				
montering av anordningar	500		egna penningplaceringar		4400		
datorer och program	1500		apportegendom		500		
bil			delägarlån				
telefon/internet	200		Lånekapital				
kontorstillbehör	300		banklån		6000		
apportegendom	500		Finnverallån				
marknadsföringsinvesteringar	800		annat lån				
ingående lager	1000		Totalt inkomstkällor		10900		
driftskapital	3200						
kassareserv	840						
totala penningbehovet	10900						

FIGUR 2. Exempel på finansieringskalkyl. Baserad på guiden Bli företagare i Finland. (Uusiyrityskeskus 2019, 18.)

3.3.11 Mål

Det är väldigt viktigt med mål när man driver ett företag. Även långsiktiga mål men ännu hellre delmål på vägen. Genom att ha ett mål för det närmaste året, ett mål för fem år framåt och ett mål för 10 år

framåt så blir de mera påtagliga och genomförbara. När man når ett delmål, så sporrar det hela företaget att fortsätta driva framåt så att man även kommer att nå nästa mål. Skriv ner alla mål i affärsplanen och kom tillbaka med jämna mellanrum för att utvärdera och uppdatera målen. (Redaktionen i Affärsplanen 2014; Finch 2010, 129.)

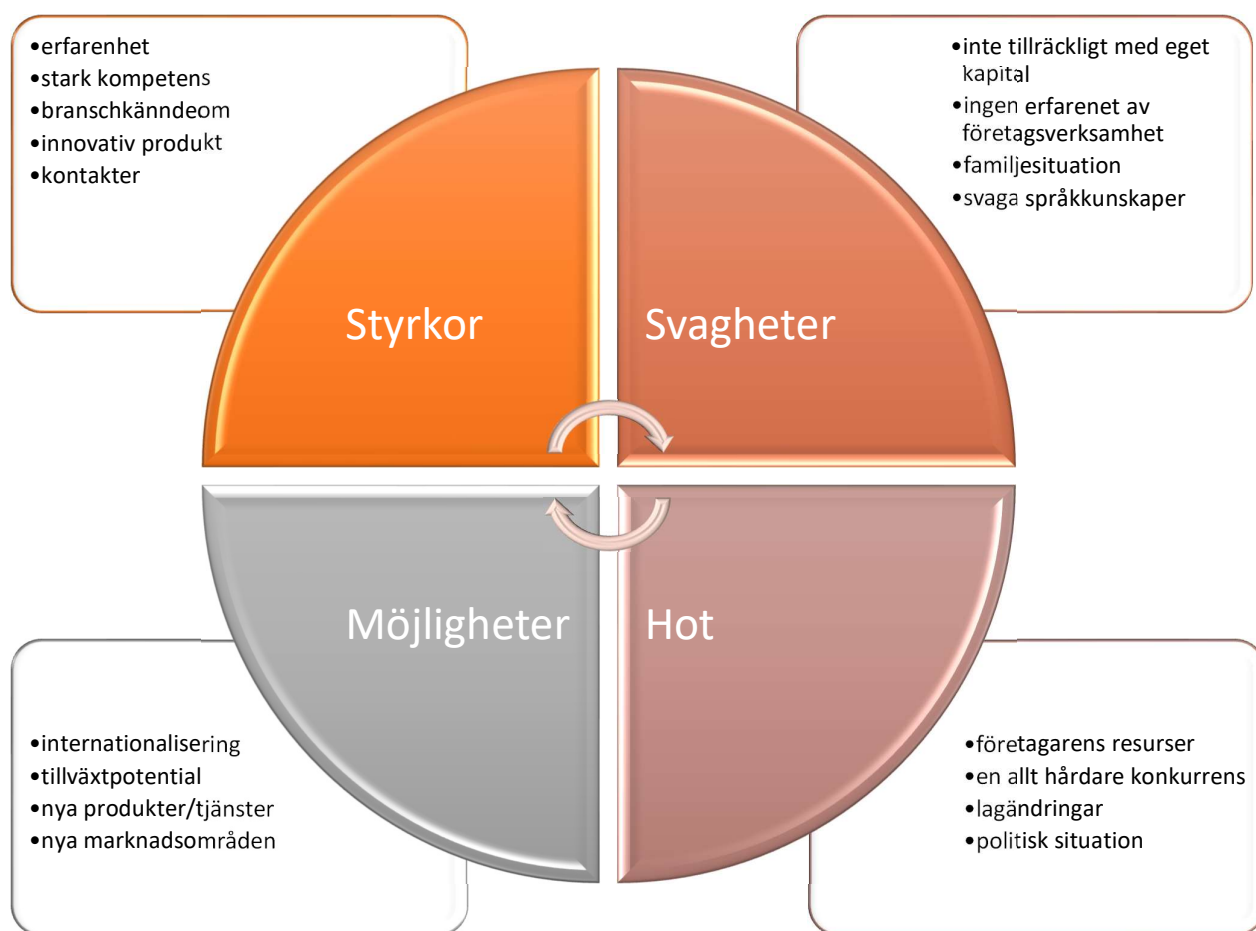
Företagets vision, som jag tog upp i början av kapitel tre, så är det övergripande målet. Visionen behöver inte kunna mätas i när och hur, men den behöver vara formulerad som om du redan hade klarat av det och nått målet. Delmålen däremot så behöver vara mätbara, delmålen skall enligt ALMI, som är en företagspartner, vara SMART, detta står för: Specifikt, Mätbart, Attraktivt, Relevant och Tidsbestämt. Om man lyckas att uppfylla alla de här villkoren så kommer man med största sannolikhet att nå sitt mål. (Almi 2019; Jansson 2011, 85.)

3.3.12 SWOT-analys

SWOT står för strength, weaknesses, opportunities och threats – styrkor, svagheter, möjligheter och hot. SWOT-analysen är en nulägesanalys som fungerar som riktmärke för företaget. Som företagare kommer man att behöva använda sig av SWOT-analysen ett flertal gånger, speciellt när man skall skriva en affärsplan eller göra upp nya strategier. Liksom en affärsplan behöver uppdateras med några års mellanrum så behöver även SWOT-analysen uppdateras. PwC, som driver företagarblogger, säger att en SWOT-analys bör uppdateras en gång om året. Eftersom marknaden och konkurrensen ändrar hela tiden, så behöver man vara uppdaterad. (PwC 2016.)

En SWOT-analys är väldigt enkelt uppbyggd. Analysen består av fyra rutor, en ruta för varje kategori; styrkor, svagheter, möjligheter och mål. Enligt Expertvalet (2017) så kan ett företag tjäna pengar på två olika sätt. Det ena är att hitta marknader som är tilldragande, och det andra är att sitta på sådana resurser som innebär en stor konkurrensfördel. Syftet i att analysera möjligheter och hot är just det att hitta marknaderna som lockar. Syftet med att analysera styrkor och svagheter är att hitta de eventuella resurser som företaget besitter. (Expertvalet 2017.)

Kategorin som man benämner som ”styrkor” beskriver vad ett företag utmärker sig på och vad som skiljer dem från konkurrenterna. Exempel på ett företags styrkor kan vara att det besitter ett välkänt varumärke, har en lojal kundkrets eller att det har en unik produkt. ”Svagheter” däremot visar på punkter där företaget behöver utvecklas för att hållas konkurrenskraftigt. Exempel på sådana saker är otillräcklig logistikkedja, brist på kapital eller stora skulder. Den tredje kategorin ”möjligheter” visar på yttre faktorer som kan ge företaget en fördel i konkurrenskraft. Exempel på möjligheter är om en person ur företaget har goda personliga kontakter som kan leda till framtida projekt och försäljning. Den sista kategorin ”hot” är faktorer som har potential till att förstöra för företaget. Till exempel så är torka ett hot för bönder eftersom den kan minska eller förstöra skörden. (Grant 2019.)



FIGUR 3. Exempel på hur en swot-analys kan se ut. Baserad på guiden Bli företagare i Finland. (Uusyrityskeskus 2019, 21.)

När man har sammanställt företagets styrkor, svagheter, möjligheter och hot så behöver man bearbeta resultaten för att veta hur man skall kunna dra nytta av informationen man fått fram. De frågor man behöver ställa sig enligt Svenska folkskolans vänner (2019) är följande: Vad kan vi göra för att bibehålla och också eventuellt utveckla våra styrkor? Vad kan vi göra åt våra svagheter, vad behöver vi ändra på för att minska svagheterna eller helt utplåna dem? De möjligheter som vi har, hur kan vi ta tillvara dessa för att få utnyttjat mesta möjliga? Hur kan vi mota bort och upphäva de hot som vårt företag står inför? (Svenska folkskolans vänner 2019.)

4 METOD

Det här examensarbetet är ett kvalitativt arbete och baserar sig till största delen på litteraturstudier, men även på intervjuer. Informationsinhämtningen har gjorts via artiklar på nätet, men även från tryckt material såsom guider och böcker. Mitt mål har varit att använda mig av information som har skrivits av en tillförlitlig skribent och att materialet inte är äldre än tio år gammalt. Jag har även hållit en föreläsning för delägarna på JRT Bygg Ab. I arbetet med intervjuerna och föreläsningen så är resultatet baserat på deltagarnas uppfattning. I det här kapitlet så beskriver jag tillvägagångssättet för att få ut så mycket som möjligt ur intervjuerna och föreläsningen.

4.1 Intervjuer

För att få tillgång till information som har behövts vid skrivandet av en ny affärsplan för JRT Bygg så har jag haft intervjuer med delägarna. Intervjuerna har jag haft i enskilda samtal och också i samband med den föreläsning som jag höll för delägarna. Jag har under intervjuerna använt mig av semistrukturerad teknik där jag har haft fokus på frågeområdena mer än specifika frågor. Anledningen till att jag valde denna sorts teknik under intervjuerna var att jag ville att svaren från var och en av delägarna skulle vara unika. Jag ville också få fram deras personliga upplevelser av hur det är att vara företagare. Eftersom delägarna i JRT Bygg inte hade någon djupare kunskap inom entreprenörskap sedan tidigare, så behövde jag ibland ge exempel på vad det var jag letade efter innan jag ställde frågan. Detta blev en liten utmaning eftersom jag inte ville att varken jag eller någon annan av delägarna skulle påverka den intervjuades svar. (Kvale & Brinkmann 2010.)

För att få ut det mesta möjliga ur intervjuerna så har jag använt mig av semistrukturerade intervjuer. Det gjorde jag genom att under intervjuerna ställa öppna berättande frågor till delägarna. När man använder sig av semistrukturerade intervjuer så behöver man kunna improvisera under intervjuens gång. Det gjorde att intervjuerna blev avslappnade och att vi kunde hålla det mera som en öppen dialog. Detta uppskattades av delägarna eftersom de först hade känt sig främmande inför att sitta och bli intervjuad med rädsla för att allt skulle bli för stort och svårt för dem att förstå. Valet att använda öppna berättande frågor visar på att de svar som jag har fått utgår från delägarnas egna upplevelser. Detta gör att även om affärsplanen är skriven av mig så är den grundad på delägarnas åsikter. (Kvale & Brinkmann 2010.)

4.2 Föreläsning

För att jag skulle kunna nå ut, med den information jag hade om entreprenörskap, till delägarna på bästa sätt så bjöd jag in till en föreläsning. Jag hade förberett inför föreläsningen genom att göra en Powerpointpresentation (se bilaga 1) som skulle vara ett hjälpmedel under föreläsningen och tydliggöra mitt budskap. Jag tog beslutet att jag skulle försöka få föreläsningen att vara en interaktiv föreläsning där alla parter skulle vara delaktiga och vi skulle göra ett försök till att skapa en diskussion. När man är delaktig i en diskussion så är det 70 % sannolikhet att man kommer ihåg det som har blivit sagt jämfört med om man bara sitter och lyssnar då det är 5 % sannolikhet att man minns något. Genom att få igång en diskussion där alla parter kunde ställa frågor och ge kommentarer under föreläsningens gång så skulle delägarna kunna få ut mesta möjliga av den och kunna använda kunskapen de fått i framtiden. (Brotte 2019.)

Diskussionerna under föreläsningen var lättsamma och lyckade. Genom att vi diskuterade ämnet entreprenörskap och en affärsplans uppbyggnad, så kom delägarna till insikt om saker de inte tidigare har reflekterat över. Ett exempel på en sådan insikt var att de har nog använt sig av marknadsanalyser dagligen, men de har inte tänkt på det. Genom att de nu har insikt kommer de förhoppningsvis att kunna utnyttja de resultat de får av en marknadsanalys till fullo.

5 INTRODUKTION OCH FÖRELÄSNING

Detta kapitel delar jag in i två huvuddelar. I den första delen introducerar jag min uppdragsgivare, JRT Bygg Ab. Jag kommer även att analysera företagets nuvarande affärsplan, dess innehåll och upplägg. I den andra delen kommer jag att presentera min strategi för hur jag tänkte delge JRT Bygg kunskap inom entreprenörskap. Jag kommer att analysera hur arbetet framskred och sedan skriva om hur jag har gått tillväga när jag har gjort den förnyade affärsplanen och även delge lite information ur den. Med respekt för företaget utelämnas känslig information och siffror ur den här delen av mitt arbete.

5.1 Introduktion av JRT Bygg Ab Oy

JRT Bygg är ett företag inom byggnadsbranschen. Företaget ägs av fyra delägare. Tre av ägarna har varit med i företaget i ett flertal år medan en av ägarna köpte in sig i företaget för ett och ett halvt år sedan. Företaget är verksamt i Jakobstadsnejden, men största delen av deras kunder finns i Larsmo, som är en närliggande kommun till Jakobstad. JRT Bygg utför byggtjänster, renoveringar och uthyrning av arbetskraft.

För att kunna ha lite mera ansvarsfrihet så har JRT Bygg försökt att inte anställa någon personal, eftersom det innebär att det är flera personer som man behöver se till att det finns arbete för. Vid behov har företaget istället köpt tjänster och hyrt in arbetskraft av andra företag.

I skrivande stund så är JRT Bygg i slutskedet av sitt tredje stora projekt, ett radhusområde med tre radhus bestående av 11 lokaler. Just radhus och parhus är något av JRT Bygg's specialitet och det är även en del av företagets nuvarande vision, att kunna livnära sig på enbart rad- och parhusbyggen.

Eftersom JRT Bygg har fyra delägare som är unga och öppna för nya idéer och lösningar, så har steget till att marknadsföra sig på sociala medier inte varit så stort. JRT Bygg har en Facebook sida, ett Instagramkonto och en hemsida. Hemsidan är välgjord och lättnavigerad med professionella bilder av tidigare och pågående projekt. Facebooksidan uppdateras inte så ofta, men på Instagram försöker delägarna att vara aktiva och publicera bilder av pågående projekt.

5.2 Kunskap inom entreprenörskap

Som jag tidigare har nämnt så är delägarna i JRT Bygg duktiga arbetare och deras projekt, både stora och små, är välutförda och överlämnas alltid till kunden i toppklass. Men eftersom ingen av delägarna har någon som helst utbildning inom företagsamhet så fanns det ett behov av att få grundkunskaper inom ämnet. Detta för att de skall ha lättare att förstå vad vissa handlingar kommer att leda till och hur samhället och företaget påverkas av varandra. Jag ville också ge en inblick i vad en affärsplan är och varför man behöver ha en sådan, även för ett redan etablerat företag.

5.2.1 Föreläsning

Under föreläsningen så använde jag mig av en PowerPoint-presentation som hjälpmedel (se bilaga 1). Jag startade tillfället genom att ha en genomgång av vad mitt examensarbete handlar om och vad syftet med det är. Jag har inte samlat alla delägarna tidigare under projektets gång, utan kommunikationen har skötts via telefonen mestadels, så det var nödvändigt med en genomgång. Föreläsningen fortsatte sedan med ämnet ”vad är entreprenörskap?”. Entreprenörskap är ett relativt nytt ord och begreppet kan ofta kännas främmande och många företagare tror att det är något som inte alls berör dem. Men efter att ha lärt känna delägarna i JRT Bygg lite närmare så har jag sett att de innehar en hel del av de egenskaper som en entreprenör besitter och jag kände att det var relevant att gå genom innebörden av entreprenörskap.

Vi gick sedan vidare med ”entreprenörers påverkan på ekonomin” och också på samhället i övrigt. Eftersom JRT Bygg strävar efter att inte ha några anställda så kan man lätt glömma bort att företaget ändå har en påverkan på samhället. De saker som vi nämnde var att de skapar arbete inte bara för sig själva utan också för underleverantörer. Genom sitt arbete så bidrar de till en ökad välfärd.

Eftersom delägarna har kommit med i företaget under olika tidpunkter så var det intressant att ställa frågan ”varför blir man entreprenör?”. Den som var med när företaget grundades, Jonas, så behövde ett företag för att genom det kunna hyra ut arbetskraft åt ett större byggföretag i Österbotten. Robert och Tommy köpte in sig i företaget ett par år senare eftersom de var less på sina tidigare arbetsplatser och över att ha en chef. För ett och ett halvt år sedan så anslöt sig Staffan till företaget. Han fick en förfrågan från de andra delägarna, och eftersom han länge hade känt att han behöver få utlopp för sina idéer och

drömmar så var steget att tacka ja inte så stort. Vi diskuterade också vad skillnaden mellan företagare och entreprenör är.

Efter att vi hade gått genom ämnet entreprenörskap så gick jag över till att berätta om affärsplanen och dess innehåll. Jag berättade vad en affärsplan är och vad syftet med den är. För JRT Bygg så är syftet med en affärsplan att den skall fungera som en ritning för deras företag. Att delägarna skall ha något att gå tillbaka till under de perioder när de funderar över varför de håller på med det som de gör. Alla företagare kommer att komma till en punkt där man börjar tvivla på om man gör det som man verkligen vill. I sådana fall är det bra att ha sina mål nedskrivna och kunna ta fasta på dem.

5.2.2 Utvärdering av föreläsningen

Föreläsningen flöt på bra. Jag kunde delge den information jag hade på ett sådant sätt att delägarna förstod vad jag pratade om. Eftersom det var en interaktiv föreläsning där vi diskuterade under tiden så föll det sig naturligt att de frågade upp om det var något som de inte förstod eller om det var något de ville vidareutveckla. Delägarna på JRT Bygg har haft en inställning till sitt företagande att de ”mårar åpå” vilket betyder att de ”håller igång” men inte kanske så mycket utöver det. Detta har gjort att ordet entreprenörskap har känts främmande för dem och när jag började berätta vad entreprenörskap är så blev de först lite skeptiska. Men efter att vi började gå genom skillnaderna på företagare och entreprenörer så insåg de att de nog har en entreprenöranda i sig. Deras kommentar var att ”en dag så är man mera företagare medan man en annan dag kan vara entreprenör ut i fingerspetsarna”.

Endast en av delägarna har sett den befintliga affärsplanen så därför var allting gällande affärsplan och vad en affärsplan medför relativt okänt för dem. Men under tiden vi gick genom delarna av vad en affärsplan bör innehålla så började de förstå innebörden. Det var också flera saker som de konstaterade att de redan har gjort i praktiken men som de inte har satt en benämning på. Bland annat så är marknadsanalys en del av JRT Byggs vardag. De går ofta genom vad det finns för efterfrågan och behov av. Och även vem deras målgrupp är och hur konkurrensen ser ut.

6 AFFÄRSPLANEN

I denna del av arbetet så gör jag en utvärdering av JRT Byggs befintliga affärsplan. Jag går genom hur den är uppbyggd och dess innehåll. Jag berättar också om hur jag gått tillväga när jag har gjort den nya uppdaterade affärsplanen. Till viss del så delger jag innehållet i affärsplanen men de delar som innehåller känslig information utelämnas.

6.1 Utvärdering av befintlig affärsplan

JRT Byggs befintliga affärsplan (bilaga 2) så gjordes i samband med grundandet 23.2.2014. Affärsplanen gjordes av en av grundarna som inte längre är en del av JRT Bygg. När företaget grundades så hette det Oneunique Ab och syftet med affärsplanen var att kunna delge eventuella finansiärer uppgifter om företaget. Affärsplanen börjar med en sammanfattning av vad företagens verksamhetsområde består av, i huvudsak uthyrning av arbetskraft och entreprenadarbeten i byggindustrin.

En vision är ju ett företags huvudsakliga mål. Men under rubriken vision i affärsplanen så framkommer istället en beskrivning av vad arbetet kommer att bestå av och hur företaget skall gå tillväga för att kunna få igång en omsättning. Jag anser att den del som skribenten kallar för vision är mera av en affärsidé. Man får ingen bild av vad företagens framtida mål är, endast av vad ägarna kommer att göra för att hålla företaget i rullning.

Sedan fortsätter affärsplanen med kort information om företaget och dess ägare. I marknadsanalysen så lyfter skribenten fram företagens dåvarande kunder och konkurrenter. Hen beskriver även hur framtidens arbete ser ut och hurdant konkurrensunderlaget är. Det kommer även fram vad företaget kommer att behöva göra för att hålla sig i framkant i förhållande till konkurrenterna.

Affärsplanen fortsätter med en del som skribenten kallar för prissättning. I den delen framkommer företagens timdebitering vid uthyrning av arbetskraft och vid försäljning av andra tjänster. I marknadsföringsplanen så beskrivs vilka kanaler företaget kommer att använda sig av i marknadsföringssyfte. Det finns dock ingen plan i hur ofta marknadsföringen kommer att ske eller vad innehållet kommer att vara.

I den sista delen av affärsplanen så beskrivs kapitalbehovet för företaget. Det finns inga beräkningskalkyler, utan kapitalbehovet beskrivs med hjälp av tre meningar där det framkommer hur mycket kapital

som behövs för företaget att komma igång och vad den största delen av pengarna kommer att gå till. Dessa kostnader består av inköp av maskiner och verktyg.

En affärsplan behöver inte vara lång och invecklad för att vara fullt fungerande. Och med lite finjusteringar så skulle den befintliga affärsplanen vara fullt funktionsduglig. Men eftersom företaget har genomgått stora förändringar sedan affärsplanen blev uppgjord så är den föråldrad och stämmer inte alls överens med hur JRT Bygg ser ut idag. Min slutsats är att JRT Bygg är i behov av en ny och uppdaterad affärsplan.

6.2 Ny affärsplan för JRT Bygg Ab

Vid uppbyggnaden av JRT Byggs nya affärsplan så har jag försökt att sammanfatta all information kort och göra hela affärsplanen relativt enkel. Detta eftersom jag vill att delägarna enkelt skall kunna hämta information eller ändra på innehållet utan att det känns svårt och som ett stort uppdrag. Affärsplanen skall vara tillgänglig för alla delägarna och alla skall känna att de kan använda den oavsett tidigare erfarenheter av kontorsarbete och dokumenthantering.

På den första sidan av affärsplanen (bilaga 3) så beskriver jag kort vad affärsplanen är: " Affärsplanen är en överblick över företaget och innehåller vår strategi, affärsidén, framtidsplaner, mål samt vad företaget ska göra för att nå sina mål". Jag har även infogat kontaktuppgifter till den delägare som har störst inblick i kontorsarbetet och handhar försäljningen. Därefter följer en innehållsförteckning för att läsaren skall ha bättre överblick över hur affärsplanen är upplagd. En tydlig och snygg layout förenklar för läsaren och gör att det är roligare att arbeta med affärsplanen.

6.2.1 Vision/Mission

Själva innehållet i affärsplanen börjar med en sammanfattning där jag har presenterat JRT Byggs företagsidé. I affärsidén nämns ett tydligt behov och vad JRT Bygg erbjuder som en lösning på behovet. I sammanfattningen kommer också företagens vision och mission fram. JRT Byggs mission är att vi kan bygga upp ett eget kapital så att vi kan färdigställa hela rad- och parhusområden innan vi påbörjar försäljningen. Deras vision är att vara nejdens främsta byggnadsentreprenad gällande rad- och parhusbyggen.

6.2.2 4P-modellen

Huvudkapitlet i affärsplanen har jag valt att kalla för ”strategi”. I strategidelen framkommer JRT Byggs målgrupp, erbjudande, konkurrens, marknadsanalys, mål, SWOT-analys, risker och en presentation av JRT Bygg teamet. JRT Byggs målgrupp är kunder som är i behov av den bostadslösning som JRT Bygg erbjuder. Därför har jag i samma del i affärsplanen där jag beskriver målgruppen även skrivit om erbjudande. Det som JRT Bygg erbjuder har jag beskrivit med hjälp av 4P-modellen. De fyra P:n består av product, place, promotion och price. Vilket betyder produkt, plats, marknadsföring och pris. I produkt-delen har jag nämnt de bostadslösningar som JRT Bygg erbjuder. JRT Byggs plats där de påbörjar ett projekt är beroende av behovet finns. Därför behöver de utifrån en marknadsanalys avgöra var de skall göra nästa satsning.

Marknadsföringen sköter JRT Bygg idag genom sitt Instagramkonto och på sin hemsida www.jrt-bygg.fi. Företagets hemsida är snygg och lättnavigerad och där hittar man all den information som berör tidigare projekt och nuvarande projekt. Man hittar även alla delägarnas kontaktuppgifter. Det som jag ännu saknar på hemsidan är företagets vision och mission och en lite mer ingående presentation av företaget och hur delägarna arbetar. Företagets Instagramflöde har fina bilder från pågående projekt men delägarna kunde uppdatera lite oftare så att man kan se att de är aktiva inom marknaden och ett hett alternativ vid val av byggnadsentreprenad. Vid försäljning och marknadsföring av nya projekt så borde JRT Bygg även använda sig av marknadsföring genom den lokala dagstidningen, för att nå ut till en större kundkrets.

6.2.3 Marknadsanalys

Vidare i affärsplanen så kommer vi in på marknadsanalysen. En marknadsanalys kan vara väldigt ingående och man kan använda sig av olika grafer för att visa ett resultat. Men som jag antydde tidigare så har jag valt att göra det enkelt för delägarna i JRT Bygg. Jag har sammanfattat i textformat hur marknaden ser ut i dagsläget. I marknadsanalysen framkommer marknaden storlek nu och ett par år framöver och också kundkretsen. Jag presenterar även en av JRT Byggs nyckelkunder som kan komma att spela en viktig roll framöver, om det skulle vara så att nyproduktionsmarknaden skulle bli mättad för en tid.

I och med marknadsanalysen så fick jag även fram vem som är JRT Byggs konkurrenter i dagsläget. I Jakobstadsnejden finns det ganska många byggföretag som är nystartade och med en relativt liten omsättning. De ser delägarna på JRT Bygg nog som konkurrenter men inte som något större hot i dagsläget. De som är JRT Byggs främsta konkurrenter är Bohouse, Jake Bygg och Nordic Byggtjänst. I affärsplanen så presenterar jag de ovannämnda företagen lite närmare. Jag beskriver deras starka sidor men även de fördelar JRT Bygg har gentemot dem.

6.2.4 Teamet

För eventuella finansiärer och samarbetspartners skull så är det viktigt att man berättar lite mera om sig själv i en affärsplan. Men det är också lärorikt för en själv att skriva ner information om sig själv. Genom att man gör det så kan man få en annan synvinkel på hurdan man är som person och vilka egenskaper man besitter. I JRT Byggs affärsplan har jag valt att kalla denna del för ”teamet”. Teamet i JRT Bygg består av fyra delägare, Jonas, Robert, Tommy och Staffan. Jag har kortfattat skrivit om var och ens livssituation och om deras egenskaper. Jag har valt att lyfta fram de egenskaper som kompletterar teamet. När delägarna är medvetna om dessa egenskaper så kommer de att kunna lägga mer fokus på dem, och det gör i sin tur teamet ännu starkare och mer sammansvetsat.

6.2.5 Mål

Det som jag anser är det viktigaste i en affärsplan är mål. Genom upplagda mål så kommer man att enklare komma framåt. Man har något att sträva mot och det ger en motivation när man har uppnått ett mål och ser ett resultat på det man planerade för t.ex. ett halvt år sedan. Det är bra att ha både kortsiktiga mål, men även mål som sträcker sig längre framåt i tiden. För JRT Bygg så har vi satt upp ett huvudmål som också är en del av företagets vision. Delägarnas huvudmål är att alltid kunna utföra ett arbete som de lämnar över till kunden med stolthet. Sedan har vi även satt upp mål för 10 år framåt. Och tanken med denna lista på mål är att de skall kunna fylla på den vartefter nya idéer och tankar dyker upp och med jämna mellanrum utvärdera hur de har lyckats och vad de skulle kunna göra annorlunda för att eventuellt lyckas ännu bättre.

6.2.6 SWOT-analys

Genom att göra upp en enkel SWOT-analys som visar styrkor, svagheter, möjligheter och hot så får man en klar överblick över företagets situation. För JRT Bygg så visar SWOT-analysen att företagets styrkor är att delägarna har ett stort kontaktnät, de har stor kompetens och de har specialiserat sig på en specifik produkt som särskiljer sig från konkurrenternas. Deras svagheter är att de alla befinner sig i familjesituation som är ganska krävande i och med småbarn och husbygge även privat. Detta gör att det är svårt att hitta en balans mellan arbete och privatliv utan att de känner skuld till endera hållen. En annan svaghet är att de inte har någon tidigare erfarenhet av företagsamhet och även språkförbristningar kan ses som en svaghet.

JRT Byggs möjligheter är att det alltid kan hitta nya marknadsområden geografiskt sett om det skulle vara så att marknaden blir mättad i Jakobstadsnejden. Som byggare så finns det arbete över hela Finland och om man så vill även utanför landets gränser. En annan stor möjlighet för JRT Bygg är företagets nyckelkund som jag nämnde tidigare. Hot för JRT Bygg i dagsläget är i första hand konkurrenternas aktivitet och även att marknaden i närområdet skulle bli mättad.

<p>STRENGTHS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stort kontaktnät • Stor kompetens • Inriktad på specifik produkt 	<p>WEAKNESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Familjesituation • Ingen erfarenhet av företagsamhet • Språkförbristning
<p>OPPORTUNITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nya marknadsområden • nyckelkund 	<p>THREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konkurrenternas aktivitet • Mättnad av marknaden i närområdet

FIGUR 4. JRT Byggs SWOT-analys.

6.2.7 Risker

JRT Byggs svagheter och hot är också en del av riskerna. När man är medveten om sina risker så behöver man gå genom dem och leta efter lösningar och saker som förenklar om en situation skulle uppstå. Familjesituation - Eftersom de alla befinner sig i liknande familjesituationer så gör det att de är förstående om det uppstår problem inom familjen. Ingen erfarenhet inom företagsamhet – Gå kurser inom företagsamhet för att få mera kunskap. Språkförbristning – Våga utsätta sig för situationer som kräver att de

pratar det andra inhemska språket. Konkurrenternas aktivitet – de behöver alltid ha koll på vad deras konkurrenter gör genom en uppdaterad marknadsanalys och försöka att alltid gå steget före. Mättnad av marknaden – de behöver ha dörrarna öppna för marknadsområden som eventuellt kräver att de jobbar på en ort längre hemifrån under en tid.

6.2.8 Finansiell information

I den finansiella delen i en affärsplan bör all information finnas som är relevant vid sökande efter eventuella finansiärer. Denna del är speciellt viktig vid företagsstarten då man ansöker om startpeng och bidrag. Så är ju inte fallet för JRT Bygg, men eftersom företaget ännu är i behov av finansiell hjälp vid påbörjande av stora egna projekt såsom ett helt radhusområde så kan denna del ändå komma till användning. Därför har jag gjort en kostnadskalkyl på det senaste projektet för att kunna använda det som underlag när man påbörjar nästkommande projekt.

Kostnadsberäkning radhusområde 11 lokaler

Anslutnings el + avlopp		Bolagslån	
element		Försäljning	
sockel		Totalt	
ventilation &vvs			
El			
Plåt		Byggkostnader	
inredning		Arbetskostnader	
Takstolar biltak		Totalt	
Material Biltak			
Köksmaskiner			
Styrox		Försäljningspris	
Panel biltak			
Betongnät		Vinst	
Betong golv			
avfallshus			
Sundströms			
Gårdsplan asfalt+gräs			
målningstjänster			
Mål			
Biltak dörrar			
Blåsull biltak			
Fönster biltak			
<i>Inredning</i>			
-Kakel			
-Golv			
-Mål			
-Listar			
-Mellandörrar			
-Mdf tak			
-Bastupanel			
-bastulave			
-vattenisolering			
Övriga kostnader			
Ställningar			
Slipmaskin			
Övrigt			
Vibrator			
Totalt:			

FIGUR 5. Kostnadsberäkning från JRT Byggs affärsplan

7 SAMMANFATTNING

Orsaken till att jag valde detta ämne att skriva om i mitt examensarbete var att jag under min studietid har ställt mig följande frågor: vad är en företagare och vad är en entreprenör? Genom litteraturstudier har jag fått fram fakta som besvarar frågan. Både företagaren och entreprenören driver ett företag. Det som skiljer dem åt är att entreprenören inte kommer att nöja sig med att bara driva ett företag. Entreprenören är den som har ett driv och är innovativ och vill ta sitt företag till en ny nivå. Jag kan konstatera att entreprenörskap inte är något som passar för alla, utan det krävs ganska mycket för att man skall lyckas som entreprenör.

Min andra fråga var: vad är det som krävs för att man skall lyckas med sitt företag och nå de visioner man har? En sak som en god entreprenör behöver är planering och dokumentering. När man driver ett företag så är en affärsplan ett oumbärligt hjälpmedel. Och det var mitt andra mål med mitt examensarbete, att genom litteraturstudier kunna sammanfatta vad som behövs i en affärsplan och hur man lägger upp en sådan. Jag kunde sedan med hjälp av det jag hade fått fram analysera JRT Byggs nuvarande affärsplan och även skriva en ny till dem. Jag har kunnat delge de kunskaper som jag har fått genom mitt arbete till delägarna på JRT Bygg, som är min uppdragsgivare för examensarbetet. Detta har jag gjort genom en interaktiv föreläsning som blev väldigt lyckad.

Min förhoppning är att JRT Byggs delägare kommer att ha nytta av den information jag har givit dem om entreprenörskap, och att de tack vare den ska kunna utvecklas som företagare och våga tillåta sitt företag att växa och nå de mål och visioner som de har. Jag hoppas också att de kommer att ha nytta av affärsplanen och att de kan använda sig av den. Men ännu hellre att de kommer tillbaka till den och gör ändringar i takt med att företaget förändras.

Jag har under tiden jag har skrivit mitt examensarbete fått många nya insikter inom entreprenörskap. Jag har fått svar på mina frågor och det har lett till att nya frågor om entreprenörskap har dykt upp och givit mig en fortsatt nyfikenhet för ämnet. Min förhoppning är att jag i mitt framtida yrke kommer att ha nytta av det som jag har lärt mig, speciellt eftersom detta ämne är av stort intresse för mig.

KÄLLOR

Almi. 2019. Vision & Mål. Tillgänglig: <https://www.foretagande.se/starta-eget-vision-mal>. Läst: 11.10.2019

Almstedt, L. 2012. Affärsidé och vision – verksamhetens ryggrad. Tillgänglig: <https://www.motivation.se/innehall/affarside-och-vision-verksamhetens-ryggrad/>. Läst: 11.9.2019.

Attstarta.se. 2019. En affärsplan för riktning och investeringar. Tillgänglig: <https://attstarta.se/starta-eget/affarsplan/>. Läst: 11.9.2019.

Berry, T. 2019. What is a business plan? Tillgänglig: <https://articles.bplans.com/what-is-a-business-plan/>. Läst: 18.9.2019.

Brotte, T. 2019. Interaktiva möten. Tillgänglig: <https://interaktivamoten.se/interaktiva-moten/>. Läst: 13.11.2019.

Concordia. 2019. Rådgivning för nya företag. Tillgänglig: <https://www.concordia.jakobstad.fi/foretagstjanster/radgivning-med-full-service-for-nya-foretag/>. Läst: 18.9.2019.

Eisenmann, T, R. 2013. Entrepreneurship: a working definition. Tillgänglig: <https://hbr.org/2013/01/what-is-entrepreneurship>. Läst: 25.9.2019.

Elkins, L. 2019. The Dark Side Of Entrepreneurship: What Every Coach Should Know About 'Failure'. Tillgänglig: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2018/08/10/the-dark-side-of-entrepreneurship-what-every-coach-should-know-about-failure/#4f61567840de>. Läst: 7.10.2019.

Evira. 2019. Livsmedelslokaler. Tillgänglig: <http://aineisto.ruokavirasto.fi/evira20181231/www/sv/livsmedel/tillverkning-och-forsaljning/livsmedelslokaler/index.html>. Läst: 11.10.2019.

Expertvalet. 2017. Vad är en swot-analys. Tillgänglig: <https://www.expertvalet.se/blogg/2014/08/vad-är-en-swot-analys>. Läst: 18.9.2019.

Ferreira, N, M. 2019. What is Entrepreneurship? Entrepreneur Definition and Meaning. Tillgänglig: <https://www.oberlo.com/blog/what-is-entrepreneurship>. Läst: 25.9.2019.

Finch, B. 2010. Att skriva en affärsplan. Tredje upplagan. London, Kogan Page Ltd.

Flintberg, B. 2014. Kraschen. En bok om kriser, konkurser och andra baksidor av entreprenörskap. Hoi förlag.

Genero. 2019. Growth marketing. Tillgänglig: <https://generodigital.se/>. Läst: 10.10.2019.

Grant, M. 2019. Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT) Analysis. Tillgänglig: <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>. Läst: 18.9.2019.

Grindvall. 2019. 10 egenskaper som visar att du är entreprenör. Tillgänglig: <https://vismaspcs.se/ditt-foretagande/driva-eget-foretag/entreprenor-egenskaper>. Läst: 15.10.2019.

Hill, B. 2019. What information does a business plan contain. Tillgänglig: <https://smallbusiness.chron.com/information-business-plan-contain-2769.html>. Läst: 17.9.2019.

Hofstrand, D. 2016. Vision and Mission Statements. A Roadmap of Where You Want to Go and How to Get There. Tillgänglig: <https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c5-09.html>. Läst: 11.9.2019.

IVA. 2019. Entreprenörskapsakademien. Tillgänglig: <https://www.iva.se/projekt/entreprenorskapsakademien/>. Läst: 16.10.2019.

Jansson, I. 2011. Entreprenörskap – från idé till verklighet. Första upplagan. Stockholm, Liber AB.

Johnson, A. 2012. Driftiga entreprenörer en viktig del av vår historia. Tillgänglig: https://www.svensktnaringsliv.se/fragor/entreprenorskaps-i-skolan/driftiga-entreprenorer-viktig-del-av-var-historia_560681.html. Läst: 16.10.2019.

Kets de Vries, M, F, R. 1985. The dark side of entrepreneurship. Tillgänglig: <https://hbr.org/1985/11/the-dark-side-of-entrepreneurship>. Läst: 7.10.2019.

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend. 2010. Den kvalitativa forskningsintervjun. Lund, Studentlitteratur AB.

Marknadsanalyser. 2019. De viktigaste delarna i en affärsplan. Tillgänglig: <http://www.marknadsanalys.se/de-viktigaste-delarna-i-en-affarsplan/>. Läst: 17.9.2019.

Melbäck, J. 2019. Varför är det viktigt att göra marknadsanalyser. Tillgänglig: <https://prognoscentret.se/varfor-ar-det-viktigt-att-gora-marknadsanalyser/>. Läst: 17.9.2019.

Nordea. 2019. Marknadsanalys. Tillgänglig: <https://www.nordea.fi/sv/foretag/ditt-foretag/utveckla-ditt-foretag/expandera-till-nya-marknader/marknadsanalys.html>. Läst: 10.10.2019.

Parsons, N. 2019. How to write a business plan. Tillgänglig: <https://articles.bplans.com/how-to-write-a-business-plan/>. Läst: 17.9.2019.

PwC. 2016. Guide till en vinnande swot-analys. Tillgänglig: <https://blogg.pwc.se/foretagarbloggen/guide-till-en-vinnande-swot-analys>. Läst: 18.9.2019.

Redaktionen i Affärsplanen. 2014. Skriva en affärsplan. Tillgänglig: <https://www.foretagande.se/skriva-en-affarsplan>. Läst: 11.9.2019.

Rito, M. 2019. Allt du behöver veta om att skriva affärsplan. Tillgänglig: <https://vismaspcs.se/ditt-foretagande/starta-eg-et-foretag/skriva-affarsplan>. Läst: 11.9.2019.

Rudolf, C. 2010. Skillnaden mellan en företagare och en entreprenör. Tillgänglig: <https://disruptive.nu/2010/11/17/skillnaden-mellan-en-foretagare-och-en-entreprenor/>. Läst: 11.9.2019.

Shobhit, S. 2019. Entrepreneurs and Entrepreneurship Defined. Tillgänglig: <https://www.investopedia.com/articles/investing/092514/entrepreneur-vs-small-business-owner-defined.asp#entrepreneurship>. Läst: 3.10.2019.

Spring, M. 2014. Are You a Small-Business Owner or an Entrepreneur? The Difference Is Important. Tillgänglig: <https://www.entrepreneur.com/article/233919>. Läst: 30.9.2019.

Svenska folkskolans vänner. 2019. SWOT-analys. Tillgänglig: https://foreningsresursen.fi/foreningsarbete/metoder/swot_analys/. Läst: 18.11.2019.

Uusiyrityskeskus. 2019. Guiden bli företagare i Finland. Tillgänglig: https://www.uusiyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2019/04/SUK_perustamisopas2019_RUOTSI_verkkoon.pdf. Läst: 10.10.2019.

Vero. 2019. Moms på fordon. Tillgänglig: https://www.vero.fi/sv/foretag-och-samfund/om-foretagsbeskattningen/momsbeskattning/anskaffning_anvandning_och_forsaljning_. Läst: 11.10.2019.

Visma. 2019. 10 egenskaper som visar att du är entreprenör. Tillgänglig: <https://vismaspcs.se/ditt-foretagande/driva-eget-foretag/entreprenor-egenskaper> 30.9.2019. Läst: 30.9.2019.

Yrittäjät. 2019. Guide to starting your own business. Tillgänglig: https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/sy_yrityksen_perustamisen_opas_a4_vaaka_eng.pdf. Läst: 10.10.2019.

FRÅN FÖRETAGSAMHET TILL ENTREPRENÖRSKAP

Vad är
entreprenörskap?



Entreprenörskap är strävan efter möjligheter utöver kontrollerade tillgångar – Howard Stevenson



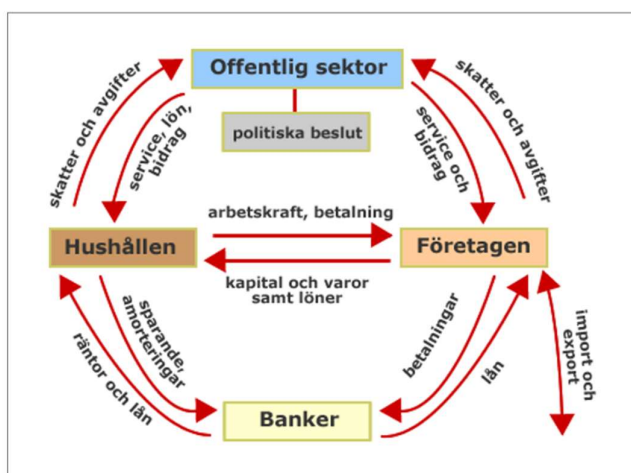
Kapaciteten och viljan att utveckla, organisera och driva ett företag, vid sidan av alla dess risker – Businessdictionary



Ta drömmar och karriärer i egna händer och leda dem i den riktning som man själv vill.



Livsstil



Entreprenörers
påverkan på
ekonomin

- Skapar arbete
- Skapar förändring
- Ger till samhället
- Ökad välfärd

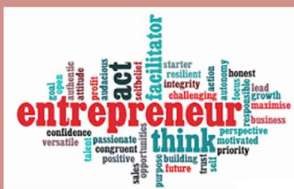
Varför blir
man
entreprenör?

»Entrepreneurship is not a magic, is not mysterious, and it has nothing to do with genes. It is a discipline. And like and discipline it can be learned»

-P. Drucker

En entreprenörs egenskaper

En vilja till förändring	Kreativitet	Flexibilitet	Risk-tagare	Skapar möjligheter
Ifrågasättande	Kontrollbehov	Outtröttligt driv	Nyfiken	Ambitös



hellre be om ursäkt än om tillåtelse

-Pauline Grindvall



BAKSIDAN AV ENTREPRENÖRSKAP

Företagare vs
entreprenör

*Ett land behöver företagaren för att hålla
ihop ekonomin och entreprenören för att
driva det framåt.*

AFFÄRSPLAN



- Affärsidé
- Om dig
- Produkt
- Marknaden
- Marknadsföring
- Företagsform
- Lokal/utrustning
- Ekonomi
- Mål
- SWOT-analys

FRÅGOR?

Tack för er uppmärksamhet!