



Oppgave 1

a) "å sette igang en forretningsidé, uten en forretningsplan, er som å gå på bærter med blind for synene"

En forretningsplan forteller en historie om forretningsmessige muligheter → den presenterer et problem for noen, hvordan det skal løses og for hvem og ressursmessige konsekvenser.

En forretningsplan er en dynamisk karakter. Den må justeres, korrigeres og oppdateres underveis → viktig å vite at man ikke kan planlegge bort all usikkerhet. Entreprenørskap handler om usikkerhet.

Hva inneholder en forretningsplan:

Visjon:

Et abstract uttrykk. Skal være visjonær, men ikke så ~~sv~~ svevende at den ikke gir operativ mening. En visjon er noe du skal strekke deg etter, men skal være realistisk å oppnå.



Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 -09  
Ark nr. : 2 av 19

Forretningsidé:

Det konkrete uttrykket skal beskrive et problem for noen, hvordan det skal løses og for hvem. En forretningsidé skal ha høy "elevatort pitch".

Beskrivelser:

Beskrivelsene skal være råmateriale for analysene. I beskrivelsene skal du gi en beskrivelse av dagens status.

Gi en beskrivelse av teamet:

Kartlegge teamets kompetanse, kunnskap og erfaring. Unge entreprenører bør vise til erfaring og kompetanse innenfor andre områder. Et fremadragende team med middelmådig idé ~~er~~ har stor mulighet til oppnå suksess.

Gi en beskrivelse av produkt og tjenestekonsept:

- Gi en beskrivelse av dagens status, hvordan løses problemet i dag? (av dine fremtidige konkurrenter?)
- Gi en beskrivelse av eget produkt/konsept - hva er unikt?

Gi en beskrivelse av markedet? Mikro-MAKRO

Macro Er markedet stort? Er det i vekst, stagnasjon eller vekst? Stortise i kroner

→





Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 - 09  
Ark nr. : 3 av 19

Mange/få  
store/små  
stor/liten profitt  
trender i bransjen  
næringskjeden  
↓

Du skal vise til at du har kjennskap til bransjen/industrien

Micro

Kunden

Er kunden den samme som brukeren?

Hva er kundens nytte?

Hva er kjøpskriteriene?

mange/få

store/små

binding til leverandører

↓

En ny bedrift har ingen historie. Kan derfor ikke gi kunden garanti for leveringsdyktighet og kvalitet. Der andre kan være et helt produktkonsept, kan kanskje du bare tilby ett ~~konsept~~ produkt. Kunde og bedrift kan ha personlig relasjoner

Konkurrenter:

Hvor og hvem er de?

Hvilke priser har de?

Hvilken løsning har de til problemet?

mange/få

store/små

Hvilke leverandører benytter de seg av?

↓



Det er viktig å gi en detaljert beskrivelse av konkurrentene. Man vil alltid ha mange konkurrenter, Du kan også oppgi konkurrentenes nettaltall.

### Analysar:

Bygger på beskrivelsene. Analysene skal avslukke momenter som har innvirkning på forretningsidéen suksess. Man kan benytte seg av utradisjonelle metoder i slike analyser. Mer tradisjonelle metoder er PESTEK og SWOT. Går vi nærmere inn på den sistnevnte, som kanskje er den mest brukte.

SWOT } → fokus på omgivelsene  
↓

fokus på interne momenter

S → styrker

W → svakheter

O → muligheter

T → Trusler

### Målsetninger:

Bygger på visjonen, forretningsidéen og analysene. Målsetninger skal være målbare i forhold til en tidsvinje.

eks: produkt X skal være klar i juni  
1 juli skal vi ha så mange kunder osv





Emnekode : TFK 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 - 09  
Ark nr. : 5 av 19

### Strategier:

Strategiene beskriver hvordan du skal bevege deg mot din visjon og nå dine målsetninger. Strategiene handler om hvor du skal plassere deg i markedet, verdikjeden i forhold til dine konkurrenter. Jeg vil nå ta noen eksempler fra boka. Nederst i verdikjeden finner vi "hakkede ryllingen" her vil det være lite konkurransekraft, men bedriften vil ikke ligge lenge før den går konkurs. I midten av verdikjeden finner vi "midt i midten" her vil den ha tilgang både til leverandører og kunder. Sverst i verdikjeden finner vi "teffeste gutten" i klassen", her er det høy konkurransekraft og den vil levere produktet direkte til kunden.

### Økonomi:

Strategiene utleser aktiviteter som har ressursmessige konsekvenser. Gode og realistiske budsjetter er veldig viktig i en etableringsfase. Man burde som et minimum ha driftsbudsjett, investeringsbudsjett og likviditetsbudsjett. Av driftsbudsjett og investeringsbudsjett får vi likviditetsbudsjettet.

~~Konsekvenser~~ Driftsbudsjett: synliggjøre forventet omsetning, kostnader og resultater de første driftsårene.

→



Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5  
Ark nr. : 6 av 19

Verktøytall:  $\text{Oerningsgrad} = \frac{\text{Oerningsbidrag} \times 100}{\text{salgsinntekter}}$

neulpunktomsætning =  $\frac{\text{faste kostnader} \times 100}{\text{Oerningsgrad}}$

liquiditetsbudsjett:

beskrive hvordan inntekter og utgifter fordeles over tid. Du skal synliggjøre hvor mye du har på konto til en hver tid. Hvor mye som går ut og hvor mye som kommer inn.

kapital:

Hvordan skal kapital behovet finansieres? egenkapital, private investorer, strategiske investorer og banklån.

Det er utifra investeringsbudsjettet du får kapital behovet.





B) Hvem er forretningsplanen viktig for?

Når man skriver en forretningsplan gjøres dette både for en intern og en ekstern målgruppe.

Interne målgrupper:

Her finner du entreprenøren, teamet, eier og styret.

Forretningsplanen har to hensikter for den interne målgruppen.

1) Prosessen med å skrive en forretningsplan - Her får du kartlagt spennet mellom visjonen til aksjon. Du får en oversikt over teamets kompetanse og kunnskap, samt avdekket behovet for å innhente ekstern kunnskap. Du får også bevert den interne kommunikasjonen og kunnskapsdeling.

2) Som plandokument: At du kan benytte deg av forretningsplanen som støtte i viktige beslutninger.

Eksterne målgrupper:

dagens eier:

Du skal kunne gi kontinuerlig informasjon, noe som bygger tillitt.

→ D



Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 -09  
Ark nr. : 8 av 19

Fremtidig eier:

skal kunne hente informasjon om forretningsmessige muligheter og usikkerheten rundt det.

Virkemiddelapparat: (banker, investorer, sponsorer osv)  
Det viser til seriositet og at de har kjennskap til bransjen.





Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 -09  
Ark nr. : 9 av 19

## Oppgave 2.

Jeg ønsker å gi prosjektet navnet "MUDRA".  
Grunnlaget for valg av navn stammer  
fra Musik (Mu) og Drama (dra) som er  
den kombinasjonen vi ønsker å tilby våre  
kunder/gjester.

### Forretningsidé:

Vi ønsker å tilby lokalmiljøet i Kristiansand  
og Norge generelt et tilbud om ulike  
kurs innenfor musikk og drama. Vi vil  
gi alle i alle aldre muligheten til å  
utfolde sin kreative side. Vi ønsker å  
gi en kulturopplevelse i praktfelle omgivelser,  
med god mat og godt drikke.



Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 -09  
Ark nr. : 10 av 19

Hvordan ønsker vi å gjennomføre prosjektet?

Vi ønsker at prosjektet skal strekke seg over fire dager. Vi ønsker å dele disse dagene opp i to.

Dag 1 og 2:

Her ønsker vi å rette fokuset mot bedrifter og en voksen målgruppe. Vi vil tilby både overnatting og dagsbilletter. På dagtid ønsker vi å rette oss mot bedrifter og andre grupper. Vi vil på dagtid tilby ulike kurs ~~til~~ til disse bedriftene. Bedrifter har som regel ulike sommerfester/arrangementer. Vi vil tilby en unik sommerfest hvor vi på samme tid kan tilby disse bedriftene kreativitet og kunstnerisk kompetanse. Kursene vil være lekpreget og morsomt for deltakerene. Kursene vil rette seg mot teambuilding, motiveringskurs, samarbeidsøvelser, kunsten av å tenke kreativt. Dette er noe vi mener alle bedrifter vil ha glede av. Undersøkelser viser også at 1 av 5 bedrifter ønsker ved sponsing av kulturlivet, ønsker tilgang til kulturlivets kompetanse og kreativitet. Bedriftene kan som sagt selv bestemme om de ønsker overnatting eller ikke. På kveldene ønsker vi å åpne for andre publikummer, da vi vil holde konserter og ulike teater show, slik som for eksempel stand-up og impro show.





Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 - 09  
Ark nr. : 11 av 19

vi vil videre tilby god mat og drikke. Vi ønsker derfor å inngå samarbeid med ulike catering i Kristiansand regionen. Vi ønsker også å inngå samarbeid med CB, som kan stå for arkolsalget ved dette prosjektet. Vi vil før oppstart utføre en spørreundersøkelse om hvilke artisters målgruppen ønsker at skal opptre.

Vi ønsker som sagt å tilby våre tjenester/opplevelser til to ulike målgrupper. Dette kan by på problemer (risiko) da vi har et stort fokus. Men vi ønsker imidlertidig å gjøre dette da vi ønsker å benytte oss av all vår kompetanse. Dessuten vil det ske inntektene vår og det vil være lettere å få sponsorer da vi har en bred produktportefølje. Vi mener også at disse målgruppene har for lite kulturtilbud.



Emnekode : T Fh 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5-09  
Ark nr. : 12 av 19

Dag 3 og 4:

Her ønsker vi å rette fokuset mot familie livet. Barneteater og musikk for de minste var sist betraktelig de siste årene. Dette ser vi spesielt gjennom Assitej festivalen som arrangeres hvert år i Kristiansand. Ulempen med denne festivalen er at den finner sted utenfor en ferie, så folk utenfor Kristiansand vil ha problemer med å kunne delta. Videre vil vi tilby et helt nytt konsept da vi tilbyr denne familien en ferieopplevelse med overnatting. Vi vil også rette fokuset mot barns egen kreativitet da de vil få muligheten til å lage sine egne oppsetninger og konserter. Vi vil tilby kurs i impro, kloun, dukketeater, musikk samspill, som de kan få vise frem til sine foresatte ved slutten av dagen. Vi vil også her tilby dagsbilletter til eventuelt mennesker som bor i Kristiansand og overnattingen vil i hovedsak gjelde de som kommer fra andre steder i landet. Det vil også være mulighet til bading på dagtid. På kvelden vil vi tilby barnepass, slik at foreldrene kan få en pause i parken. Da vil det være ulike show som de voksne kan ha glede av.





Emnekode : TFL  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 -09  
Ark nr. : 13 av 19

produsent+porteføljen:

Jeg har allerede gitt en beskrivelse av hva vi ønsker å tilby, så tar en oppsummering her:

Dag 1 og 2 (bedrifter, voksen målgruppe)

- ulike kurs:  
motivering, samarbeid, teambuilding, utvikle kreativ kompetansen,
- overnatting
- konserter og teater på kvelden: Ta kontakt med ulike artister, teatergrupper.
- god mat og drinker: Med samarbeidspartnere (Cb, catering av mat. f. eks hotell Norge → da hotell Norge har vist seg å gi mye støtte til ulike kulturarrangementer i Kristiansand)
- praktfull serlandsidyll.

Dag 3 og 4 (barnfamilier)

- utvikle barns kreative skaperevne.
- ulike kurs: Kloun, impro, musikk, duketeater
- bade muligheter
- barnepass
- god mat og drinker
- Barnas egen musikal oppsetning.
- underholdning på kvelden.



Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 - 09  
Ark nr. : 14 av 19

Kotlers fire P'er:

Product → kundensytte

Pris → kostnad

Plassering → komfort

påvirkning → kommunikasjon

product:

Jeg har tidligere gitt en beskrivelse av product og productporteføljen. Vi ønsker som sagt de to første dagene å tilby bedrifter og annen voksen målgruppe kurs som inngår teambuilding, motivasjon, kreativ kompetanse og utvikling av samarbeidsevne. Vi ønsker å tilby en serlandsopplevelse, med god mat og drikke.

Dag 3 og 4:

Ønsker vi å gi barnefamilier en ferieopplevelse hvor barna kan få utløp for sine sicceper evner og kreativitet. De vil få innføring i ulike drama og musikk opplegg, der blant kloun, impo og diverse teater. De vil ha tilgang til bading og god mat og drikke.

pris:

Vi vil prøve derice våre kostnader med de inntektene vi ~~vi~~ får, gjerne med profit. Vi ser at bedrifter er villige til å sponse for å få nytte av kultur- livets kompetanse, så de vil nok betale god for et slikt tilbud.





Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 - 2009  
Ark nr. : 15 av 19

Familiene vil kanskje her være litt mer sparsommelige. Men vi kommer til å undersøke dyreparkens priser, samt tusenfryd og hunde fossesen for å kartlegge hvor mye en familie er villige til å betale.

plassering:

vi er plassert ganske sentralt i kristiansand og vi vil tilby transport til våre kunder (bit), dette vil jeg påstå er ganske komfortabelt for kunden. Midt på enøy på det glade serland.

påvirkning:

vi ønsker å foreta spørreundersøkelser, annonsering i ulike blader, flyers (direct reclame), facebook, andre internett sider, gjennom ~~tema~~ temaavdelinger. Viktig å definere målgruppa og se hva de er ute etter. Hvordan når vi frem til målgruppa? Vi vil be om at bedriftene deler ut våre prosyurer og ser på interessen blandt de ansatte. Vi ønsker at dyreparken skriver om oss, da vi kan gjengjelde denne tjenesten.



Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 -09  
Ark nr. : 16 av 19

## Handlingsplan:

Juni:

utarbeidelse av forretningsplan, opprette A/s. Dele ansvarsområder i teamet.

Juli:

Gjøre rede for teamets kompetanse, innhente ekstern kunnskap. Foreta en spørreundersøkelse. Foreta en beskrivelse/analyse av markedet/kundene/konkurrentene.

August:

Kontakte ulike samarbeidspartnere, kontakte sponsorer, sende ut forretningsplanen.

September:

Kontakte sponsorer → eventuelt foreta et baniclån. Foreta en SWOT analyse.

nov/des/jan:

Drive med PR. kontakte ulike bedrifter, sende mail. Booking av artister, ekstern kompetanse. ~~hage~~ lage program. Bestilling av lyd/lys/felt osv (teknisk utstyr)

Februar:

Klargjøre hvem vi ønsker samarbeid med. Ordne opp i hvem som skal levere mat og drikke.





Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5-09  
Ark nr. : 17 av 19

Mars:

Begynne å se inn programmet. Gå igjennom budsjett. Har vi nok penger? eventuelt kontakte flere sponsorer.

april/mai:

Ulice PR stent. Opprette billett kontor. Kartlegge overnatting. Få tak i frivillige til å gjennomføre prosjektet.

juni:

Klargjøring av prosjektområdet. Gå igjennom forretningsplanen. Har vi alt på plass?

juli: Prosjekt!

August/sep/okt/nov/des:

Gå igjennom feshuolen. Var prosjektet vellykket? kontakte nye sponsorer. Utføre ny SWOT analyse. utføre nye spørreundersøkelser. Gå igjennom budsjetter. Var det profit? Undersøkket? Avgjøre om det er lønnsomt å fortsette til neste år.



Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 -09  
Ark nr. : 18 av 19

vi har et kapital på 500.000 kr. Men det gjenstår 500.000 kr.

undersøkelser viser at bedriftens høyeste motiv for å inngå sponsoravtaler er for å styrke ~~bedriftens~~ nærmiljøets kulturliv. Det vil derfor være strategisk lurt av oss å kontakte bedrifter i nærmiljøet.

DUBHØR er kjent for sin sponzing jeg vil derfor be om 200.000 kr av disse da de, som bedrift kan få glede av dette tilbudet.

Jeg vil be dyrparken og Agder teater om 100.000 hver, da jeg mener at vi kan utfylle hverandre og gi hverandre gjensidig PR. Vi har på mange måter lik målgruppe.

De resterende 100.000, vil jeg spørre Kristiansand kommune og Cultiva om, da de dette arrangementet kan sette Kristiansand på kartet. I tillegg bidrar det til å styrke kulturlivet i Kristiansand. Cultiva er opprettet for å sponse ulike kulturprosjekter. Går dette vil jeg spørre andre bedrifter da hele 40% av alle bedrifter bidrar til kulturlivet i en eller annen form. I 2006 ble det brukt 519 mill på kultursponsin i Norge.

Jeg kan eventuelt ta opp lån, da jeg vil få et gunstig lån med en egenkapital på 500.000 kr.





Emnekode : TFL 107  
Kandidatnr. : 2022  
Dato : 29/5 - 09  
Ark nr. : 19 av 19

### Selskaps form:

Da vi er flere personer involvert vil det være uaktuelt å danne et enkeltperson foretak. Videre vil ANS og DA ikke beskytte vår personlige økonomi ved eventuelt konkurs. Vi ønsker derfor å danne et A/S, altså et Aksjeselskap da vi har over kapitalbehovet som et aksjeselskap forlanger (100.000). Vi vil ved å danne et A/S beskytte vår personlige økonomi og kreditorerne vil ikke kunne ta mer enn vårt kapital på 500.000.

Risiko: 1 til 5 (1 er lavt, 5 er høy)

- For få sponsorer (3)
- For hard konkurranse (3)
- Mislukket definering av målgruppe (1)
- lagt oss feil i verdigraden (2)
- For få interresserte (2)
- Hold oss til en målgruppe (2)