

Företagsekonomi B

EKONOMI



Innehåll

	Sidan
Välkommen till kursen Företagsekonomi B	4
Kursmaterial	5
Kursens uppläggnig	5
Examination	6
Kursens innehåll	6 - 8
Litteraturtips	8
Bra länkar på Internet	8 - 9
Mål för kursen	10
Betygskriterier	10 - 11
Studietips	12
Studieenhet 1	13 - 16
Studieenhet 2	17 - 21
Studieenhet 3	22 - 23
Studieenhet 4	24 - 25
Studieenhet 5	26 - 30
Studieenhet 6	31 - 36
Studieenhet 7	37 - 43
Studieenhet 8	44
Facit till studieenhet 8	45 - 47

CFL ansvarar inte för fortsatt uppdatering av kursmaterialet.

Vuxenutbildare har full rättighet att återanvända materialet efter eget behov.

/09-2004

Välkommen

till kursen i

Företagsekonomi B

Vi hälsar dig välkommen till ämnet Företagsekonomi B som är en fortsättning på A-kursen. Studiehandledningen kommer att ge dig information om kursens uppläggning och mål. Vidare får du en kort vägledning till och fördjupning av de olika kapitlen i din lärobok.

Allmän studieinformation

Vad kursen innebär

Företagsekonomi A gav dig grundläggande ekonomiska kunskaper. I B-kursen kommer du både att fördjupa dig i ämnet och också lära dig nya områden. Du kommer att möta förutsättningar för företagandet, olika företagsformer, marknadsföring samt grunderna inom de ekonomiska rutinerna, kalkylering, budgetering, bokföring och bokslut.

Ekonomi är ett ämne som ständigt förändras p.g.a. politiska beslut, vår omvärldsstruktur och den snabba utvecklingen. Detta gör att du kommer att ha stor nytta av kursen både i ditt privata liv, som samhällsmedborgare och i arbetslivet. Efter avslutad kurs kan du lättare ta till dig av det ekonomiska och juridiska informationsflödet i media.

Hur sätter du igång?

Börja med att läsa igenom all information fram till studieenhet 1 i handledningen. Titta också över allt material som ingår i kursen. Är det något oklart när det gäller ämnesfrågor tar du kontakt med din lärare.

Lycka till!

Kursmaterial

Följande material ingår i kursen.

Litteratur	MEGA Företagsekonomi
Författare	Albertsson Bengtsson Lindstrand Lundqvist
Förlag	Bonniers utbildning
	Studiehandledning samt 8 st studiearbeten.
	Information om vem som är och hur du når din handledare i ämnet.
	Information angående kurstillfällen samt anmälan till betygsprov.

Kursens uppläggning

Kursen i Företagsekonomi B är uppdelad i åtta studieenheter. Varje studieenhet avslutas med ett av de bifogade studiearbetena, som du lämnar till din lärare för bedömning.

Hela studiearbetet får ett omdöme. Det är inte betygsgrundande utan ger dig mer en egen kontroll över vad du behärskar av kursen.

Det är viktigt att du alltid försöker att lösa uppgifterna i studiearbetet. Är frågor helt obesvarade kommer det i annat fall att returneras till dig för ett nytt försök.

Examination

När dina åtta studiearbeten är godkända är det dags för examination.

Kursens innehåll

Studieenhet 1

- Läroboken kap 1 - En bransch med flyt
” 2 - Affärsidé
” 3 - Att starta företag
” 4 - Driva företag
” 5 - Räkna med resultat

Studieenhet 1 består av ovanstående kapitel, tillhörande uppgifter i problemboken samt studiearbete 1.

Studieenhet 2

- Läroboken kap 6 - Kostnader
” 7 - Lönsamhet
” 8 - Om åtgärders nollpunkt
” 9 - Grundläggande ekonomiska begrepp
” 10 - Inköp

Studieenhet 2 består av ovanstående kapitel, tillhörande uppgifter i problemboken samt studiearbete 2.

Studieenhet 3

- Läroboken kap 11 - Marknadsföring
” 12 - Marknader
” 13 - Reklam
” 14 - Hur görs reklam?
” 15 - Svensk TV-reklam
” 16 - Svensk radioreklam

Studieenhet 3 består av ovanstående kapitel, tillhörande uppgifter i problemboken samt studiearbete 3.

Studieenhet 4

Läroboken	kap	17	- Direktmarknadsföring
	”	18	- Personlig försäljning
	”	19	- Försäljare i närbild
	”	20	- Butiksnära åtgärder och publicitet
	”	21	- Prissättning
	”	22	- Marknadsplaner
	”	23	- Konkurrens i praktiken
	”	24	- Konkurrens i teorin

Studieenhet 4 består av ovanstående kapitel, tillhörande uppgifter i problemboken samt studiearbete 4.

Studieenhet 5

Lärobok	kap	25	- Balans och resultat
	”	26	- Budget
	”	27	- Debet och kredit
	”	28	- Dubbel bokföring
	”	29	- Kolumndagbok
	”	30	- EU-BAS 99
	”	31	- Årsredovisning

Studieenhet 5 består av ovanstående kapitel, tillhörande uppgifter i problemboken samt studiearbete 5.

Studieenhet 6

Lärobok	kap	32	- Moms
	”	33	- Fler affärshändelser
	”	34	- Ännu fler affärshändelser
	”	35	- Redovisning av eget kapital
	”	36	- Praktisk manuell bokföring
	”	37	- Datorbokföring
	”	38	- Periodiseringar
	”	39	- Analys

Studieenhet 6 består av ovanstående kapitel, tillhörande uppgifter i problemboken samt studiearbete 6.

Studieenhet 7

Lärobok	kap	40	- Vad motiverar människor i Arbetslivet?
	”	41	- Personalen
	”	42	- Samarbete
	”	43	- Organisation
	”	44	- Arbetsrätten
	”	45	- Företagens ekonomi
	”	46	- Både företag och privatpersoner betalar skatt
	”	47	- Företag av olika slag
	”	48	- Sverige är beroende av utrikeshandel
	”	49	- Betalningsbalansen
	”	50	- Europamarknaden betyder mest

Studieenhet 7 består av ovanstående kapitel, tillhörande uppgifter i problemboken samt studiearbete 7.

Studieenhet 8

Studieenhet 8 består av en repetitionsövning av hela kursen.
Facit till dessa övningar hittar du sist i handledningen.

Litteraturtips

Ekonomiska tidskrifter

- Du & Co (gratis på posten)
- Veckans affärer
- Privata affärer
- Dagens Industri
- Affärsvärlden
- Finanstidningen

E2000, Liber Ekonomi

Bra länkar på Internet

Här får du några förslag på länkar som kan ge dig information och fördjupa dina kunskaper.

Företagarna	www.fr.se
Sveriges Näringslivs ungdomssidor	www.radar.nu
Nyföretagarcentrum	www.nyforetagarcentrum.se
Startlinjen	www2.nutek.se/snippets/startlinjen.taf
Almi Företagspartner/Nutek	www.nutek.se/index.jsp
Patent o Registreringsverket	www.prv.se
Skattemyndigheten	www.rsv.se
Ung företagssamhet	www.ungforetagsamhet.se
Lemonade Stand	http://games.dictionaryof.com/lemonade
Ekonomiskt lexikon	www.svena.com/ekolex
Entreprenör	www.entreprenor.se
SIFO	www.sifo.se/home.asp
Institutet för entreprenörskaps- och småföretagsforskning	www.esbri.se/tidning
Portal för omvärldsanalys	www.bidigital.com

Du & Co	www.posten.se
Portal om marknadsföring	www.marknadsforing.nu
Sveriges reklamförbund	www.reklam.se
Nyhets tidning Resumé	www.resume.se
Sveriges Marknadsförbund	www.svemarknad.se
Konsumentverket	www.konsumentverket.se
Gör en marknadsplan	www.marknadsplan.com
Bokföringsprogram	www.lazy8.nu/index.sv.html
SPCS- Scandinavian PC System	www.spcs.se
Interaktiv kurs i bokföring	www.klickdata.se/GB1-CD.html
Bokföring - vad kräver lagen?	www.rsv.se/infotext/arbetsgivare/bokforing.html
En handledning i bokföring	www.bfn.se/ATTFORA/Att%20Fora%20Bok.pdf
Bokföringsnämnden	www.bfn.se
Rixlex Riksdagens publika Rixlex med bl.a. riksdagsdokument, information om ledamöter, EG-rätt.	www.riksdagen.se/debatt
Sverige direkt är det offentliga Sveriges gemensamma webbsida.	www.sverigedirekt.riksdagen.se
Rättsnätet - publikt. Produceras av Notisum AB och innehåller svensk lagsamling i fulltext och bl.a. adresser till domstolar och myndigheter.	www.notisum.se
Konsumentverket/KO sammanfattningar av de svenska konsumentlagarna.	www.konsumentverket.se
Allmänna reklamationsnämnden	www.arn.se
Konkurrensverket	www.kkv.se/indexns.html
Svenskt Näringsliv (SAF och Sveriges industriförbund)	www.svensktnaringsliv.se

Tänk på att länkar förändras eller upphör.

Mål

Mål som eleverna skall ha uppnått efter avslutad kurs

Eleven skall

förstå affärsidéns betydelse för företagande

ha kunskap om företagandets villkor och hur de förändras över tiden

ha förmåga att analysera, kritiskt bedöma och lösa problem för att kunna ta ställning i frågor som är viktiga för samhället, företaget eller individen

kunna ta ställning till etiska frågor och konsekvenser för miljön av företagsekonomiska beslut

ha kunskap om olika principer för organisation, ledarskap och samarbete

ha kunskap om olika företags verksamhet, uppbyggnad, företagsform och utveckling

kunna tillämpa principer och metoder för budgetering, finansiering och kalkylering

kunna tillämpa principer och metoder för marknadsföring och redovisning

kunna utföra ekonomiska arbetsuppgifter med hjälp av aktuell informationsteknik och i lämpliga arbetsformer.

Betygskriterier

Godkänd

Eleven resonerar kring affärsidéns betydelse för företagande.

Eleven beskriver grunddragen i det svenska näringslivets utveckling.

Eleven löser enkla företagsekonomiska problem, väger in etiska och miljömässiga aspekter samt sammanställer och presenterar resultaten.

Eleven redogör för vanliga företagsformer, några olika företags verksamhet och några vanliga principer för organisation och arbetsledning i företag.

Eleven upprättar enkla budgetar och kalkyler samt redogör för olika former av finansiering.

Eleven upprättar enkla affärsdokument, bokför vanliga affärshändelser samt upprättar och tolkar enkla bokslut.

Eleven upprättar en enkel marknadsplan samt beräknar kostnaden för planens genomförande.

Eleven använder med viss handledning informationsteknik vid enkla företagsekonomiska tillämpningar.

Väl godkänd

Eleven redogör för faktorer som påverkat det svenska näringslivets utveckling samt beskriver och analyserar troliga utvecklingstendenser.

Eleven jämför alternativa lösningar på enkla företagsekonomiska problem, med beaktande av etiska och miljömässiga aspekter.

Eleven motiverar i förhållande till konkreta situationer val av företagsform och organisationsprincip.

Eleven använder resultat av upprättade kalkyler som beslutsunderlag, analyserar budgetavvikelser samt bedömer olika former av finansiering.

Eleven påvisar sambanden mellan resultaträkning och balansräkning samt analyserar enkla bokslut.

Eleven upprättar en marknadsplan utifrån en vardaglig situation samt gör en lönsamhetsbedömning.

Eleven använder informationsteknik vid företagsekonomiska tillämpningar.

Mycket väl godkänd

Eleven analyserar autentiska företagsekonomiska ställningstaganden och föreslår adekvata lösningar till komplexa ekonomiska problem.

Eleven tolkar och värderar ekonomisk information samt bedömer hur förändringar i samhället påverkar företaget och dess villkor.

Studietips

Man kan naturligtvis studera på olika sätt och nå fram till goda kunskaper på skilda vägar. Kanske har du redan goda studievänor, som innebär att du läser effektivt. I så fall bör du hålla fast vid dem.

Här har du några allmänna råd som du kan ta nytta av.

Börja med att läsa innehållsförteckningen och skapa dig en bild över bokens uppläggning.

Därefter kan du göra en översiktsplanering för ditt arbete och dess innehåll för hela kursen.

Planera sedan ditt arbete i detalj för varje vecka så du får en bild över hur mycket du bör hinna för att hålla din personliga tidsram.

Läs igenom kapitlets samtliga rubriker och titta över eventuella bilder och diagram. Titta också igenom nyckelorden som du hittar efter kapitlets faktatext. Läs till slut igenom vad som står i din studiehandledning för det berörda kapitlet. Nu har du fått en god introduktion i kapitlets faktaområde och också en uppfattning om vad som anses viktigt.

Det är nu dags att börja läsa första kapitlet. Läs i din egen takt så får du största behållningen. Känn dig inte stressad när du läser.

Lös därefter uppgifterna i övningsboken. Företagsekonomi är problemlösning och beslutsfattande. För det krävs att man kan **tillämpa** fakta och teorier. Öva därför mycket på att lösa alla möjliga övningar.

När du gått igenom samtliga kapitel som tillhör en studieenhet på samma sätt är det dags att göra ett studiearbete.

Glöm inte att använda dig av sakregistret längst bak i boken!

Tänk på att postgången tar tid samt att din lärare behöver tid för att läsa och kommentera ditt studiearbete. Skicka därför studiearbetet för studieenhet 1 innan du börjar att arbeta med de kapitel som hör till studieenhet 2.

Gå noga igenom lärarens kommentarer när du får ditt studiearbete tillbaka och passa på att repetera berörda kapitel.

Studieenhet 1

Studieenhet 1 omfattar kapitlen 1 – 5 och behandlar

- Affärsidé
- Att starta företag
- Juridiska företagsformer
- Ekonomisk planering

Att privatekonomin hänger ihop med både företagsekonomi och samhällsekonomi är allmänt känt. Hushållen efterfrågar, företagen producerar varor och tjänster vilket i sin tur ger arbetstillfällena och skatteinkomster för samhället.

Vi är också både köpare och säljare på samma gång. Som konsument och företagare köper vi in varor och tjänster, dessutom säljer vi vår arbetskraft eller affärsidé som arbetstagare eller arbetsgivare. Alla intressen ska tas tillvara på den marknad där köpare och säljare möts för att göra affärer till ett pris som båda parter kan acceptera.

I en marknadsekonomi lever företagen i stark konkurrens med varandra där det gäller att ta så stora marknadsandelar som möjligt med sin produkt. För att uppnå detta krävs att företaget dels är lyhört för kundbehovet och dels kan nå ut till köparen genom rätt marknadsföring och reklam.

Affärsidé

Det mest grundläggande villkoret för att ett företag ska lyckas är att det genom sin affärsidé kan dominera ett eget område på marknaden. Det krävs först och främst ett kundbehov på marknaden men också en unik eller åtminstone bärande produktidé som kan tillfredsställa detta behov. Affärsidén ska också beskriva vilka resurser och vilket kunnande, den inre effektiviteten, som behövs i företaget för att ta fram produktidén som ska tillfredsställa detta behov.

Kundbehovet med precisering av företagets produkt och marknad brukas kallas för den yttre effektiviteten som genom själva varan eller tjänsten binds samman med den inre effektiviteten till en affärsidé.

Det är också viktigt att affärsidén sprids till alla inom företaget så att de anställda känner sig motiverade att lösa problem enligt affärsidéns grundtankar. Om personalen också har förståelse för affärsidén är det lättare att få alla i företaget att arbeta åt samma håll. Stämningen och vanorna som finns i företaget kallas för företagskultur, vilken också måste gå hand i hand med affärsidén för att det ska fungera på ett tillfredsställande sätt. I en bra affärsidé bör det också finnas rutiner med instruktioner, som gör det möjligt och enkelt för personalen, att i det dagliga arbetet kunna leva upp till affärsidéns formulering.

En affärsidé är inte statisk utan måste hela tiden utvecklas och förändras med hänsyn till att värderingarna och moralbegreppen i samhället förändras. Idag kräver marknaden miljöhänsyn från företagens sida och de flesta känner ett stort motstånd till att köpa produkter som producerats av barn eller som minskar vår världs regnskogsbestånd.

Utifrån affärsidé kan man utläsa vilken marknad företaget riktar in sig på. En del företag försöker inrikta sig på en egen specialmarknad eller nisch genom att kunskapsmässigt eller geografiskt specialisera sig.

Att starta företag

I Sverige och inom hela EU råder det näringsfrihet för medlemsländerna, vilket innebär att vem som helst som är bosatt inom Europeiska Unionen får starta företag. Det krävs dock att man är myndig och att man inte genom tidigare misskötsel har fått näringsförbud (förbud att driva företag) eller är försatt i konkurs.

För vissa branscher föreligger det också etableringskontroll vilket kräver att finansinspektionen eller regeringen ger sitt godkännande. Bland dessa branscher hittar vi t.ex. försäkringsbolag och banker. Det krävs också tillstånd för servering av alkoholhaltiga drycker eller för att få föra fram fordon i yrkesmässig trafik som till exempel för att driva ett taxiåkeri.

Dessutom kräver vissa områden en speciell utbildning som leder till legitimation eller auktorisation. Där hittar vi bland annat läkare, sjuksköterskor, elektriker, revisorer och fastighetsmäklare.

Juridiska företagsformer

Här ska du vara uppmärksam på att handelsbolag, kommanditbolag, aktiebolag och ekonomisk förening är *civilrättsligt juridiska personer*. Det innebär att det är företaget och inte ägarna som t.ex. ingår avtal eller kan ställas till svars vid ett eventuellt tvistemål.

Däremot är det endast aktiebolag och ekonomisk förening som *skatterättsligt är juridiska personer*. Både aktiebolaget och ekonomisk förening beskattas för eventuell vinst med statlig skatt på för närvarande 28 %. Dessa företagsformer betalar inte någon kommunalskatt.

När det gäller **handelsbolag** och **kommanditbolag** är det ägarna som deklarerar för vinsten i sin vanliga deklaration under inkomstslaget inkomst av näringsverksamhet och betalar både kommunal- och statlig skatt. Detsamma gäller ägaren av den enskilda firman.

I **aktiebolag** och **ekonomisk förening** kan ägarna vara anställda vilket innebär att företaget betalar ut lön till dem samt betalar in de sociala avgifterna i form av arbetsgivaravgifter.

I handelsbolag och kommanditbolag får ägarna göra privata uttag från resultatet (överskottet) liksom den enskilda näringsidkaren. Av dessa uttag gör sedan ägarna själva skattebetalningar samt inbetalning av den sociala avgiften i form av egenavgifter.

En annan form av förening som inte boken tar upp men som är mycket vanlig i vårt samhälle är **ideell förening**.

Ekonomiska föreningar driver ekonomisk verksamhet för att främja medlemmarnas ekonomiska intressen medan ideella förenings syfte och verksamhet är av ideell karaktär.

Ideella föreningar återfinns inom idrottslivet, nykterhetsorden, religiöst eller vetenskapligt samfund eller som ett politiskt parti. Hit hör också t.ex fackföreningar, branschorganisationer och hyresgästföreningen.

Det finns inte någon direkt lagstiftning för ideella föreningar utan föreningens verksamhet bestäms av oskrivna rättsprinciper. Den ideella föreningen är en juridisk person så snart som den har antagit stadgar och utsett en styrelse. Därmed blir inte heller medlemmarna ansvariga för föreningens skulder.

En **enskild firma** kräver inget startkapital och drivs av en enda ägare som är privatperson, det vill säga en fysisk person. Ägaren har ett obegränsat personligt ansvar för firmans skulder. En enskild firma behöver ej registreras hos PRV (Patent- och registreringsverket) men en registrering ger skydd för firmans namn.

För att bilda handelsbolag eller kommanditbolag krävs minst två delägare som är fysiska och/eller juridiska personer. När bolaget registreras hos PRV erhålls ett särskilt organisationsnummer. Ägarna i ett handelsbolag har både ett personligt och solidariskt ansvar för bolagets skulder och skyldigheter. Med solidariskt ansvar menas att vem som helst av ägarna kan krävas på eventuell skuld om inte bolaget kan betala.

I ett kommanditbolag kan man som kommanditbolagsdelägare bli ansvarig endast för sitt satsade kapital om det samtidigt också finns minst en komplementär, dvs en delägare som har obegränsat ansvar för bolagets skulder.

Ekonomisk planering

I kapitel 5 – 8 samt delar av kapitel 9 kommer du att lära dig de grundläggande begreppen för kostnads- och intäktsanalys i ett företag.

Resultatplanering och lönsamhetsberäkning genom att budgetera är en absolut nödvändighet för ett företag. Begreppen intäkter, kostnader och resultat sammanfattar allt som händer i ett företag.

Ett företag är inte lagligen skyldig att upprätta kalkyler och budgetar men det krävs för att kunna styra företaget. Detta kallas ekonomistyrning eller ekonomisk planering.

Företagsledningen måste bland annat ha grepp om vilka intäkter och kostnader som företaget beräknas få under verksamhetsåret. I resultatbudgeten, som är den viktigaste budgeten för företagets långsiktiga överlevnad, beräknas företagets resultat genom att intäkterna minskas med kostnaderna.

Intäkter – Kostnader = Resultat

Om det budgeterade resultatet blir positivt går företaget med vinst, men om det budgeterade resultatet blir negativt går företaget med förlust. Efter verksamhetsårets slut jämför man sedan budgeten med det verkliga resultatet, det så kallade utfallet. Siffrorna för det verkliga resultatet finns upptagna i företagets bokföring.

Därefter gör företaget en uppställning som visar skillnaden mellan budget, utfall och avvikelse. Avvikelsen är skillnaden mellan den resultatbudget som företaget har beräknat och det verkliga utfallet.

Om företaget har sålt mer än vad de budgeterat eller varukostnaden blivit lägre än vad man förutspått är avvikelsen till fördel för företaget vilket anges med ett plustecken (+). Om de däremot har sålt mindre än vad som beräknats eller varukostnaden blivit högre är det till nackdel för företaget och avvikelsen anges med ett minustecken (-).

För att resultatet ska kunna jämföras med tidigare verksamhetsår samt med andra företag inom samma eller andra branscher gör man olika lönsamhetsmåttberäkningar. Framförallt är ägarna intresserade av om kapitalet de satsat i företaget har gett den avkastning som de förväntat sig. Boken visar hur du beräknar räntabiliteten på det egna kapitalet.

Nu är det dags för första studiearbetet!

Studieenhet 2

Studieenhet 2 omfattar kapitel 6 - 10 och behandlar

- Grundläggande ekonomiska begrepp
- Nollpunkt
- Säkerhetsmarginal
- Marginal och pålägg
- Särintäkter och särkostnader
- Inköp

Grundläggande ekonomiska begrepp

Det är viktigt att du kan skilja på utgift, kostnad och utbetalning samt inkomst, intäkt och inbetalning.

Du kan börja med att repetera dessa begrepp som du ska kunna.

- En **utgift** uppstår vid anskaffningstillfället dvs. inköpspriset för anskaffad resurs, en vara eller tjänst.
- En **kostnad** är priset för de resurser som förbrukas under en viss period t.ex. räkenskapsåret. En periodiserad utgift blir en kostnad i resultatbudgeten.
- En **utbetalning** måste förr eller senare göras för den anskaffade resursen, vilket innebär att betalningsmedel lämnar företaget.

Exempel

Om du köper en liter mjölk kontant så uppstår både utgiften och utbetalningen vid inköpstillfället medan kostnaden uppstår när du förbrukar mjölken. Tillgången finns kvar i form av mjölk i kylskåpet istället för i pengar.

- En **inkomst** är en ersättning för en utförd prestation dvs. en försäljning av en vara eller tjänst.
- En **intäkt** är den del av inkomsten som gäller för en avgränsad period t.ex. räkenskapsåret. En intäkt är alltså en periodiserad inkomst. Eftersom inkomst och intäkt i regel hör till samma period blir det oftast ingen skillnad på begreppen.
- En **inbetalning** innebär att betalningsmedel kommer in i företaget antingen omedelbart, vid kontant försäljning, eller efter en viss tid, vid kreditförsäljning.

Kritiska punkten eller nollpunkten

Nedan hittar du en bra uppställning för att repetera och förstå sammanhangen.

Förs.pris/st	Förs.pris/st =	Försäljningspris/styck
<u>-RK/st</u>	RK/st =	Rörlig kostnad/styck
TB/st x antal = TTB	TB/st =	Täckningsbidrag/styck
<u>- FK</u>	TTB =	Totala täckningsbidraget
Resultat	FK =	Fasta kostnaden

När totala täckningsbidraget är lika stort som den fasta kostnaden blir det nollresultat dvs. ingen vinst men däremot är alla kostnader täckta. Detta kallas nollpunktsomsättningen som krävs för att **inte** företaget ska gå med förlust.

Exempel 1

Anta att en varas försäljningspris är 1 000 kr och den rörliga kostnaden är 500 kr. De fasta kostnaderna är 200 000 kr och företaget räknar med att sälja 500 st.

Förs.pris/st	1000				
<u>-RK/st</u>	<u>-500</u>				
TB/st	500	x	500 st	=	250 000 TTB
					<u>-200 000 FK</u>
					50 000 Resultat

Exempel 2

Vad händer om företaget endast säljer 400 st?

Förs.pris/st	1000				
<u>RK/st</u>	<u>-500</u>				
= TB/st	500	x	400 st	=	200 000 TTB
					<u>-200 000 FK</u>
					0 Resultat

Genom att sätta in 400 st istället för 500 st under antal så kommer du fram till att 400 st är företagets nollpunktsvolym och nollpunktsomsättningen är 200 000 kr dvs. samma summa som den fasta kostnaden.

Du kan också genom denna uppställning se att om man dividerar den fasta kostnaden med TB/st så blir antalet 400 st vilket innebär den försäljningsvolym som krävs för att kostnaderna ska täckas dvs. nollpunkten.

$\frac{FK}{TB/st} = \text{Nollpunkten}$

Antag nu att den aktuella volymen som företaget säljer är 500 st av produkten och att nollpunktsvolymen är 400 st så har företaget en säkerhetsmarginal i st på 100 st produkter.

För att få fram *säkerhetsmarginalen* i kronor beräknas skillnaden mellan aktuell omsättning (försäljning) och nollpunktsomsättning.

Märk att begreppet volym innebär beräkning av antalet medan begreppet omsättning innebär beräkning av kronor.

Nollpunten i ett tjänsteföretag beräknas genom att se hur många timmar företaget måste sälja för att gå jämt upp. Vi dividerar de fasta kostnaderna med täckningsbidraget per timme ($F\text{-pris}/\text{tim} - RK/\text{tim} = TB/\text{tim}$). För att veta hur stor beläggningsgrad i procent som behövs för att nå nollresultat divideras antal nödvändiga timmar med antal arbetstimmar.

$\frac{\text{Antal nödvändiga timmar}}{\text{Totalt antal arbetstimmar}} = \text{Nödvändig beläggningsgrad i \%}$

Säkerhetszon eller säkerhetsmarginal

Vill du ha fram säkerhetsmarginalen i procent (%) får du dividera säkerhetsmarginalen i st med aktuell volym. Med exemplet som används tidigare blir då säkerhetsmarginalen i %

$$\frac{100}{500} = 0,2 = > 20 \%$$

På sidan 62 i läroboken hittar du en överskådlig uppställning hur TB1 som är det samma som marginal och bruttovinst, beräknas i handelsföretag. Studera den grundligt liksom de ekonomiska begreppen på sidorna 64 - 65 samt figurerna som boken visar på sidan 63.

Marginal och pålägg

För att veta vilket pålägg som företaget måste göra för att täcka samtliga kostnader upprättas först en resultatbudget där samtliga kostnader och budgeterad vinst framgår. Därefter gör företaget en förkalkyl. Ersättning för rörelsekostnaderna och budgeterad vinst erhålls genom ett pålägg, som beräknas på den ingående varukostnaden.

Efter räkenskapsåret måste man sedan kontrollera att det verkligen blev som man kalkylerat i förväg. Detta görs genom att man gör en efterkalkyl där man använder begreppet marginal istället för pålägg.

Pålägg räknas alltid i procent av ingående varukostnaden och marginalen räknas alltid i procent av försäljningspriset.

För att lättare få grepp om skillnaden mellan marginal och pålägg kan du tänka på hur man beräknar moms, dels på varor med pris exkl. moms och dels på varor med pris inkl. moms. Om en vara kostar 80 kr exkl. moms och momssatsen är 25 % så görs ett pålägg med 25 %.

$$1,25 \times 80 = 100$$

Påläggsmomsen är alltså 20 kr. Marginalmomsen är också 20 kr men däremot beräknas marginalen i % på priset inkl. moms

Om du nu endast känner till att varan kostar 100 kr och 20 kr därav är moms så kan du genom att beräkna marginalen i kr i % på priset inkl. moms lätt få fram den så kallade baklänges-momsen.

$$\frac{20}{100} = 0,2 = 20 \%$$

Särintäkter och särkostnader

Hittills har du endast beräknat företagets lönsamhet genom att titta på samtliga intäkter och kostnader som kan uppstå.

Hur ska då företaget beräkna om det kan vara lönsamt att starta ett helt nytt projekt i form av att tillverka eller sälja en ny produkt eller starta en ny avdelning eller en ny butik? För att kunna fatta beslut i olika frågor måste man kunna räkna på hur mycket som just denna nya produkt eller butik kan bidra med för att täcka företagets gemensamma kostnader, de så kallade *samkostnaderna*.

Detta görs genom att man beräknar vilka särintäkter och särkostnader som berör just det kalkylobjektet.

- *Särintäkter* är de intäkter som tillkommer om företaget väljer ett visst handlingsalternativ som t.ex. att starta en ny butik eller tillverka en ny produkt.
- *Särkostnader* är de kostnader som uppstår vid samma handlingsalternativ.
- *Samkostnader* påverkas inte av handlingsalternativet.

Inköp

Inköpsarbetet i ett företag är en jakt efter att göra inköp till så bra pris som möjligt samtidigt som man önskar rätt produkt, rätt kvalitet, rätt kvantitet vid rätt tidpunkt. I kapitel 9 får du dels lära dig skillnaden på investeringsvaror och lagervaror och dels hur företagen beräknar hur mycket som ska köpas in och vad det kostar att ha varor på lager.

Alla företag måste köpa in både varor och tjänster. Idag har det blivit mer och mer vanligt med outsourcing, vilket innebär att man köper in en tjänst istället för att ha egen verksamhet. Till exempel kan man anlita en konsult eller ett företag som sköter reklamen, IT-servicen eller personalmatsalen. Inom kommunal verksamhet som skolor är det idag allmänt att företag som säljer outsourcing-tjänster sköter skolmaten till eleverna samt städningen av lokalerna.

När det gäller kommunal verksamhet liksom statlig, landsting och inom kyrkliga kommuner måste lagen om offentlig upphandling följas. Lagen innebär bl.a. att anbudsbegäran måste hämtas in från flera leverantörer och också annonseras i Official Journal så att samtliga medlemsländer i EU har möjlighet att vara med vid budgivningen.

Däremot är det inte reglerat i lag hur de privata företagen ska sköta sina inköp. De begär också oftast anbud eller offerter från olika leverantörer. På sidan 78 faktaboken får du veta vilka inköpsdokument som används mellan köpare och säljare.

Efter en förfrågan eller en anbudsbegäran från kunden skickar leverantören ett anbud eller en offert. Först efter det att kunden godkänt anbudet och givit sin accept genom att sända en beställning till leverantören har ett avtal kommit till stånd. Om en tvist mellan köpare och säljare skulle uppstå om hur själva köpeavtalet kommit till så regleras detta i avtalslagen. Om tvisten däremot handlar om villkoren i själva köpeavtalet så gäller rättsreglerna i köplagen.

Nu är det dags för andra studiearbetet!

Studieenhet 3

Studieenhet 3 omfattar kapitel 11 – 16 och behandlar

- Marknadsföring
- Marknader
- Reklam

Marknadsföring är en dubbelriktad process där marknadsföringen ska påverka företaget att ta fram produkter och ge den service kunden vill ha samtidigt som kunderna ska påverkas att köpa företagets produkter.

Marknadsföring innefattar alla aktiviteter som företaget tar till för att bygga upp och utveckla goda och långsiktiga kontakter med kunderna. Det handlar om att bygga en brygga mellan företaget och marknaden genom att skapa, erbjuda och utbyta produkter och värden mellan varandra.

Idag har vi en samhällsorienterad marknadsföring där konsumenten har en stark ställning och kräver att företagen är miljövänliga och tar ett socialt ansvar.

Marknadsföringen kan delas in i tre stora områden.

- 1 Konsumentmarknadsföring där företaget vänder sig till en stor kundmassa. Här finns en risk för distans mellan producenten och konsumenten vilken måste övervinnas. Då konsumenterna är många blir det en envägskommunikation t.ex. kan det vara svårt för företaget som producerar Coca Cola att få någon information tillbaka från den svenske konsumenten.
- 2 Tjänstemarknadsföring som är mycket individberoende och där det som sker mellan kunden och tjänsteproducenten är viktigt för att kunden ska komma tillbaka. En tjänst kan inte upplevas förrän den produceras och kan heller inte lagras. Däremot kan en tjänst anpassas efter hur kunden reagerar. En tjänst är unik varje gång den produceras samt unik på grund av att kund och säljare är med samtidigt t.ex. hos frisören eller tandläkaren.
- 3 Industriell marknadsföring eller ”business to business” där företag säljer till andra företag. Den här marknaden har oftast få säljare och få köpare och då kontakten mellan parterna brukar bli långvarig är den personliga försäljningen viktig. Då kunden är en organisation med många ansikten som försäljaren träffar kan det många gånger vara svårt att veta vem som fattar inköpsbeslutet dvs. vem som är själva kunden. Om exempelvis en nation ska köpa in ubåtar eller flygplan måste försäljaren bearbeta rätt personer för att få ett avtal till stånd.

Ett företag måste liksom vi individer anpassa sig till det samhälle det lever i. Företaget kan inte självt påverka den stora övergripande miljön som ofta kallas *makromiljö* utan får lära sig att handskas med den. Företaget måste ta hänsyn till hur befolkningsstrukturen ser ut (unga, gamla, familjer, kön etc.), ekonomiska faktorer i samhället (hög - lågkonjunktur, inkomst hos kund), miljön (råvarubrist, energikrävande produkt), tekniska faktorer (nya produkter, nya sädesslag), politiska och legala krafter (reklamförbud för cigaretter/alkohol, säkra leksaker, tullar, importkvoter, EU etc.) samt kulturella krafter som förändringar av attityder och värderingar.

Däremot kan företaget samla in information om och påverka närmiljön som också kallas *mikromiljön*. I närmiljön hittar vi bl.a. leverantörer, konkurrenter, återförsäljare och kunder.

Att affärsidén som bör ge struktur och styrning i företaget måste spridas så att alla i företaget känner till den har du lärt dig tidigare i kursen. För att nå dess mål krävs att företaget har en klar marknadsstrategi, en strategisk planering. Denna ska ge information om marknaden, kunskap om hur företaget kan påverka och vilket media som passar bäst. Om hur det går till kan du läsa i de kapitel som ingår i den här studieenheten.

Vad du också behöver känna till är de olika konkurrensmedlen eller den marknadsmix som företagen använder sig av vid framförallt konsumentmarknadsföring.

De **fyra P:na** som står för **Produkt, Pris, Plast** och **Påverkan** blir fem då även **Personalen** i företaget är ett starkt konkurrensmedel idag. Varje P kräver beslut om hur de ska hanteras samtidigt som flera P samverkar och förstärker varandra. Detta kallas inom marknadsföringen för *synergieffekten*. Det är t.ex. lättare att marknadsföra och sälja en bil av hög kvalitet, med lättillgänglig service, en tilltalande formgivning och seriös försäljare om bilen också har ett rimligt pris.

Nu är det dags för tredje studiearbetet!

Studieenhet 4

Studieenhet 4 omfattar kapitel 17 – 24 och behandlar

- Direktreklam
- Direktmarknadsföring
- Relationsmarknadsföring
- Personlig försäljning
- Andra marknadsföringsmetoder

Marknadsföring kostar mycket pengar vilket gör att det är mycket viktigt för företaget att välja rätt media för att nå ut med sitt budskap till kunden. Förutsättningen för att få ett önskat gensvar från kommunikation med marknaden är att budskapet når rätt person vid rätt tillfälle. Den mest effektiva och billigaste kanalen är den som företaget inte självt kan styra eller påverka, den så kallade mun mot mun - metoden.

Boken tar upp de vanligaste sätten som ett företag kan välja mellan för att nå ut med sin marknadsföring.

Direktreklam

Direktreklam (DR) brukar delas upp i adresserad DR och oadresserad DR. Adresserad DR bygger på olika adressregister och når då ut till rätt person medan oadresserad DR når alla inom en viss sektor t.ex. alla nyblivna föräldrar eller alla villaägare.

Direktmarknadsföring

Direktmarknadsföring (DM) är en utveckling av direktreklamen. Marknadsföringsmetoden omfattar hela kedjan från insamling av adresser och utskick av DR till telefonbearbetning samt personlig försäljning som kombineras med kundvård. DM är ett betydligt dyrare sätt att marknadsföra sig men ger samtidigt en tvåvägskommunikation.

Relationsmarknadsföring

Relationsmarknadsföring är idag ett annat sätt att försöka nå ut till kunderna men framförallt att binda en stadig kundkrets till sig genom kundklubbar och kundkort t.ex. Ikea Family, ICA-, Medmera-kort, HM, Lindex etc.

Personlig försäljning

Vid personlig försäljning är marknadsmixens femte P, Personalen, ett viktigt konkurrensmedel oavsett om det gäller försäljning av varor och tjänster till en konsument eller till ett annat företag.

Personlig försäljning är dyrbar men ger helt andra möjligheter genom den raka och öppna tvåvägskommunikationen. Försäljaren har möjlighet att demonstrera produkten och att nå fram med ett mer komplicerat budskap samtidigt som kunden direkt kan få svar på sina frågor. Boken tar upp olika situationer där just personlig försäljning är vanlig.

Andra marknadsföringsmetoder

- Reklam i press, TV, radio, affischpelare etc.
- Försäljning via Internet, mobiltelefon, TV-kanaler etc.
- Sales promotion (SP) vilket innebär säljfrämjande åtgärder i form av presentreklam, skyltar, dekaler, informationsmaterial etc.
- Public relation (PR) genom att massmedia i reportage eller artiklar ger en positiv information och bild av företaget till allmänheten.
- Sponsring vilket är vanligt inom idrotten. Sponsring är när ett företag ger ekonomiskt bidrag till exempelvis en ideell förening dvs. en organisation som driver verksamhet utan vinstsyfte.

Priset och prissättningen är ett konkurrensmedel som påverkas av många faktorer samtidigt som det ofta ger en signal till kunden bland annat om varans kvalitet. Här måste företaget ta hänsyn både till de interna och de externa faktorerna.

Till de interna faktorerna hör först och främst produktens självkostnad men också de mål som företaget har för organisationen och produkten. För att ta en stor marknadsandel krävs oftast ett lågt produktpris.

Samtidigt måste man väga in de yttre faktorerna som priskänsligheten på marknaden, konkurrensen och efterfrågan för att komma fram till ett prissättningsbeslut.

Nu är det dags för fjärde studiearbetet!

Studieenhet 5

Studieenhet 5 omfattar kapitlen 25 – 31 och behandlar

- Bokföringens grunder
- Rapporter
- Dubbla bokföringens princip
- Baskontoplanen
- Affärshändelser
- Att bokföra på fel konto
- Bokslut och Årsredovisning

Bokföringens grunder

Alla företag är enligt BFL (Bokföringslagen) skyldiga att registrera varje affärshändelse som kan vara en försäljning, ett inköp, eller en löneutbetalning etc. Registreringen ska ske systematiskt, kronologiskt, i tidsföljd och kunna styrkas med en verifikation i form av en faktura, kvitto eller dylikt. Denna registrering kallas bokföring.

I företaget kan bokföringen (redovisningen) användas till planering, kontroll och rapportering. Budget är en form av planering och styrning där man använder sig av siffrorna i bokföringen. Vid årets slut sammanställs de bokförda händelserna till ett årsbokslut som visar företagets ekonomiska ställning på bokslutsdagen och resultat för det gångna året.

Att det går bra för ett företag är inte bara av intresse för ägaren/ företagsledningen utan man brukar säga att det finns många olika intressenter. En arbetstagare vill ju att företaget ska gå bra så att han får behålla sitt jobb, banken som lånar ut pengar vill kunna lita på att få dem tillbaka, staten vill få in skatt, leverantörerna vill vara säkra på att få betalt för sina varor.

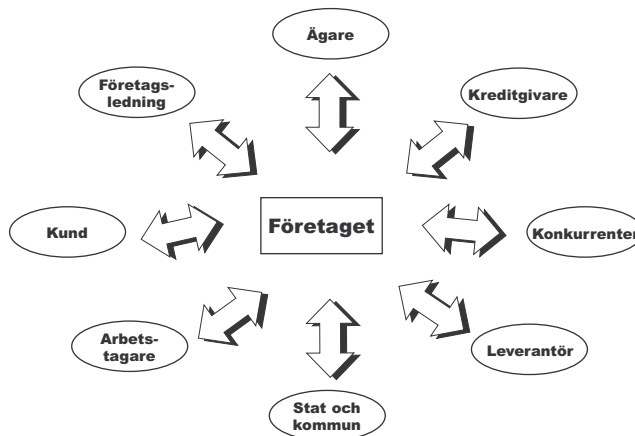


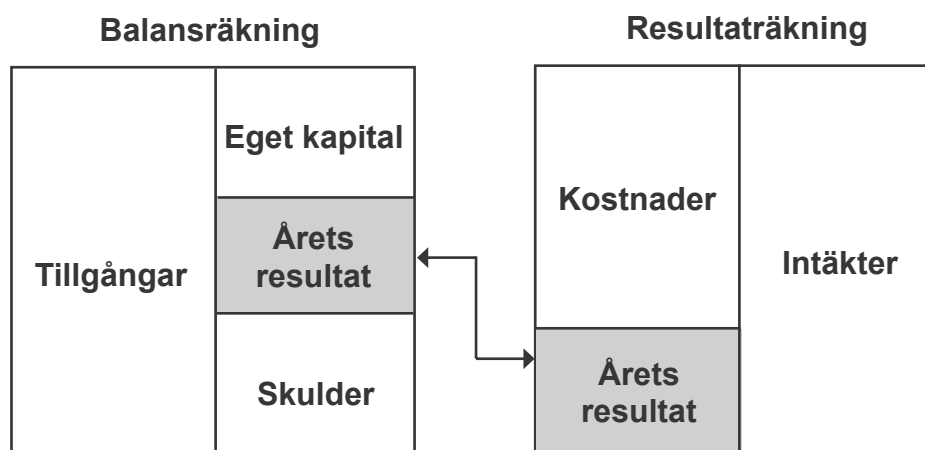
Fig. Intressentmodellen

Rapporter

Den ekonomiska ställning utläses av Balansrapporten/räkningen som visar vilka Tillgångar, Eget Kapital och Skulder som ett företag har vid en viss tidpunkt under året.

Resultatrapporten/räkningen visar företagets Intäkter och Kostnader under året, det vill säga visar resultatet under en period.

I båda rapporterna kan man utläsa Årets Resultat.



Dubbla bokföringens princip

I bokföringslagen (BFL) står de regler som alla bokföringskyldiga måste följa och bokföringsskyldig är den som bedriver yrkesmässig verksamhet.

I Sverige bokför vi efter den dubbla bokföringens princip, dvs. varje affärshändelse påverkar både resultatet och den ekonomiska ställningen. Bokföringen ska ske kronologiskt och med systematik dvs. alla affärshändelser med samma innebörd ska bokföras på samma ställe, på samma konto i bokföringen.

Det blir då möjligt för företagaren att när som helst under räkenskapsåret få uppgift om hur mycket som exempelvis investerats i maskiner, hur mycket löner som betalats ut, vad reklamen har kostat eller hur mycket pengar företaget har i kassan.

I praktiken innebär detta att varje affärshändelse registreras på minst två konton. Vilka konton som behövs bestäms av verksamhetens art.

Baskontoplanen

Den kontoplan som används som standard av nästan alla företag är EU-BAS-kontoplanen. Kontona är uppdelade i klasser och numrerade. Exempelvis konto 1210 där första siffran anger kontoklassen (tillgångar), andra siffran kontogruppen i klassen tillgångar (inventarier) och tredje siffran konto i gruppen inventarier (maskiner).

Affärshändelser

De olika affärshändelserna som förekommer i ett företag delas upp i

Finansiella: exempelvis vi har en skuld och betalar den.

Inkomster: exempelvis vi säljer en produkt och får betalt.

Utgifter: exempelvis vi köper in varor och blir skyldiga pengar.

Ett företag som gör ett kontantinköp av kontorsmaterial ser bokföringen ut som följer:

Pengar tas från kassan, tillgångarna minskar, konto 1910 krediteras.

Kostnaderna ökar, konto 6100 debiteras. (Vi bortser från momsen.)

1910 Kassa	6100 Kontotorsmateriel
100	100

Regeln är att:

	Debet (vänster)	Kredit (höger)
Tillgångar	ökar (+)	minskar (-)
Skulder	minskar (-)	ökar (+)
Intäkter	minskar (-)	ökar (+)
Kostnader	ökar (+)	minskar (-)

Att bokföra på fel konto

Vad händer om en affärshändelse bokförs på fel konto?

Resultatet och den ekonomiska ställningen kan bli missvisande och det gäller därför att vid bokslutsarbetet stämma av, kontrollera, att rätt affärshändelse bokförts på rätt konto.

Om nu ett fel är gjort, hur kan jag då rätta till det?

Anta att vi köpt in varor kontant och att vi dessutom fick rabatt när vi betalade. I bokföringen står istället en försäljning av varor och lämnad rabatt till köparen. (Vi bortser från moms då momsredovisningen tas upp i nästa kapitlet.)

1910 Kassa	3010 Varuförsäljning	3731 Lämnade kassarabatter
95	100	5

Vi måste nu göra en rättelse.

Vi gör detta genom att först ta bort det felaktigt bokförda posterna (1)

Därefter bokför vi affärshändelsen på nytt men korrekt (2)

1)

1910 Kassa	3010 Varuförsäljning	3731 Lämnade kassarabatter
95 (95)	(100) 100	5 (5)

2)

1910 Kassa	4010 Varuinköp	4731 Lämnade kassarabatter
95	100	5

För att kunna korrigera detta i bokföringen skrivs nu en bokföringsorder som blir till den verifikation som styrker registreringen av händelsen.

Bokföringsorder

	TEXT	DEBET		KREDIT	
		KONTO		KONTO	
1) Ta bort det felaktiga	Felförd faktura	3010	100	1910	95
				3731	5
2) Gör det rätta	Faktura nr xx	4010	100	1910	95
				4731	5
		Summa	200		Summa

Bokslut och Årsredovisning

Vid årets slut gör företaget ett bokslut som visar hur verksamheten gått under perioden och upprättar en årsredovisning efter de regler som finns i Årsredovisningslagen (ÅRL).

Denna årsredovisning kan också de externa intressenterna ta del av för att bevaka sina intressen.

Nu är det dags för femte studiearbetet!

Studieenhet 6

Studieenhet 6 omfattar kapitlen 32 – 39 och behandlar

- Moms
- Olika konteringar Personalkostnader
 Kursdifferenser
 Kundfordringar
 Kreditfaktura
- Eget kapital
- Periodiseringar Årets varukostnad
 Avskrivningar
- Direkt och indirekt redovisningsmetod
- Obeskattade reserver
- Analys

Vi ska här mer konkret gå in på hur olika affärshändelser bokförs på de olika kontona.

Moms

Moms, mervärdesskatt, läggs på nästan alla varor och tjänster som säljs. Företagen betalar en skatt på det mervärde som producerats i företaget. Momsen redovisas och betalas till staten. I praktiken så betalar företagen en ingående moms på inköpen och när företaget säljer sin produkt läggs en utgående moms på priset.

Varor/tjänster in i företaget => Ingående moms

Varor/tjänster ut från företaget => Utgående moms

Differensen mellan storleken på periodens samlade utgående momsbelopp och den ingående momsen betalar företagaren till staten. I bokföringen noteras dessa momsbelopp på speciella konton, Ingående moms 2640, Utgående moms 2610 samt Momsavräkningskonto 2650.

Vid handel inom EU så bokförs både ingående och utgående moms hos företaget om handelspartnerns momsregistreringsnummer är känt. Detta innebär då att företagen inte betalar någon moms i praktiken utan det blir bara en bokföringsteknisk åtgärd. Dock måste redovisning av momsen som förts in i bokföringen göras till respektive lands myndighet för att handeln inom EU ska kunna jämföras och kontrolleras.

Personalkostnader

Till personalkostnader hör inte bara nettolön utan företagaren betalar också in källskatten för den anställda och arbetsgivaravgifter. Personalens bruttolön består dels av den lön som betalas ut och dels skatteinbetalningen.

I praktiken går det till så att varje månad måste nettolönen utbetalas till personalen och företagaren skuldbokföra skatt och arbetsgivaravgifter på respektive konto 2710, 2940. Betalningen av skatt sker sedan i början av nästa månad via ett avräkningskonto till skattemyndigheten. Företag och privatpersoner har numera ett skattekonto hos skattemyndigheten där alla skulder och fordringar bokförs och avräknas mot de inbetalningar som görs.

Kursdifferenser

I handeln med utlandet vill ofta köparen/säljaren ha betalt i sin egen valuta. Fakturan anger storleken av valutan som ska betalas och utbetalning sker sedan till betaldagens valutakurs – en differens kan därmed uppstå i form av vinst (konto 3960) eller förlust (konto 7960) som påverkar resultatet.

Ett sätt att slippa risken för kursdifferenser är att redan vid kontraktsskrivandet bestämma till vilken kurs betalning ska ske. Detta sätt används vid stora och långsiktiga affärsavtal där betalning kommer att ske om kanske sex månader eller ännu längre fram.

Kundfordringar

Det är inte säkert att alla kunder kan betala det de är skyldiga företaget. Om en kundförlust **befaras** måste då i bokslutet kundfordran, som är en tillgång, tas bort och istället belasta resultatet som en kostnad - kundförlust. Konto 1510 krediteras och konto 6350 debiteras. Om inte fordran skrivs ned så blir ju tillgångarna för högt värderade.

Om istället kundförlusten är **konstaterad**, exempelvis att kunden har gått i konkurs, så måste förutom fordran också moms justeras. Någon betalning från kunden kommer inte att ske och därför ska inte företaget heller betala någon moms. I bokföringen så debiteras utgående moms-kontot med det tidigare uppbokade beloppet. Konto 1520 krediteras och konto 2610 debiteras med momsbeloppet.

För att skydda sig mot oönskade förluster så kan företaget köpa information om leverantörers och kunders betalningsförmåga, antingen genom att göra en kreditkontroll eller prenumerera på publikationer som redovisar denna typ av information, exempelvis Justitia.

Kreditfaktura

Vid en reklamation följd av en kreditnota motbokas alla konton som tidigare varit berörda av den ursprungliga fakturan. Vi tar helt enkelt bort det vi tidigare bokfört in.

Eget kapital

I aktiebolag består det egna kapitalet av

Bundet eget kapital	Aktiekapital
	Reservfond
	Överkursfond
	Uppskrivningsfond
Fritt eget kapital	Balanserad vinst / förlust
	Årets vinst/förlust

I ett **aktiebolag** är det bolagsstämman som beslutar om hur resultatet ska användas, bl.a. om det ska utdelas till aktieägarna eller inte. Minst 10 % av årets vinst måste dock avsättas till reservfonden. När reservfond plus eventuell överkursfond uppgår till 20 % av aktiekapitalet behöver ingen ytterligare avsättning göras.

Ökning av det egna kapitalet i aktiebolag kan ske på olika sätt. Förutom att inte utdela vinstmedel så kan företaget få in mer kapital genom att göra en **nyemission**. Företaget ökar aktiekapital genom att emittera, ge ut, nya aktier. I första hand bjuds dessa aktier ut till de tidigare aktieägarna mot vissa villkor, exempelvis teckningsrätt 2:5, vilket innebär att man får köpa 2 nya aktier mot 5 gamla.

Fondemission innebär att aktiekapitalet också ökar men det totala egna kapitalet ökar inte som vid en nyemission. En fondemission innebär enbart att man flyttar vinstmedel från fritt eget kapital till bundet eget kapital.

I en **enskild firma** eller **handelsbolag/kommanditbolag** finns inget aktiekapital utan det egna kapitalet består av enbart ägarnas egna kapital och förändras i storlek beroende på insättningar och uttag som ägarna gör under året.

Ett aktiebolag betalar skatt på resultatet och därefter kan bolagsstämman bestämma om eventuell utdelning till aktieägarna. I enskild firma och handelsbolag/kommanditbolag beskattas ägarna för vinsten som uppstått. I dessa bolagsformer så får ägarna ersättning för sin arbetsinsats genom överskottet och inte i form av lön som en anställd i ett aktiebolag.

Ägaren av en enskild firma respektive ägarna i ett HB eller KB tar upp egna uttag i självdeklarationen under inkomst av näringsverksamhet. De betalar själva in skatt och den sociala avgiften i form av egenavgift.

Periodiseringar

För att kunna visa ett så rättvist resultat som möjligt vid bokslutet måste inkomsterna och utgifterna periodiseras dvs. justeras in på rätt räkenskapsperiod/år.

Interimsfordringar	UPPLUPNA INTÄKTER t.ex ränta på banktillgodohavanden
	FÖRUTBETALDA KOSTNADER t.ex förskottsbetald hyra
Interimsskulder	UPPLUPNA KOSTNADER t.ex ränta på banklån
	FÖRUTBETALDA INTÄKTER t.ex hyresvärden har fått förskotts- betald hyra

Interimsfordringar i form av förutbetalda kostnader tas upp i bokslutet som en fordran. Till exempel hyra som betalats in i förskott ska inte påverka resultatet nu utan först i rätt räkenskapsperiod. Detta bokförs genom att kreditera kostnadskontot 5010 och debitera tillgångskontot 1700.

Räntan på banklånet som ännu inte har betalats måste påverka resultatet i form av en kostnad samtidigt som det är en skuld för företaget. Detta bokförs enligt följande: kredit skuldkonto 2900, och debet kostnadskontot 8400.

Årets varukostnad

För att kunna matcha årets intäkter mot årets kostnader och få ett rättvist resultat måste årets varukostnad räknas fram. Detta görs genom att jämföra lagret vid årets början plus årets inköp med lagret vid årets slut.

$$\begin{array}{l} + \text{IB Varulager} \\ + \text{Årets inköp} \\ - \text{UB Varulager} \\ \hline \text{Årets varukostnad} \end{array}$$

Varulagrets värde erhålls genom att lagret inventeras manuellt. Konto varulager (1400) kommer sedan att öka eller minska så att värdet överensstämmer med inventeringen.

Om lagret har **minskat** i värde innebär det att alla varor som köpts in under perioden samt varor från inneliggande lager har förbrukats eller sålts. Detta bokförs genom att varuinköpskonto (4010) debiteras med det minskade varulagrets värde och därmed ökar årets varukostnad.

Om varor köpts in under året men inte sålts, kommer lagervärdet att **öka**. Har lagret ökat i värde kommer periodens varuinköp att minskas med samma belopp och därmed minskar årets varukostnad.

Avskrivningar

Kostnaden för att använda sig av maskiner och inventarier är avskrivning/värdeminskning. När företaget köper in en resurs t.ex. en bil så beräknas den ekonomiska livslängden. Företaget gör en uppskattning av hur många år bilen kan användas i verksamheten genom att beräkna en **avskrivning enligt plan**.

$\text{Inköpspris/antal år} = \text{Avskrivning eller värdeminskning}$.

Många företag har också enligt skattelagstiftningen rätt att göra en räkenskapsenlig **avskrivning utöver plan**, vilken görs av skattetekniska skäl för att kunna påverka resultatet. Företagen ges möjlighet att kunna jämma ut resultaten mellan verksamhetsåren. Då mer pengar behålls inom företaget så kan fler investeringar göras och fler arbetstillfällen skapas.

Storleken av avskrivning utöver plan bestäms genom att räkna fram det lägsta tillåtna bokförda värdet på inventarierna.

Det finns två olika sätt, se läroboken s. 281.

- Huvudregeln eller 30 %-regeln
- Kompletteringsregeln eller 20 %-regeln.

Företagen får själv välja vilken regel som gynnar dem och dessutom kan företagen byta regel mellan åren, dock måste samma regel användas för samtliga anläggningstillgångar.

Direkt och indirekt redovisningsmetod

I BAS-planen rekommenderas s.k. indirekt metod (bruttometoden) för avskrivning av anläggningstillgångar. Det innebär att tillgångarnas bokförda värde redovisas på två konton.

Kontot med anskaffningsvärdet debiteras och ett kontot för värdeminskning krediteras och saldoutslaget mellan dessa två konton är det bokförda värdet.

Exempel

1220 Inventarier	1229 Ack.avskr. inventarier
10 000	2 000

Inventariens bokförda värde 10 000 - 2 000 = 8 000

Däremot vid direkt metod (nettometoden) redovisas det bokförda värdet, nettot, på konto anläggningstillgångar.

1220 Inventarier
10 000
2 000
UB 8 000

Inventariens bokförda värde blir saldot på kontot.

Obeskattade reserver

Till gruppen obeskattade reserver hör förutom avskrivning utöver plan också periodiseringsfonder. Avsikten med att tillåta företagen uppskjuta skatten på vinstmedel är att möjliggöra bättre villkor för investeringar, nyanställningar, expansion etc. För företagen innebär det också att kunna redovisa ett jämnt resultat över åren då ett förlustår kan vändas till vinst genom att lösa upp (föra tillbaka) en obeskattade reserv till beskattning.

Analys

För att kunna bedöma ett företags ekonomiska ställning eller utveckling kan någon av intressenterna utifrån årsredovisningens siffror göra en bedömning genom att räkna fram nyckeltal, jämförelsetal.

De vanligaste jämförelsetalen är:

Likviditet - visar företagets betalningsförmåga på kort sikt, att företaget kan betala sina skulder i tid.

Soliditet - visar företagets betalningsförmåga på lång sikt, visar förhållandet eget kapital och främmande kapital.

Avkastning - jämför resultat mot satsad resurs, hur mycket som erhålls i avkastning på i första hand eget satsat kapital (förräntning).

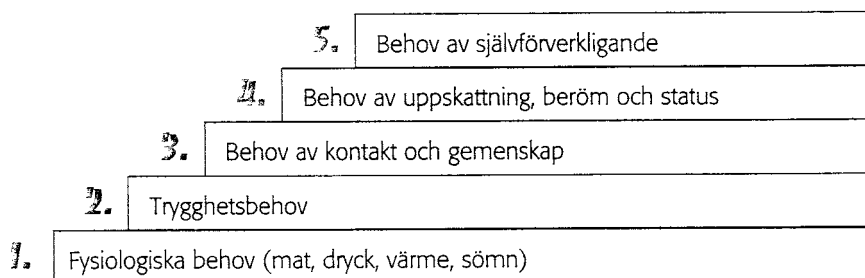
Nu är det dags för sjätte studiearbetet!

Studieenhet 7

Studieenhet 7 omfattar kapitlen 40 – 50 och behandlar

- Organisation
- Arbetsrätt
- Omvärlden
- Handel med utlandet
- EU

Arbetskraften, en av företagets intressenter, räknas som en av de viktigaste produktionsresurserna. Vad är det då som påverkar arbetstagarna i organisationen? Vad är meningen med arbetet?



Maslows behovstrappa

Organisation

I ett företag brukar man tala om att det finns en **formell** och en **informell** organisation.

Den formella organisationen beskriver hur arbetet fördelas och hur beslutsfattande går till. Beskrivningen ges ofta i form av ett schema där också beslutsvägarna är utmärkta. Varje arbetstagare har sedan en befattningsbeskrivning som anger ansvarsområde.

Den informella organisationen finns inte utmärkt i något schema utan utgörs av de egentliga beslutsvägarna, t.ex. att istället för att gå till överordnad chef som står i arbetsbeskrivningen så brukar arbetsgruppen själv fatta vissa beslut.

Länge trodde man att starkt specialiserade arbetsuppgifter och kontroll med klara gränser av över- och underordnad var den enda rätta metoden att organisera arbetet. Inom industrin tog sig detta uttryck i "löpande bandet".

Så småningom uppdagades att den hårda styrningen och de ofta monotona arbetsuppgifterna ledde till stress och ohälsa.

Den moderna organisationen däremot betonar individens eget ansvar och att arbetet är flexibelt och lärande. Det senare uttrycket står för att arbetstagaren själv tar ansvar för att utveckla och kvalitetshöja arbetsmetoder, rutiner och produktivitet. För allt detta finns ett ord - Kaizen - som kommer från Japan och betyder just förbättring.

Detta har lett till att de äldre sätten att hierarkiskt bygga upp organisationer nästan har försvunnit och numera organiseras arbetet specifikt utifrån företagets egna unika behov.

Trots att organisationerna har blivit mer individorienterade hör vi även idag talas mycket om stress, utbrändhet och långtids-sjukskrivningar.

Arbetsrätt

Under hela 1900-talet har arbetstagarnas situation på arbetsmarknaden stärkts med hjälp av bland annat lagstiftning som reglerar de anställdas ställning i förhållande till arbetsgivaren. Redan i slutet av 1800-talet kom de första lagarna och under 1970-talet kom många av de lagarna som finns nu.

De viktigaste lagarna

LAS – Lagen om anställningsskydd

Vid en anställning finns ett avtal som reglerar anställningsform som kan vara tidsbestämd, vikariat eller tills vidare.

En tillsvidareanställning kan upphöra antingen genom uppsägning eller avsked. Vid uppsägning, som kan vara både från arbetstagarens sida eller arbetsgivarens, gäller att anställningen upphör först efter en bestämd tid. Uppsägning från arbetsgivarens sida måste alltid vara sakligt grundad och innebär i de flesta fall att arbetsbrist föreligger.

Vid uppsägning finns en turordning om vem som ska bli uppsagd först. Den som har längre anställningstid har vanligtvis företräde till arbete jämfört med den som har kortare anställningstid. Denna turordningsregel har ändrats flera gånger under senare delen av 90-talet då man har fått göra avkall på turordningen och undanta två arbetstagare för att kunna behålla mer kvalificerad eller speciellt utbildad arbetskraft. Detta undantag har varit till för att företaget ska kunna behålla sin konkurrenskraft.

Avsked innebär att anställningen upphör omedelbart. Avskedandet måste också vara sakligt grundad och beror ofta på att arbetstagaren avsiktligt har misskött sig i tjänsten på ett grovt sätt.

Semesterlagen

Redan 1938 fick vi två veckors lagstadgad semester och idag har vi alla rätt till fem veckor, varav fyra veckors sammanhängande semester under juni – augusti.

När semestern får tas ut bestäms genom förhandlingar och går det inte att komma överens så bestämmer arbetsgivaren.

AML - Arbetsmiljölagen

Arbetsgivaren har ansvaret för den fysiska och psykiska arbetsmiljön och ska se till att arbetsmiljön är trygg och att inga olyckstillbud uppstår, men arbetstagaren är också skyldig att följa arbetsgivarens skyddsinstruktioner.

I första hand ska arbetstagaren vända sig till sin chef för att påtala brister i arbetsmiljön.

På arbetsplatser med minst fem anställda har de anställda rätt att utse ett skyddsombud som för deras talan gentemot arbetsgivaren. Vid större arbetsplatser med minst 50 anställda ska det finnas en skyddskommitté med representanter för både arbetstagar och arbetsgivare.

Arbetsarkivstyrelsen är högsta myndighet som kontrollerar lagens efterlevnad.

Jämställdhetslagen

För att kvinnor och män ska ha samma rättigheter i arbetslivet tillkom denna lag 1991. I första hand så ska lagen användas för att förbättra kvinnornas ställning på arbetsmarknaden.

Arbetsplatser med fler än 10 anställda ska upprätta en jämställdhetsplan som visar på hur jämställdheten ska kunna förbättras i företaget.

JÄMO, jämställdhetsombudsmannen, är den kontrollerande myndigheten.

MBL - Medbestämmandelagen

Lagen ger arbetstagar rätt till och arbetsgivaren skyldighet till information om större/viktigare förändringar rörande produktion, ekonomi och personal på arbetsplatsen. Arbetstagarorganisationerna har rätt till förhandling och ges därför möjligheter till inflytande på beslutsprocessen.

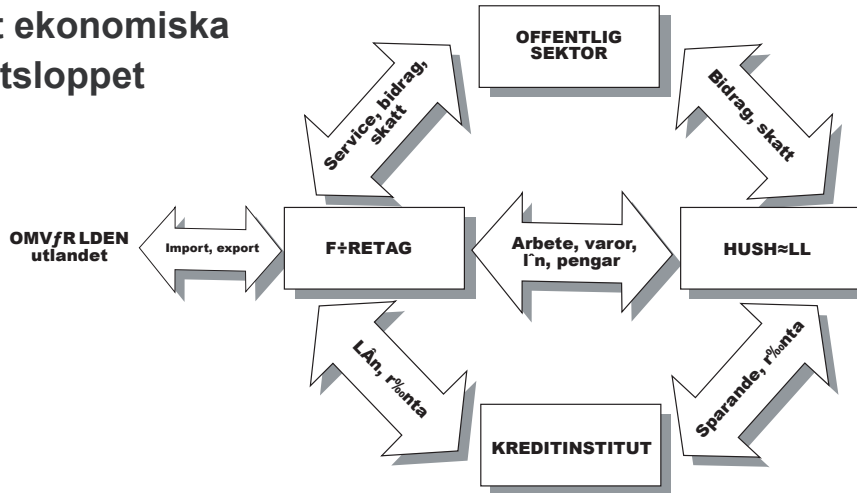
Förtroendemannalag

Denna lag reglerar att arbetsgivaren inte hindrar förtroendemannen/kvinnan, oftast den fackliga representanten, i dennes utövning. Arbetsgivaren är skyldig att se till att tid och plats finns till förtroendemannens/kvinnans förfogande.

Omvärlden

Ett företag är inte ensamt utan verkar i en större omvärld. Förutom de olika intressenterna som ställer krav så påverkas också företaget av politikernas beslut, andra länders handlande, internationella organisationers krav på miljön etc. Företaget är en del av det samhällsekonomiska kretsloppet.

Det ekonomiska kretsloppet



Produktionen i ett land mäts i BNP, bruttonationalprodukten. Positiva förändringar i BNP mellan olika år visar på tillväxten i ekonomin. BNP påverkas av konjunkturerna. Är det lågkonjunktur med låg efterfrågan och hög arbetslöshet så kan företagen få svårt att klara sig. Är det däremot högkonjunktur med hög efterfrågan så brukar företagen hävda sig väl och efterfrågan på arbetskraft öka. I dag har vi en situation med högkonjunktur som inte ökar efterfrågan på arbetskraft utan snarare tvärtom. Orsaken till detta sägs vara förändringen av produktionsinriktningen från arbetsintensiv tillverkningsindustri till mer teknik och produkter av högteknologisk art som kräver färre antal anställda.

Nationalräkenskaperna visar hur vi i landet utnyttjar de tillgängliga resurserna. I försörjningsbalansen visas storleken på BNP och hur den används.

Försörjningsbalansen

Tillgångar	Privat konsumtion
	Offentlig konsumtion
Import	Investeringar
	Export

I försörjningsbalansen ser vi att större delen av BNP används till konsumtion, privat och offentlig. Stat, kommun och landsting utgör den offentliga sektorn och konsumerar framför allt i form av utbildning, sjukvård och försvar. Statens största inkomstkälla är momsen och det innebär att ju mer vi producerar/konsumerar desto mer pengar får staten in till offentlig konsumtion. En del av den konsumtion kan ske privat genom att staten överför pengar till privatpersoner i form av bidrag.

Förutom skatt på produktionens mervärde, moms, så tas skatt ut på inkomst och förmögenhet hos privatpersoner och företag. Dessutom betalar vi också en hel rad med punktskatter som skatt på alkohol och tobak, skatt på el och bensin, bilskatt, reklamskatt med flera.

Handel med utlandet

WTO (World Trade Organization) är den organisation som nästan alla världens länder tillhör och som försöker skapa regler för frihandeln.

Frihandel syftar till att handeln kan ske utan tullar eller andra hinder vid gränserna och den ökade handeln ska hjälpa till att öka välbefindandet i världen. För företagen innebär detta att konkurrensen ska ske på lika villkor.

Tyvärr så fungerar detta inte helt i praktiken utan det finns länder som fortfarande för en protektionistisk politik, vilket innebär att de sätter upp tullar för att skydda den inhemska produktionen mot konkurrens från utlandet. I Sverige förde vi tidigare också en protektionistisk politik för att skydda bland annat vår inhemska textilindustri.

Hur stort vårt utbyte är i handeln med andra länder kan vi avläsa i Bytesbalansen (finns i nationalräkenskaperna).

+ - Handelsbalansen	(varuexport – varuimport)
+ -Tjänstebalansen	(tjänsteexport – tjänsteimport)
+ - <u>Transfereringsbalansen</u>	<u>(lån, vinster, u-landsbistånd)</u>
= Bytesbalansen	

EU

1995 blev Sverige medlem i Europeiska unionen efter det att folket i en omröstning fått säga sin mening.

Från början var EU, eller EG som det då hette enbart en tullunion, ett handelsområde med en gemensam yttre tullmur. Det innebär att inom EU rör sig varor, tjänster, kapital och arbetskraft fritt och utan några stopp eller krav vid gränserna. Höjden eller storleken på den yttre tullmuren mot alla icke-medlemmar bestäms gemensamt av alla EU-medlemmar. Ett enskilt medlemsland kan inte självt bestämma sin tull gentemot land utanför EU.

I takt med att samarbetet ökat och fler länder blivit medlemmar så har också fler frågor som inte direkt berör handeln flyttat över till EU:s olika organ att besluta om.

Ministerrådet

är det högsta beslutande organet där lagar stiftas och där finns representanter från alla medlemsstater. Är det en jordbruksfråga som det ska beslutas om så finns alla länders jordbruksministrar där och företräder sitt land. Är det en skattefråga är finansministrarna där etc.

Kommissionen

brukar kallas för EU:s motor då det är Kommissionen som tar fram och lägger förslag till ministerrådet. Varje medlemsstat utser en kommissionär som i sin tjänsteutövning företräder EU och inte sitt land. Sveriges nuvarande kommissionär heter Margot Wallström.

Till EU-parlamentet

väljer vi representanter vart femte år. I parlamentet sitter företrädare för de olika politiska partierna och samverkan sker över landsgränserna. Ledamöternas uppgift är i huvudsak rådgivande men de har viss lagstiftningsrätt.

EG-domstolen

dömer i tvister mellan medlemsstaterna om tolkningen i de olika avtalen. Märk här att det heter EG- och inte EU-domstol, då domstolen endast kan ta upp ärenden som berör den gemensamma ekonomiska marknaden (EG) och EMU.

EMU

Europeiska Monetära Unionen, med gemensam valuta, penningpolitik och centralbank ses som ett medel för att handeln inom EU ska underlättas ytterligare.

Sverige har ännu inte gått med i EMU utan tänker låta folket säga sin mening i en folkomröstning först (tidpunkten är ännu ej bestämd).

EURO

EURO är namnet på den gemensamma valutan.

Europeiska centralbanken

ligger i Frankfurt och har hand om den gemensamma penningpolitiken för alla länder som hittills gått med i EMU. Bankens styrelse/direktion består av respektive lands riksbanks/centralbankschef och fattar gemensamt alla beslut.

Penningpolitik handlar om att bestämma räntenivån och penningmängden i samhället och används i syfte att försöka påverka inflationen. Inflation mäts i prisförändring över en viss period av en utvald mängd konsumtionsvaror och anges i KPI (konsumentprisindex). För att försöka påverka efterfrågan och investeringsbenägenheten så använder sig banken av möjligheten att höja eller sänka räntan.

Nu är det dags för sjunde studiearbetet!

Studieenhet 8

Studieenhet 8 omfattar repetitionsövningar samt s. 290 –291 i läroboken och uppgift 39:8 – 39:10 i övningsboken. Avsnittet behandlar kalkylering i industriföretag och visar ett exempel på en självkostnadskalkyl.

Facit till dessa övningar hittar du sist i handledningen. Du ska ändå skicka in Studiearbete 8 till din lärare.

Nu är det dags för åttonde studiearbetet!

Facit

1

- a) 300 000 kr.
- b) $300\,000 / 3 = 100\,000$ kr.
- c) 0 kr
- d) $300\,000 / 5 = 60\,000$ kr.

2 a) Ja.

- b) Det är exempelvis ett företag, vilket som sådant kan äga tillgångar, ha skulder, kan stämmas inför domstol osv. Företaget är i dessa sammanhang skilt från sina ägare.
- c) Nej, men ägarna skattar för eventuell bolagsvinst.
- d) Edna och Damos har obegränsat ansvar och allt de äger kan tas i anspråk för att betala bolagets skulder.

3 • Utforma och utveckla affärsidé och strategier.

- Skaffa information om marknaden på lämpliga sätt.
- Utveckla och ändra produkter/tjänster efter marknadens krav.
- Svara för slagkraftig marknadskommunikation.
- Göra marknadsplaner och följa upp dem.

4 a) Den innebär tvåvägskommunikation.

- b) Varje kundkontakt kostar mycket pengar.
- c) När kunderna är få, köper för stora belopp, produktens pris är högt, när en ny produkt ska säljas in.

5 • Att få till stånd någon form av tvåvägskommunikation med målgruppen.

- Att arbeta utifrån ett kundregister, skapa ett kundregister.
- Att mäta bl.a. svarsfrekvens.
- Att beräkna kostnaden per order (KPO) och bedöma lönsamheten.

6 a) 6 300 000 kr ($14\,700\,000 - 10\,500\,000 * 0,80$).

- b) 75 % ($6\,300\,000 / (10\,500\,000 * 0,80)$).
- c) 6 300 000 kr (= a) ovan).
- d) 42,9 % ($6\,300\,000 / 14\,700\,000$).
- e) 2 100 000 kr ($10\,500\,000 * 0,20$).
- f) 3 675 000 kr ($14\,700\,000 * 0,25$).

7 a) + 0,15Mkr = + 8,8 %.

- b) - 0,3 Mkr = - 20,7 %.
- c) - 0,15 Mkr = - 60 %.

8 a) Löner, hyror, räntor, avskrivningar, administrationskostnader.

- b) $49 - 36,26 = 12,74$ Mkr. I procent: $12,74 / 49 = 26$ %.
- c) Täckningsbidrag 1, marginal.
- d) $11,05 / 0,26 = 42,5$ Mkr.

9

- a) $645\ 000 / 62,5 = 10\ 320$ enheter.
b) $10\ 320 + 680 = 11\ 000$ enheter.

10

- a) $392\ 000 + 371\ 000 + 383\ 000/3 = 382\ 000$ kr.
b) $6\ 960\ 000/382\ 000 = 18,2$ gånger.
c) $365/18,2 = 20$ dagar.
d) Mjök och andra färskvaror.

11

- a) $8,1 - 7,0 = 1,1$ Mkr.
b) $0,68 = 4,8$ Mkr.
c) Ja, de ingår ju i värdet av det man sålt.

12

- a) **För:** Ger nödvändig specialkunskaper.

Ger snabbhet, effektivitet i arbetet.

Emot: Ger ofta monotona, trista jobb.

Begränsar individens ansvar, försvarar att se helheten i arbetsprocessen.

- b) Arbetsgrupper där alla kan allt och där var och en huggar i med det som behövs - ett slags behovsstyrd arbetsfördelning.

13

Direkt: Den styrde får anvisningar från överordnad *in i minsta detalj*.

Mål: Den styrde ges frihet att själv välja vägar till ett angivet mål.

14

Tjänst, näringsverksamhet.

15

Arbetsbrist.

Den anställde har misskött sig. Den anställde kan inte klara av sitt arbete.

16 a) Facket.

- b) Dels en omfattande rätt till information om företagens verksamhet, dels rätt till förhandlingar med arbetstgivaren innan denne fattar beslut i viktiga frågor.

17

2081 Aktiekapital	
IB	25 000 000
2086 Reservfond	
IB	3 600 000
(2098)	500 000
2091 Balanserad vinst	
IB	4 500 000
(2098)	3 500 000
2098 Föregående års vinst	
(2086/2091/2898) 5 000 000	IB 5 000 000
2898 Vinstutdelning	
(2098)	1 000 000

18

1920 Postgiro	
(7010)	28 500
2710 Personalskatter	
(7010)	11 600
2940 Skuld för arbetsgivaravgifter	
(7510)	12 635
7010 Löner	
(1920/2710) 40 100	
7510 Arbetsgivaravgifter	
(2940) 12 635	

19 a) $0,95 (102,4\ \text{Mkr} + 184,5\ \text{Mkr}) / 302,2\ \text{Mkr}$.

b) $1,89 (102,4\ \text{Mkr} + 285,6\ \text{Mkr} + 184,5\ \text{Mkr}) / 302,2\ \text{Mkr}$

c) $29\% (Eget\ kapital\ (270,9\ \text{Mkr}) / 933,1\ \text{Mkr})$.

d) $35,8\% (97,0\ \text{Mkr} / 270,9\ \text{Mkr})$.

Konto		Saldobalans		Omföring		Balansrapport		Resultatrapport	
Nr	Namn	Debet	Kredit	Debet	Kredit	Tillgångar	Eget kapital oeh skulder	Kostnader	Intäkter
1220	Inventarier	160 000			40 000	120 000			
1240	Bilar	240 000			60 000	180 000			
1400	Varulager	995 100			144 900	850 200			
1510	Kundfordringar	850 350			10 000	840 350			
1700	Interimsfordringar			20200 12400		32 600			
1910	Kassa	1 600				1 600			
1920	Postgiro	72 300			5 500	66 800			
1930	Checkräkning	195 550		5 500 2 550		203 600			
2081	Aktiekapital		500 000				500 000		
2086	Reservfond		95 000				95 000		
2091	Balanserad vinst		166 300				166 300		
2099	Årets resultat						135 500		
2350	Banklån		450 000				450 000		
2440	Leverantörsskulder		663 200		31 300		694 500		
2610	Utgående moms		349 250	2 000 347 250					
2640	Ingående moms	182 250			182 250				
2650	Momsredovisning			182 250	347 250		165 000		
2710	Personalskatter		38 600				38 600		
2900	Interimsskulder				9 000		9 000		
2940	Skuld för arbetsgiv. avg		41 250				41 250		
3010	Varuförsäljning		7 195 200						7 195 200
4010	Varuinköp	3 204 150		144 900				3 349 050	
5010	Lokalhyra	588 600						588 600	
5212	Leasingavgifter	184 050			20 200			163 850	
5620	Driftskostnader, bil	104 050						104 050	
5900	Reklam	595 650						595 650	
6100	Kontorsmateriel	32 450						32 450	
6200	Telefon och post	32 650						32 650	
6310	Försäkringar	18 600			12 400			6 200	
6350	Kundförluster	10 200		8 000				18 200	
6990	Diverse kostnader	20 550						20 550	
7010	Löner	1 500 450						1 500 450	
7510	Arbetsgivaravgifter	456 250						456 250	
7832	Avskrivning, inventarier			40 000				40 000	
7834	Avskrivning, bilar			60 000				60 000	
7960	Kursförluster			31 300				31 300	
8300	Ränteintäkter				2 550				2 550
8400	Räntekostnader	54 000		9 000				63 000	
8999	Årets resultat							135 500	
Summa		9 498 800	9 498 800	865 350	865 350	2 295 150	2 295 150	7 197 750	7 197 750