

Innehåll

Organisation och ledarskap

1. Organisationers verksamhet	4
Privat verksamhet	4
Offentlig verksamhet	5
Vision	6
Affärsidé och verksamhetsidé	6
Mål för verksamheten	10
Strategi – vägen till målet	11
Omvärlden påverkar	13
Etik	14
Sammanfattning	15
2. Ledare och medarbetare	16
Ledaren och ledarskapet	16
Ledning	21
Medarbetaren	23
Sammanfattning	27
3. Organisationers struktur	28
Struktur	28
Personalavdelningen – en stabsfunktion	33
Sammanfattning	39

Redovisning

4. Bokföring	42
Företagets intressenter	42
Bokföringslagen styr	43
Affärshändelser och verifikationer	43
Skilj på det privata och företaget	44
Viktiga begrepp inom redovisningen	45
Sammanfattning	49

5. Balanskonton	50
Balansräkningen	50
Löpande bokföring	52
Sammanställning av balanskonton	55
Öppningsbalansräkning och ingående balans	57
Sammanfattning	58
6. Resultatkonton	59
Inkomster och utgifter	59
Kontanta affärshändelser	61
Kontoplanen	62
Kreditaffärer	63
Förenklad redovisning	65
Sammanfattning	67
7. Baskontoplanen	68
Alla företag behöver en kontoplan	68
Fördelar med baskontoplanen	69
Balanskonton	70
Resultatkonton	71
Kontonummer	72
Sammanfattning	73
8. Moms	74
Säljaren måste lägga på moms	74
Bokföring av moms	76
Momsredovisning	80
Betalning till skattekonto	81
Sammanfattning	83

9. Praktiskt bokföringsarbete	84
Kontering	84
Grundbokföring och huvudbokföring	86
Att arbeta med bokföringsprogram	88
Kundreskontra och leverantörsreskontra	88
Årets resultat på ett eget konto	90
God redovisningssed	91
Sammanfattning	93
10. Bokslutsarbetet	94
Årsbokslut eller årsredovisning	94
Justeringar inför bokslutet	95
Eget kapital i enskild firma	99
Eget kapital i handelsbolag	101
Eget kapital i aktiebolag	102
Förenklat årsbokslut	102
Bokslutstablä	104
Sammanfattning	107
11. Personal och löner	108
Olika former av anställning	108
Skatteavdrag för anställda	109
Arbetsgivaravgifter	111
Redovisning av skatt och arbetsgivaravgifter	112
Sammanfattning	115
12. Periodisering	116
Periodisering av utgifter och inkomster	116
Varulagervärdering	119
Bokföring av varukostnad	122
Anläggningstillgångar	124
Bokföring av anläggningstillgångar	125
Sammanfattning	128
13. Mer om köp och försäljning	129
Kreditfakturor	129
Dröjsmålsränta	132
Kontokortsaffärer	133

IV

Affärer i utländsk valuta	135
Moms vid utlandsaffärer	137
Sammanfattning	140

14. Mer om periodiseringar	141
Interimsfordringar och interimsskulder	141
Bokföring av interimsfordringar och interimsskulder	144
Sammanfattning	151

15. Årsredovisning och analys	152
Årsredovisning	152
Uppställning av resultaträkningen	153
Uppställning av balansräkningen	154
Räkenskapsanalys	158
Likviditet och soliditet	159
Lönsamhetsmått	162
Sammanfattning	165

Kalkyler och budget

16. Lönsamhetsbedömning	168
Kalkyler som beslutsunderlag	168
Fasta och rörliga kostnader	168
Totala kostnader	174
Totala intäkter och nollpunkten	175
Säkerhetsmarginal	177
Sammanfattning	179

17. Bidragsanalys	180
Särintäkter och särkostnader	180
Resultatberäkningar med bidragskalkyl	181
Täckningsgrad	183
Bidragsanalys används i många olika sammanhang	185
Sammanfattning	189

18. Prissättning	190
Kostnaderna, konkurrenterna och kunderna styr priset	190
Påläggskalkyl i handelsföretag	191

Marginalen beräknas i efterhand	193
Pålägg och marginal hänger samman	194
Sammanfattning	198

19. Planering och budgetering 199

Alla behöver tänka över framtiden	199
Budget som styrmedel	200
Resultatbudgeten	202
Likviditetsbudgeten	204
Budgeterad balansräkning	206
Sammanfattning	210

20. Budgetuppföljning och analys 211

Budgetarbetet drar resurser	211
Uppställning av budgeten	212
Uppföljning av budgetar	213
Planering utan budget	215
Sammanfattning	217

Marknadsföring

21. Att tillfredsställa behov 220

Marknadsföringens idé	220
Vad är ett behov?	221
Sammanfattning	224

22. Den viktiga planeringen 225

Mål och planering	225
Den viktiga affärsplanen	225
En övergripande plan för arbetet på marknaden	229
Säljplanen hjälper oss att nå våra mål!	233
Sammanfattning	235

23. Segmentering och positionering 236

Segmentering	236
Positionering	238
Varumärket	240
Sammanfattning	241

24. Den tuffa konkurrensen 242

Vilka villkor råder på en marknad?	242
Porters fem konkurrenskrafter	244
Ett företag måste ha en konkurrensstrategi	246
Sammanfattning	249

25. Vilka varor och tjänster ska vi marknadsföra? 250

Marknadsmixen	250
Bostonmatrisen	252
Produktlivscykeln	254
Produkt- och marknadsmatrisen	256
Sammanfattning	259

26. Hur kan företaget prata med en marknad? 260

Intressenter och omvärlden	260
Marknadskommunikation	262
Klassiska metoder inom kommunikation	264
Kommunikationsmodell	265
Sammanfattning	267

27. Relationsmarknadsföring 268

Sanningens ögonblick	268
Kunden i fokus	270
Hur bygger företaget livslånga relationer?	271
Sammanfattning	274

29. Det internationella äventyret 275

Sverige och världen	275
Hur påbörjar man en satsning utomlands?	278
På den internationella marknaden	282
Sammanfattning	285

Sökordsregister 287

Bokföringslagen 291

Formler 306

Kontoplan 307