

Gör din egen
AFFÄRSPLAN

*En nödvändig vägledning till dig som
tänker starta eller driver eget företag.*



www.nyforetagarcentrum.se



NyforetagarCentrum

Varför ska man göra en affärsplan?

Arbetet med affärsplanen är A och O för den verksamhet du funderar på att starta. Det är först efter du påbörjat detta arbete som du har ett vettigt beslutsunderlag för att starta eller inte starta ett företag. Det är inte bara du som får ett beslutsunderlag utan även Dina nära "samarbetspartners" som banken, försäkringsbolaget, revisorn, redovisningsbyrån, styrelseledamöter etc. De har rätt att få skriftligt underlag på hur verksamheten är tänkt att fungera. Skriv affärsplanen så att det är lätt att ändra i den. Det är ett föränderligt dokument eftersom förutsättningarna hela tiden förändras.

Affärsplanen beskriver:

- affärsidén
- hur verksamheten är tänkt att fungera
- vad företaget planerar att göra
- verksamhetens mål
- hur dessa mål ska uppnås



Affärsplanen behövs:

- för att finansiären (banken) ska kunna bedöma risken med din nya verksamhet
- för att du själv ska se ditt företags styrka och svagheter (att åtgärdas)
- för att visa andra intressenter, medarbetare, samarbetspartners m. fl. vilket intressant och lönsamt projekt du har
- för att underlätta diskussioner och förhandlingar med tilltänkta kunder och leverantörer
- framförallt för att underlätta det praktiska arbetet när verksamheten startar



Innehållsförteckning:

kapitel	sida
1. Företagsägare och affärsidé	4-5
2. Företagets namn och inriktning	6-7
3. Jag som nyföretagare	8-11
4. Min marknad och mina kunder	12-13
5. Marknadsföring, reklam och försäljning	14-15
6. Administration	16-17
7. Nätverket – personliga kontakter	18-19
8. Företagsform och etableringshinder	20-21
9. Prissättning	22
10. Ekonomi, likviditets- och resultatbudget samt finansiering	23-24
10. Försäljningsbudget	25
10. Kapitalberäkning	26
10. Resultatbudget- enskild firma/handelsbolag	27
10. Likviditetsbudget - enskild firma/handelsbolag	28
10. Resultatbudget - aktiebolag	29
10. Likviditetsbudget - aktiebolag	30
11. Startbeslut och tidsplan	31-32
12. Styrka - svaghetsanalys	33-34

1. Företagsägare och affärsidé

Företagsägare:

Namn: _____

Personnummer: _____

Adress: _____

Telefonnummer: _____ Mobil: _____

E-postadress: _____

Namn: _____

Personnummer: _____

Adress: _____

Telefonnummer: _____ Mobil: _____

E-postadress: _____

Namn: _____

Personnummer: _____

Adress: _____

Telefonnummer: _____ Mobil: _____

E-postadress: _____

Affärsidé:

Målformulering/affärsidé

Försök beskriva vad ditt företag ska göra och tjäna pengar på. Beskrivningen måste innehålla vad du har för vara eller tjänst och sortiment. Och hur du tänker bedriva verksamheten. Beskriv geografiska begränsningar och specialitet/nisch och vad som särskiljer dig från andra. Tänk på vad du har för målsättning – som exempelvis lågpris- eller kvalitetssortiment? Företag som helt struntar i affärsidén eller bara anger ”tjäna pengar” har ingen bas att stå på! Ett företag utan mål är det få som vill göra affärer med.

Kom ihåg: alla som frågar måste direkt förstå din affärsidé. Den behöver inte innehålla svåra ord och uttryck. Kunder, medarbetare, branschfolk, släkten m.fl. måste förstå din formulerade affärsidé. Du bör kunna presentera affärsidén (en sammanfattning) på cirka 20 sekunder! När du sedan upprepat affärsidén ett flertal gånger blir det lättare att uppfatta vad du arbetar med och vad du vill sälja.

Affärsidén ska svara på följande frågor:

- Vad ska jag sälja för varor/tjänster?
- Vem/vilka ska jag sälja till, var finns de (geografiskt)?
- Hur ska detta gå till – hur når jag dem? Vilka resurser behöver jag?
- Varför ska de köpa av just mitt företag?
- Hur ska du göra för att skilja din vara/tjänst från konkurrenterna?

USP (Unique Selling Proposition)

Vad är ditt företags USP, dvs vad är det som är unikt med ditt företag som gör att kunderna ska välja dina varor/tjänster?

Tex:

Mitt företag vänder sig till:

Mitt företag täcker mina kunders behov av:

Mitt företags erbjudande till dem är:

Skälet till att de ska köpa av just mitt företag är:

Mitt företag når dem genom att:

2. Företagets namn och inriktning

Företagets arbetsnamn

Bolagsverket i Sundsvall är den myndighet som godkänner vilket namn företaget får använda. Använd alltid ett arbetsnamn på företaget tills namnet blir godkänt av Bolagsverket. Du kan gå in på www.bolagsverket.se under Näringslivsregister och där se om det finns flera företag registrerade med namn snarlikt ditt eget tänkta namn. Vi rekommenderar alltid att man registrerar sitt företagsnamn även för en enskild firma för att få ett riktigt namnskydd. Gör gärna en koppling mellan affärsidén och namnet på företaget. Ibland sammanfaller affärsidén med företagsnamnet, dvs att du själv är affärsidén. Exempel - Konsultfirman Eskil Andersson - men vad säger då företagsnamnet om din kompetens eller inom vilket område företaget är verksamt? Ändra inte ditt företagsnamn i onödan!

Bransch

Inom vilken bransch tänker du arbeta? Då du anger detta till Bolagsverket och Skatteverket registreras också detta i din anmälan. Ändrar du senare affärsidé eller inriktning på företaget ska detta också ändras hos Skatteverket. Det är viktigt därför att kostnader (maskiner m m) som har med den nya inriktningen att göra kan underkännas av revisorn och skattemyndigheterna om du har kvar den gamla inriktningen hos Skatteverket.

Tjänster eller varor

Att sälja tjänster skiljer sig från att sälja varor. Det är många gånger svårt att beskriva tjänsten. Varor går oftast att ta på och därmed beskriva. Därför är det viktigt att noga beskriva den tjänst som du tänker sälja på marknaden. Presentera gärna din tjänst så man vet vad man får genom att anlita dig och tjänsten. Det kan vara svårt att beskriva tjänsten kortfattat, men tänk då på hur lite tid man oftast har för att sälja in sin tjänst.

Handel

Handel täcker allt från tobaksaffär till golvgrossist. Försök beskriva hur handeln går till och vilka som kan vara inblandade. Behövs det ett lager och hur stort sortiment behövs i starten?

Varor/produktion

Tänker du starta eller ta över en produktion? Försök beskriva eventuella mellanled och hur din nisch fungerar i din bransch. Vad har du för erfarenheter av produktionen och branschen? Kommer du att tillföra något nytt i produktionen eller på annat sätt skapa något unikt?

Fundera på om du kan sälja flera varor eller tjänster tillsammans med huvudvaran/tjänsten som kompletterar den.

Logotype

Har du idéer på en egen logotype, ett eget varumärke? Om logotypen är mycket viktig för din verksamhet kanske du ska anlita en formgivare som kan ge dig några förslag. Är det aktuellt att registrera varumärket hos PRV? Du kan redan här i affärsplanen beskriva med ord hur du vill ha den - eller om möjligt rita in den eller kopiera in den. Tänk på att ett färdigt varumärke tar tid att arbeta in och tänk även på vad du vill att det ska förmedla till kunderna. Se till att det blir så bra att du inte behöver ändra i onödan.

2. Företagets namn och inriktning

Företagets arbetsnamn:

Bransch:

Tjänster/varor:

Handel:

Varor/produktion:

Logotype:

3. Jag som nyföretagare

Erfarenheter av branschen

Beskriv kortfattat vad du arbetat med tidigare och de erfarenheter du har av den bransch som du funderar på att starta inom. De allra flesta som startat ett nytt företag har arbetat inom branschen i många år, eller sysslat med det som hobby. Då man startar eget tar man med sig detta kunnande och även en del viktiga kontakter/kunder för att få en flygande start.

Om du däremot startar inom en ny bransch måste du övertyga andra om ditt kunnande. Bifoga gärna din CV till Affärsplanen.

Erfarenheter som företagare

Har du några tidigare erfarenheter av eget företagande? Har du någon i vänkretsen eller i släkten som driver ett företag? Beskriv dina erfarenheter!

Min utbildning

Vad har du för grund- och fortsättningsutbildning? Vad kan du dra för nytta av din utbildning i ditt företagande?

Privatekonomi

Numera säger alla banker och kreditinstitut att nyföretagaren ska stå för det egna kapitalet/riskkapitalet. Med det menas startkapitalet som du kan stoppa in i företaget som riskpengar. Pengar som du aldrig mer ser om företaget går omkull. I en del fall kan det egna kapitalet/riskkapitalet vara själva aktiekapitalet eller del därav i företaget. Även om du inte tänker låna pengar i banken kanske företaget måste skaffa sig en check/kontokredit. Även då tittar alltid banken på din privatekonomi. Om du har stora lån sedan tidigare och inte kan få fram riskpengar till företaget är det en dålig start. Hur mycket vågar eller kan du riskera privatekonomiskt?

Hemförhållanden

Har du någon som ”backar upp dig” på hemmaplan - namnge personen! Någon du kan få förståelse hos när motgångarna kanske kommer och någon du kan ”prata av dig med”? Det finns inget så ensamt som en ensamföretagare, brukar man säga. Kort sagt - du behöver ett personligt bollplank. Personen behöver inte vara expert på det område du ska starta inom, snarare tvärtom, en personlig vän som ger goda råd vad gäller relationer och vanligt sunt förnuft. Gå hem och prata igenom dina ambitioner att starta eget. Att vara företagare är en livsstil - ett sätt att leva. Det krävs ett totalt engagemang av dig med massor av energi. Hur mycket tid och engagemang vill du/kan du lägga ner på ditt blivande företag?

Därför vill jag starta eget företag

Det finns många olika motiv varför man vill starta ett eget företag. Tänk noga igenom varför just du vill starta eget företag. Gå igenom dina skäl och skriv ner dem.

Ditt personliga nätverk

Hur ser ditt nätverk ut? När problemen hopar sig är det dags att söka efter hjälp och kontakter. Dina bästa kunder är säkert en del av ditt innersta nätverk. Lista här namnen på de som idag är en del av ditt personliga nätverk som ska kunna ge dig en hjälpande hand. Sätt gärna kompetens eller funktion efter namnet. Kanske kan du skaffa dig en personlig mentor eller coach?

Kopplingen mellan Dig och affärsidén

Ange vad det finns för koppling mellan dig och din affärsidé? Ha gärna i bakhuvudet om någon annan skulle kunna starta med din affärsidé utan din bakgrund, kunskap och erfarenheter? Övertyga!

Slutligen: har du en förmåga att sälja dig själv? Om inte du kan sälja din affärsidé och tjänster/produkter - vem kan det då?

Om någon annan ska sälja dina varor eller tjänster - **vem - och varför?**

Kompanjon/delägare

Många kompanjonskap slutar tyvärr med brutna vänskapsband. Om du ska skaffa en kompanjon måste han/hon kunna komplettera dina kunskaper och personliga egenskaper och läggning. Vem ska göra vad i företaget?

Upprätta ett kompanjonsavtal - detta är **en nödvändighet före start!** I kompanjonsavtalet ska det finnas regler för fördelning av vinst/förlust, förmåner, hembud, konkurrensklausul etc. Tänk igenom vem som ska besluta om vad.

Affärsetik/Kvalitet /CSR (Corporate Social Responsibility)

Ditt rykte som företagare ska du vara rädd om. Det är genom att vara och verka som seriös företagare som du blir bedömd av andra. Att ligga i lagens utkanter är naturligtvis riskfyllt. Men det är lika riskfyllt att bli förknippad med företeelser som är oetiska eller strider mot god affärssed. Tänk på att affärsrelationer alltid bygger på förtroende. Din framtid som företagare är beroende av att du och ditt företag blir kända för god affärsmoral och hög etik. Det är genom att verka och vara som seriös företagare med hög kvalitet som du har förutsättningar till framgång. Att som företag även engagera sig i det samhället man verkar i utöver vad lag kräver (CSR) är ofta förenat med positiv inverkan i ditt företagande. Det sträcker sig från riskhantering till nya affärsmöjligheter! Tänk igenom vad ditt företag kan bidra med till en mer positiv samhällsutveckling. Kanske samarbete med en organisation kan hjälpa dig. Se till att välja en partner som är seriös och att ni tillsammans har glädje av samarbetet.

3. Jag som nyföretagare

Erfarenheter av branschen:

Erfarenheter som företagare:

Min utbildning:

Privatekonomi:

Hemförhållanden:

Därför vill jag starta eget företag:

Mitt personliga nätverk:

Kopplingen mellan mig och affärsidén:

Kompanjon/delägare/kompanjonsavtal:

Affärsetik /kvalitet /CSR(Corporate Social Responsibility):

4. Min marknad och mina kunder

Bransch

Inom vilken bransch ska ditt företag arbeta? Beskriv branschen och utvecklingen de senaste åren! Hur bedömer du branschen de närmaste åren framöver?

Målgrupp och kunder

Har du en eller flera målgrupper? Kan du beskriva storleken på grupperna? Du kanske till och med har namn på vissa kunder redan idag? Hur kan du nå målgrupp och kundgrupp med dina varor eller tjänster? Kan själva tillvägagångssättet bli en del av din affärsidé? Många stora företag, som naturligtvis också varit små, har lyckats tack vare en klar filosofi att vinna marknadsandelar. De gjorde inte som alla andra – de skapade en egen metod.

Du kan hitta dina kunder genom en mängd olika metoder – inte minst genom Internet.

Dina säkra kunder

Har du redan nu säkra kunder som kommer att köpa din vara eller tjänst? Lista dem och notera till exempel om det är en kund på gång, du har redan en överenskommelse, du vet ungefär hur mycket de kommer att köpa etc. Har du redan börjat sälja?

Hur ser din typkund ut och var finns den?

Beskriv hur din typiska kund ser ut. Preciserar var kunden finns geografiskt. Finns kunderna bland privatpersoner, företag, kommun, föreningar eller annat?

Hur stor är den totala marknaden?

Ta reda på hur stor **din** marknad är inom din bransch. Hur mycket den omsätter totalt och inom ditt geografiska område. Sätt upp ett marknads mål i procent av din geografiska marknad. Detta ger perspektiv på hur stor eller liten och konkurrensutsatt din bransch och marknad kan vara.

Hur ska du nå din marknad?

Gör en enkel marknadsplan för det första verksamhetsåret. Berätta vilka åtgärder och medel du tänker använda dig av för att nå marknaden och kunderna. Är det genom personlig försäljning eller annonsering? Eller? Viktigt är att ange i tiden när dina aktiviteter ska sättas in.

(Se kapitel Marknadsplan sid. 15.)

Kan du paketera dina tjänster/produkter?

En anledning till att konkurrenterna finns etablerade är att de gjort en insats för att ta sig in på marknaden och sedan stanna kvar där. Analysera noga vad konkurrenterna gör rätt och fel innan du bestämmer dig för hur din verksamhet ska se ut och presenteras. Att göra som alla andra är förmodligen det svåraste sättet att etablera sitt företag på. Försök hitta en nisch och paketera dina produkter och tjänster så att de blir lättuppfattade på marknaden då har man större förutsättningar att lyckas. Hur ser din produkt eller tjänst ut i färdigt skick?

Hur betalar kunden?

Är det kontant, med kort eller faktura, efter 10 eller trettio dagar? Betalar kunden efter fyrtio dagar och är kreditförlusterna i branschen stora? Detta är mycket viktigt för din likviditetsbudget. Vilka leveransvillkor har dina produkter? Finns speciella kreditvillkor? Det kan bli problem för dig om kunden inte betalar i tid. Fakturera så fort som möjligt.

Hur mycket och hur ofta köper kunden?

Hur ofta köper kunden av dig? Måste du ligga med större lager? Har du säsongsvariationer i din bransch? Hur påverkar detta din försäljning och din kassalikviditet? Hur köptrogen är kunden?

Beskriv konkurrenterna

Gör en konkurrentanalys! Beställ t ex årsredovisning från Bolagsverket (gäller bara aktiebolag) avseende den största konkurrenten. Fråga vänner och bekanta vad de tycker om fördelar respektive nackdelar med konkurrenten. Berätta sedan om ditt upplägg och be om ärliga svar vad de tycker. Beskriv konkurrenten/erna och deras produkt eller tjänstemix.

4. Min marknad och mina kunder

Beskriv ditt företags bransch:

Mina kunder/säkra debiterbara arbeten/produkter:

Så här ser min typkund ut, och var finns hon/han?

Marknaden - hur mycket omsätter den totalt, resp. inom **ditt** geografiska område?

Hur ska Du nå Din marknad och Dina kunder?

Kan Du paketera Dina tjänster/produkter ?

Hur betalar kunden?

Hur mycket och hur ofta köper kunden?

Beskriv konkurrenterna och deras produkt/tjänstemix:

5. Marknadsföring, reklam och försäljning

Det är mycket viktigt hur du introducerar ditt företag på marknaden. Det gäller att få ett uppmärksamhetsvärde som gör att kunder hittar dig.

”Syns man inte, finns man inte.”

Marknadsplanen

Hur tänker du arbeta med att marknadsföra ditt företag under första verksamhetsåret? Kommer du att sälja tjänster och/eller produkter? Hur ska du arbeta med försäljningen? Skriv ner månad för månad vilka olika aktiviteter och åtgärder som du tänker använda. Var realistisk i din marknadsplan – det tar tid att bli känd och etablerad. Hur mycket tänker du satsa på marknadsföringen? Behöver du anlita hjälp med försäljningen? Hur? Egen hemsida för företaget? Kom ihåg att använda ditt nätverk i marknadsföringen! Ta reda på hur mycket respektive aktivitet kostar att genomföra. Skriv in det i budgeten!

Hjälpmedel

De allra flesta sätter likhetstecken mellan marknadsföring och reklam. Marknadsföring kan också vara hur varan/tjänsten beskrivs och presenteras mot marknaden med bruksanvisningar etc., hur personalen uppträder och hur kunniga de är, öppettider och servicebegrepp, platsen för företaget (geografisk placering), prissättning, rabatter, kreditmöjligheter, betalningsvillkor osv.

Reklam, trycksaker, annonser mm

Det finns ett otal hjälpmedel att använda i reklamsammanhang

- Personlig försäljning
- Säljbrev och e-brev
- Direktreklam
- Annonser
- Hemsidor och banners på andras hemsidor
- Artikel i orts- och annonstidning (facktidning)
- Mässor, utställningar etc
- Föredrag och seminarier

Internet

Att ha en e-postadress till sitt företag är idag nära nog obligatoriskt. En egen hemsida eller en mer utvecklad site är också ett mycket viktigt redskap för företagets och din personliga marknadsföring. Allt fler företag lägger sin produktinformation och även sin bokning och försäljning mm via nätet. Internet är en mycket stor marknadsplats och expansionen på internet som annonsmarknad växer lavinartat. Men en hemsida, eller en mer omfattande site, måste hållas aktuell och därför måste man avsätta tid och pengar att uppdatera sina hemsidor. Se också till att dina hemsidor är lätta att hitta via s.k. sökmotorer på nätet och genom att din sida finns på länkar hos andra företag och personer i ditt nätverk.

Marknadsplan

Marknadsföringsåtgärder <small>Ange namn på startmånad →</small>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Summa kostnad (exkl.moms)
Kostnad/mån:													

6. Administration

Vem sköter vad?

Det är en lång rad administrativa och praktiska tjänster som måste skötas i det nya företaget - allt från banktjänster till inbetalning av skatter och avgifter. Tänk igenom vem som ska sköta vad. Även en ensamföretagare behöver hjälp med mycket av det som beskrivs här. Fyll i namnen på listan sist i avsnittet.

Bokföring/redovisning

Tänk på att alla företag (även mycket små enskilda firmor) är bokföringsskyldiga! Kan, vill du, har du tid att sköta bokföringen själv? Eller ska du anlita en redovisningsbyrå? Se till att detta fungerar redan vid företagsstarten!

Avtal, hyresavtal, kompanjonsavtal, återförsäljaravtal mm

Presentera samtliga avtal som har ingåtts eller ska ingås. Bekräfta alltid muntliga avtal skriftligt, annars är det svårt att bevisa vad som avtalats vid en eventuell tvist. Låt gärna en affärsjurist titta igenom avtalen innan du skriver på. Till synes oskyldiga avtal och överenskommelser kan få ödesdigra konsekvenser. Hur förvarar du dessa värdehandlingar?

Etableringshinder

Inom vissa branscher krävs tillstånd från lokala eller statliga/regionala myndigheter för att få bedriva verksamhet. Lista vilka myndighetskontakter du haft eller kan komma i kontakt med för att kunna driva din verksamhet, t ex polismyndighet, brandmyndighet, byggnadsnämnd, miljönämnd, länsstyrelse o dylikt.

Försäkringar, a-kassa

Försäkringar är ofta lågt prioriterade. Ansvars-, avbrotts- och egendomsförsäkring samt rättsskydd liksom liv-, olycksfall- och pensionsförsäkring ska man inte glömma. Vad händer med ditt företag om du blir långvarigt sjuk? Vilken ersättning får du själv från Försäkringskassan? Det finns prisvärda försäkringar för nyföretagare hos många försäkringsbolag och även hos organisationer och dessa särskilda företagsförsäkringar täcker den första tiden som nyföretagare. Glöm inte heller bort att vara medlem i någon a-kassa för företagare om du måste lägga ner företaget och du blir arbetslös.

Lokaler

Var ska du ha din verksamhet? Att starta hemifrån kan ofta vara en billig lösning men tänk på att det är bra med sociala kontakter och vikten av att finnas med och ha tillgång till nätverk. Det gäller att synas och bli tagen på allvar när man väl satsar och blir företagare – det finns enkla och billiga alternativ. Beskriv var du har tänkt ha din arbetsplats och hur det ska skötas rent praktiskt.

Styrelse

Använd din styrelse, om du har aktiebolag, som kompetensförstärkare. Vilka är lämpliga att sitta i styrelsen och vilken kompetens och erfarenhet har de? Krav på kompetent styrelse ställs alltmer av bankerna idag. Har du möjlighet att hitta någon mentor eller annan som kan stärka styrelsearbetet under startfasen?

6. Administration

Vem sköter vad?

Bank: _____

Budgetering/budgetuppföljning: _____

Bokföring: _____

Revision: _____

Bokslut: _____

Deklaration: _____

Fakturering: _____

Momsredovisning: _____

Skatter och avgifter: _____

In- och utbetalningar: _____

Försäljning: _____

Marknadsföring och reklam: _____

Order och inköp: _____

Personal: _____

Post, webb: _____

Beskriv:

Avtal, hyresavtal, kompanjonsavtal, återförsäljaravtal: _____

Etableringshinder: _____

Försäkringar: _____

A-kassa: _____

Lokaler: _____

Styrelse: _____

7. Nätverket - personliga kontakter

Ensam är inte stark!

Att driva företag idag är annorlunda än för bara tio år sedan. Förändringarna sker snabbt. Många sköter sin försäljning helt och hållet via kontakter. Ett annat ord för kontakter är nätverk. Det är ingen slump att framgångsrika företagare har ett stort och brett nätverk. Gå igenom dina kontakter systematiskt och skriv in dessa här i affärsplanen.

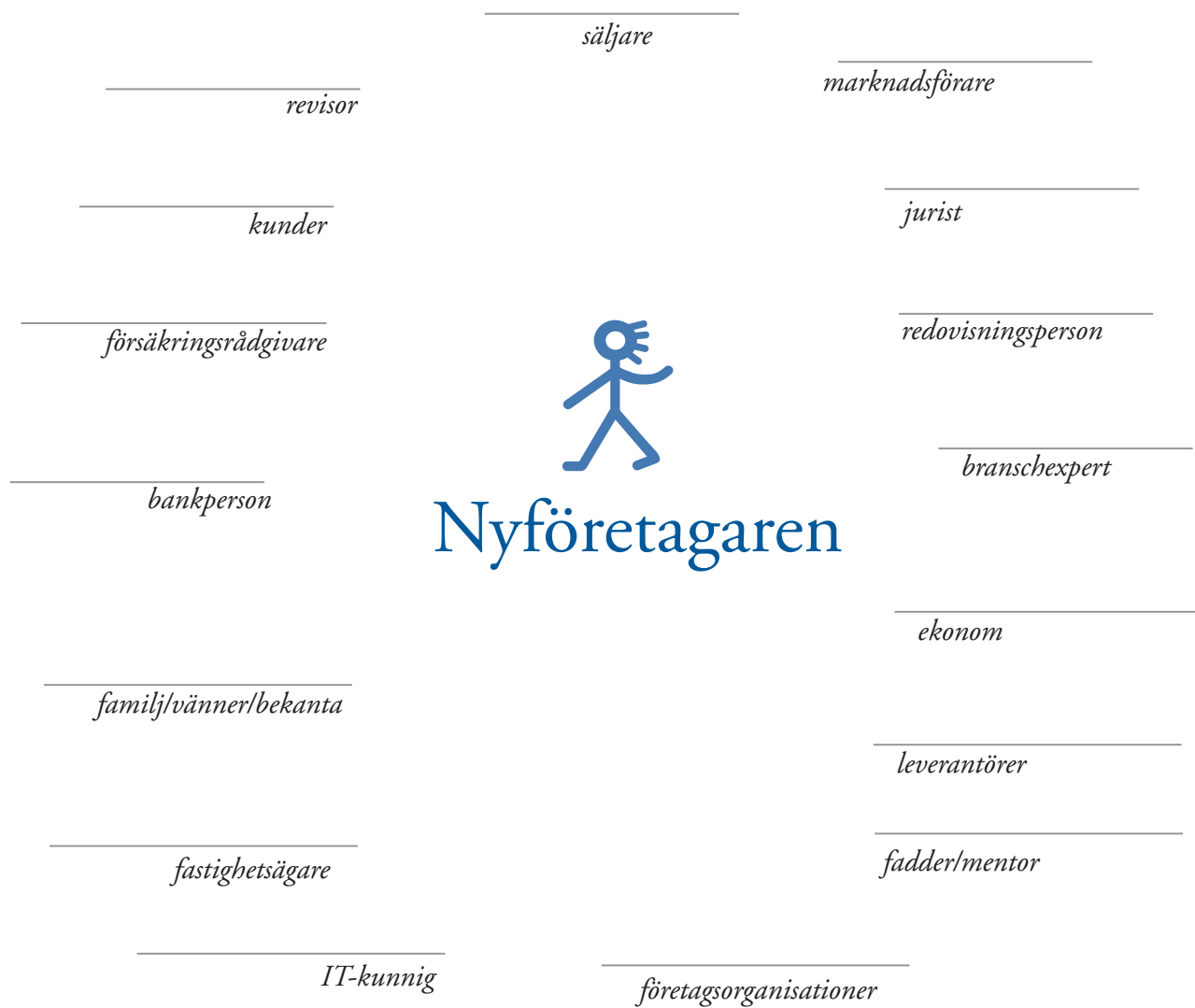
Inom näringslivet finns nätverk för och mellan företagare. Företagarorganisationer av typen Företagarna, Svenskt Näringsliv, eller branschorganisationer eller fackliga organisationer, som exempelvis Unionen och Vårdförbundet, har en självklar plats när det gäller skapandet av dina kontakter. Som nyföretagare gäller det att knyta många nya kontakter. Sprid ditt visitkort till så många som möjligt. Den första tiden som företagare är ovan och prövande. Att ha ett bollplank som är uppdaterat just vad gäller ditt företag är guld värt. Fråga rådgivaren på NyföretagarCentrum om de kan hjälpa till med kontakter så att du vidgar ditt nätverk.

Styrelsen

Styrelsen blir allt viktigare även i ett litet företag. Ofta består styrelsen enbart av ägaren och make/maka. Styrelsesammanträden och bolagsstämman blir då en formell pappersprodukt. Minst ett par gånger om året borde styrelsen i företaget istället resonera kring affärsidén och om nya utvecklingsmöjligheter. Istället för att betala marknadsförare och konsulter för råd kan någon erbjudas en styrelsepost, mot eller utan ersättning beroende på relation till personen. Använd ditt nätverk som resurs oavsett om du har en styrelse eller ej, det kommer du och ditt företag att tjäna på.



7. Nätverket - personliga kontakter



Styrelsen:

8. Företagsform och etableringshinder

Vilken företagsform passar Din affärsidé bäst?

När du analyserat din affärsidé, marknad, kunder osv. ska du noga överväga fördelar och nackdelar med de olika företagsformerna: aktiebolag, handelsbolag, kommanditbolag, enskild firma och ekonomisk förening.

Sett ur din personliga situation – vilken företagsform är då bäst?

Väg företagsformerna ur personlig synvinkel. Risk jämfört med kapitalinsats.

Krävs särskilda tillstånd för att etablera verksamheten?

Företag som bedriver verksamhet inom exempelvis yrkesmässig trafik, servering av alkoholhaltiga drycker och försäljning på offentlig plats kräver särskilda tillstånd. Även inom vårdområdet finns restriktioner som kräver tillstånd. Yrkesinspektionen, brandmyndighet, miljönämnd är några exempel på myndigheter som kan ha synpunkter på din verksamhet. Gå gärna in på Tillväxtverkets hemsida där du hittar Företagsguiden: Hitta tillstånd.

Har du registrerat företaget?

Kontrollera namnfrågan hos Bolagsverket. Du kan själv gå in på Bolagsverkets hemsida under Näringslivsregistret och testa om ditt namn är unikt eller det finns liknande namn registrerade. Det kan utgöra hinder för att ditt namn ska godkännas. Har du redan påbörjat registreringen och rentav börjat verksamheten? Då står du personligen ansvarig för allt du företar dig med firman.

Skatte- och avgiftsanmälan

Du måste fylla i blanketten *Skatte- och avgiftsanmälan* och lämna till Skatteverket. Via www.foretagsregistrering.se kan du både registrera den firma och samtidigt söka F-skatt och registrera för moms samt registrera dig som arbetsgivare. Tänk på att den inkomst du räknar med ska vara realistisk. Gör inga glädjekalkyler! Du kan dock ändra din F-skatt när som helst med blanketten *Preliminär självdeklaration*. F-skattsedeln är viktig. Ska du driva företag vid sidan av en anställning? Då ska du söka FA-skatt.

Om du startar aktiebolag – har du ordnat revisor?

Ta gärna kontakt med flera revisorer/revisionsbyråer när du väljer revisor. Personkemin måste också stämma. Ta gärna in offert från flera revisionsbyråer.

8. Företagsform och etableringshinder

Jag har valt följande företagsform:

Fördelar:

Nackdelar:

Följande tillstånd har jag sökt (eller komma att söka):

Har du registrerat företaget hos Bolagsverket?

9. Prissättning

Prissättning handlar om den svåra konsten att sätta rätt pris på företagets varor eller tjänster. Rätt prissättning är en viktig framgångsfaktor för ditt företag.

Inköpskostnad/nedlagda kostnader

Vad kostar varan/tjänsten i inköp och/eller nedlagda kostnader (exkl. moms) fram till dess den är klar för försäljning?

Övriga kostnader

Vad har ditt företag för övriga kostnader (exkl. moms)? Se resultatbudgeten!

Pris

Hur mycket behöver ditt företag ta betalt för sina varor/tjänster för att du ska få den inkomst du har tänkt dig?

Kundnytta

Vad är kunderna beredda att betala för företagets varor/tjänster (inkl. moms om köparna är privatpersoner)?

Konkurrenter

Vad kostar motsvarande/liknande varor/tjänster hos konkurrenterna?

10. Ekonomi

Att göra en budget kan ibland kännas som en gissningslek. Det är dock ett mycket viktigt verktyg. Att sätta upp mål för verksamheten är viktigt, liksom att tänka igenom detaljer så att det inte dyker upp obehagliga överraskningar. Skatteverket vill dessutom ha en preliminär deklARATION i samband med att du söker F-skatt (FA-skatt), så budgetarbetet är ingalunda ett bortkastat arbete. Många småföretag gör felet att inte genomföra, planera och följa upp vad gäller ekonomin!

Här intill finns flera ”blanketter” som innehåller en första genomlysning av ditt företags ekonomi. För en mer grundlig genomgång hänvisar vi till den mer avancerade budgeten i den elektroniska Affärsplanen som finns via nedladdning eller på CD.

Försäljningsbudget,

en beräkning av försäljningen månadsvis.

Kapitalberäkning,

dvs en uppskattning av hur mycket kapital ditt företag behöver inför starten.

Resultatbudget,

dvs. uppskattade kostnader och intäkter på ett års basis.

Likviditetsbudget,

alltså en budget som mäter kassaflödet in och ut, månad för månad (kanske den viktigaste budgeten under det första budgetåret).

Du kan göra flera olika försäljningsbudgetar (kopiera i så fall blanketten). Du kan t ex dela upp försäljningen i olika huvudgrupper av varor eller tjänster eller göra annan indelning för att räkna ut hur stor bruttovinsten blir på respektive grupp. Du kan också göra flera budgetar om du har olika momssatser (0, 6, 12, eller 25%) på försäljningen och ev på inköpen.

Kapitalberäkningen är uppdelad i hur mycket investeringar som måste göras i form av maskiner, köp av lokal, inventarier samt pengar för marknadsföring (som alltid är högre i början av ett företags existens). Första tiden behövs ett rörelsekapital för att hålla verksamheten igång. Det tar tid innan du får betalt för nedlagt arbete och pengar måste fram för att köpa in exempelvis ett varulager. Det kan vara vettigt att lägga upp ett visst buffertkapital/ reservkapital räknat på ca 5 procent av investeringarna och rörelsekapitalet. Summan av kapitalbehovet ska komma från finansieringen, dvs ”främmande kapital” och ” eget kapital”. Även om du inte tänkt låna pengar kan en check/konto-kredit innan pengarna börjar rulla in i företaget vara bra att ha. Jämför summeringarna i de bägge spalterna, de ska stämma överens.

Det finns två blanketter vad gäller likviditetsbudget beroende på de olika företagsformerna. Skillnaden är främst privata uttag (ägare) kontra löner (ägare och anställda). När resultatbudgeten är klar kan du beräkna den preliminära F-skatten som du ska normalt betala månadsvis (se Skatteverkets broschyr ”*Skatter och avgifter*”) och för in den i likviditetsbudgeten.

Resultatbudgeten är uppdelad på två blanketter, en för enskild firma/handelsbolag och en för aktiebolag. Skillnaden är främst att ”Resultat” i enskild firma/handelsbolag ska räcka till både skatt-och egenavgifter samt till motsvarande ”nettolön” till ägaren/ägarna medan i aktiebolag finns löner med som en naturlig post enär ägaren/ägarna är anställda i bolaget. Observera att även om du ej har privata uttag i enskild firma slipper du inte egenavgifter!

Sammanfattning

- **Ta kontroll över ditt företags ekonomi!**
- **Gör en budget över intäkter och kostnader! Vad blir det för överskott?**

10. Försäljningsbudget

Ange namn på startmånad och därefter följande månader → Månad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Summa för 12 månader
	(belopp i tkr)												
Försäljning Belopp exkl. moms													
Utgående moms													
Belopp inkl. moms													
Inköpskostnader (exkl. moms)													
Varu/materialinköp													
Köp av främmande tjänster *)													
Ingående moms													
Belopp inkl. moms													
Bruttovinst (försäljning-inköpskostnader)													
Belopp exkl. moms													
Marginal % **)													
Pålägg %***)													

*) Främmande tjänster kan vara t ex frakt, tull, kontokortskostnader, underleverantörer, konsulter, m m.

***) Bruttovinsten i procent av försäljningen (exkl. moms)

****) Bruttovinst i procent av inköpspriset (exkl. moms)

OBS! Marginal och Pålägg används främst inom varuhandel, restauranger, café o dyl.lik.

10. Kapitalberäkning

(i tusental kronor exkl. moms)

Startkapitalbehov <i>Detta behöver du kapital till.</i>	Finansiering <i>Härifrån kommer kapitalet.</i>
---	--

INVESTERINGAR

FRÄMMANDE KAPITAL

Lokal t ex övertagande av hyresrätt, ombyggnad, renovering			Levarantörsskulder $\frac{\text{kreditinköp/år} \times \text{kredittid i dagar}}{360}$		
Maskiner och verktyg inköp av ex dator med tillbehör, maskiner			Banklån		
Inventarier och inredning tex butiks- och kontorsutrustning, personalutrymmen mm			Övrig finansiering		↳ +
Marknadsföring t ex produktkatalog, broschyrer, företags- presentationer, skyltar, hemsida extra marknadsföringskostnader vid starten mm					
Övrigt t ex kostnader för olika tillstånd, patent, goodwill m m					
Moms på ovanstående		↳ +			
RÖRELSEKAPITAL			EGET KAPITAL		
Likvida medel kontanter, plusgirobekämlning, banktillgodohavanden			Egen insats		↳ +
Varulager startlager till inköpspris, råvaror, färdiga produkter, även förbrukningsmaterial					
Övriga kostnader t ex betalda förskott, hyror					
Moms på varulager och ev. på övriga kostnader					
Kundfordringar $\frac{\text{kreditförsälj/år} \times \text{kredittid i dagar}}{360}$		↳ +			
Buffertkapital/Reservkapital (ca 5 procent av investeringar + rörelsekapital)		→ +			
SUMMA STARTKAPITAL			SUMMA FINANSIERING		

10. Resultatbudget – enskild firma/handelsbolag

(tusental kronor)

Intäkter (exkl. moms)	Försiktig År 1 (12 mån)	Trolig År 1 (12 mån)	Prognos År 2 (12 mån)
Försäljning av varor/tjänster			
Övriga intäkter			
Summa intäkter			
Kostnader (exkl. moms)			
Varuinköp och materialinköp			
Köp av främmande tjänster			
Löner för anställda (ej ägare)brutto			
Arbetsgivaravgifter, sociala kostnader (ca 40 % av löner ovan)			
Bil- och resekostnader			
Lokalhyra (el, värme, reparationer)			
Förbrukningsmaterial			
Kontorskostnader, trycksaker			
Bokföring, bokslut, deklaration			
Telefon, porto			
Reklam, annonsering			
Försäkringar			
Räntekostnader (räntesats x lånat belopp)			
Övrigt/diverse			
Avskrivningar/värdeminskning (20% av investeringar)			
Summa kostnader			
RESULTAT			
Schablonavdrag för egenavgifter (minus 25% av resultatet)			
Nettointäkt/Verksamhetens överskott (skattepliktiga)			

10. Likviditetsbudget- enskild firma/handelsbolag

*) Försäljning/inbet. resp. utbetalning förs in på den månad de beräknas inkomma eller betalas.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Månad												
(belopp i tkr)												
Pengar vid periodens början	—											
Inbetalningar (inkl. moms)												
Kapitalinsats												
Nya lån												
Försäljning/inbet.												
Övriga intäkter												
Moms tillbaka												
Summa inbetalningar (+)												
Utbetalningar (inkl. moms)												
Varu- och materialinköp												
Köp av främmande tjänster												
Löner för anställda (brutto)												
Arb.givavgifter, sociala kostn (ca 40% av lön)												
Privata uttag												
Bil- och resekostnader												
Lokalhyra (hyra, el, värme, rep.,)												
Förbrukningsmaterial												
Kontorskostnader, trycksaker												
Bokföring, deklaration, bokslut												
Telefon, porto												
Reklam, annonsering												
Försäkringar												
Räntekostnader (räntesats x lånat belopp)												
Diverse övriga kostnader												
Amorteringar												
Investeringar												
Moms att betala												
F-skatt (preliminärt)												
Summa utbetalningar (-)												
Överskott (+)/underskott (-)												
förs upp till översta raden på nästa månad												

10. Resultatbudget – aktiebolag

(tusental kronor)

INTÄKTER (exkl. moms)	Försiktig År 1 (12 mån)	Trolig År 1 (12 mån)	Prognos År 2 (12 mån)
Försäljning av varor/tjänster			
Övriga intäkter			
Summa intäkter			
KOSTNADER (exkl. moms)			
Varuinköp och materialinköp			
Köp av främmande tjänster			
Löner för anställda och ägare (brutto)			
Arbetsgivaravgifter, sociala kostnader (ca 40 % av löner ovan)			
Bil- och resekostnader			
Lokalhyra (el, värme, reparationer)			
Förbrukningsmaterial			
Kontorskostnader, trycksaker			
Bokföring, bokslut, deklaration, revision			
Telefon, porto			
Reklam, annonsering			
Försäkringar			
Räntekostnader (räntesats x lånat belopp)			
Övrigt/diverse			
Avskrivningar/värdeminskning (20% av investeringar)			
Summa kostnader			
RESULTAT före skatt			

10. Likviditetsbudget- aktiebolag

*) Försäljning/inbet. resp. utbetalning förs in på den månad de beräknas inkomma eller betalas.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Månad												
(belopp i tkr)												
Pengar vid periodens början	—											
Inbetalningar (inkl. moms)												
Kapitalinsats (inkl. aktiekapital)												
Nya lån												
Försäljn./inbet.												
Övriga intäkter												
Moms tillbaka												
Summa inbetalningar (+)												
Utbetalningar (inkl. moms)												
Varu- och materialinköp												
Köp av främmande tjänster												
Löner för anställda (brutto)												
Löner för ägare (brutto)												
Arb.giv.avgifter, sociala kostn. (ca 40% av lön)												
Bil- och resekostnader												
Lokalhyra (hyra, el, värme, rep.)												
Förbrukningsmaterial												
Kontorskostnader, trycksaker												
Bokföring, deklaration, bokslut, revision												
Telefon, porto												
Reklam, annonsering												
Försäkringar												
Räntekostnader (räntesats x lånat belopp)												
Diverse övriga kostnader												
Investeringar												
Amorteringar												
Moms att betala												
F-skatt (preliminärt)												
Summa utbetalningar (-)												
Överskott (+)/underskott (-)												
förs upp till översta raden på nästa månad												

11. Startbeslut och tidplan

Vilket startdatum har du?

Glidande "deadlines" gör att verksamheten inte kommer igång på rätt sätt. Deadlines behövs för att fatta vettiga beslut. Varje dag kostar dig pengar. Det tar ofta längre tid att få igång ett företag än man planerar eller tror. Och företaget kan börja generera pengar senare än vad man önskar sig. Säkert är också att utgifterna alltid kommer fortare än man räknat med.

Vilka åtgärder måste vidtas innan företagsstart?

Gör här en sammanfattande bedömning efter att affärsplanen är upprättad. Vad måste göras före starten? Hur kommer företagsstarten att genomföras? Vilket fortsatt samarbete vill du ha med nätverk, leverantörer och kunder?

11. Startbeslut och tidplan

Ange vilka åtgärder som måste vidtas före du startar, stora som små.

Åtgärd	Vecka										

Ange med en linje när åtgärden ska påbörjas och när den ska vara färdig.
exempel: |———|

12. Styrke - svaghetsanalys

Analys av affärsplanen - styrkor, svagheter, möjligheter, hot

Under de olika avsnitten i Affärsplanen har du säkert både styrkor och svagheter i affärsupplägget. De som läser affärsplanen och lyssnar till ditt affärsupplägg försöker alltid hitta den svaga länken i kedjan. Peka på den själv och berätta hur du kan förstärka länken istället för att strunta i den. Presentationen och trovärdigheten ökar då. Glöm för all del inte heller att peka på din styrka - vad som utmärker affärsidén. Gå tillbaka och arbeta med affärsplanen kontinuerligt - det lönar sig. Låt affärsplanen vara ett levande dokument.

Gör en s k SWOT-analys!

SWOT kommer från engelskans **Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats** eller på svenska: Styrkor, Svagheter, Möjligheter, Hot. Analysera hela ditt blivande företags situation. Tänk på att oftast är styrka och svagheter "internt" i företaget/dig själv medan möjligheter och hot oftast är "externt" eller något som du och ditt företag inte kan påverka direkt.

Styrkor

Svagheter

Möjligheter

Hot

Så här ska jag hantera svagheterna:

Så här ska jag hantera hoten:

Så här ska jag dra nytta av styrkorna:

Så här ska jag dra nytta av möjligheterna:

Med Affärsplanen tappar du inte ditt företags röda tråd!

	Omröva	Kompletteras	Godtagbart	Bra
1. Affärsidén-vad ska ditt företag arbeta med och tjäna pengar på?				
2. Du som nyföretagare				
3. Din marknad-Dina kunder				
4. Marknadsföring, reklam och försäljning				
5. Administration, avtal, försäkringar och lokaler samt allt praktiskt som ska skötas				
6. Ditt nätverk, personliga kontakter				
7. Företagsform och etableringshinder				
8. Budget, resultat- och likviditet samt finansiering-behöver du låna?				
9. Startbeslut och tidsplan				



NyföretagarCentrum

Detta gör Jobs and Society NyföretagarCentrum

Rikstäckande rådgivning

Nyföretagarcentrum ger varje år närmare 15 000 personer individuell, kostnadsfri och objektiv rådgivning i att starta och driva företag. Rådgivningen sker lokalt i 200 kommuner och är rikstäckande.

Unikt framgångsrik rådgivning

Nära två tredjedelar av dem som besöker NyföretagarCentrum för rådgivning startar företag. NyföretagarCentrum bidrar därmed till 10 000 företagsstarter varje år, det vill säga cirka var femte företagsstart i Sverige.

Efter tre år är; åttio procent är fortfarande aktiva i sitt företag, mindre än en procent av företagen har gått i konkurs, antalet anställda är i genomsnitt 1,6 personer.

Detta gör verksamheten unikt framgångsrik. Siffrorna visar tydligt att NyföretagarCentrums rådgivning förbättrar individens förutsättningar att bli framgångsrik i företagandet.

Lokalt nätverk viktig tillgång

NyföretagarCentrums verksamhet är i huvudsak finansierad av lokalt näringsliv. Här finns 2 300 lokala samarbetspartner. NyföretagarCentrum har ett nära samarbete med både myndigheter och andra organisationer. Målet är att lokalt skapa goda möjligheter till nyföretagande och främja entreprenörskap.

En viktig tillgång i NyföretagarCentrum är det lokala nätverket. Totalt finns cirka 4000 företag och experter i NyföretagarCentrums nätverk. Dessa är en unik tillgång i NyföretagarCentrums lokala rådgivning.

Central verksamhet stödjer lokal

Jobs and Society NyföretagarCentrum är moderorganisationen för NyföretagarCentrum.

Riksorganisationen startar och ger support till NyföretagarCentrum:

- ger ut magasinet Allt om Eget Företag
- arrangerar Mässan Eget Företag
- driver nyföretagarkampanjen Vecka 17
- genomför Startbanan för anställda eller varslade som vill starta eget företag
- har särskild rådgivning till den som vill starta vård-, omsorgs- eller apoteksföretag
- arrangerar seminarier i Almedalen
- bistår IT-system
- erbjuder rådgivningsverktyg, trycksaker med mera
- ger utbildning för rådgivare
- svarar för kvalitetssäkring med diplomering av rådgivare och certifiering av NyföretagarCentrum.

Läs mer på www.nyforetagarcentrum.se

Stockholms län

BOTKYRKA-HUDDINGE
Inger Wickbom, Lisbeth Wigström,
Behiye Hadodo, Per Blomberg
Alfreds Nobels Allé 10,
141 52 HUDDINGE
Tel 08-711 92 01
huddinge@nyforetagarcentrum.se

EKERÖ
Bo Öhlin
Tegebruksvägen 8, Box 219,
178 23 EKERÖ
Tel 08-560 314 77, Fax 08-560 462 88
ekero@nyforetagarcentrum.se

HANINGE-NYNÄSHAMN
Anki Jägbeck Brytting
Campus Haninge, Marinens Väg 30,
136 40 HANINGE
Tel 08-606 70 12
haninge@nyforetagarcentrum.se
huddinge@nyforetagarcentrum.se

JÄRFÄLLA UPPLANDS-BRO
Hans Falsin, Tommy Eriksson,
Hannes Tjerneld, Lars Hedman
Riddarplatsen 36, 3tr,
177 30 JÄRFÄLLA
Tel 08-621 17 20, Fax 08-621 17 26
jarfalla@nyforetagarcentrum.se

LIDINGÖ
Maria Stjernberg Åkermark,
Marie Bohlin
Dalenum 11, Hus 105,
181 70 LIDINGÖ
Tel 0705 100 153
lidingo@nyforetagarcentrum.se

NACKA-VÄRMDÖ-TYRESÖ
Sofia Cerne
Cylindervägen 18, Box 1113,
131 26 NACKA STRAND
Tel 08-601 28 00, Fax 08-601 28 01
nacka@nyforetagarcentrum.se

RINKEBY KISTA
Bo Almqvist
Borgarfjordsgatan 14, 164 07 KISTA
Tel 08-760 67 20, Fax 08-760 67 14
rinkeby-kista@nyforetagarcentrum.se

ROSLAGEN
Lena Norrman, Nina Forsfalk
Vegagatan 3,
761 32 NORRTÄLJE
Lena N: 070-692 83 63
Johan K: 070-223 09 80
roslagen@nyforetagarcentrum.se

SIGTUNA
Anders Glans
Nymärsta Kulle 3, Box 191,
195 24 MÄRSTA
Tel 08-591 240 40, Fax 08-591 277 60
sigtruna@nyforetagarcentrum.se

SKÅRHOLMEN
Hussein Sabri c/o Agaspo
Kommunalvägen 1, 141 47 HUDDINGE
Tel 0730-44 39 20
skarholmen@nyforetagarcentrum.se

SOLLENTUNA
Inger Alvinger
Scandic Star Sollentuna, Box 62,
191 21 SOLLENTUNA
Tel 08-754 12 36
sollentuna@nyforetagarcentrum.se

SOLNA-SUNDBYBERG
Bo Almqvist, Bengt Fahlstedt
Centralvägen 16, 171 68 SOLNA
Tel 08-735 62 40, Fax 08-29 51 23
solna@nyforetagarcentrum.se
sundbyberg@nyforetagarcentrum.se

STOCKHOLM
Anna Nedeby Bar-Am, Jan Jansson
Munkbron 1, 111 28 STOCKHOLM
Tel 08-32 45 10, Fax 08-32 41 14
stockholm@nyforetagarcentrum.se

SÖDERTÄLJE-NYKVARN-SALEM
Inger Wickbom, Per Blomberg, Behiye Hadodo
Järnagatan 16, 151 73 SÖDERTÄLJE
Tel 08-550 884 90, Fax 08-550 645 10
sodertalje@nyforetagarcentrum.se

TÄBY-DANDERYD
Ingela Gullstrand, Jörgen Ström
Kardborren, Kanalv. 17, 183 30 TÄBY
Tel 08-792 01 60, Fax 08-768 62 02
tabydanderyd@nyforetagarcentrum.se

UPPLANDS VÄSBY
Nilla Tjällden
Kanalvägen 10 C,
194 61 UPPLANDS VÄSBY
Tel 08-590 75 660
upplandsvasby@nyforetagarcentrum.se

VÄSTERORT

Bo Öhlin, Tommy Eriksson
Siktgatan 1, 3tr, 162 50 VÄLLINGBY
Tel 08-519 060 30
vasterort@nyforetagarcentrum.se

ÖSTERÅKER-VAXHOLM
Calle Bergström
Sågvägen 19, Box 562,
184 25 ÅKERSBERGA
Tel 08-540 689 50, Fax 08-544 011 39
osteraker@nyforetagarcentrum.se

Uppsala län
ENKÖPING
Ulla Reutersköld
Gesällgatan 2C, Box 833,
745 26 ENKÖPING
Tel 0171-44 27 70, Fax 0171-299 70
enkoping@nyforetagarcentrum.se

KNIVSTA
Tommy Regnström
Rubansksgatan 4, 741 71 KNIVSTA
Tel 070-759 60 59
knivsta@nyforetagarcentrum.se

NORD UPPLAND
Kenneth Holmström
I. Bangårdsgatan 14 B, 815 41 TIERP
Tel 0293-712 35, Fax 070-617 97 80
(tidsb. 0295-217 50)
II. Kuben Harnäsgratan, Skutskär
III. Rådhusgatan 6, ÖSTHAMMAR
norduppland@nyforetagarcentrum.se

UPPSALA
Cilla Franzén
Dag Hammarskiöldsväg 26,
Uppsala Science Park, 751 83 UPPSALA
Tel 018-50 66 00, Fax 018-50 66 37
uppsala@nyforetagarcentrum.se

Södermanlands län
ESKILSTUNA
Christer Dahl, Ulf Eliasson
Munkell Skansen Park, Portgatan 3
633 42 ESKILSTUNA
Tel 016-14 66 14, Fax 016-14 37 22
eskilstuna@nyforetagarcentrum.se

NYKÖPING-OXELÖSUND
Christer Olofsson, Birgit Båvner
Västra Kvarngatan 62,
611 32 NYKÖPING
Tel 0155-28 11 20
nykoping@nyforetagarcentrum.se

STRÅNGNÄS
Birgitta Blanck
Skogsvägen 1, 645 34 STRÅNGNÄS
Tel 0152-109 07
strangnas@nyforetagarcentrum.se

Östergötlands län
FINSPÅNG
Patrik Markos
Bergslagsvägen 13-15, Kommunalhuset
612 80 FINSPÅNG
Tel: 0122-164 50
finspang@nyforetagarcentrum.se

KATRINEHOLM
Victoria Amanius
Vingåkersvägen 18,
641 51 KATRINEHOLM
070-398 88 73, Fax 0150-48 87 70
katrineholm@nyforetagarcentrum.se

KINDA
Roland Fritiofsson
Storgatan 10 B, Box 100, 590 40 KISA
Tel 0494-194 62, Fax 0494-194 53
kinda@nyforetagarcentrum.se

LINKÖPING
Margareta Paulsson
Ågatan 9, Box 388, 581 04 LINKÖPING
Tel 013-25 30 60, Fax 013-25 30 10
linkoping@nyforetagarcentrum.se

MJÖLBY
Marianne Jansson
Jerikodalsgatan 6, 595 30 MJÖLBY
Tel 0142-148 01
mjolby@nyforetagarcentrum.se

MOTALA
Ingela Lindefelt
Platensgatan 21, 591 35 MOTALA
Tel 0141-510 71, Fax 0141-517 17
motala@nyforetagarcentrum.se

NORRKÖPING
Johan Listenius
Näringslivetshuset, Drottninggatan 24,
602 24 NORRKÖPING
Tel 011-19 44 74, Fax 011-19 44 61
norrkoping@nyforetagarcentrum.se

SÖDERKÖPING
Bengt Dahl
c/o Söderköpingsbrunn, Box 44,
614 21 SÖDERKÖPING
Tel 0121-155 20
soderkoping@nyforetagarcentrum.se

Jönköpings län

JÖNKÖPING
Urban Blomberg, Bengt Tillberg,
Percy Bratt, Anna Bjarnle, Mia Werthén
Östra Storgatan 79, Box 292,
551 14 JÖNKÖPING
Tel 036-16 88 52, Fax 036-16 77 25
jonkoping@nyforetagarcentrum.se

MULLSJÖ
Anders Andersson
Bjurbäcksvägen 1, Box 194,
565 24 MULLSJÖ
Tel 0392-372 70, Fax 0392-372 75
mullsjo@nyforetagarcentrum.se

VETLANDA
AnnKarin Karlberg
Älggatan 2, 574 40 VETLANDA
Tel 0383-140 86, Fax 0383-140 06
vetlanda@nyforetagarcentrum.se

Kronobergs län
ALVESTA
Börje Norén
Fabriksgratan 13, 342 32 ALVESTA
Tel 0472-127 20, Fax 0472-127 20
alvesta@nyforetagarcentrum.se

LJUNGBY
Birgitta Kristoffersson
Garvaren, 341 60 LJUNGBY
Tel 0730-30 20 28
ljungby@nyforetagarcentrum.se

VÄXJÖ
Leena Bergkvist, Pia Karlsson
Honnörsgratan 12, 352 36 VÄXJÖ
Tel 0470-392 90, Fax 0470-186 90
vaxjo@nyforetagarcentrum.se

ÄLMHULT
Birgitta Kristoffersson
Torngatan 4 B, 343 31 ÄLMHULT
Tel 0730-30 20 28
almhult@nyforetagarcentrum.se

Kalmar län
SÖDRA KALMAR LÄN
Lars Axelsson
Gröndalsvägen 19 B, 392 36 KALMAR
Tel 0480-49 15 20
kalmar@nyforetagarcentrum.se

Blekinge län
KARLSHAMN
Gunilla Strömgen
Drottningg. 83, 374 39 KARLSHAMN
Tel 0701-47 65 65
carlshamn@nyforetagarcentrum.se

KARLSKRONA
Camilla Svensson
Bredgatan 12, 371 32 KARLSKRONA
Tel 0455-298 50, Fax 0455-801 23
karlskrona@nyforetagarcentrum.se

OLOFSTRÖM
Roland Aronsson, Östra Storgatan 59,
293 33 OLOFSTRÖM
Tel 0454-911 63, Fax 0454-911 50
olofstrom@nyforetagarcentrum.se

Skåne län
BROMÖLLA
Lena Rosenquist
Storgatan 69A, 295 35 BROMÖLLA
Tel 0456-490 70
bromolla@nyforetagarcentrum.se

ESLÖV
Jan-Olof Andersson
Stadshuset, 241 80 ESLÖV
Tel 0413-625 57
eslov@nyforetagarcentrum.se

HÄSLEHOLM
Bo Carlsson
Norra Stationsgatan 8B,
281 22 HÄSLEHOLM
Tel 0451-76 20 76, Fax 0451-76 20 30
hasselholm@nyforetagarcentrum.se

KRISTIANSTAD
Lena Rosenquist, Christer Bryhagen
Krinova Science Park,
291 39 KRISTIANSTAD
Tel 044-12 89 01, Fax: 044-20 45 43
kristianstad@nyforetagarcentrum.se

LANDSKRONA
Rådgivare: se Skåne Nord Väst
Parkgatan 2, 261 31 LANDSKRONA
Tel 0418-40 30 50
landskrona@nyforetagarcentrum.se

LUND
Anders Brun, Gunvor Andersson,
Jan-Olof Andersson
Idéon Innovation, Ole Römers väg 12,
223 70 LUND
Tel 046-286 88 00, Fax 046-286 88 01
lund@nyforetagarcentrum.se

OSBY

Magnus Ragnarsson
V Storgatan 26, Box 67, 283 21 OSBY
Tel 0479-152 50

osby@nyforetagarcentrum.se

SKÅNE NORD VÄST

Ingemar Wictor, Yvonne Fogelström,
Karin Aspegren, Guy Rambah
Kolmätaregränden 11A, Box 1358,
251 13 HELSINGBORG
Tel 042-18 18 20 Fax 042-244120

helsingborg@nyforetagarcentrum.se

Kent Udén, Ingemar Wictor
Rönnegetan 1, 262 32 ÄNGELHOLM
Tel 0431-828 29 Fax 0431-838 29

angelholm@nyforetagarcentrum.se

YSTAD (f.d SYD OST)

Tommy Henriksson
S Dragongetan 18, 271 39 YSTAD
Tel 0771-786 000

ystad@nyforetagarcentrum.se

Hallands län**HALLAND**

Michael Johansson
Trade Center, vän 9, Box 822,
301 18 HALMSTAD
Tel 035-12 75 90, Fax 035-19 25 59

halland@nyforetagarcentrum.se

VARBERG

Lars Bandh
Västra Vallg. 39, 432 41 VARBERG
Tel 0340-851 83, Fax 0340-67 59 85

varberg@nyforetagarcentrum.se

KUNGSBACKA

Maria Corneliusson
Hantverksgården, Göteborgsv. 3
434 32 KUNGSBACKA
Tel 0300 - 133 81

kungsbacka@nyforetagarcentrum.se

Västra Götalands län**FALKÖPING**

Thomas Carlsson
Collegium Park, Odeng. 24
521 43 FALKÖPING
Tel 0515-777 062

falkoping@nyforetagarcentrum.se

GÖTENE

Lena Tilstam
Centrumhuset, 533 30 GÖTENE
Tel 070-743 03 75, Fax 0510-682 51

gotene@nyforetagarcentrum.se

HJO

Peder Mogensen
Hjo Källebo 1, 544 92 HJO
Tel 0503-121 80

hjo@nyforetagarcentrum.se

HÄRRYDA

Jan Fröberg,
Biblioteksvägen 4, 435 30 MÖLNLYCKE
Tel 031-88 65 55, Fax 031-88 68 19

harryda@nyforetagarcentrum.se

KARLSBORG

Ronny Olsson
Brovakarstugan, KARLSBORG
Tel 070-524 93 73

karlsborg@nyforetagarcentrum.se

LIDKÖPING

Tomas Persson
Fabriksgatan 2, 531 20 LIDKÖPING
Tel 0510-223 00, Fax 0510-682 51

lidkoping@nyforetagarcentrum.se

MARIESTAD

Lena Tilstam
Hamngatan 10, 542 30 MARIESTAD
Tel 0500-418180

mariestad@nyforetagarcentrum.se

SJUHÄRAD

Andreas Bergqvist, Hamid Fard
Olofholmsgatan 32, Box 9005
503 19 BORÅS
Tel 033-41 90 07, 0709-660412

boras@nyforetagarcentrum.se

SKARABORG

Kjell Öhman, Bertil Håkansson, Ann-Katrin Jönsson,
Bengt-Tore Allert
Rådhusgatan 7, Box 350, 541 28 SKÖVDE
Tel 0500-41 81 80, Fax 0500-48 86 46

skovde@nyforetagarcentrum.se

TIDAHOLM

Bengt-Tore Allert
Gamla Torget 6, 522 31 TIDAHOLM
Tel 0708-88 63 30

tidaholm@nyforetagarcentrum.se

TÖREBODA

Lena Tilstam, Östra Torggatan 11
TÖREBODA (post till Mariestad)
Tel 070-743 03 75

toreboda@nyforetagarcentrum.se

VARA-ESSUNGA

Ingrid Ullberg
Storgatan 5, 534 31 VARA
Tel 070-588 68 06

vara@nyforetagarcentrum.se

VÄST

Britt-Marie Haglund, Ernst Appel, Helge Ceder, Håkan
Karlén, Lisbeth Almark,
Tuula Karlsson

Företagens Hus, Åkersjövägen 10,
Box 901, 461 29 TROLLHÄTTAN
Tel 0520-193 90, Fax 0520-48 84 09

vast@nyforetagarcentrum.se

Värmlands län**FORSHAGA**

Johnny Grundahl
Storgatan 52, Box 7, 667 21 FORSHAGA
Tel 054-87 39 80, Fax 054-87 42 80

forshaga@nyforetagarcentrum.se

GRUMS

Mats Gustavsson
Sveaplan 1, Box 49, 664 30 GRUMS
Tel 0555-139 00

grums@nyforetagarcentrum.se

HAMMARÖ

Per-Arne Olofsson
Mörmovägen 8, 663 31 SKOGHALL
Tel 054-51 88 98, Fax 054-51 88 96

hammaro@nyforetagarcentrum.se

KARLSTAD

Conny Rosenhall
Näringslivets Hus, Drottninggatan 21
652 25 KARLSTAD
Tel 054-18 26 10, Fax 054-18 92 70

karlstad@nyforetagarcentrum.se

KRISTINEHAMN

Börje Andersson
Norra Hamngatan 8,
681 31 KRISTINEHAMN
Tel 0550-820 07, Fax 0550-822 94

kristinehamn@nyforetagarcentrum.se

MUNKFORS

Yvonne Thorén
Smedsgatan 14 C, 684 30 MUNKFORS
Tel 0563-512 99

munkfors@nyforetagarcentrum.se

Örebro län**MÖCKELNREGIONEN**

Nils-Olof Gunnarsson
Katrinedalsg 2, 691 31 KARLSKOGA
Prixhuset, vän 3, DEGERFORS
Tel 0586-545 02, Fax 0586-366 05

karlskoga@nyforetagarcentrum.se

SYDNÄRKE

Anki Wallberg, Mats Bernand
Västra Drottninggatan 8,692 33 KUMLA
Tel 019-58 36 80, Fax 019-58 31 90

sydnarke@nyforetagarcentrum.se

Västmanlands län**VÄSTERÅS**

Simona Hef
Slottsgatan 6, 722 11 VÄSTERÅS
Tel 021-30 91 00

vasteras@nyforetagarcentrum.se

VÄSTRA MÅLÅRDALEN

Ulla Engberg
Nya Station, 732 30 ARBOGA
Tel 0730-38 90 77

arboga@nyforetagarcentrum.se

Ulla Engberg

Drottninggatan 16, 736 31 KUNGSÖR
Tel 0730-38 90 48

kungsor@nyforetagarcentrum.se

Tove Åkerman-Stenman

c/o Fabriksgatan 4, 731 50 KÖPING
Tel 0730-38 90 75

koping@nyforetagarcentrum.se

Dalarnas län**AVESTA**

Solweig Eriksson
Kungsgatan 13, 774 30 AVESTA
Tel/Fax 0226-580 00

avesta@nyforetagarcentrum.se

BORLÄNGE-SÅTER-GAGNEF

Mathias Bergqvist, Jörgen Steen
Forskargatan 3, 781 70 BORLÄNGE
Tel 0243-734 94

borlange@nyforetagarcentrum.se

sater@nyforetagarcentrum.se**gagnef@nyforetagarcentrum.se****FALUN**

Lisa Staffas
Kaserngården 4, 79140 FALUN
Tel 023-190 54, Fax 023-190 56

falun@nyforetagarcentrum.se

LUDVIKA-SMEDJEBACKEN

Lars Fors
Kommunalgatan 6, 771 31 LUDVIKA
Tel 0240-144 60

ludvika@nyforetagarcentrum.se

Gävleborgs län**GÄSTRIKLAND**

Lars Eldh
Uppfinnaren, Teknikparken,
Nobelvägen 2, 801 33 GÄVLE
Tel 026-53 83 13

gavlevagen 80, 811 32 SANDVIKEN

026-27 50 osandviken@nyforetagarcentrum.se

HÄLSINGLAND

Karin Berglöf-Danielsson
H-Huset, Håstaholmen, 824 80 Hudiksvall
Tel 0650-55 66 44

halsingland@nyforetagarcentrum.se

SÖDERHAMN

Mikael Westh
S.hamngatan 50,826 80 SÖDERHAMN
Tel 0270-750 60

halsingland@nyforetagarcentrum.se

Västernorrlands län**SUNDSVALL**

Ewa Hägglund, Gunilla Österholm
C/O Sundsvall Business Region Sjögatan 13
852 34 SUNDSVALL
Tel 060-12 11 12, Fax 060-12 01 22

sundsvall@nyforetagarcentrum.se

ÖRNSKÖLDSVIK

Monica Westberg
Arken Tjänstecentrum,
Strandgatan 21
891 18 ÖRNSKÖLDSVIK
Tel 0660-181 30, Fax 0660-181 26

ornskoldsvik@nyforetagarcentrum.se

Västerbottens län**SKELLEFTEÅ**

Lars G Carlsson, Thomas Eriksson
Trädgårdsgatan 13-15,
931 31 SKELLEFTEÅ
Tel 0910-77 95 15, Fax 0910-77 95 55

skelleftea@nyforetagarcentrum.se

UMEÅ

Martin Wahlberg
Skolgatan 53, 903 27 UMEÅ
Tel 090-77 99 98

umea@nyforetagarcentrum.se

Nya NyföretagarCentrum**KUNGÄLV**

Maria Olsson
Solbräckegatan 3
442 45 KUNGÄLV
Tel: 0303-912 00

kungalv@nyforetagarcentrum.se

SKÄGGETORP

Catarina Tillman
Skäggetorps Centrum 1
586 44 LINKÖPING
Tel: 070-677 62 00

catarina.tillman@nyforetagarcentrum.se

UPPVIDINGE

Lena Gustafsson
Östra Kyrkogatan 4B
360 70 Åseda
Tel: 0733-44 80 75

uppvidinge@nyforetagarcentrum.se

BOLLNÄS

Mikael Westh
Stadshuskontoret 2
821 80 BOLLNÄS
Tel: 0278-62 60 62

uppsala@nyforetagarcentrum.se

NORDANSTIG

Karin Berglöf-Danielsson
Södra vägen 4
Box 56
820 70 BERGSJÖ
Tel: 0650-55 66 44

nordanstig@nyforetagarcentrum.se

Sponsorer till Stiftelsen Svenska Jobs and Society





NyföretagarCentrum

*Använd affärsplanen tillsammans med ett
NyföretagarCentrum och intressenter till
Stiftelsen Svenska Jobs and Society*

Stiftelsen Svenska Jobs and Society
Skeppsbron 22. 111 30 Stockholm
tel: 08-14 44 00 fax. 08-21 14 54
www.nyforetagarcentrum.se