



Oppg. 1

Forretningsplanen fungerer gjerne som en disposisjon for hele prosjektet, og inneholder en rekke punkter.

- VISJON : "Ledestjerne" for prosjektet. Veldig kort om hva som er "hensikten"/"drømmen" med prosjektet. eks: "Å mestre er det beste"

• FORRETNINGSIDE :

- HVA, for HVEM og LØSNING
- altså kort om hva produktet/tjenesten er, hvem er det ment for og hvordan løser man dette problemet/behovet
- kan tenkes som "ryggmargen" til prosjektet
- bør holde en viss elevator-pitch-faktor, altså at man på kort tid kan presentere og formidle sitt prosjekt til utenforstående.

BESKRIVELSE : her er det viktig

å ta hensyn til produkt, marked og organisering.



Beskrivelse av produkt:

- hva er produktet og hvordan løses det idag?
- hva er vårt produkt, hva gjør oss unike?
(USP - unique selling points)
- utviklingspotensialet?

Beskrivelse av marked:

- kartlegging av aktørene på makro- og mikronivå.

Makronivå: (bred beskrivelse) ^{men skal inn på}

- beskrive bransjen/markedet med tanke på størrelse
- hvordan den bransjen man skal inn i fungerer
- ~~hvem~~ hvem og hvor befinner aktørene seg, mange/få, store/små? (csv.)
- det er også viktig å ta stilling til og undersøke dagens trender og utvikling i forhold til om ditt produkt/tjeneste vil ha en levetid på kort og lang sikt.

Mikronivå: - kunder, konkurrenter, leverandører/producentier, team & organisering



Beskrivelse av kunder:

- hele prosjektet står eller faller på om man har detaljert info og kjennskap til sine kunder.
- hvem er kunden/målgruppa?
- er kunde og bruker den samme?
↳ viktig f.eks. med tanke på markedsføring o.l.
- mange/få, stor/kundegruppe eller liten, hvor befinner de seg?
- kundens nytten

Beskrivelse av konkurrentene:

- hvem er konkurrentene?
- mange/få, store/små, hvor befinner de seg
- hvilken grad de er beskyttet?
- kapabilitet → viktig å vite i hvilken grad konkurrenten(e) klarer å gjøre justeringer dersom de føler seg truet, og dermed vil true "deg" hvis de har ~~denne~~ denne evnen.
- leverandører / produsenter?
- priser / kostnader og lønnsomhet?

Beskrivelse av leverandører / produsenter:

- hvem er de?
- hvor er de?
- mange / få, store / små?
- bindinger til konkurrentene?



Beskrivelse av team: Ingen ide/
prosjekt vil gjøre suksess uten
et godt team

Det er også viktig å stille med
gode folk med høy kompetanse
for at potensielle investorer o.l.
skal føle en trygghet i prosjektets
suksess og fremgang.

- grundig beskrivelse av kompetanse,
erfaring, nettverk hos enkelt-
personene, styret og av evt.
ekstern ekspertise man tar
i bruk
- ærlighet er et nøkkelord så
klart!
- utnytt den kompetansen man
innehar, og jo mer erfaring<sup>+ kunns-
skap</sup>
man får jo sterkere stiller en
i en etableringssituasjon

Valg av org. form: (kommer nærmere
inn på under

- enkeltmannsforetak under "casen" oppg 2)
- Ansvarlig selskap (solidarisk ansvar)
- Ansvarlig selskap med delt ansvar (DA)
- Aksjeselskap (AS)

Analyser: tenke på produkt
marked, ~~org.~~ org. og
økonomi



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 5 av 18

Her vil man f.eks. gjøre markedsundersøkelser / kundeanalyser for å avdekke og definere målgruppe, kundel^{ns}behov, og undersøke interesse for ditt produkt / tjeneste.

Målsettinger: bygger på visjon, forr. ide ~~og~~ beskrivelser og analyser.

- ligger jo i ordet, men at man har ulike målsettinger for bedriften

- disse ~~er~~ settes gjerne opp i et tidsperspektiv
- f.eks: innen et gitt tidspunkt er det et mål at man har hatt 2000 publikummere ~~el~~ at man har solgt 5000 stk av produktet.

Strategier: viktig å legge strategier slik at en ~~er~~ ^{er} klar målene sine

- ~~et~~ sentralt område er selvfølgelig å legge en markedsføringsstrategi.

Som produsent bør en tenke over produkt, pris, påvirkning (altså hvordan påvirke kunden) og ikke minst plassering.



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 6 av 18

Dette kommer jeg næyere inn på under oppg. 2e.

Handlingsplan: forteller ~~hva som skal gjøres~~

hva som skal gjøres, bør være på plass fra måned til måned. Planene kan ha ulike tidsperspektiv, f.eks. for 1 år fremover eller for 5 år osv., og vil slødig oppdateres.

Økonomi: - hva er kapitalbehovet?

- Likviditetens budsjett: "overlevelsesbudsjett", hvor mye du trenger av penger i løpet av perioden man setter av, og hvor mye penger du til enhver tid har.

- Resultatbudsjett: (ligger mye i ordet)

- inntekter, lønn, utgifter osv.
- $\text{inntekter} \div (\text{lønn} / \text{utgifter}) = \text{resultat}$ (underskudd/overskudd/innull e.l.)

Det er forskjellig hvor mange år man budsjetterer for, men det bør i alle fall vise virkningene av sentrale hendelser i bedriften og evt. når man vil være i balanse.



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 7 av 18

og bør begynne å tilbakebetale evt. investorer o.l.

Så setter en og opp en finansieringsplan med aktuelle finansierer. Eks. banker, investorer, fond, venner & familie osv.

- Hvem er planen viktig for - og hvorfor?

For alle som har en forr. idé må man ha en forretningsplan.

Den er viktig som et internt verktøy for entreprenøren/teamet ettersom det er en konkret plan over ~~et~~ prosjektet fra visjon til handling. Det er en god kilde til informasjon der en solid plan vil kunne skille seg ut fra mengden, og lettere kunne gjennomføres. Teamet vil også hele tiden bli påminnet om visjonen som en viktig ettersom det er utgangspunktet for i det hele tatt å gå igang med prosjektet. En kan lett ^{kan} "henge seg opp i økonomi og profitt sirkuset".



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 8 av 18

Førr.planen er òg viktig som et eksternt verktøy, bl.a. for evt. eksterne eiere og fremtidige eiere. Den gir oversikt og status på deres investeringer, og mulighet/risikoer ved prosjektet. En solid plan vitner også om en bedrift som er seriøs, og har et klart og reflektert ståsted i forhold til sentrale elementer som kunder, produkt, økonomi og marked. Dette vil jo også da gjøre prosjektet attraktivt og "tryggere" for investorer o.l.

OPPG 2

(Jeg ser hvert punkt i oppg. en bokstav - a, b, c osv.)

a) KuDraMus

grunn: - Ku(ltur), Dra(ma), Mus(ikk) + evt. temanaavn (les under 2d)

b) Gi 11-13 åringer en kunstnerisk "smaksopplevelse", gjennom kreativt arbeid med musikk, drama og kunst, i en sommerlig innpakning.

c) ~~prosjektet~~ prosjektet:

en 5 dagers leir for barn i alderen 11-13 år der fokus er på barnas kreativitet.



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 9 av 16

på områdene kunst, musikk og drama. Gjennom verksteder/workshops får barna lære om og utvikle sine kunstneriske sider, i tillegg til å få positive opplevelser på disse områdene sammen med andre på samme alder. Det legges også opp til sosiale aktiviteter som turer rundt på øya, ballaktiviteter, bading og alt som hører sommeren til ellers (i utg.pkt. en leir som foregår i løpet av sommeren altså). Foreløpig tenker er f.eks. å arbeide mot en forestilling for foreldre, CD-produksjon, naming av kunstverk osv. Workshop'ene vil gjerne foregå ~~fra~~ fra morgen til formiddag og også en økt etter lunsj. Etter middag og kveld til andre aktiviteter som nevnt. Vi ser for oss en todeling av deltakergruppen der 1. har musikkworkshops for lunsj, og drama etter, og 2. gruppen gjør det omvendt. Vi ser også for oss en av dagene som turdag, og at det er evt. da mulighet for å ~~ta~~ ta en tur inn til byen. For å gjennomføre en



Emnekode : TFC 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 10 av 18

slik type leir er det vesentlig å ikke ha altfor mange deltakere etter som et stort antall barn innebærer et stort ansvar, i tillegg til at det praktisk sett med tanke på ^{for eks} båttransport, og også musikkverksted - messig er enklere å gjennomføre dersom deltakerantallet pr. leir er overkommelig. Vi ser for oss at det bygges/settes opp en liten scene der barna kan vise frem sine prosjekter, og som gir dem en opplevelse av å være i fokus. Det er også klart at det ~~er~~ for ~~de fleste~~ de fleste er en ny arena som kan være både utfordrende og spennende, og det er viktig å skape gode opplevelser rundt det. Følelsen av mestring er jo også vesentlig her, at barna opplever at de får til, og at her legges det opp til et miljø der alle blir sett, og kreativeiteten kan løpe fritt.



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 11 av 18

a) Som nevnt legger vi opp til workshops/verkesteder eksempler på mulige verkesteder:

- musikk
- rytmeverksted
 - kor
 - intro til gitar/blokkfløyte/xylofon ("enkle" instr. i en gruppesammenheng)
- drama
- drama leker
 - "skuespill/sketsje-skolen"
 - intro til scene
 - rollespill

Her er noen eksempler på mulige verkesteder man kan ha, men det er selvfølgelig mange fler. Vi er fremdeles tidlig i prosessen og vil kunne ut fra undersøkelser og analyser også finne ut av behov og interesser hos målgruppen. Vi tenker at alle deltakerne følger alle workshopene som settes opp, altså at vi som arrangører har på forhånd laget en "timeplan" for ulø. (deltakerne skal altså ikke melde seg på verkestedene enkeltvis). Vi har jo i utg. pkt. tenkt å ha leirene fortløpende, altså at det tilsammen vil være en god del "øktar" i løpet av en sommer. En morsom idé vi har utarbeidet for i utv. fasen



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 12 av 18

er å arrangere tema leirer
F.eks. "KuDrø Mus" rockeleir, (...) "Verden
rundt-leir", og i en brosjyre forklare
hvordan de ulike leirene ~~er~~ er.
Vi vil så klart ha en "grunnleir",
~~men~~ (mye likt, aktiviteter, leker, turer
osv.) men f.eks. i forbindelse med
"Verden rundt" ~~velge~~ velge at hver
dag har et tema, eks. "afrika" (rytmer,
enkle sanger o.l. vil være i fokus).

Opplevelser vi tilbyr kommer i
form av turene og det sosiale
aspektet. ~~aktiviteter~~

Som nevnt er også CD-produksjon,
filmopptak av forestilling, leir-
produkter som t-skjorter o.l. og kiosk
konkrete produkter vi vil tilby.

Som enhver annen leir vil vi operere
med en pakkepris, ~~aktiviteter~~
~~og~~ kost, losji og aktiviteter er
innbakt. Lomme penger til CD,
film, leirprodukter og kiosk
kommer i tillegg.



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 13 av 18

e) Med tanke på ~~ø~~ marked er det viktig med en god strategi for hvordan man skal nå ut med sitt prosjekt.

Kotler har gjennom de "4 P'er" kort definert hva det er viktig for produsenten å tenke på i forhold til marked. Disse er: produkt, pris, påvirkning og plassering.

Først og fremst er det jo viktig at produktet er "nødvendig", at det er et behov for det du skal selge. Dette henger jo sammen med kundens behov. For vår del ~~kjemper~~ kjemper vi i en "leirbransje" samtidig som vi prøver å få del i det jeg kaller "Sommerferie". Sommerferien er jo tiden for reiser o.l., og da er det ikke kun leirbransjen som er fremtredende. Vi "slåss" jo og mot reiseselskapene, "hytteferier" o.l. Vi må fremheve våre unike selling points ved vår tjeneste, som f.eks. kan være vår idylliske plassering. Det blide sørland er jo sommer



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 14 av 18

destinasjon nr. 1. Pris er også vesentlig siden vi konkurrerer om kundens budsjett. Ethvert produkt/tjeneste blir en kostnad for kunden, og gjennom god markedsføring bør en klare å vinne over kundene. Hos oss er det viktig å være klar over at bruker og kunde ikke er den samme. Foreldrene betaler for ungenes deltakelse, og det er viktig at markedsføringen både engasjerer barna som jo er målgruppen, men presenteres på en slik måte at de er villig til å bruke penger på vår tjeneste. Påvirkning handler jo om hvor stor påvirkningskraft den markedsføringen vi gjør har, og dette punktet handler jo om hvor godt vi klarer å kommunisere med våre kunder. God og "nær" kommunikasjon skaper trygghet. Hos oss vil f.eks. ~~skole~~ å formidle gjennom skoler være sentralt. Plassering henger sammen med komfort for kunden, og det gjelder å være lett tilgjengelig slik at ~~skole~~ det blir lett for kunden å oppdage din bedrift / produkt, kjenner det igjen, og tar det i bruk.



Emnekode : TFL 107
 Kandidatnr. : 2019
 Dato : 29.05.09
 Ark nr. : 15 av 18

Før oss er det viktig å bli synlige både hos kunde og sluttbruker.

g) Handlingsplan : 1.06.09 - 31.12.10

Handling	måned/tidsperspektiv
opprette "bedrift"	juni '09
søknad om leie-avtale	Notat: innvilget fra 1.6.2010
søkt stipender o.l.	august '09
Brosjyrer o.l. lages (rettelse)	oktober '09
	sept '09 - des. '09
Bl.a. markeds- føring	jan '10 - mai '10
påmelding osv.	'apr '10 - mai '10
start av evaluering	september 2010 '10
evaluering ferdig, fornyelse av avtaler osv.	okt 2010 '10

g) Som 5 eiere av bedriften ~~spør~~ har vi som egenkapital 500.000 kr, altså alle kom inn med 100.000 hver. Vi har kommet frem til at vi fortsatt har et kapitalbehov på 500.000. Dette velger vi å løse på følgende måte:

(sjekk neste side)



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 16 av 18

Kapitalbehov: 500.000

Egenkapital/
aksjekapital: 500.000

Lån	200.000
Cultiva	150.000
Innovasjon Norge	20.000
Kommune/fylkeskom.	50.000
Diverse (se videre ferdselsmidler)	80.000

Ettersom vi har høy aksjekapital og en attraktiv forretningside ser vi det sannsynlig at vi vil kunne låne et relativt stort beløp av banken. Cultiva sponser oss ettersom vår unike leir er situert her i sør, og er et kulturprosjekt som omfatter en interessant og spennende målgruppe. Det kommer også kristiansandsbeboere til gode ved lett tilgjengelig plassering ettersom vi i første omgang tenker oss et ^{høyt} sørlandske deltakergruppe. Vi søker også et etablererstipend hos Innovasjon Norge grunnet vårt spennende prosjekt, og vil selvsagt søke om støtte fra kommune og fylkeskommune av opplagte grunner. I tillegg vil



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2019
Dato : 29.05.09
Ark nr. : 17 av 18

vi
~~lære~~ lage matautaler med lokale butikker ettersom vi grunnnet et overkommelig deltakerantall pr. leir vil stå for matlaging selv. Disse og andre uttaler, f.eks. leie av musikkutstyr og sceneutstyr kaller jeg diverse i skjemaet over.

h) Ettersom vi er så mange som 5 stk er selvfølgelig enmannsforetak utelukket. Et slikt prosjekt som vårt innebærer såvisst en risiko, og for å ivareta sikkerhet rundt personlig økonomi velger vi å opprette et AS (ansvar kun for innskutt kapital) styret vil bestå av oss 5 plus regnskapsfører. Vi utelukker ANS og DA på bakgrunn av ^{den økonomiske} usikkerheten.

i) Vikkelig å ta stilling til og vurdere risikoene, og ha tenkt gjennom evt. tiltak. Jeg velger å sette dette opp i et skjema og vurdere risiko ut fra en skala på 1-5 der 5 er høy risiko.

