



Ekonomi och datorstöd

För att företaget ska kunna leverera service krävs det att företaget har en sund ekonomi. Med sund ekonomi avses att tjäna pengar dvs ha en lönsamhet. Att leverera service kostar pengar och normalt ju mer service desto mer kostar det. Det finns alltså en viss konkurrens mellan hög servicenivå och hög lönsamhet.

Varför sätter man priset x kr på en produkt och y kr på en annan produkt? Vi ska behandla prissättning och de faktorer som gör att en produkt har ett visst pris. Och kopplat till priset så finns det olika sätt att betala.

Hur fungerar mervärdesskatten (momsen)? Det får du reda på i modulen.

Avslutningsvis så behandlas det datorstöd som mer och mer införs och utvecklas även i servicebranschen.





Diagnostiskt test

Här kommer några inledande frågor.

Om du svarat fel på någon eller några av frågorna behöver du troligen en genomgång av denna modul. Börja med första kapitlet och gå sedan vidare genom hela modulen.

Du kan också välja att gå direkt till det kapitel som behövs repeteras.

Detta diagnostiska test kan köras hur många gånger som helst utan att resultatet registreras.





Diagnostiskt test



Företag finns för att medborgarna ska ha jobb.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

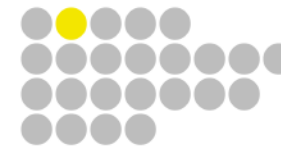
Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:1





Diagnostiskt test



Företag drivs oftast för att tjäna pengar.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt





Diagnostiskt test



Normalt lämnar man inte service i kassan, det gör man
inne i butiken.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt





Diagnostiskt test



Om man köpt in en vara för 10 kr och sålt den för 20 kr, är vinsten 10 kr.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt





Diagnostiskt test



Om jag säljer mycket varor så ökar alltid omsättningen.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt





Diagnostiskt test



Att sätta pris är enkelt.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:6





Diagnostiskt test



Staten styr aldrig privata företags prissättning.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:7





Diagnostiskt test



Det är bra att göra en kalkyl före prissättningen.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:8





Diagnostiskt test



Omvärldsfaktorer påverkar prissättningen.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:9





Diagnostiskt test



Påläggskalkylering är vanlig i butikens charkavdelning.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:10





Diagnostiskt test



Det finns olika nivåer av mervärdesskatt (moms).

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:11





Diagnostiskt test



Moms är en kostnad för en privat person.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:12





Diagnostiskt test



Moms är en kostnad för ett företag.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:13





Diagnostiskt test



I Sverige betalar vi oftare med kort än i övriga Europa.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:14





Diagnostiskt test



En företagare måste inte erbjuda kunden ett kvitto.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:15





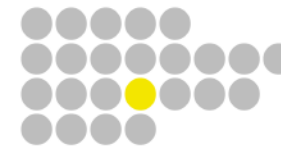
Diagnostiskt test



Ett kassaregister hjälper seriösa företagare genom att det är svårare att fuska för oseriösa företag.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt





Diagnostiskt test



I Sverige går det bara att handla med svensk valuta.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:17





Diagnostiskt test



Kortköp är vanligen inte gratis för säljaren.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:18





Diagnostiskt test



Ett kvitto får se ut hur som helst.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:19





Diagnostiskt test



Säljaren har kostnader för försäljning mot faktura.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:20





Diagnostiskt test



Datorer och datorstöd är ovanligt i servicebranschen.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:21





Diagnostiskt test



Streckkoden på varorna är bara till för kassan.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:22





Diagnostiskt test



Streckkod och EAN-kod är samma sak.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:23





Diagnostiskt test



Kundkort är bara till för att förenkla för kunderna.

- ☐ Sant
- ☐ Falskt



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:24





Diagnostiskt test

Det diagnostiska testet är nu avslutat

Om alla frågorna är rätt besvarade, gå antingen direkt till modultestet i slutet av denna modul, eller fortsätt till första kapitlet.

Om du svarat fel på någon eller några av frågorna behöver du troligen gå igenom de olika kapitlen i denna modul. Du kan välja att gå direkt till det kapitel som behövs repeteras, eller börja från början genom att trycka på menyknappen.

Vi rekommenderar att du börjar från början.

Du kan när du vill återvända till detta test för att kontrollera dina kunskaper.
Resultatet kommer inte att registreras.



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
0:25



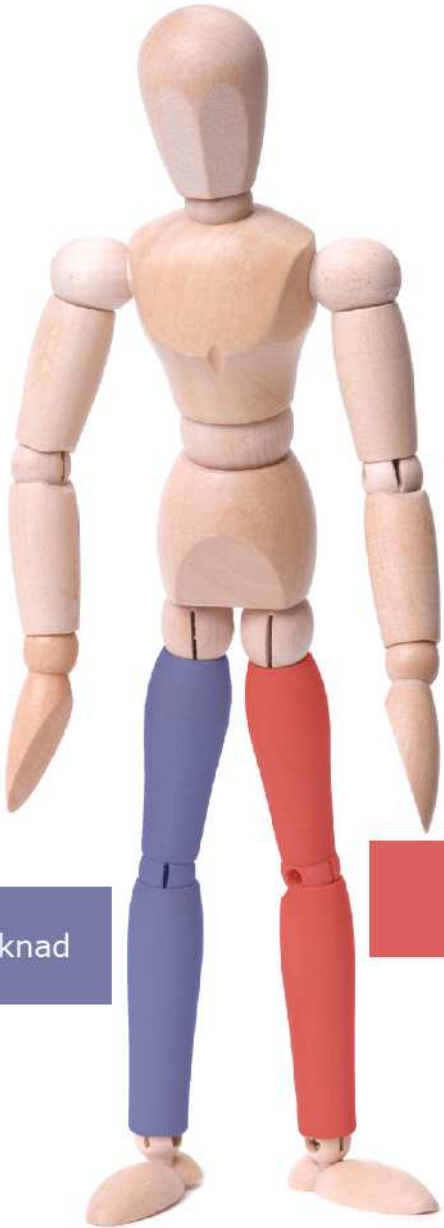
Introduktion

Ett företag producerar produkter. En produkt är antingen en tjänst eller en vara. Produkten måste i sin tur tillverkas, lagras och levereras. En vara tillverkas före leverans medan en tjänst "tillverkas" samtidigt som den levereras.

Allt privat företagande står på två ben:

1. Det måste finnas ett behov. Det brukar kallas kund eller ibland marknad. Om ingen vill köpa, det finns inget behov/kunder/marknad, oavsett pris, av det som vi levererar så kommer företaget inte att överleva.

2. Företaget måste tjäna pengar dvs gå med vinst. Det kallas ibland för företagets lönsamhet. Om det finns behov, kunder köper av oss, men vi inte tjänar några pengar så kommer företaget att behöva lägga ner eller gå i konkurs.



Behov / Kunder / Marknad

Lönsamhet



Kassan, bra tillfälle för service

I en butik passerar alla köpande kunder kassan. Därför är kassan och arbetet i kassan en utmärkt serviceplats, servicetillfälle. Vanligen är det också kundens sista anhalt i butiken och blir det sista tillfället att kunna leverera service till kunderna. Med olika tekniska lösningar så blir det oftare rätt i kassan och möjlighet till att ge ytterligare service har ökat.

Vilket pris ska vi sätta på våra produkter? I kapitlet ges olika strategier för prissättning och slutsatsen är att det inte är lätt att sätta priset. Dock så måste man bestämma sig!



Ekonomiska grunder i serviceföretag

Ett serviceföretag har intäkter (andra ord som används är; omsättning, försäljning) och kostnader.

Intäkter (I) kommer ifrån försäljningen av varor och/eller tjänster.

Företagets kostnader uppstår när de köper in varor, betalar löner, betalar hyra för lokalerna, genomför marknadsföring mm.



Ekonomiska grunder i serviceföretag

Ett företag som lever av att sälja varor, exempelvis en butik, köper in ett par skor för 100 kr och säljer dem för 200 kr.

Försäljningspriset måste vara högre än inköpspriset för att täcka företagets kostnader. Om man tar för lågt försäljningspris, så att man inte får täckning för företagets kostnader blir det underskott, förlust. Skillnaden mellan inköpspris och försäljningspris heter täckningsbidrag (TB). Täckningsbidraget är alltså; $\text{Intäkter} - \text{rörliga kostnader} = \text{I} - \text{RK} = \text{TB}$.

Vissa handelsföretag vill kunna jämföra olika produktgrupper med varandra och vill även mäta täckningen i procent, täckningsgrad (TG); $\text{TB}/\text{I} = \text{TG}$.

Täckningsbidrag mäts i kronor och täckningsgrad mäts i procent.



Ekonomiska grunder i serviceföretag

Huvuddelen av kostnaderna för en butik ligger på leverantörsfakturer dvs betalning för inköp och hemtagning av varor. Dessa kostnader kallas för rörliga kostnader (RK), eftersom de rör sig i förhållande till försäljningen.

Säljer jag mycket varor måste jag köpa in mycket varor, helt enkelt. Hemtagningskostnader är frakt-, tull- och försäkringskostnad för att få varan till butiken. Rörliga kostnader = inköpskostnad + hemtagningskostnad.

Övriga kostnader som en finns i en butik kallas för fasta kostnader (FK). Exempel på en butiks fasta kostnader är personalens löner, hyra för lokalerna, räntekostnader, telefoner, marknadsföring, försäkringar mm. De fasta kostnaderna påverkas normalt inte av en ökad försäljning. Därför är det viktigt att känna till företagets kostnader.

Minskar intäkterna så bör kostnaderna minskas.



Ekonomiska grunder i serviceföretag

Företagets resultat (R) kallas ibland vinst och är skillnaden mellan intäkterna och de totala kostnaderna (RK + FK). Ibland mäter företag sin vinst i procent av omsättningen. Resultatgraden är resultatet delat med intäkten, $R/I=RG$. Då är benämningen resultatgrad (RG). Resultatet mäts i kronor och resultatgraden mäts i procent.

Räkneexempel (realistiska siffror från en av handelns branscher):

Intäkt (I) exkl. moms	100 kr	
Rörlig kostnad (RK)	70 kr	
Täckningsbidrag (TB)	30 kr	$(100 \text{ kr} - 70 \text{ kr} = 30 \text{ kr})$
Täckningsgrad (TG)	30 %	$(30/100 = 0,3 = 30 \%)$
Fasta kostnader (FK)	25 kr	
Resultat (R)	5 kr	$(30 \text{ kr} - 25 \text{ kr} = 5 \text{ kr})$
Resultatgrad (RG)	5 %	$(5/100 = 0,05 = 5 \%)$

Hur stort blir resultatet om man lämnar 7 % rabatt på priset?

Rätta



Ekonomiska grunder i serviceföretag

Av exemplet på stegen du har gått igenom kan man utläsa att en butiks största kostnader är de rörliga kostnaderna, leverantörsfakturorna. De är i detta exempel 70 procent av intäkterna och de fasta kostnaderna är "bara" 25 % av intäkterna. Om detta företag säljer en vara för 100 kr (exkl. moms) så tjänar de, har i vinst, 5 kr.

Olika produkter har olika TG.

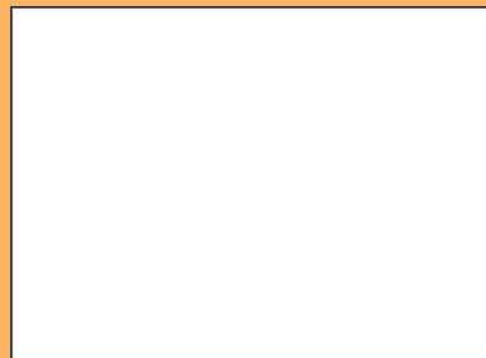
Vissa har kanske TG 50 % medan andra har TG 20 %. Vilket innebär att butikerna tjänar olika mycket pengar på olika produkter.

Individuell uppgift

Om kunden prutar, på vilka produkter ska man då eventuellt bjuda på?

Produkter med högt TG eller produkter med lägre TG?

Motivera!



Kostnader

Nisses Närlivs AB har haft följande kostnader det senaste året.

Rörliga kostnader (varukostnader) 8 200 000 kr

Fasta kostnader (rörelsekostnader)

• Personal	2 500 000 kr
• Lokaler	1 400 000 kr
• Marknadsföring	500 000 kr
• Kontorskostnader	120 000 kr
• Försäkringar	100 000 kr
• Avskrivningar	190 000 kr
• Räntor	180 000 kr
• Övriga kostnader	300 000 kr

Totala kostnad: 13 490 000 kr



Kostnader

De rörliga kostnaderna är 61 % av de totala kostnaderna (8 200 000/13 490 000 = 0,607 dvs avrundat 61 %).

Personalkostnaden är 18 % av de totala kostnaderna.

Ett serviceföretag som lever av att sälja tjänster "tillverkar" tjänsten samtidigt som den konsumeras. "Tillverkningen" sker av personal och därmed är personalkostnaden det tjänsteproducerande företags största kostnad. Personalkostnaden kan ligga på 60-90 % av företagets totala kostnader.

Lokalkostnaden uppmot 10 %. Vissa tjänsteproducerande företag behöver maskiner för att leverera sina tjänster t ex ett åkeri eller en bilverkstad. I dessa företag har en lägre andel personalkostnader. Å andra sidan har de kostnader för maskiner och utrustning.

Nisses Städ AB har haft följande kostnader det senaste året:

- Personal 2 300 000 kr
- Fordon 260 000 kr
- Lokaler 180 000 kr
- Marknadsföring 50 000 kr
- Försäkringar 25 000 kr
- Avskrivningar 10 000 kr
- Räntor 8 000 kr
- Övriga kostnader 40 000 kr



Kostnader

Företagets största kostnader är personal och därefter företagets fordon.

Personalkostnaden är 80 % av de totala kostnaderna ($2\,300\,000 / 2\,873\,000 = 0,80$ dvs 80 %).

Fordonskostnaden är 9 %. Kostnaden för värdeminskningen av maskiner och inventarier heter avskrivningar.



Företagens resultat

Det måste vara lönsamt att driva ett företag.

Det betyder att företagets intäkter måste vara större än dess totala kostnader

Det innebär att företaget får ett positivt resultat dvs vinst, visar svarta siffror.

Om däremot kostnaderna är större än intäkterna går företaget med ett negativt resultat dvs förlust, visar röda siffror.

Nisses Närlivs AB resultatrapport:

Intäkter 11 714 282 kr

Fasta kostnader -8 200 000 kr

(Täckningsbidrag 3 514 282 kr)

(Täckningsgrad 30 %)

Rörliga kostnader -2 873 000 kr

Resultat/vinst: 641 282 kr

(Resultatgrad: $641\,282 / 11\,714\,282 = 0,0547 = 5,5\%$)



Resultatförbättring

Det finns inga ekonomiska genvägar att förbättra ett företags resultat utom genom att: öka intäkterna och/eller minska kostnaderna. Det optimala, i ekonomiska termer, är att göra både och.

Man ökar sina intäkter genom att öka sin försäljning, sälja mer. Man ökar även sina intäkter genom att öka priset, detta under förutsättning att jag säljer lika många produkter. Jag kan även öka företagets intäkter genom att utöka mitt sortiment, fler produkter, under förutsättning att de säljer.

En del företag försöker öka intäkterna genom att sänka sina priser och därmed sälja mer men då krävs en avsevärd försäljningsökning.

Exempel på att öka sortimentet ses tydligt på bensinmackarna. Tidigare sålde de drivmedel, olja och lite reservdelar till bilar. Nuförtiden säljer de förutom drivmedel även livsmedel, korv, tidningar, godis, hyr ut filmer och släp mm. De har även utökat sina öppettider.

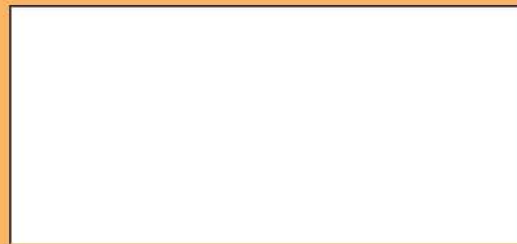


För att minska företagets kostnader kan man sänka de rörliga och/eller de fasta kostnaderna. För att sänka de rörliga kostnaderna så måste man göra billigare inköp. Detta kan uppnås genom att byta leverantör eller förhandla med nuvarande leverantör.

Normalt får man bättre inköpspris genom att köpa in större kvantiteter men då får man kanske en kostnad för att lagra varorna. För att minska de fasta kostnaderna kan man minska på personalen, minska marknadsföringen, minska på hyran, förbruka mindre el mm.

Individuell uppgift

Vad kan ekonomiska orsakerna vara till att ett företag kommer på obestånd och går i konkurs?



Prissättning

Att sätta pris på sin vara eller tjänst är inte alltid det lättaste.

Prissättningen styrs av en mängd olika faktorer.

Rent grundläggande talar vi om interna respektive externa faktorer som påverkar det pris som företaget sätter.

Mätt!
15
KRONOR

Jättehungrig!

125
KRONOR



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
2:1



Att sätta rätt pris är många gånger svårt

Komplexiteten förstärks ytterligare genom att den vara eller tjänst, som många företag erbjuder, består av flera delar.

Ta ett datorpaket. Den består av hårdvara av olika slag (skärm, tangentbord, nätverkskort etc), mjukvara som operativsystem, ordbehandlingsprogram och så vidare. Men i ett datorpaket kan också ingå ett serviceavtal, ett internetabonnemang mm.

I affärer mellan företag sätts många gånger priset genom förhandling. När det gäller affärer med kommuner, landsting, med andra ord den offentliga verksamheten, sker mycket genom upphandling, det vill säga genom anbudsgivning.



Att sätta rätt pris är många gånger svårt

För vissa företag, som har en monopolliknande verksamhet, begränsas möjligheten till prissättning genom statliga ingrepp. Statliga företag som Systembolaget med flera är begränsade i sin prissättning. Även större privata företag styrs av statliga restriktioner och prisövervakning som exempelvis Telia när det gäller andra företags utnyttjande av deras "koppartrådsnät", företag som är nätverksägare till eldistributionssystem.

Genom skatter och pålagor styr staten prissättningen i syfte att påverka konsumenters beteende. Som exempel kan ges den höga skatten på bensin och diesel vilket ska påverka (dämpa) vår konsumtion av dessa produkter.



Interna faktorer

Här utgår vi ifrån företaget själv då det gäller prissättningen. Priset sätts utifrån de kostnader som företaget har, företagets strategier och mål och de vinstkrav som ledning/ägare ställt upp.

Till grund ligger en produktkalkyl och/eller tjänstekalkyl. Denna kalkyl talar om för företaget vad kostnaden är för att producera varan eller tjänsten.

Kalkylen består i sin första del av de direkta kostnader som är förknippade med produkten eller tjänsten. Till detta läggs sedan produkten/tjänstens andel av de indirekta kostnader som företaget har, t ex gemensam kostnad för produktionslokal, marknadsförings- och försäljningskostnader.

Företaget har nu fått fram ett pris som täcker produktens eller tjänstens kostnader. Detta räcker nu inte om företaget ska överleva. Ovanpå dessa kostnader måste läggas en summa som ska täcka framtida investerings- och utvecklingskostnader, vinst till företagets ägare mm. Hur stort detta pålägg ska vara beror naturligtvis av de vinstkrav och den strategi som företaget valt samt de externa faktorer som påverkar.



Strategi och mål

Bakom ett företags prissättning ligger en strategi som ska leda till att företagets mål nås. Här följer några exempel på olika strategier. Koppla gärna dessa till var i produktlivscykeln de kan vara lämpliga.



Tryck på knapparna med de rubriker som du vill läsa mer om.

Hållbar lönsamhet

Öka efterfrågan

Introduktion marknad 1

Introduktion marknad 2

Högsta möjliga vinst

Imageskapande

Tillväxt

Externa faktorer

Utbud / efterfrågan

Konkurrensen

Omvärldsfaktorer

Första sidan



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
2:5



Timkostnadskalkyl

Företag som arbetar i tjänstesektorn blir allt fler. Nya typer av tjänster växer ständigt fram.

Företagen verkar inom sektorer som konsultverk- samhet av olika slag, service, reparationer, entreprenad, kultur m fl. Andra beteckningar som används idag på tjänsteföretag är t ex kunskapsföretag, informationsföretag, serviceföretag.

En vanlig kalkylmetod som används av tjänsteföretag är timkostnadskalkylen. Företagens resurser utnyttjas ofta per timme och därför görs en kalkyl där kostnader samt önskad vinst fördelas på de förväntade antalet sålda timmar.



Debiterbar tid och beläggningsgrad

Den tid, det antal timmar, som företaget räknar med att sälja under en period kallas budgeterad debiterbar tid. Förväxla inte detta med den tid företaget har till förfogande för att sälja. Tiden som blir över efter det att den debiterade tiden beräknats brukar kallas spilltid. Denna spilltid är naturligtvis inte bortkastad tid utan används till administration, försäljning, utbildning mm. Intäkterna som företaget tar in måste även täcka "lönen" under spilltiden.

Företagets beläggningsgrad är den debiterbara tiden i förhållande till den totalt tillgängliga tiden. Självklart vill ett företag ha så hög beläggningsgrad som möjligt. Är den budgeterade beläggningsgraden 60 % har företaget räknat med att sälja (kunna debitera kunder) 60 % av den totalt tillgängliga tiden.

För tjänsteföretag är beläggningsgraden eller debiteringsgraden som det också kallas ett användbart nyckeltal. Genom att ta antalet debiterade timmar och dividera dessa med antalet tillgängliga timmar fås ett bra mått på hur effektivt företaget är på att "sälja sig".

Beläggningsgrad / Debiteringsgrad

Exempel: Ett företag har under året debiterat 1 843 timmar. Antalet tillgängliga timmar har varit 3 400 st. Företagets debiteringsgrad blev då 54,2 %.



Ändra värdet på beläggningsgrad och debiterade timmar, och studera hur det påverkar.

Antal timmar i veckan:	40h/vecka
Beläggningsgrad:	60%
Tillgängliga timmar:	24.0h/vecka
Debiterade timmar:	13h
Debiteringsgrad:	54.2%



Timkostnadskalkylen

Timkostnadskalkylen används för att räkna ut vad företaget bör debitera sina kunder per timme. Kalkylen ska användas som utgångspunkt till de offerter som kommer att läggas och prisdiskussioner som företaget kommer att råka ut för.

Osäkerheten i att kunna uppskatta antalet debiterade timmar under en budgetperiod gör att man måste vara försiktig. För ett nystartat företag utan historik är det mycket svårt att uppskatta antalet debiterade timmar likväl som det ibland kan vara svårt att få grepp om alla kostnader.

Omvärldsfaktorer påverkar i allra högsta grad företaget när det gäller att sätta ett timpris till en kund. Kundernas vilja att betala en viss timkostnad, konkurrenternas prissättning, konjunkturen, marknaden i tillväxt eller stagnation är bara några exempel på det som påverkar företagets möjligheter i prissättningen.

I timkostnadskalkylen tar man oftast inte med de rörliga kostnader som kan uppstå vid ett uppdrag t ex direkt material, resekostnader och traktamente.

Trots timkostnadskalkylens brister är den lätt att använda och ger ett bra beslutsunderlag. Det stora problemet är att uppskatta antalet debiterade timmar. Ett sätt att förbättra säkerheten är att ha löpande uppföljning av hur många timmar företaget faktiskt debiterat och att uppdatera timkostnadskalkylen kontinuerligt, t ex en gång i månaden.



Totala kostnader + Budgeterad vinst

kr/tim

Budgeterat antal debiterade timmar



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
2:8



Exempel på timkostnadskalkylering

Ett enpersons företag arbetar som elektriker och en stor del av verksamheten innebär uppdrag ute hos kund, mest privatpersoner. Företaget har funnits ett flertal år och antalet debiterbara timmar per år ligger runt 1 100.

Följande timkostnad budgeteras

Timkostnad = $453\,000 / 1\,100 = 412$ kr/tim

I denna timkostnad ingår inte någon budgeterad vinst. För att täcka företagets kostnader krävs en debiterad timkostnad på 412 kr och att antalet debiterade timmar når upp till 1 100.

Om företaget lyckas sälja ytterligare 100 timmar blir "resultatet" före skatt 41 200 kr eftersom alla kostnader redan är täckta vid en debitering av 1 100 timmar. Skulle konsulten sälja färre timmar än 1 100 blir det helt enkelt att sänka lönen eller om det är möjligt höja timdebiteringen.

Budgeterade kostnader i kr

Lön	240 000
Sociala avgifter	110 000
Lokal	24 000
Marknadsföring/reklam	15 000
Kontorsmaterial	6 000
Telefon	12 000
Egen utbildning, litteratur	18 000
Ej direkt debiterade resekostnader	12 000
Övriga kostnader	10 000
Avskrivningar	6 000

Summa kostnader 453 000



Påläggskalkylering istället för timkostnads-kalkylering

För lite större tjänsteföretag, där lönerna varierar för konsulterna på grund av utbildning och kompetens, samt med en stab för administration och försäljning, kan det vara lättare att använda sig av påläggskalkylering (självkostnads-kalkylering).

Vi visar till höger en skiss på den så kallade kalkyltrappan.

Lönekostnaden i ett tjänsteföretag är oftast det som dominerar kostnadsbilden. Kalkyltrappans första steg blir därmed direkt lön.

Till detta uträknade försäljningspris ska momsén läggas, om priset är till privatpersoner.

Fråga

Vilket timpris bör Nisse ta?
Hur många debiterbara timmar krävs för att det ska vara lönt att anställa ytterligare en person?

Skriv in dina svar i rutorna här under!

Timpris:

Rätta

Exempel

Nisse har ett litet företag som jobbar med elinstallationer. Han har en anställd. Han tar betalt per timme och kunderna får betala alla materialkostnader separat. För kommande år räknar Nisse med följande fasta kostnader:

Personalkostnader 870 000 kr

Lokalkostnad 160 000 kr

Kontorskostnader 40 000 kr

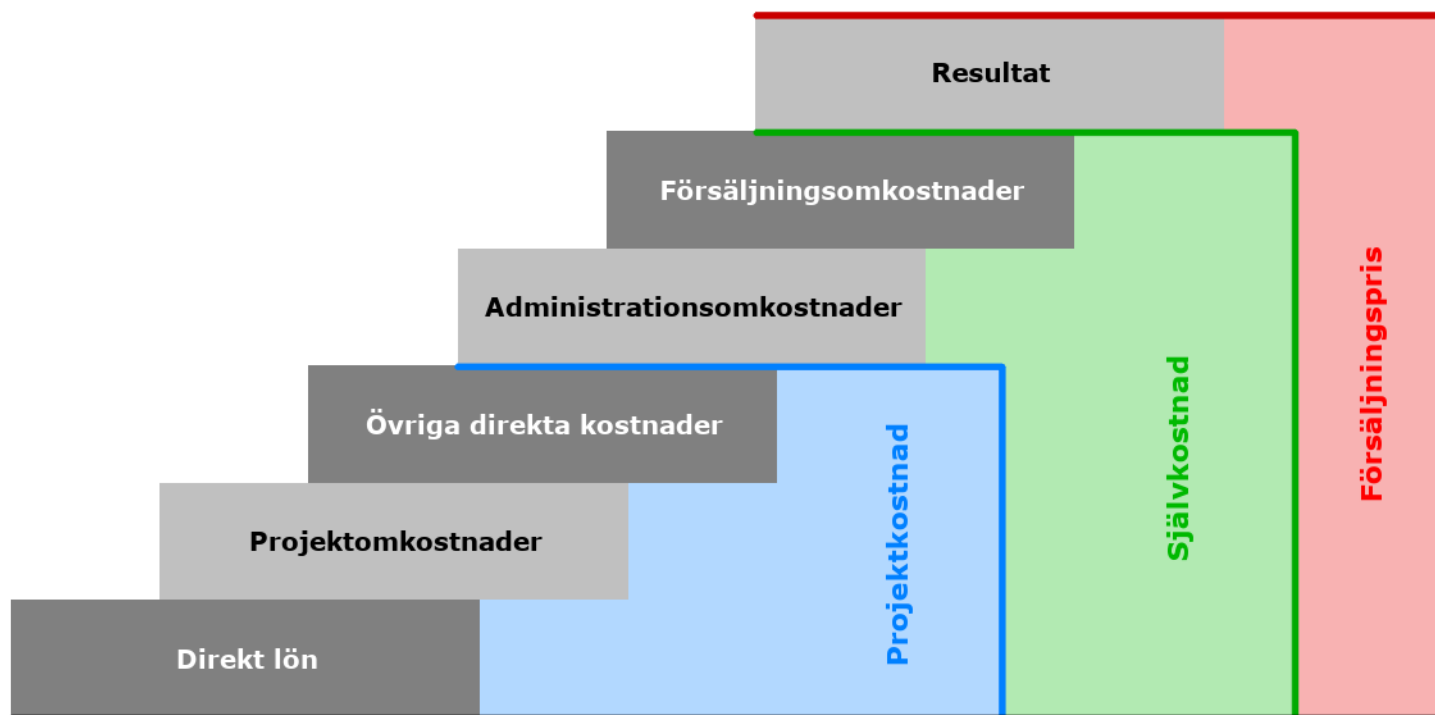
Avskrivningar 15 000 kr

Räntor 10 000 kr

Övriga kostnader 100 000 kr

Summa fasta kostnader 1 195 000 kr

Dessutom vill Nisse ha en vinst på 250 000 kr. Han räknar med att kunna sälja 2 700 timmar.



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
2:10



Mervärdesskatt (moms)

Moms är en skatt på konsumtion som alla privatpersoner måste betala när de köper varor och tjänster.

Momsen är statens tredje största inkomstkälla, drygt 330 miljarder kronor.

I Sverige använder vi oss av tre olika momssatser; 25, 12 och 6 %. Momssatsen 25 % är den vanligaste på varor och tjänster. Lagar du din bil på bilverkstaden eller köper en mobiltelefon så är momssatsen 25 %. Om du däremot köper livsmedel, bor på hotell, äter på restaurang eller bor på en campingplats är momssatsen 12 %. Om du köper tidningar, böcker, åker taxi, åker tåg/flyg/båt eller går på bio/teater så är momssatsen 6 %.

Momssatserna anger hur mycket som ska läggas på priset. Om en stereoapparat betingar ett pris av 1 000 kr så blir priset till kund 1 250 kr. Om en hårpermanent betingar ett pris på 1 000 kr blir priset till kund 1 120 kr. Och om en tågbiljett betingar priset 1 000 kr blir priset till kund 1 060 kr.

Vid all handel med konsumentkunder, privatpersoner, anges alltid priset inklusive (inkl.) moms. Handel mellan företag t ex när en hantverkare å arbetsvägnar köper något anges alltid priset exklusive (exkl.) moms. Företag får tillbaka den moms de betalat in och därmed blir momsen ingen kostnad för företag.

Exempel

Ibland vet man priset inkl. moms och man behöver veta pris exkl. moms så räknar man så här:

Vid 25 % moms; priset är 700 kr $\rightarrow 700 \times 0,2 = 140$.
Momsen är 140 kr.

Vid 12 % moms; priset är 70 kr $\rightarrow 70 \times 0,1071 = 7,5$.
Momsen är 7,5 kr.

Vid 6 % moms; priset är 120 kr $\rightarrow 120 \times 0,0566 = 6,8$.
Momsen är 6,8 kr.



Summering prissättning

En komplex, föränderlig och dynamisk process påverkar priset. Vi har beskrivit både interna och externa faktorer som inverkar på prissättningen.

Det vi inte tagit upp är leverantörernas påverkan på prisbilden. En bristsituation på en viktig insatsvara till företagets produkt kan leda till att priset måste öka, vilket kan innebära att kunderna väljer ett substitut och att därigenom en stor del av marknaden försvinner.

Var medveten om att omvärldsfaktorer (omvärldsfaktorer är sådana faktorer som jag inte kan påverka t ex ränteläget, konjunkturen, arbetslöshet, konkurrenter, utflyttning/inflyttning till orten, trender och tendenser) snabbt kan ändra förutsättningarna på en marknad. Hanteringen av omvärldsfaktorerna bör ske i två steg; försök att förutse konsekvenserna av förändringarna och anpassa företaget snabbast möjligt. De snabba företagen överlever de stora.

Till sist, gör inte din prissättning alltför komplex. Förutom de interna faktorer som du har god kontroll över så välj ut de viktigaste externa variablerna som du tror påverkar mest.

Exempel 1

En grossist har tagit hem ett parti leksaksbilar från Indien. De har köpt 5 000 leksaksbilar för 5 kr/styck. Frakten kostade 750 kr, tullkostnaden var 850 kr och försäkringskostnaden var 400 kr.



Fråga exempel 1

Beräkna hemtagningskostnaden och varukostnaden.

Total hemtagningskostnad:

Varukostnad per leksak:

Rätta

Exempel 2

Butiken AB

Rörliga kostnader på 4 650 000 kr

Hyreskostnader på 395 000 kr

Personalkostnader på 1 758 000 kr

Övriga kostnader på 525 000 kr

Vinst på 345 000 kr.

Fråga exempel 2

Hur stora intäkter hade företaget?

Skriv in det rätta svaret i rutan!

Rätta



En fullständig priskalkyl

Till privatkunder ska alltid momsen vara inräknad. Den läggs på sist i kalkylen. Därför kan en fullständig priskalkyl se ut så här:

1. Inköpskostnad + hemtagningskostnad = varukostnad (rörlig kostnad)
2. Varukostnad + pålägg (täckningsgrad) = försäljningspris exkl. moms
3. Försäljningspris exkl. moms + moms = försäljningspris inkl. moms



Exempel

Nisses Cykelförsäljning AB säljer cyklar, mopeder och tillbehör till dem.

Butiken har köpt in ett exklusivt parti svenska cyklar för 2 000 kr per styck.

Hemtagningskostnaden är 20 kronor per cykel.

Butiken vill ha ett pålägg på 45 procent.

Priskalkylen för per cykel blir följande:

Inköpskostnad 2 000 kr
Hemtagningskostnad 20 kr
Rörlig kostnad 2 020 kr
Pålägg 45 % $2\,020 \times 0,45 = 909$ kr
Försäljningspris exkl. moms 2 929 kr
Moms 25 % $2\,929 \times 0,25 = 732$ kr
Försäljningspris inkl. moms 3 661 kr

Fråga

Vilket täckningsbidrag respektive täckningsgrad ger denna kalkyl om man säljer en cykel?

Skriv in ditt svar i rutan här under!

Täckningsbidrag

0Kr

Täckningsgrad

0.0%

Rätta



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
2:13



En fullständig priskalkyl

Nisses Möbel AB har köpt in 20 stolar för 500 kr per styck exkl. moms.

Hemtagningskostnaden var totalt 4 000 kr.

Företaget har ett pålägg på 55 procent.

Produkterna nedan är prissatta exkl. moms.

Ett armbandsur 1 500 kr

En personbil 170 000 kr

Ett kilo kotletter 45 kr

En hårpermanent 400 kr

En hotellnatt 900 kr

Produkterna nedan är försäljningspriset som konsumentkunderna får betala.

En biobiljett 90 kr

En världsatlas 400 kr

En moped 18 000 kr

Ett kg ägg 35 kr

Ett paket skruv 160 kr

Fråga

Vad blir priset utan moms?

Skriv in ditt svar i rutan här under!

0Kr

Rätta

Fråga

Vilket försäljningspris måste konsumentkunden betala?

Skriv in ditt svar i rutorna här under!

Armbandsur: 0Kr

Personbil: 0Kr

Kotletter: 0.0Kr

Hårpermanent: 0Kr

Hotellnatt: 0Kr

Rätta

Momssatser

Fråga

Vilket är priset exkl. moms?

Skriv in ditt svar i rutan här under!

Biobiljett: 0.00Kr

Världsatlas: 0.00Kr

Moped: 0Kr

Ägg: 0.00Kr

Skruvar: 0Kr

Rätta

Momssatser



En fullständig priskalkyl

Kalkyl för en kampanjvara:

Nisses ICA har till en reklamkampanj köpt hem 30 kaffebryggare för 6 000 kr (exkl. moms).

Hemtagningskostnaden var 400 kr.

Nisses har ett pålägg på 60 procent för denna typ av varor.

Eftersom Nisses är med i en kedja bestämdes försäljningspriset till 399 kr/styck (inkl. moms).

Fråga 1

Vilket styckepris skulle Nisses normalt begära?



Fråga 2

Hur mycket lägre vinst totalt (exkl. moms) gör Nisses om de säljer alla kaffebryggarna?



Rätta

Individuell uppgift

Av vilka skäl tror du att Nisses ändå valde att vara med på denna kedjekampanj?

Skriv in ditt svar i rutan här under!



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
2:15



Betalning

Huvuddelen av kunderna i Sverige betalar sina inköp med kort, uppmot 60 procent. För dyrare inköp är andelen ännu större. I övriga Europa är andelen kortköp färre än i Sverige. Alternativet till kort är att betala med pengar, kontanter. I vissa fall kan även fakturabetalning förekomma. Då är det oftast större inköp man talar om. De flesta butiker vill ha mindre kontantbetalningar för att slippa att hantera pengar. Det är ganska vanligt att man till och med kan ta ut ett överbelopp vid kortbetalning, för att butiken ska "bli av med sina sedlar" och därmed ha mindre kontanter i kassan. När en produkt betalas i kassan blir priset registrerat.

I en butik kommer huvuddelen av företagets intäkter in via kassan och det betyder att arbetet i kassan är mycket viktigt. Det måste bli rätt. För att undvika att det blir fel belopp som registreras i kassan och för att säkert veta vilka varor som blir sålda används ofta streckodsregistrering. EAN-märkning (European Article Number) är det streckodsystem som används i Sverige.

Du som säljer varor eller tjänster mot kontant betalning måste från och med den 1 januari 2010 ha ett certifierat kassaregister. Detta har riksdagen beslutat om i en lag (2007:592). Syftet med lagen är bland annat att skydda seriösa företagare inom kontanthandeln mot illojal konkurrens.



Exempel på streckkod

Lagen, SFS 2007:592 upphörde att gälla 2012-01-01 och ingår nu som en del i den nya lagen Skatteförfarandelag SFS 2011:1244 som utfärdades den 1 december år 2011.

Den som säljer varor eller tjänster mot kontant betalning måste enligt lagen ha ett certifierat kassaregister. Syftet är att skydda dig som seriös företagare inom kontanthandeln mot illojal konkurrens dvs företag som säljer "svart".



Vad är ett certifierat kassaregister?

Ett kassaregister anses certifierat om det uppfyller följande villkor:

1. Det är tillverkaredeklarerat och har en tillverkardeklARATION för varje version eller program.
2. Det är anslutet till en certifierad kontrollenhet som läser av registreringarna i kassaregistret och skapar en kontrollkod.

Skatteverket testar inte om ett tillverkaredeklarerat kassaregister uppfyller de föreskrivna kraven, utan det är tillverkarens ansvar. Det finns listor över tillverkardeklarerade kassaregister och certifierade kontrollenheter. Listorna uppdateras regelbundet.

Erbjud alltid kvitto!

Som företagare måste du alltid erbjuda kunden ett kvitto.

OK!



Vem ska ha ett kassaregister?

Lagen om kassaregister omfattar de företag som säljer varor eller tjänster mot kontant betalning (inklusive betalkort). Notera att det finns vissa undantag.

Det finns även ett antal verksamheter som inte behöver ett certifierat kassaregister t ex taxi, internet-handel, postorder och välgörenhet.



Tryck på knappen nedan för att läsa en artikel om hur den nya lagen om kassaregister påverkar.

Artikel



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
3:3



Kontanter

Det är viktigt att kassapersonalen kontrollerar att sedlar som tas emot är äkta.

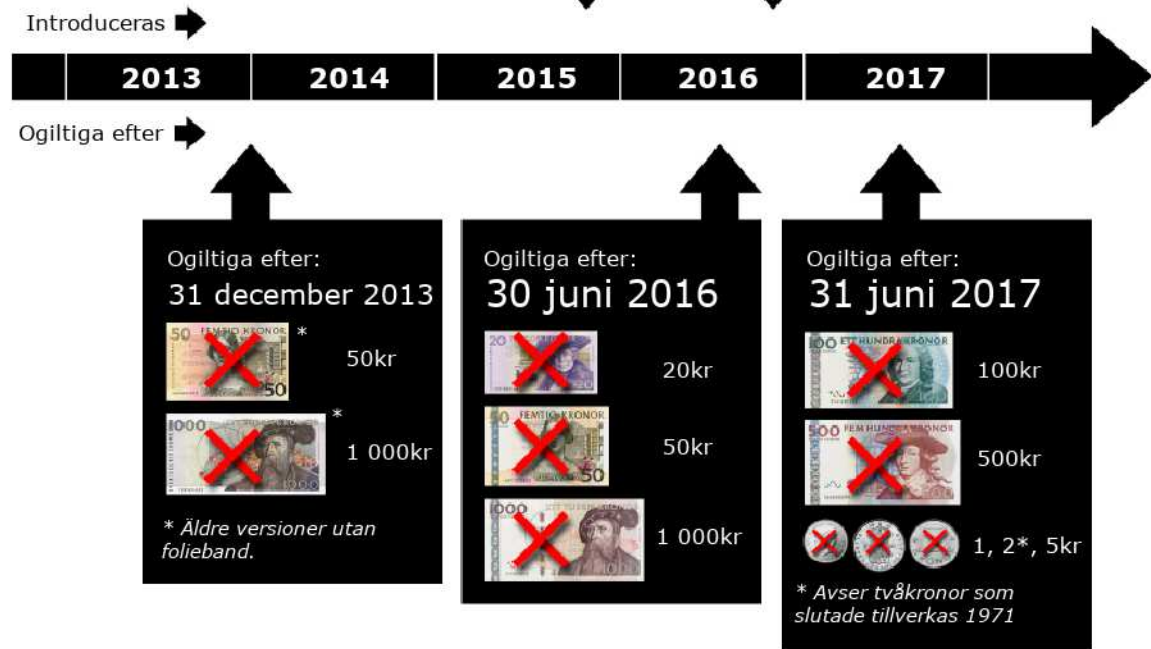
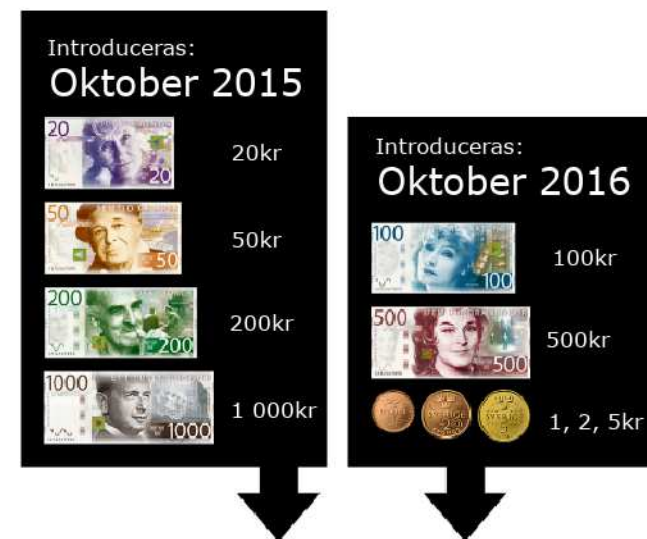
Ju högre valör på sedlarna desto viktigare. Kontrollen kan göras på två sätt:

1. Titta och känna på sedeln. Folioband, vattenmärket, säkerhetstråden, genomsiktsbild, sedelpapperet och tryckets sträva känsla.

2. Använda UV-ljus.

Nya sedlar och mynt kommer att införas i Sverige och gamla sedlar och mynt kommer att försvinna.

Fundera över hur du ska bete dig om du som kassapersonal får betalt med en falsk sedel. Ett konkurrensmedel som vissa butiker använder är att de tar emot utländsk valuta. Ofta är det euro, den europeiska valutan. Vid gränshandeln kan även andra valutor vara aktuella. När kunderna handlar med kort spelar valutan ingen roll, er butik får betalt i kronor oavsett vilket land kunden kommer ifrån.



Beslut om att ogiltigförklara sedlar och mynt fattas av riksdagen efter att Riksbankens direktion efter samråd med riksbanksfullmäktige har lämnat en framställning om detta.



Kontokort

Kontokorten började på 1950-talet i USA. I Sverige infördes kontokort i slutet av 1970-talet. Kontokort är ett gemensamt namn för bankkort, debetkort, betalkort och kreditkort.

Ett debetkort (som också kan kallas bankkort) fungerar så att dina köp och uttag dras direkt från ditt konto. Om ett sådant kort också är ett online-kort, så innebär det att kortterminalen kontrollerar hur mycket pengar som finns på kontot direkt mot banken vid varje köp eller uttag. Finns det inte tillräckligt med pengar så går det inte att göra uttaget. Normalt kontrolleras debetkort med Visa/MasterCard också direkt mot kontot, men de fungerar även i "offline-terminaler".



VISA



Kontokort

Betal- och kreditkort kan användas på två sätt. Antingen betalar du alla köp och uttag som finns med på fakturan på en gång. Då använder du kortet som ett betalkort och du betalar ingen kreditränta. Beroende på när köpet eller uttaget gjordes kan den räntefria perioden bli mellan en och två månader. Väljer du istället att använda krediten så gör du delbetalningar på skulden och då tillkommer kortets kreditränta på beloppen. Kortet fungerar då som ett kreditkort. Det finns kort som enbart är betalkort.

Kort som är kopplade till ett kortföretag innebär att butiken betalar en avgift för varje köp som hanteras i kassan. Avgiften kan vara 2-3 kr per köp plus 2-3 procent av köpesumman. Det innebär att om kunden handlar för 1 000 kr kan kostnaden för butiken bli 2 kr + 20 kr = 22 kr. Denna kostnad påverkar självklart butikens resultat i "fel" riktning. Av denna avgift så lämnar vissa kortföretag återbäring till kunderna på ibland 1 procent av beloppet.



VISA



Rabattkuponger

Det finns åtminstone tre olika slags rabattkuponger:

1. Butikens egna
2. Kedjans gemensamma
3. Nordisk kuponginlösen

Säkert finns det olika rutiner för hanteringen av kuponger men vanligen läses EAN-koden på kupongen av och sedan sköter butikens dator om avdraget på kvittot.



Testa att ändra rabatten i procent genom att dra i reglaget. Titta på hur det påverkar rabatten i kronor.



Pris:

165 Kr

Rabatt:

8.25 Kr



Presentkort

Presentkort hanteras oftast likadant som rabattkuponger.

Man kan även här skilja mellan tre olika:

1. Företagets/butikens egna
2. Kedjans egna
3. Köpmannaförbundets rikspresentkort



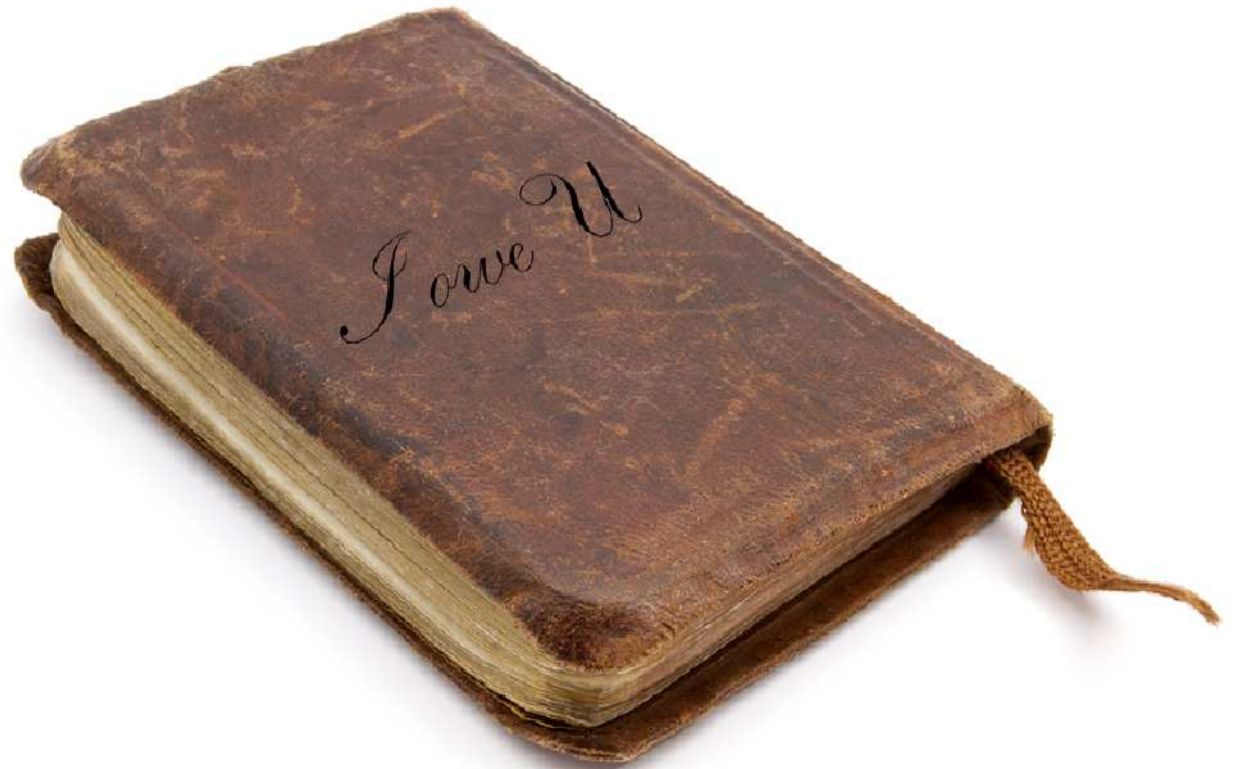
Rekvision - kreditköp

Förr i tiden kallades det för "att handla på bok".

Det betydde att konsumenter kom till sin butik och handlade, beloppen skrevs in i en bok och sedan betalade man per månad. Det förekommer knappt idag. Däremot är det ganska vanligt att företag handlar genom att lämna i rekvisitioner på varor och sedan betalar per månad mot faktura.

När någon handlar med rekvisition ska kunden skriva under rekvisitionen samt legitimera sig. Vanligen får kunden med en följesedel som butiken stämplat med vad som köpts samt köpesumman.

Rekvisionshandel förutsätter att det finns ett avtal i botten.



Butiksbanken

Vissa butiker agerar som en uttagsautomat. Om kunden handlar för 600 kr så kan hon ta ut ett överbelopp och få ut några hundralappar i handen.

Butiken gör inte detta bara för att öka servicen utan även för att minska sin egen kontanthantering. Rånrisken minskar.

För kunden kan det kännas säkrare att "ta ut" pengar i butikskassan än att stå vid uttagsautomaten på gatan.



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
3:10



Kvitto

Kunden ska alltid erbjudas kvitto. En normal kassaapparat ger ett tydligt kvitto som kunden får.

Ibland vill kunderna ha ett skrivet kvitto för att få en tydligare specifikation av köpet. För att ett skrivet kvitto ska vara korrekt ska det innehålla följande:

1. Datum
2. Specifikation på vad köpet gäller
3. Köpesumman
4. Momsbelopp
5. Namn på företaget som sålt
6. Företagets organisationsnummer
7. Säljarens signatur



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi

Sidnummer
3:11



Fakturabetalning

Vid affärer mellan företag används oftast fakturabetalning. Det betyder att säljaren skickar ett skriftligt betalningskrav till köparen. Vid fakturabetalning ingår en betalningsfrist, sista datum när fakturan ska vara betald. Betalningsfristen, kredittiden, är ofta 30 dagar, från det datum när fakturan skickades. Kredittidens längd bestäms mellan köpare och säljare. Vanligen betalas fakturan via bank- eller plusgiro. Fakturor är antingen i pappersform eller elektronisk.

För att kunna användas i företags bokföring måste den enligt Skatteverket innehålla följande (för fakturor under 2 000 kr duger en enklare variant):

1. Det datum fakturan utfärdades (fakturadatum).
2. Ett unikt löpnummer för varje faktura baserat på en eller flera serier.
3. Säljarens momsregistreringsnummer.
4. Köparens momsregistreringsnummer, om köparen är skattskyldig för köpet (s k omvänd skattskyldighet) eller finns i ett annat land inom EU:s momsområde och har åberopat sitt momsregistreringsnummer för att få leveransen utan moms.

5. Säljarens och köparens namn och adress. Tänk på att rätt namn på köparen är viktigt för bl a avdragsrätten för moms.

6. Varornas eller tjänsternas omfattning och art.

7. Det datum varorna såldes eller tjänsterna utfördes eller slutfördes.

8. Vid betalning i förskott eller a conto: betalningsdatum - om det kan fastställas och är något annat än fakturadatumet.

9. Beskattningsunderlaget för varje skattesats eller undantag, enhetspriset exklusive moms samt en eventuell prisnedsättning eller rabatt som inte ingår i enhetspriset.

10. Den aktuella skattesatsen.

11. Vilken moms som ska betalas om det inte är en momsfri försäljning.

12. När köpare ställer ut fakturan för säljarens räkning ska uppgiften "självfakturerings" anges.



Taxfreeförsäljning i butik

Medborgare från icke EU-land har rätt att få tillbaka moms om köpet är över 200 kr.

Betalt momsbelopp återfås vid gränskontrollen.

I kassan ska ett formulär fyllas i som heter Global Refund Cheque. Dessutom ska varorna plomberas.



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
3:13



Kassaredovisning

Bokföringslagen säger att kontanta inbetalningar måste bokföras senast nästa arbetsdag. Kassaredovisning innebär att man ska jämföra det som finns i kassan med hur mycket som borde finnas. Så normalt gör man denna avstämning varje dag efter stängning.

Kassaredovisningen ska redovisas skriftligt, ofta på en särskild blankett. Man räknar samman kontanterna, kontokortskvitton, presentkort och olika rabatter. Dessa ska i sin tur stämma överens med kassans register.



Gruppuppgift

Uppgift:

Chefen räknar efter dagens slut kassan och konstaterar att det saknas 1 500 kr. Samma person har suttit i kassan sedan den räknades senast.

Vad skulle du göra som chef?

När ni har tänkt klart diskutera era svar med varandra.

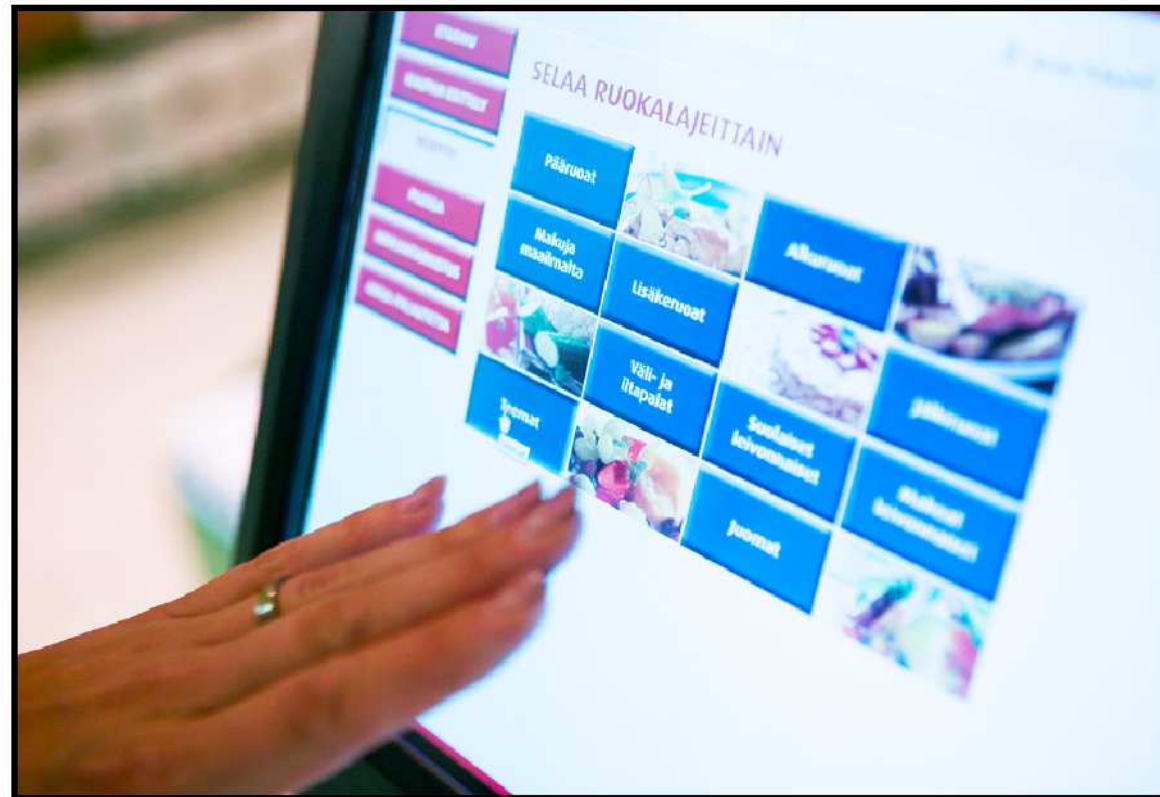
Skriv in dina tankar i rutan här under!



Datorstöd

Nu är det något år sedan vi på Nisses ICA Närlivs datoriserades. Jag jobbar där. Vår dator "gör" nu det mesta. Den ger oss framförallt en bra koll på försäljningen. Vi är två stycken som har hand om datasystemet, jag är en av dem. Det mesta jobbet gör jag vid en dator på kontoret. Där lägger jag in nya artiklar och ändrar priser. Därifrån styrs mycket av arbetet i kassan. Ibland jobbar jag också arbetspass i kassan. Där har arbetet blivit mycket lättare, de flesta varor har ju streckkod som vi läser av i kassan.

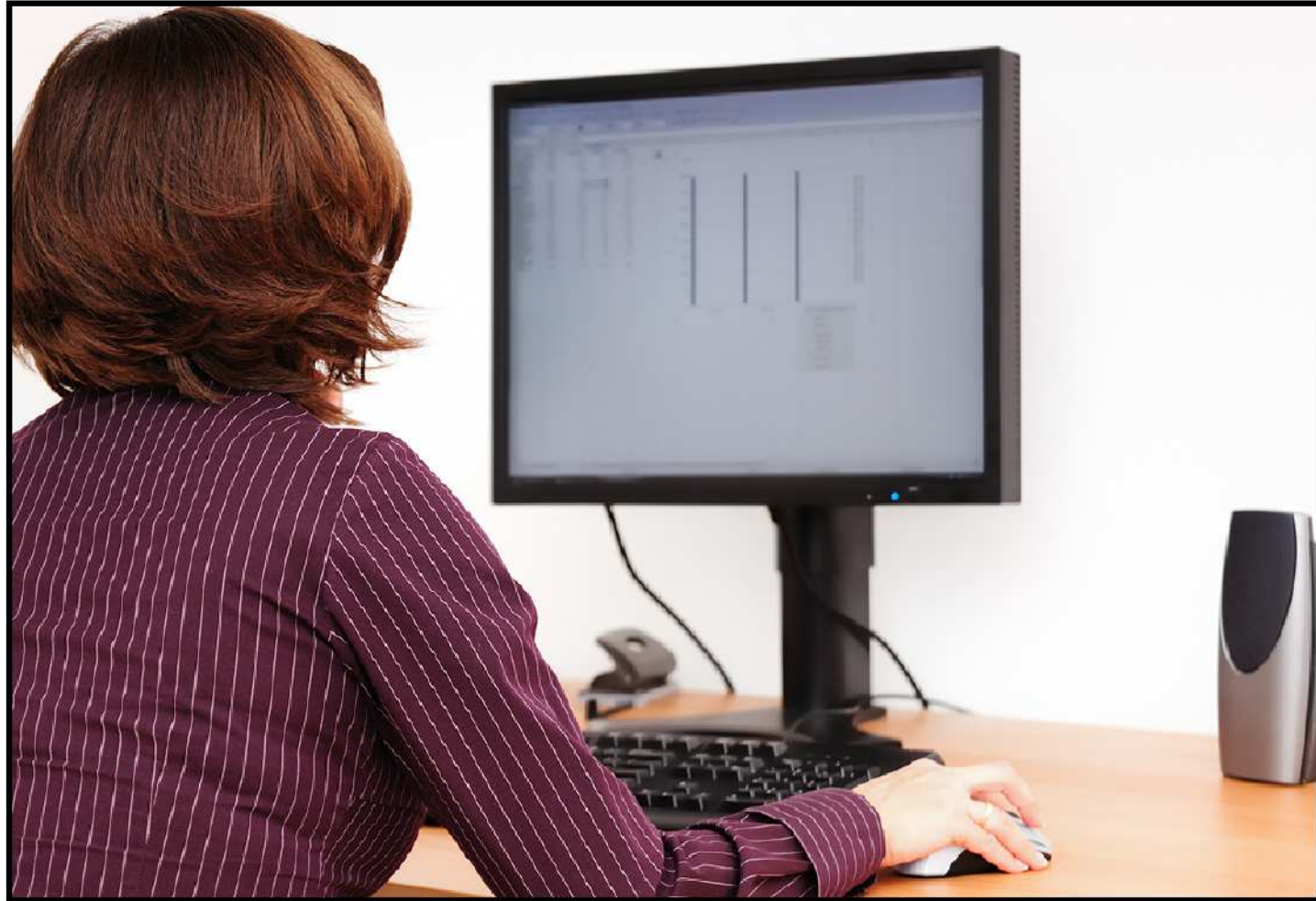
Tangentbordet behövs knappt och det går mycket snabbt att registrera köpen. Jag har helt enkelt fått mer tid att ägna mig åt kunderna. Betalningen har också blivit mycket enklare när kunderna använder kontokort. Slipper allt trassel med sedlar, mynt och växelpengar. Tänk vad bra när alla pengar blir onödiga... Mycket har blivit enklare i kassan men vi behöver fortfarande redovisa kassan. Butiksdata ger alltså ett enklare jobb i kassan men mycket mer än så. Den ger oss stora möjligheter att studera vår försäljning. Vi kan exakt se vår försäljning per dag, timme, vecka, månad eller under vilken period som helst. Vi ser också hur olika avdelningar sköter sig och exakt hur mycket varje artikel säljer och när den säljs och kanske även vem som köper. För att veta vem som köper vilken vara och när hon köper den har vi infört kundkort. Eftersom vi är med i ICA använder vi ICAs kundkort.



Registervård

I princip så har alla våra varor en streckkod på förpackningen. När den läses in i kassan så vet datasystemet vilken artikel kunden köpt. Datorn letar upp artikeln i sitt register där vi lagrat priset och andra uppgifter om varan. Dessa uppgifter måste vara korrekta för annars betalar kunden fel pris och fel vara registreras.

Inläggningen av uppgifterna görs på datorn i kontoret och det arbetet kallas registervård.



Nummer och namn

När en ny vara kommit till butiken så måste den registreras och läggas upp i artikelregistret. Streckkoden är artikelnumret och innehåller 13 siffror. Jag matar också in namnet på artikeln som inte får vara för långt, det ska ju få plats på kassakvittot.

Exempel på EAN-nummer för 2 kg strösocker:

Land	73	= Sverige
Leverantör	1034	= Dan Sukker
Löpnummer	000227	= Strösocker 2 kg
Kontrollsiffra	9	= 9

De varor som inte har EAN-nummer t ex frukt och grönt som vi väger i kassan registreras varans PLU-nummer.

Detta nummer har vi på en manual i kassan.

EAN-nummer har bytt namn till GS 1-nummer eftersom europastandarden blivit en internationell standard. I vardagligt tal används fortfarande begreppet EAN och därför har vi valt inte använda GS 1.



Priser

Butiken får nya hyllkantsetiketter från leverantören/grossisten eller huvudkontoret. Samtidigt skickas de nya priserna via internet till butikens dator. Där hamnar de tillsvidare i ett vänteregister. Sedan byts etiketterna ut. Det nya priset slås därefter in i en handburen terminal. Man registrerar artikelnummer och pris. Till slut kopplas handterminalen till butiksdatorn där priserna jämförs. De som träffar rätt frisläpps och går in i artikelregistret. De som missar skrivs ut på en fellista. De priserna måste kontrolleras mot hyllkantsetiketten igen.

Elektroniska hyllkantsetiketter kopplas till datorns prisminne. De är praktiska för varor där priset ändras från dag till dag t ex frukt och grönt.

Måndag	Fredag
Tisdag	Lördag
Onsdag	Söndag
Torsdag	Standardpris
	Programmering

Så här går kontrollen till:

Butiken får nya hyllkantsetiketter från leverantören/grossisten eller huvudkontoret. Samtidigt skickas de nya priserna via internet till butikens dator. Där hamnar de tillsvidare i ett vänteregister. Sedan byts etiketterna ut. Det nya priset slås därefter in i en handburen terminal. Man registrerar artikelnummer och pris. Till slut kopplas handterminalen till butiksdatorn där priserna jämförs. De som träffar rätt frisläpps och går in i artikelregistret. De som missar skrivs ut på en fellista. De priserna måste kontrolleras mot hyllkantsetiketten igen.

Elektroniska hyllkantsetiketter kopplas till datorns prisminne. De är praktiska för varor där priset ändras från dag till dag t ex frukt och grönt.

				
APELSINER 24.90 Kr/kg	ÄPPLE 27.90 Kr/kg	CITRONER 5.00 st	NEKTARINER 31.90 Kr/kg	BLODAPELSINER 37.90 Kr/kg
				
BLADSALLAD 24.30 Kr/hg	KÅLROT 26.90 Kr/kg	BRYSELKÅL 29.90 Kr/kg	MORÖTTER 25.90 Kr/kg	ÄRTOR 13.90 Kr/hg
				
GUL LÖK (STOR) 9.90 Kr/kg		POTATIS (FAST) 14.90 Kr/kg		



Oskar Persson
P&L Nordic AB

Aktivitetspoäng
0 av 36

Ekonomi



Sidnummer
4:4



Olika sätt att registrera köp

Kunden lämnar en vara till mig i kassan. Jag läser snabbt av streckkoden med scannern. Registreringen är snabb och säker. Priset hämtas från artikelregistret. Text och pris skrivs på samma rad på kvittot.

Om streckkod saknas så finns den inte i artikelregistret. Jag måste då registrera som man gjorde innan vi hade butiksdata. Jag slår in priset och trycker på varugrupp.

En annan kund köper apelsiner i lösvikt som inte har någon EAN-kod. Istället slår jag PLU-numret för apelsiner. Datorn hämtar priset per kilo från artikelregistret. Vikten signaleras från vågen och kvittot visar vikt, kilopris och slutpris.

En kund kommer med ett paket rökt korv. Den behöver jag inte väga, det är gjort i delikatessen eller av leverantören. Priset står i klartext på paketet. Det finns en streckkod på etiketten som jag scannar. Koden är uppbyggd på ett annat sätt. Den innehåller artikelnummer som gör att datorn hämtar kvittotexten ur artikelregistret. Priset behöver däremot inte hämtas där. Det står inne i streckkoden. Sådana artiklar får särskild markering i artikelregistret. Liknande streckkoder finns för tidningar och rabattkuponger.



Länkning ger flera kvittoposter

Jag säljer en burk läsk. Den har en vanlig streckkod.

När jag scannar in burken kommer två rader upp på kvittot, först för själva läskan och sedan för panten av burken.

Datorn behandlar det som två köp. Det går automatiskt eftersom varorna är länkade.



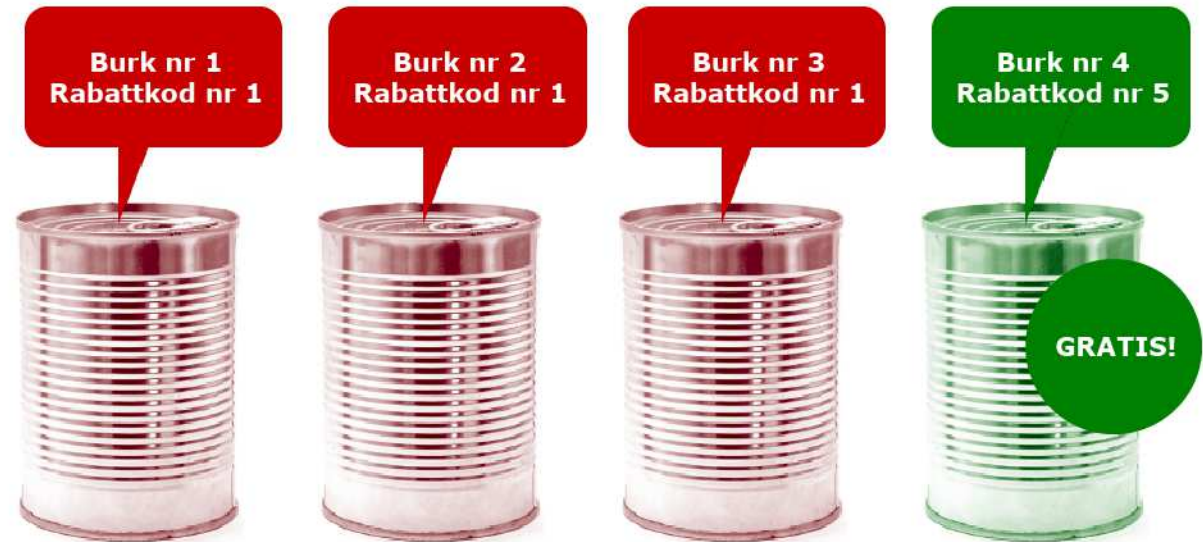
Rabatter

En kund kommer med fyra burkar champinjoner men ska bara betala för tre.

Så står på det erbjudande vi har denna vecka, "köp fyra betala för tre". Det kan datorn göra automatiskt.

Vanliga varor har rabattkod ett, dvs ingen rabatt. Champinjonerna har rabattkod fem i artikelregistret. Datorn letar nu efter den koden i ett särskilt register.

Datorn ger då den fjärde burken gratis.



Självscanning

Vissa större butiker har självscanning av varor. Det innebär att kunden registrerar sig med sitt kundkort i entrén och får då en scanner som hon bär med sig under hela inköpet. Kunden registrerar själv alla sina inköp.

Vid utgången sätter kunden scannern i ett laddställ där hela inköpet registreras i en dator. Därefter går kunden till en dataskärm och registrerar sitt kundkort igen, får priset för inköpet och betalar därefter för sitt inköp med någon typ av betalkort. Det finns även en kupongavläsare vid dataskärmen där t ex returglaskvitto och rabattkuponger avräknas.

Ibland blir det "avstämning". Det innebär att butiken, helt slumpmässigt, vill kontrollera att allt är scannat. Detta görs helt manuellt precis som om självscanningen inte hade genomförts.

Individuell uppgift

Vilka fördelar ser du med självscanningsalternativet? Vilka nackdelar ser du med självscanningsalternativet?



Appar i handeln

För att knyta kunderna till sig och öka försäljningen samt även matcha kunders nya köpvanor används appar mer och mer i försäljningen. Denna trend har troligen kommit för att stanna.

De flesta människor i Sverige, och därmed de flesta kunder, har smarta telefoner. Många kunder tycker att användandet av smarta telefoner förenklar deras inköp och vardag. Ofta är införandet av ny teknik i branschen kopplat till olika erbjudande dvs om man börjar använda tekniken så erbjuds man inledningsvis riktade extra pris på vissa varor.



Arbetsstidplanering

Arbete i servicebranschen innebär ibland att kunderna kräver service dygnet runt. Frikostiga öppettider i butiker, hantverkare i kundens hem när kunden är ledig, service via telefon och e-post dygnet runt mm. Kundernas allt större krav på service "dygnet runt" har lett till att medarbetarna ibland måste arbeta på icke kontorstid.

I butiksledet så ökar kraven på att ha rätt bemanning när kunderna är där, dvs mycket personal när det är mycket kunder. Å andra sidan behövs mindre bemanning när få kunder är på plats. För medarbetarna har det inneburit att mer och mer helg- och kvällsarbete blivit regel. Arbete på oregelbundna tider gör att tid för vila och återhämtning blivit mycket viktig. Pauser och raster under arbetspasset behövs. En del anser att ledighet mitt i veckan är bra medan andra vill vara ledig när andra är lediga.

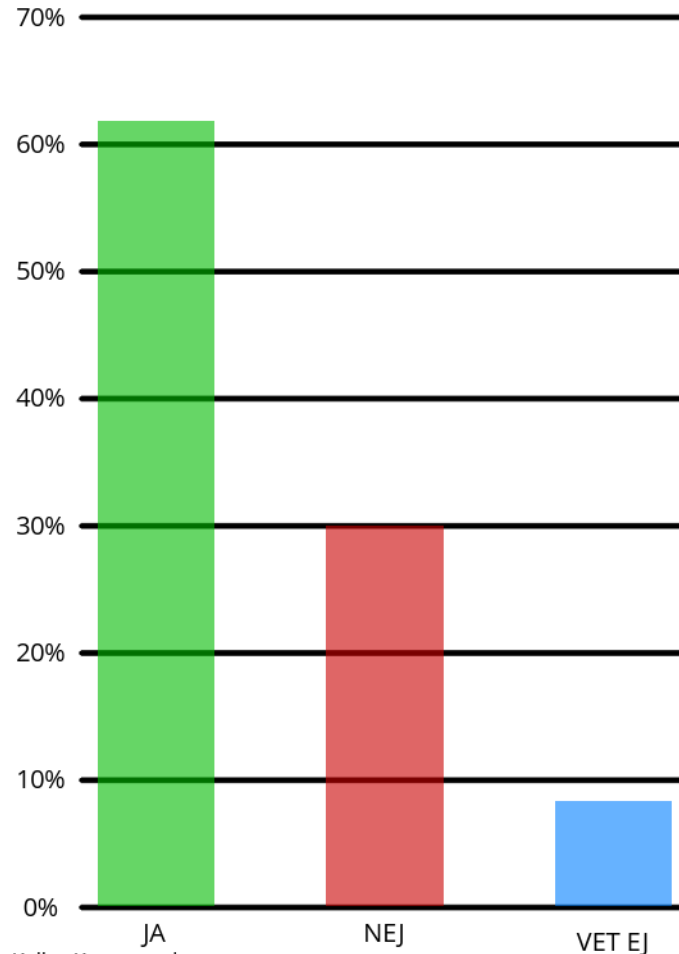
Arbetsstidslagen och kollektivavtal reglerar bl a hur mycket man får arbeta, raster och pauser.

Många servicearbeten är även säsongsberoende. Vissa verksamheter är bara öppna på sommaren och andra bara på vintern. Exempelvis campingplatser, glasskiosker, skidliftar och fjällhotell.

Länk till arbetsmiljölagen:

[Länk till lagen](#)

Kan du arbeta heltid och klara dig med de öppettider som din förskola har?



Källa: Kommunal

JULÖPPET

12-16 december 10-19
17-18 december 10-18
19-23 december 10-20

JULAFTON
10-14

JULDAGEN
Stängt

ANNANDAGEN
11-16

God Jul & Gott Nytt År!

Personalen



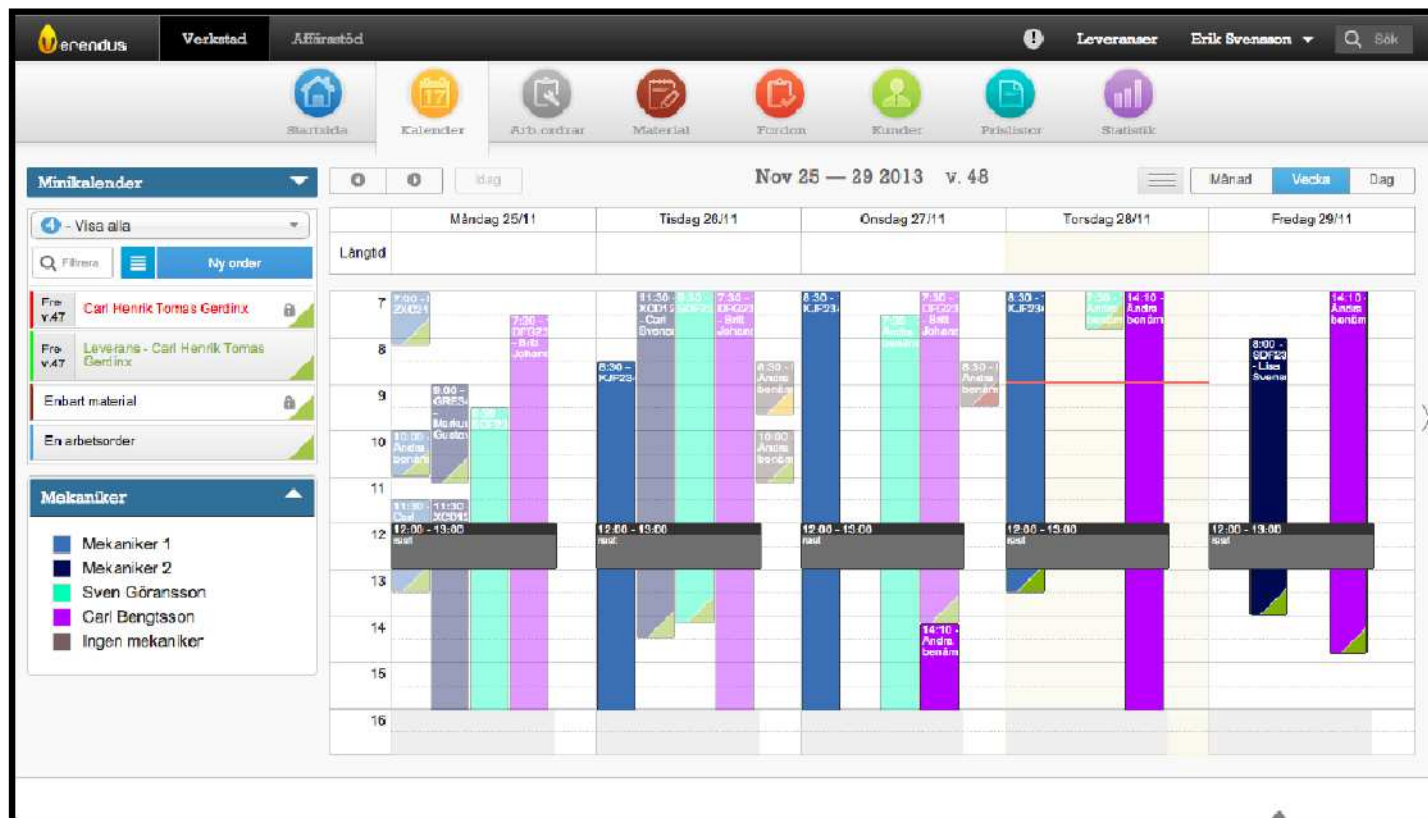
Datorstöd vid arbetstidsplanering

I avsaknad av datorer tvingades man förr ha fixerade scheman. De fixerade schemana har medfört fixerade tankemönster. Omställningen försvåras av en rad "moderna" tidplaneringssystem som än i dag ser som sin uppgift att generera förtida schemafixeringar till lönesystemen.

FLEX-schemat är en ny typ av system, som inte erfordrar sådana låsningar. Alla beräkningar följer automatiskt med när du ändrar i schemat. Inget krångel med förtida schemafixering och avvikelsehantering. Du klickar bara ut en tidrapport när månaden är slut.

Individuell uppgift

Lista upp några branscher där man genom utökade öppettider skulle kunna öka kundservicen och därmed göra "bra affärer".



Bilden kommer från verktyget Verendus Verkstad.
www.verendus.se

Artikel



Sammanfattning

I modulen har du fått jobba med ekonomiska grunder i ett serviceföretag. Du har fått reda på att företag måste tjäna pengar, ha lönsamhet. Det innebär att intäkterna måste vara större än kostnaderna. Det är ägarna som bestämmer hur mycket pengar som de vill tjäna på sin verksamhet. Offentliga företag drivs inte alltid av vinstkrav.

Innan priset sätts gör du en kalkyl för att definiera vilka kostnader du har. För din försäljning är troligen din enda intäkt och den ska vara större än dina kostnader, helst för varje enskild produkt.

Kortbetalning är vanlig i Sverige och på vissa håll tar man inte ens emot kontanter. Det är troligt att användningen av kontanter minskar.

När företag handlar med andra företag är fakturabetalning vanligast.

Oseriösa säljare och kunder vill bara handla med kontanter som inte registreras någonstans.

Moderna företag har ett affärssystem. I affärssystemets dator lagras de flesta ekonomiska fakta som företaget jobbar med. T ex inköpspriser, försäljningspriser, TB, TG, pålägg, lagersaldo, beställningspunkter och rabatter.



Sammanfattning av dina egna tankar och gruppuppgifter

Individuell uppgift

Om kunden prutar, på vilka produkter ska man då eventuellt släppa rabatter?
Produkter med högt TG eller produkter med lägre TG?

Motivera!

Individuell uppgift

Vad kan ekonomiska orsakerna vara till att ett företag kommer på obestånd och går i konkurs?

Individuell uppgift

Av vilka skäl tror du att Nisses ändå valde att vara med på denna kedjekampanj?



Sammanfattning av dina egna tankar och gruppuppgifter

Gruppuppgift

Uppgift:

Chefen räknar efter dagens slut kassan och konstaterar att det saknas 1 500 kr. Samma person har suttit i kassan sedan den räknades senast.

Vad skulle du göra som chef?

När ni har tänkt klart diskutera era svar med varandra.

Skriv in dina tankar i rutan här under!

Individuell uppgift

Vilka fördelar ser du med självscanningsalternativet? Vilka nackdelar ser du med självscanningsalternativet?

Individuell uppgift

Lista upp några branscher där man genom utökade öppettider skulle kunna öka kundservicen och därmed göra "bra affärer".

