



Etablererguiden

Dette er en kortfattet guide som tar for seg det viktigste du bør være klar over gjennom hele perioden fra «idéunngfangelse» og frem til og med at foretaket* ditt er kommet i gang.

Innhold

Innledning	2
1. Idé og avklaringsfasen.....	3
Idéutvikling	3
Personlig avklaring.....	4
Formell avklaring	4
2. Utviklingsfasen.....	6
Bygge forretningsmodell	6
Utarbeide forretningsplan.....	7
Nytt produkt?	8
Markedsorientering og markedsføring	8
Valg av organisasjonsform.....	11
Kapitalbehov og finansiering.....	11
Regelverk og tillatelser	12
3. Oppstart og registrering	13
Krav til navn.....	13
Registrering i Brønnøysundregistrene.....	13
4. Drift og vekst.....	15
Merverdiavgift (mva.).....	15
Skatt.....	16
Hva om du blir syk?	16
Ansatte	16
Forsikring	17
Import/eksport	17
Administrasjon og regnskap	17
Hjelpere	19

*I denne guiden bruker vi begrepet **foretak** om det mange i dagligtale omtaler som *bedrift, virksomhet, enhet og lignende*.

Altinn gjør oppmerksom på at informasjonen er av generell karakter, og at guiden ikke er uttømmende.

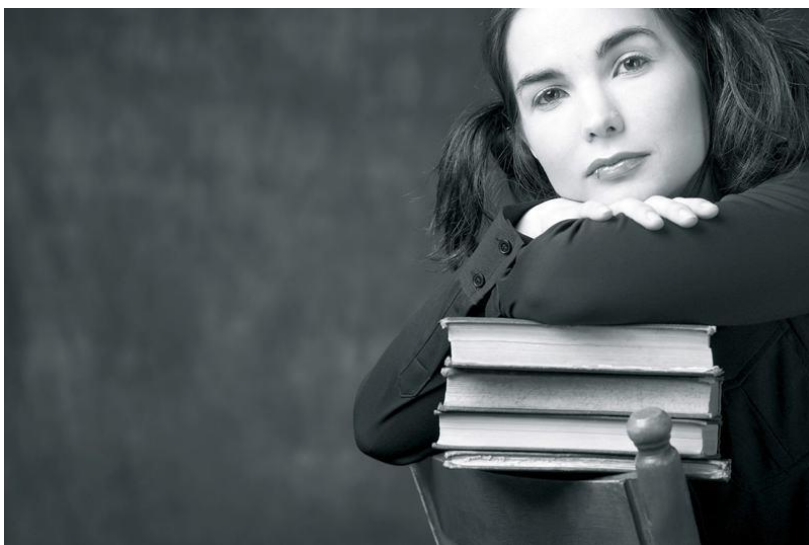
Innledning

Du vurderer å starte eget foretak. Gratulerer!

Å etablere et foretak vil i stor grad handle om én persons arbeid og innsats: Nemlig deg! Heldigvis er det mange rundt deg som på ulike måter kan bidra i prosessen fra idé og frem til eget foretak, og deretter hjelpe deg i årene etterpå.

Myndighetene legger stor vekt på foretaksetablering. Blant de offentlige «førstelinjehjelperne» finner du nettstedet [Altinn – starte og drive bedrift](#), som gir samlet informasjon fra alle relevante offentlige etater. Vi har som målsetting å gjøre det enklere å starte og drive foretak i Norge. Det gjør vi i hovedsak gjennom å løse deg frem gjennom lover og regler som du og alle andre næringsdrivende er nødt til å forholde dere til.

I denne guiden vil vi i størst mulig grad unngå å gjenta informasjon som befinner seg andre steder. Vi lenker i stedet til kildene enten i eller utenfor Altinn.



Myndighetene har i tillegg flere etablererveiledertilbud. Som etablerer kan du få god hjelp hos Innovasjon Norge, kommunen, samt hos næringshagene og forsknings- og kunnskapsparkene.

Mange nye foretak, men...

Det å starte eget foretak er normalt resultatet av mye arbeid, basert på personlige og faglige forutsetninger, god økonomistyring, mye vilje og stor tålmodighet. Og etter at du er i drift: også en solid porsjon stå-på-egenskaper.

Når alt dette er til stede i passe mengder, vil de fleste oppleve gleden over å ha skapt noe for seg selv, gleden av å drive på med noe som andre etterspør og har behov for – og endelig gleden av å kunne høste også de økonomiske fruktene av egen innsats.

Frem og tilbake

I denne guiden beskrives etablering som en lineær prosess: fra idé eller ønske om eget foretak frem til du er godt i gang. Husk at virkeligheten på ingen måte er lineær, spesielt ikke i oppstartsfasen. Underveis i prosessen vil du oppleve at mange valg du tar senere i prosessen, vil innvirke på beslutninger du allerede har tatt, slik at du må gå tilbake og revurdere disse.

1. Idé- og avklaringsfasen

Idéutvikling

Hva er drivkreftene bak en foretaksetablering? For noen starter det med en ny idé. For andre med et antatt behov i markedet. Kanskje paret med lysten til å tjene egne penger og kunne være sin egen herre? Kanskje ingen av delene – eller kanskje alt? I denne sammenhengen antar vi at du – av høyst ulike grunner – vurderer å etablere eget foretak: Med andre ord, **at du er en etablerer**. Denne guiden er ment å fortelle deg det aller viktigste som du må og bør være oppmerksom på i ditt arbeid frem til etablering – og til du er godt i gang.

Skal – skal ikke

Den aller første fasen er ofte preget av tvil og tro. Mange opplever at det i en tidlig fase kan være lurt å diskutere ideen eller planen sin med noen du stoler på. Snakk med folk du har tillit til og med personer som kjenner det markedet eller den bransjen du tenker å etablere deg i.

Du skal være tro mot ideen din, men det er likevel viktig at du ikke er «blindt forelsket» i din egen forretningsidé. Da vil du bare høre på dem som er enige med deg, og lukke ørene for motforestillinger.

Du må også ha mot og vilje

Erfaring kan være sunn – og den kan være drepende: «Nei, det der har vi forsøkt tidligere, og det gikk ikke bra». «Ingen har gjort det før, så det går nok ikke». Verden er proppfull av eksempler på ideer som ble dømt nord og ned, men som viste seg å gå bra. Fremskritt er basert på at noen tør! At de har mot.

Mange etablerere vil skrive under på at «stayeregenskaper» er en av de viktigste personlige egenskapene du må ha. Du må ville, du må ta ansvar og du må være utholdende.

Nettverk

I forbindelse med etableringen bør du bruke nettverket ditt på en god måte. Du kjenner trolig personer som kan gi deg innspill og idéer. Dette er også personer som det kan være aktuelt å ha med i et styre. Selv om du velger en organisasjonsform hvor du har mulighet til å opprette et styre bestående av flere personer enn deg selv, kan du i stedet velge å opprette et uformelt eller formelt «råd» som kan gi deg innspill både under etableringen og senere i driftsfasen.

Bruk også venners venner. I Norge har vi ikke kultur for å bruke personlige nettverk på denne måten. Men prøv. Det kan vise seg å være uvurderlig, spesielt i etablererfasen.

En livsstil

Etter etableringen må du i en startfase regne med å bruke betydelig mer tid i foretaket ditt enn du normalt ville gjort som lønnsinntaker. For noen er dette en nødvendighet. Det er tross alt en investering for fremtiden. Men for en del mennesker kan det bli en slags livsstil. Hvis du er i risikozonen, bør du kanskje ta en alvorlig prat med deg selv og spørre deg hva du egentlig vil med livet ditt?



Gjør ting på din måte og tilpasset din virkelighet

Alt som står ovenfor her er det enhver fornuftig gründer vil tenke på i en *innledende* fase av en foretaksetablering. Noen vil velge å gjøre dette svært systematisk, i retning av først å lage en skisse til en forretningsplan. Det er en slik systematikk noen kaller for en «forretningsmodell». Andre vil gå litt mindre systematisk til verks.

I neste kapittel sier vi litt mer om både forretningsmodellen og forretningsplanen.

Personlig avklaring

Personer som lykkes som gründere, og siden lykkes med foretaket sitt, har gjerne en del felles kjennetegn:

- De tar initiativ, og de liker å ha ansvar
- De er åpne for nye ideer, og skaper og utvikler muligheter
- De er optimistiske, utadrettede, nysgjerrige og tør å bryte mønstre
- De har god selvtillit, og kjenner sine egne svake og sterke sider
- De er utholdende, og setter seg mål som de når
- De er gode lyttere til menneskers behov, og flinke til å bygge opp relasjonene til omverdenen

Kjenner du deg igjen i denne beskrivelsen?

Det ideelle er selvsagt at du nikker ja til alle egenskapene vi nevner over her. Det er altså ikke nok å være åpen for nye ideer hvis du ikke samtidig er utholdende og kan sette deg oppnåelige mål.

Men nå er verden sjelden ideell. Legg derfor merke til én av de kanskje viktigste egenskapene: Du bør kjenne dine egne sterke og svake sider. Har du denne evnen, vil du kunne supplere på de områdene der du er svak: Hvis du for eksempel er en flink håndverker, men verken liker eller forstår økonomi og regnskap, så bør du finne noen som kan gjøre denne jobben for deg i stedet for å bruke mye tid og krefter på å forsøke å gjøre det selv. Din tid er verdifull. Bruk den til å tjene penger på det du kan.

Formell avklaring

Hvem kan drive næringsvirksomhet?

For å drive næringsvirksomhet må du være over 18 år. I noen *spesielle* tilfeller kan [mindreårig over 15 år](#) ha adgang til å drive næringsvirksomhet.

Næringsvirksomhet – eller hobby?

Det du ønsker å drive med må være egnet til å gi overskudd, må ha en viss varighet og ha et visst omfang for at det skal [bli betraktet som næringsvirksomhet](#). Hvis ikke kan skattemyndighetene betrakte dette som hobby. Det betyr blant annet at du ikke kan trekke fra utgiftene i skattemeldingen for formues- og inntektsskatt. Enkeltstående og mer tilfeldige oppdrag gjør deg ikke til næringsdrivende.

Kontakt skattekontoret hvis det er tvil.

Det finnes regler for om og når du får godkjent fradrag for utgifter dersom hobbyen din etter hvert går over til å bli en næring.

Arbeidstaker eller næringsdrivende?

Et annet krav til om du kan defineres som næringsdrivende, dreier seg om du er «din egen herre». Eier du utstyret ditt? Kan du selv bestemme arbeidstiden? Har du flere kunder? Hvis du svarer ja på dette, er du trolig næringsdrivende. Har du derimot bare én kunde som bestemmer det meste og som eier utstyret du bruker, vil du normalt regnes som ansatt hos denne oppdragsgiveren.

Konklusjon

Bruk den tiden du trenger i denne innledende fasen av foretaket ditt. Likevel: Tenk deg fugleungen som til sist bare er nødt til å hive seg ut i løse lufta. Eller sagt på en annen måte: Du kan tenke og planlegge i bøtter og spann, men til sist må du bare hoppe i det.

2. Utviklingsfasen

Bygge forretningsmodell

Hvor er vi, hvor vil vi og hva koster det?

I boka "Alice i Eventyrland" er det en liten dialog:

"Vil du være så snill å si meg hvilken vei jeg burde gå for å komme bort herfra?"

"Det avhenger i høy grad av hvor du ønsker å komme hen," sa katten.

"Det er ikke så nøye," sa Alice.

"Så er det ikke så nøye hvor du går heller," sa katten.

Denne lett absurde samtalen er tenkt som en kontrast til det arbeidet du nå skal i gang med. For å starte eget foretak må du som utgangspunkt vite hvor du står, du må ha klart for deg hvor du vil, og du bør i så stor grad som mulig vite hvordan og hva som skal til for at du skal komme dit. Så enkelt er det i bunn og grunn.

Dette kapitlet handler om

- å bygge en forretningsmodell som forteller hva du skal levere, og
- å lage en forretningsplan som forteller hvordan du skal komme dit du vil

En viktig jobb for å «bringe en idé til markedet» er å tenke grundig gjennom hele forretningsforløpet. Det gjør du best ved å skrive ned og systematisere den informasjonen du innhenter om veien fra idé til du er i drift. Denne løse og dynamiske tilnærmingen kalles å bygge en **forretningsmodell**. I forretningsmodellen nedfeller du hva foretaket skal gjøre. Når du arbeider med forretningsmodellen, skal du blant annet kunne gi svar på sentrale spørsmål som:

- Hva skal du levere?
- Hvem er kundene?
- Hvem er samarbeidspartnere og hvem er konkurrenter?
- Hvordan skal du selge?
- Hvordan skal du levere?
- Hvordan skal du få betalt?
- Hvordan skal du skape fortjeneste?

For å få tilbakemeldinger fra potensielle kunder i en tidlig fase trenger du en «prototype» som du kan vise frem. Prototypen kan være en enkel fysisk modell, en nettside eller for eksempel en presentasjon som forklarer hva du vil selge.

Forretningsmodellen kan presenteres på ett ark, og gi et bilde av hva du skal gjøre. Den skal gi grunnlag for å diskutere ideen din med samarbeidspartnere og de som skal finansiere konseptet ditt. Men husk at forretningsmodellen din skal være en dynamisk plan som endres etter hvert som nye opplysninger dukker opp, før du eventuelt bestemmer deg for å lage en forretningsplan.

Vær konkret og presis

I denne avklaringsfasen er det viktig at du er konkret når du beskriver produktene eller tjenestene dine: Vær presis når du skriver ned hva du skal selge eller utføre, hvordan du vil levere dette til kundene dine osv. Bare på denne måten kan du få verdifull tilbakemelding på om det er behov for det du tilbyr, om behovet dekkes av andre produkter eller tjenester, om prisen er akseptabel og lignende.

Også i denne fasen er det viktig å være lydhør og åpen for å tilpasse produktene eller tjenestene slik at du er sikker på at du treffer kundenes behov.

Utarbeide forretningsplan

Mens forretningsmodellen skal fortelle *hva* du skal gjøre, så kan du i tillegg lage en forretningsplan som forteller *hvordan* du skal gjøre det.

Begrepet forretningsplan kan nok fremkalle ulike assosiasjoner. Det er derfor viktig å presisere at:

- En forretningsplan er i hovedsak (A:) en beskrivelse av planene dine og (B:) en økonomisk oversikt som skal klargjøre alle vesentlige forhold om det er grunnlag for å starte virksomheten. Og, etter at foretaket er etablert, redusere risikoen i den første kritiske tiden.
- En forretningsplan skal ikke være større eller mer komplisert enn den trenger. For noen kan et par sider tekst og en enkel regnearkmodell være godt nok. Skal du derimot ut og hente kapital fra en investor, Innovasjon Norge eller en bank, stilles det andre krav. Da skal en forretningsplan inneholde alt som er nødvendig for at investoren skal kunne vurdere potensialet i virksomheten din.
- Forretningsplanen er *din* plan. Ikke kopier andres plan.



Erfarne etablerere er tydelige på at prosessen frem til og med utarbeidelsen av en gjennomarbeidet forretningsplan med gode og realistiske budsjetter er ditt beste hjelpemiddel for å kunne beslutte etablering av egen virksomhet – og lykkes dersom du etablerer deg. De budsjettene du arbeider med opp gjennom prosessen bør du betrakte som en «simulator»: Her det lov til å prøve – og feile. Det er mye bedre «å gå konkurs» i et regneark enn i det virkelige livet. Det er en stor grad av realitetsorientering i å jobbe med budsjetter.

Gjennom å skrive dette ned på noen ark, tvinges du til å klargjøre for deg selv – og siden for andre – hva du egentlig mener, og gjennom enkle regnearkmodeller simulere økonomien i foretaket i et antall år fremover. I Altinn finner du [en guide](#) som spesifikt tar for seg forretningsplanen. I tillegg finner du en [dokumentmal](#) som du kan tilpasse og benytte.

Noen tips:

Les Forretningsplanguiden. Les deretter [Budsjettguiden](#) og se spesielt punktet om Likviditetsbudsjett.

Vi har også en dokumentmal for [Likviditetsbudsjett](#).

Hvis du skal legge frem forretningsplanen for en finansieringsinstitusjon eller tilsvarende, vil saksbehandleren merke seg om dette er en gjennomarbeidet og seriøs plan og om det går en rød tråd gjennom det du skriver. I tillegg vurderes det om markedsdata og fakta stemmer med virkeligheten, om budsjettene er korrekte – og om planen for øvrig er «ren og pen». Det er mange måter å vise troverdighet på. Dette er en av dem.

Tenk deg at du jobbet i bank, og at det en vakker dag spaserte inn en totalt fremmed person som ønsket å låne penger til oppstart av et foretak. Hvilke spørsmål ville du stilt, og hva ville du gjerne ha dokumentert før du vurderte en slik forespørsel? Husk at du som regel ikke får noen sjanse nummer to. Førsteintrykket sitter.

Ting Tar Tid

Du må være forberedt på at ting kan ta lang tid. Det er ikke *bare* en ulempe. Når du for eksempel om litt skal gå i gang med å skrive ned momenter i forretningsmodellen din, og senere formulere noe av dette i en forretningsplan, så handler den ikke bare om å sette noen ord ned på et papir og utføre noen regneøvelser. Den handler om tenkning, modning og justering. Og en del saker blir faktisk bedre av å modnes.

Nytt produkt?

Hvis du tenker å etablere et foretak med bakgrunn i et nytt produkt eller en produktforbedring, er det viktig å sjekke om noen andre tidligere har kommet på de samme smarte tankene som deg selv. Det kan i tillegg være smart å undersøke om ditt varemerke, logo eller lignende allerede er i bruk. Hos Patentstyret vil du kostnadsfritt kunne søke i datbasen over registrerte varemerker, design og patenterte oppfinnelser.

Patentstyret har en egen app: «Navnesjekk, de viktige valgene». På nettsidene til Patentstyret får du også gode råd om og hvordan du bør sikre dine «immaterielle rettigheter» på en best mulig måte.

Det er også smart å sjekke registeret over norske domenenavn slik at du får en pekepinn om hvilke aktuelle domenenavn som er ledige. Du bør skaffe deg et domenenavn *før* du registrerer navn på foretaket. Du får mer informasjon om dette lenger nede i guiden.

Markedsorientering og markedsføring

En rød tråd

Det er kundene dine du skal leve av. Jo mer du vet om kundene dine, det vil si markedet ditt, jo bedre. Det vil hjelpe deg å orientere deg mot riktig kjøpergruppe. Det vil vanligvis si de som vi gi deg mest igjen for det du gjør av innsats i markedsføringen.

Markedsorientering er noe som må være en viktig del av forretningsplanleggingen din, helt fra idéstadiet, gjennom forretningsmodellen, inn i forretningsplanen – og det skal selvsagt være en integrert del av de budsjettene du kommer til å jobbe med i årene fremover. Markedskunnskap, markedsorientering og markedsføring bør oppfattes som én lang, rød tråd som går gjennom alt du har gjort og kommer til å gjøre.

Markedskunnskap

I en innledende fase er det viktig at du skaffer deg så mye markedskunnskap som mulig. Hvem er kundene dine? Har du sterke konkurrenter? Hvor stort er markedet i volum og over tid?

Årsaken er selvsagt at du må vurdere om det er behov for tjenestene eller produktene dine, om behovene dekkes av andre tilbydere, produkter eller erstatninger.

Du må altså være temmelig sikker på at du har varer eller tjenester som etterspørres av mange nok, og at disse vil betale en god nok pris, før du legger ned tid og penger i prosjektet. Senere i prosessen må du gå grundigere til verks, i for eksempel markedsplanen.

Du bør selvfølgelig også sørge for å ha god nok kjennskap til den bransjen du skal operere i.



Vær markedsorientert!

Å være markedsorientert handler om å tenke ut fra kundenes ståsted. Når du jobber med å utvikle ideen din, bør du lytte til hva potensielle kunders mener om det du skal tilby. På den måten vil du få mange innspill for å identifisere og finne ut hvem kundene er, hvor mange de er og hvilke behov de har nå og i fremtiden. Å teste ideen på en eller flere kundegrupper kan gi deg verdifulle innspill som du kan ta med deg videre i utviklingen av ideen din og hvordan du lager forretningsmodellen din.

Har du for eksempel et produkt du skal selge, kan du i en tidlig fase lage en prototype og teste denne ut på dem du tror dette kan være mest aktuelt for. Dette kan spare deg for tid og penger. Å være markedsorientert handler om å lytte til kundenes meninger fra begynnelsen av slik at du kan få bekreftet eller avkreftet om det finnes et marked for ideen din eller produktet ditt.

De som lykkes med etableringen sin har normalt et konsept som skiller seg ut fra konkurrentenes. Den markedsorienterte etablereren er opptatt av å identifisere konkurrentene, og så finne løsninger på hvordan eget foretak kan skille seg ut fra konkurrentenes, og dermed bli unikt.

Å kjenne kundene og konkurrentene kan gi deg nyttig informasjon for å komme videre med ideen din.

Et anvendelig navn

Allerede i en svært tidlig fase må du vurdere et navn på foretaket ditt. Litt lenger bak i denne guiden finner du informasjon om *formelle* navnekrav. Her ser vi kun på navn i en markedsmessig sammenheng.

Et godt navn er viktig – på mange måter. Det skal være lett å huske, lett å si, anvendelig, det skal være dekkende om du endrer litt på tjeneste-/vareporteføljen, og det skal fungere som nettstednavn og i sosiale medier.

Hos Brønnøysundregistrene kan du enkelt finne ut om foretaksnavnet du ønsker deg er tilgjengelig for registrering. Hos Norid finner du om dette navnet også er ledig som domenenavn, det vil si navn til ditt nettsted. Husk å gjøre registreringen i rett rekkefølge:

Når du har funnet et *domenenavn* du har lyst på og som er ledig, bør du registrere dette *før* du registrerer foretaket i Brønnøysundregistrene. På denne måten kan du unngå at andre ser at du har registrert et foretaksnavn i Enhetsregisteret i Brønnøysund, og registrerer et domene de tror du kan ha lyst på før du rekker å gjøre det. Du kan ganske enkelt registrere domenet på deg selv som privatperson og overføre det til foretaket når dette er registrert. Selve registreringen skjer via en domeneforhandler (registrar).

Det kan være smart å sikre deg det samme navnet i alle aktuelle kanaler. Senere kan du samkjøre domenenavnet med de andre kanalene. Du kan lese mer om dette under markedsføringskanaler lenger nede.

Du bør også [sjekke hos Patentstyret](#) om like eller lignende foretaksnavn/logo allerede er registrert som varemerke. Og du bør vurdere om du ønsker å registrere foretaksnavnet eller logoen som varemerke. Det gjør du hos [Patentstyret](#).

Markedsføringskanaler

Hvis du har et marked litt utover det helt lokale, så kan et **nettsted** være en kostnadseffektivt markedsføringskanal.

Ved å ta i bruk ferdigmaler fra kjente tilbydere kan de fleste skaffe seg et nettsted for svært begrensede midler og på kort tid. Etter at nettstedet er ferdigbygget, kan din domeneregistrar koble ditt *no*-domene til nettstedet.

Det koster lite å skaffe seg et domenenavn. Konti på sosiale medier er gratis.

I tillegg er det lurt å sette opp e-postadresse på domenet. Det gir et mer profesjonelt inntrykk enn hvis du bruker en tilfeldig gratisadresse. Domeneforhandleren hjelper deg med dette.



Et tips (som kan spare deg for penger og ergrelser) er å registrere internettnavnet *før* du registrerer foretaket ditt. Dessverre er det noen som opplever at ønsket domene tas av såkalte «domenehaier» straks navnet på foretaket blir offentliggjort, slik at de for eksempel må *kjøre* navnet tilbake.

Det er synd å snuble inn i næringslivet på en slik måte.

Med et eget nettsted på kan du være à jour til enhver tid med både varer/tjenester og ikke minst kontaktinformasjon. Husk å holde nettstedet oppdatert. Dette er ditt ansikt utad: Dårlige bilder og gamle «nyheter» innbyr ikke til troverdighet.

Noen kan ha nytte av å etablere en **nettbutikk**, og får med det et langt større marked – nasjonalt og kanskje internasjonalt. Det finnes mange webshop-plugins. Flere regnskapsprogramleverandører har nettbutikk-løsninger integrert i faktura-/regnskapsystemet.

Husk å være på den plattformen og i de kanalene der kundene dine er. Dette betyr blant annet at du må velge en nettløsning som kan sees tilnærmet like bra på alle plattformer (PC/Mac, nettbrett, mobiltelefon).

Den største verdien av å være til stede i **sosiale medier** er trolig bygging av kundelojalitet. I tillegg vurderer søkemotorprogrammer som Google lenking fra sosiale medier til nettsiden din som positivt. Med god planlegging og en solid porsjon kreativitet kan du også bedrive mye god markedsføring gjennom både Facebook og Instagram. Aktivitet i sosiale medier kommer imidlertid ikke av seg selv, det tar tid.

Det er omlag 700 millioner nettsider på verdensbasis (stipulert per 2014). For at kundene skal finne frem til *din* internettside, bør den være **søkemotoroptimalisert**. I denne verdenen er det godt nok at du bare er *litt* bedre enn konkurrentene dine for å komme på topp i søkemotorene.

Det er hyggelig med en artikkel i lokalavisen når du starter opp, men med en god **mediestrategi** kan du i årene som kommer, med jevne mellomrom få gratis redaksjonell spalteplass. Redaksjonelt stoff vurderes normalt som langt mer troverdig enn budskap fra annonseplass. Kost-/nytteverdien kan være stor, gitt at du gjør de riktige tingene.

Det finnes selvsagt mange andre tiltak. Eksempler er annonsering i medier, web-annonsering, plakater, skilt på butikken din og på bilene dine, med mer.

Med en god **markedsplan**, gjerne laget i samarbeid med folk som kan dette faget, er det *du* som styrer retningen, tiltakene og kostnadene. Hvis ikke vil det stadig være flinke selgere som lokker deg ut på glattisen med «gode» tilbud.

Bare så du er advart: De første som ringer deg etter at du er registrert i Brønnøysundregistrene, er ikke kunder. Det er selgere! De har hentet navn og nummer på

Brønnøysundregistrenes nettsider. [Sjekk derfor nøye ulike «tilbud»](#) du får like etter etableringen.

Valg av organisasjonsform

Valg av organisasjonsform vil være ett av de første spørsmålene som melder seg når du skal starte eget foretak. Valget du gjør vil få stor betydning når det gjelder ansvar, risiko, skatt, rettigheter og plikter, samt hvilken frihet du har til å disponere over foretakets eiendeler.

Ved etablering av foretak vil valget vanligvis stå mellom enkeltpersonforetak, ansvarlig selskap (ANS eller DA), aksjeselskap (AS) eller samvirkeforetak (SA).

ENK - DA - ANS - SA

En viktig forskjell mellom de ulike organisasjonsformene er ansvarsforholdet:

- På den ene siden har vi enkeltpersonforetak og ansvarlig selskap (ANS/DA). I disse selskapsformene har eieren/eierne *personlig ansvar* for økonomien i foretaket.
- På den andre siden har vi aksjeselskap eller for eksempel samvirkeforetak. I disse har eierne *ikke personlig ansvar*.

Hvilken organisasjonsform du velger, vil også være avhengig av om du skal etablere foretaket alene eller sammen med andre.

De siste årene har det kommet en del regelendringer som har ført til at flere velger å etablere aksjeselskap. Regelendringene handler blant annet om lavere krav til aksjekapital (nå 30 000 kroner), og mulighet for fravalg av revisjon av årsregnskap.

Utfyllende informasjon om de ulike [organisasjonsformene finner du i Altinn](#).

Kapitalbehov og finansiering

De fleste som starter eget foretak trenger kapital til investeringer og dekning av andre kostnader. For å få oversikt over hvor mye midler det er behov for før oppstart og de nærmeste to-tre årene, må du beregne kapitalbehovet. Det er enkelt å se fornuften i å sette opp en så detaljert og god oversikt som mulig over både fysiske og myke investeringer. Med myke investeringer menes for eksempel markedsføring. Kapitalbehovet viser hvor mye penger du trenger, og finansieringsplanen viser hvordan du vil finansiere kapitalbehovet.



Det er ikke uvanlig at etablerere henter inn startkapitalen fra familie, slekt og venner. De fleste må i tillegg hente inn kapital fra banker eller låneinstitusjoner. Vurder uansett nøye hvilke økonomiske forpliktelser du påtar deg.

Worst case

Noen etablerere legger gullet: De treffer med produkt, pris og etterspørsel i markedet. Andre kan ha overvurdert behovet i markedet og opplever en vond spiral: man selger for lite, man tjener for lite penger til å drive aktiv markedsføring, dermed blir man for lite kjent slik at man selger for lite...

Det kan være smart *også* å ha laget et slikt «worst-case-scenario» for oppstartperioden, der du underbudsjetterer inntektene og overbudsjetterer kostnadene. Da er du mentalt forberedt. Kapitaltørke er dessverre en av hovedgrunnene til at en del må gi opp før de kommer i gang for alvor. Det er viktig å ha nødvendige økonomiske ressurser i den kritiske fasen i tiden etter oppstart.

Personlige egenskaper viktig(st)

De fleste finansinstitusjonene vil bare i begrenset grad kunne vurdere produkt-, vare- eller tjenesteideen. Men de kan vurdere *deg*, det du står for – og ut fra dette anta inntekspotensialet i de varene eller tjenestene du skal selge. En vellykket etablering er så nært knyttet sammen med dine personlige egenskaper at dette kan være avgjørende for om du får ja eller nei til finansiering av prosjektet ditt.

Unngå «gründerfella»

Når du skal snakke med investorer: Vær oppmerksom på at du ikke går i ei nokså vanlig gründer-felle ved at du legger stor vekt på produktet eller tjenesten, og «glemmer» å diskutere pengestrømmen. En investor vil være mer interessert i å få avkastning på investert kapital enn i et antatt genialt produkt.

Husker du avsnittet i kapittel 1, om evnen til å se egne styrker og svakheter? I enkelte tilfeller kan det kanskje være smart å gå i kompaniskap med noen som er bedre enn deg i å håndtere den økonomiske biten i virksomheten.

Støtteordninger

Offentlig støtte kan være en mulig delfinansiering av ideen din. I Altinn finner du [en oversikt over støtteordninger](#).

Du kan også undersøke om kommunen der du skal starte foretaket ditt har et næringsfond som du kan søke støtte fra. På fylkesnivå er det mulig å søke etablerertilskudd, som er et virkemiddel fra Innovasjon Norge. Mottar du dagpenger, kan du søke NAV om å få beholde dagpengene mens du arbeider med utvikling og oppstarten, maksimalt ni måneder totalt.

Regelverk og tillatelser

På samme måte som trafikkreglene har som mål å gjøre det sikrere for alle å ferdes i trafikken, er det laget lover og regler for næringsvirksomhet, der formålet blant annet er å skape sikrere ferdsel i næringslivet.

De fleste virksomheter kan startes uten spesielle tillatelser fra det offentlige. Visse typer virksomheter er imidlertid underlagt krav om tillatelser. Du har plikt til å undersøke om den typen virksomhet du planlegger å starte er underlagt noen form for regulering og om det kreves godkjenning. Det finnes per dags dato ingen enkel og komplett oversikt over alle tillatelser, godkjenningsordninger, lisenser og lignende. [I Altinn finner du en oversikt over de viktigste ordningene](#).

3. Oppstart og registrering

Krav til navn

Når du skal velge navn til foretaket ditt, er det i din egen interesse å velge et navn med særpreg, slik at du unngår forveksling med andre næringsdrivende. Andre næringsdrivende kan klage til Patentstyret hvis du har valgt et navn som kan forveksles med foretaksnavnet deres.

Generelt gjelder følgende krav når du skal velge navn til virksomheten:

- Minst tre bokstaver
- Ikke bare navnet på et land, fylke eller en kommune
- Ikke nøyaktig likt med et registrert navn
- Ikke navn som kan villede eller vekke forargelse

Som omtalt tidligere i denne guiden kan du på Brønnøysundregistrenes nettsted finne ut om det er registrert [foretaksnavn som ligner](#) det du selv vurderer. Det er viktig å sjekke [Patentstyrets database](#) for å se om like eller lignende navn som det du ønsker å bruke ikke allerede er registrert som varemerke. Sjekk også på Norids sider om navnet er ledig som [domenenavn på internett](#).

I tillegg til det formelle navnet på foretaket kan du velge å bruke et eget markedsføringsnavn. Det er viktig at du også sjekker dette navnet hos Patentstyret for lignende eller like navn.

På Altinn – Starte og drive kan du [lese mer om krav til navnet](#).

Du kan også vurdere om du bør [varemerkebeskytte](#) foretaksnavnet, produktnavnet eller logoen din. Et varemerke er et særpreget kjennetegn for varene eller tjenestene dine. Det kan for eksempel bestå av ord og ordforbindelser (for eksempel slagord), navn, logoer, figurer og avbildninger, bokstaver, tall og emballasje. Lyd og bevegelse kan også inngå i et varemerke.

Registrering i Brønnøysundregistrene

Et viktig steg i en etableringsprosess er å registrere foretaket i Brønnøysundregistrene. Foretaket får da et organisasjonsnummer. Dette må du ha blant annet for å opprette en bankkonto, ha ansatte eller bli registrert i merverdiavgiftsregisteret. Organisasjonsnummeret benyttes også av det offentlige for å samordne opplysninger om virksomheten din.

Det er to registre for alle næringsdrivende og enheter som har noen form for økonomisk aktivitet i Norge: Enhetsregisteret og Foretaksregisteret.

Alle næringsdrivende og andre som har behov for organisasjonsnummer, skal registrere seg i Enhetsregisteret. Registrering i Enhetsregisteret er gratis.



De aller fleste foretak er imidlertid pliktig til også å registrere seg i Foretaksregisteret. Registrering i Foretaksregisteret er gebyrbelagt.

Enkeltpersonforetak som ikke driver med videresalg av varer, eller har færre enn fem ansatte, har ikke *plikt* til å registrere seg i Foretaksregisteret, men kan registrere seg frivillig.

For begge disse skjer registreringen enklest og raskest ved bruk av skjemaet «[Samordnet registermelding](#)» i Altinn.

4. Drift og vekst

Merverdiavgift (mva.)

Merverdiavgift er en omsetningsavgift som skal legges til prisen på varer eller tjenester som omsettes. Hovedregelen er at avgiften skal beregnes i alle ledd i omsetningskjeden. Når du kjøper en vare, får du fradrag for merverdiavgift, og når du selger den, legger du til merverdiavgift. På denne måten er det den *merverdien* som skapes i hvert ledd som skal avgiftsbelegges.

Merverdiavgiften er for de fleste varer og tjenester 25 prosent, men for næringsmidler er avgiften redusert til 15 prosent, og for persontransport og overnatting i hoteller og campingvirksomhet er satsen 8 prosent.

Det er imidlertid unntak fra regelen om at det skal beregnes mva. på alt salg: Salg av varer til utlandet er *fritatt* for beregning av mva. Salg av undervisnings- eller helsetjenester er *unntatt* beregning av mva.

Virksomheter som er mva-pliktige skal oppgi omsetningen seks ganger i året. Inngående mva. trekkes fra utgående mva., og differansen skal betales til Skatteetaten. Virksomheter med lav omsetning har mulighet til å søke om [et årlig mva-oppgjør](#).

Fra 50 000 kroner

Et nystartet foretak vil normalt ikke være mva-pliktig med en gang. For å kunne bli registrert i Merverdiavgiftsregisteret må virksomhetens omsetning overstige 50 000 kroner i løpet av en periode på tolv måneder (altså ikke et kalenderår). Det er først når virksomheten har nådd denne grensen at det skal beregnes mva. på salg.

Alt salg *før* registreringen er fritatt for beregning av mva. Når omsetningen passerer 50 000 kroner, skal virksomheten registreres i Merverdiavgiftsregisteret, og når virksomheten er registrert, skal du legge til mva. på omsetningen fra og med det salget hvor du tippet over omsetningsterskelen. Registrering i Merverdiavgiftsregisteret gjør du enklest ved å fylle ut skjemaet [Samordnet registermelding](#) i Altinn.

I perioden etter at du har passert omsetningsterskelen, men *før* du blir mva-registrert, er det vanlig å sende faktura med info om at mva. vil bli etterfakturert når foretaket er blitt mva-registrert.

Tilbakegående avgiftsoppgjør

Selv om virksomheten din i starten er fritatt for beregning av mva., vil du etter nærmere regler ha fradragsrett for inngående mva. helt fra oppstartdatoen. Når virksomheten blir registrert i Merverdiavgiftsregisteret, kan du søke om å få refundert mva. på allerede kjøpte varer og tjenester. Dette kalles tilbakegående avgiftsoppgjør. En forutsetning for tilbakegående avgiftsoppgjør er at varen ikke er videresolgt før mva-registreringen, og at anskaffelsen på anskaffelsestidspunktet var til bruk innenfor den avgiftspliktige virksomheten. Du kan ikke søke om tilbakegående avgiftsoppgjør lenger enn tre år tilbake i tid.

Forhåndsregistrering

Foretak som i startfasen har investeringsutgifter på over kr 250 000, inkludert merverdiavgift, har mulighet for å søke om forhåndsregistrering i Merverdiavgiftsregisteret. Du kan også søke forhåndsregistrering dersom det er sannsynlig at virksomhetens

avgiftspliktige omsetning vil overskride registreringsgrensen på 50 000 kroner senest tre uker fra det tidspunktet omsetningen igangsettes. Da vil virksomheten ha ordinære mva-oppgjør fra registreringstidspunktet selv om det ikke har vært omsetning i virksomheten.

Skatt

Når du starter næringsvirksomhet, må du endre skattekortet ditt for å få beregnet forskuddsskatt basert på antatt næringsinntekt. Dette kan du gjøre elektronisk via Altinn. Forskuddsskatten fordeles og betales fire ganger i året. Det er organisasjonsformen som avgjør hvem som skal betale skatt:

Driver du enkeltpersonforetak, er du og foretaket ett, og det er du som må betale forskuddsskatt.

Som ansatt i eget AS er du lønsmottaker i selskapet og får lønn hver måned fratrukket skatt, mens selskapet (AS-et) betaler skatt etter gjeldende regler.

Er du lønsmottaker samtidig som du er har et enkeltpersonforetak, kan du trekke underskudd i næring fra lønnsinntekten din, gitt at du for eksempel i startfasen har større utgifter enn inntekter i foretaket ditt. Mer [om foretakets skatt](#) finner du i Altinn.



Hva om du blir syk?

Sykepenger

Alle kan bli syk. Som næringsdrivende i en mindre virksomhet er både du og foretaket ditt sårbart. Ingen har garantier for egen helse. Med litt planlegging kan du sikre deg økonomisk.

Som selvstendig næringsdrivende får du ikke sykepenger fra NAV de 16 første dagene du er arbeidsufør. Fra dag 17 utgjør sykepengene for selvstendig næringsdrivende 65 prosent av sykepengegrunnlaget. Det er imidlertid mulig å tegne forsikring hos NAV som gir deg bedre dekning ved sykdom. Du kan velge mellom [ulike alternativer](#) for dekning.

Som ansatt i eget AS er du per definisjon arbeidstaker, og har dermed de samme rettighetene som andre arbeidstakere. Men det sier seg selv at dersom selskapet er avhengig av arbeidsinnsatsen din, så svikter inntektene hvis du blir syk. I Altinn kan du lese mer om [beregning av sykepenger](#) og [hvem som betaler sykepengene](#).

Arbeidsgivere har mulighet til å [forsikre seg](#) mot ansvar for sykepenger i arbeidsgiverperioden.



Ansatte

Å ansette medarbeidere betyr at du har et arbeidsgiveransvar og nå må forholde deg til en rekke lover og bestemmelser. For en del mindre foretak er ofte tiden kommet da man bør

vurdere å skaffe administrativ kompetanse eller sette bort eksempelvis lønn og regnskap til eksterne.

I [Arbeidsgiverguiden](#) kan du lese om det å bli arbeidsgiver. Her er temaer som eksempelvis arbeidsavtale, yrkesskadeforsikring, obligatorisk tjenestepensjon, oppsigelse og ansettelse – også av utenlandske medarbeidere.

Som [arbeidsgiver er du pliktig til å forholde deg til arbeidsmiljøloven](#) og HMS-regelverket (helse, miljø og sikkerhet) og du er ansvarlig for arbeidsmiljøarbeidet. Et godt og trygt arbeidsmiljø gir motiverte medarbeidere og lavere sykefravær. Arbeidstilsynets [arbeidsmiljøguide](#) gir tips og råd for hvordan du kan komme tidlig i gang med arbeidsmiljøarbeidet.

Alle som har ansatte i sin tjeneste, plikter å betale arbeidsgiveravgift av utbetalt lønn, feriepenger og eventuell annen avgiftspliktig godtgjørelse. I Altinn finner du mer om [arbeidsgiveravgift](#).

De fleste arbeidsgivere har plikt til å ha [tjenestepensjonsordning](#) for sine ansatte. Dersom du har ansatte, er du *har du plikt* til å tegne [yrkesskadeforsikring](#). Forsikringen skal dekke yrkesskade og yrkessykdom, og skal gi full erstatning uten hensyn til om noen har skyld i skaden.

Forsikring

Dine private forsikringer vil normalt ikke dekke skader og ansvar i næringsvirksomheten din. Det er viktig å tegne relevant(e) forsikring(er). Husk å gjennomgå ordningen en gang i året, og innhent tilbud, samt ta med eventuelle nye forhold ettersom virksomheten endrer seg.

Import/eksport

I en stadig mer globalisert økonomisk virkelighet kan import, og i noen grad også eksport, være selve forretningskonseptet bak en etablering. Takket være internett som kommunikasjons- og markeds kanal, åpnes nye markeder. Dette gjelder både varer og tjenester. Eksempelvis kan et norsk IKT-foretak kjøpe datautviklingsbistand fra land med høy IT-kompetanse, men med lavere kostpris. På samme måte kan en norsk nettbutikk selge rett til norske kunder direkte fra leverandør i utlandet. Mulighetene er mange, også for eksport.

Før du starter handel med utlandet er det viktig at du på forhånd tilegner deg kompetanse om rammevilkår, lover og regler som gjelder i de landene du skal handle med. I Altinn – Starte og drive finner du viktig informasjon om [eksport og import](#). På Tollvesenets nettsider finner du i tillegg nybegynnerguiden om [eksport](#) og [import](#).

Administrasjon og regnskap

Å drive et foretak handler om å selge varer eller tjenester i tråd med forretningsideen. Men dette er bare en del av det å være næringsdrivende. Du må regne med å bruke tid også på en rekke andre oppgaver. Det kan for eksempel være å klargjøre papirer for bokføring eller føre regnskapet selv, betale eller sende fakturaer, bestille materiell og betale skatter eller avgifter til rett tid. I tillegg skal du sørge



for at virksomheten din markedsføres og blir stadig bedre kjent. Og så videre...

Fakturering

Gode forretnings- og fakturarutiner er viktig. Dette er ikke noe «man tar etter hvert». Det er noe du bør starte med fra første dag. Det er lurt å søke råd med sikte på å legge opp rutiner som samtidig ivaretar myndighetenes krav og dine behov for oversikt og orden. I grunnlaget for en faktura ligger at du må ha orden på timebruk og/eller vareforbruk. Så må du ha rutiner for hvor ofte du skal fakturere, hvor lang kreditt-tid du gir, med mer.

Inngående og utgående fakturaer og bilag for øvrig er verdipapirer. Behandle dem deretter! Noen foretak har så dårlige faktureringsrutiner at de ganske enkelt glemmer å fakturere leveranser. I andre tilfeller kan fakturaene være så mangelfullt utfylt at det gir skattemyndighetene grunnlag for å øke inntekten skjønnsmessig.

Det stilles en del krav til [hvilke opplysninger](#) som skal være på en faktura. Selger du varer eller tjenester kontant, skal du som hovedregel også ha et [kassaapparat](#).

Regnskapet

I utgangspunktet skal alle som driver næringsvirksomhet føre et regnskap etter bokføringsregelverket uansett organisasjonsform eller virksomhetens omfang. Dette går frem av [bokføringsloven](#). Hensikten med et regnskap er at du skal kunne levere og dokumentere de oppgavene myndighetene krever. Videre skal regnskapet gi viktig informasjon om den økonomiske situasjonen til selskapet.

I [Regnskapsguiden](#) gjennomgår vi regnskap, budsjett, rapportering, fakturering, kasseoppgjør og lønn. Meningen med Regnskapsguiden er å gi deg en så god oversikt at du kan få avdekket om du bør føre regnskapet ditt selv, eller om du bør overlate alt til en regnskapsfører – eller noe midt imellom.

All erfaring sier at du bør gjøre det du er flinkest til, og overlate et så viktig område som regnskap til andre. Men det er viktig at du setter deg inn i det mest elementære, slik at du «forstår hva tallene betyr». Du bør i tillegg velge en regnskapsfører som kan være en aktiv rådgiver. Et godt og ajourholdt regnskap er ditt beste styringsverktøy.

På Skatteetatens nettsted finnes en nyttig brosjyre med [tips og råd for kontorarbeid og regnskapsføring](#).

Personlig næringsdrivende med driftsinntekter under 50 000 kroner kan være fritatt fra å levere næringsoppgave. I Skatteetatens brosjyre [«Starthjelp for næringsdrivende»](#) kan du lese mer om vilkårene for fritak.

Gratis dokumentmaler i Altinn

En rekke forhold mellom næringsdrivende bør nedfelles skriftlig. I Altinn finnes dokumentmaler og eksempler på utforming av dokumenter som du fritt kan benytte. Dette kan spare deg for både tid og penger. Med bakgrunn i erfaring må vi presisere viktigheten av at du endrer oppsett og innhold slik det passer *din* virksomhet. Like viktig er det å poengtere at du selvsagt skal bruke profesjonell hjelp når det er nødvendig.

Her finner du en oversikt over tilgjengelige [dokumentmaler/eksempler i Altinn](#).

Hjelpere

Det offentlige har et hjelpeapparat for deg og andre som ønsker å starte eget foretak. I *Altinn – Starte og drive* får du oppdatert og kvalitetssikret tverretattlig informasjon.

Oversikt over gode hjelpere:

- [Altinn – Starte og drive](#)
- [Bedriftsveiledning, brukerstøtte \(telefondtjeneste\)](#)
- [Innovasjon Norge](#)
- [Brønnøysundregistrene](#)
- [Patentstyret](#)
- [SIVAs næringshager og inkubatorer](#)
- Næringsavdelinger i kommunene

På Altinn finnes en egen [etablererguide på engelsk](#), som også i en viss grad er kulturelt tilpasset personer med utenlandsk bakgrunn.

Vær også oppmerksom på at du i kontortiden kan få gratis hjelp hos erfarne veiledere på vår svartjeneste: 800 33 840.

Altinn gjør oppmerksom på at informasjonen i denne guiden er av generell karakter, og at guiden ikke er uttømmende.

