

Delårsrapport 2017/18

for Russehuset UB

- Russetiden starter her!



Organisasjonsnummer:	919 576 111
Skole:	Os Gymnas
Adresse:	Gymnasveien 85, 5200 Os
Driftsår:	2017 (høst) – 2018 (vår)
Mentor:	Jan Frode Skeie, Elements Production
Ansvarlig lærer:	Anne-Kristin Dale

Innhold Sammendrag	3
Beskrivelse av forretningsideen og produktet.....	3
Forretningside.....	3
Mål og visjon.....	3
Produktbeskrivelse	4
Målgruppe for produktet.....	4
Verdiskaping	5
Erfaringslæring /læringseffekt.....	5
Kreativitet og innovasjon.....	5
Samarbeid.....	5
Organisering av bedriften	6
SWOT-analyse/ Risikoaspekter.....	7
Økonomi	7
Kapitalbehov	7
Budsjett	7
Nøkkeltall.....	8
Omtale i lokalavisen.....	10
Framtidspotensial.....	10

Sammendrag

Det er i dag høye priser på russeklær og russeutstyr, og Russeservice AS og Russedress AS er de dominerende aktørene på markedet. Firmaene har samme eier, og operer dermed som en monopolist i markedet. Vi ønsker å gjøre russetiden mindre kostbar ved å tilby rimeligere russeprodukter til like god kvalitet. I tillegg skal vi ha et kult særpreget på våre produkter. Vi vil fokusere på litt færre produkter, for å redusere kjøpepresset i russetiden.

Vi vil bruke det første året på å finne samarbeidspartnere, designe og produsere produktene våre, markedsføre og få klar nettsiden for bestilling. I tillegg har vi fokus på oppbygging av egenkapital ved å jobbe og selge varer til inntekt for Russehuset UB.

Høsten 2018 vil vi ta opp bestillinger på nettsiden fra russetiden 2019. Målet er å etablere en trygg og pålitelig bedrift på landsbasis, som etter avsluttet UB etableres som et AS. Visjonen er å revolusjonere salget av russeklær og russeutstyr i Norge.

Beskrivelse av forretningsideen og produktet

Forretningside

Vi ønsker å redusere kjøpepresset og pengebruken i russetiden, ved å tilby billigere russeutstyr med kult særpreg til russeren i Norge.

Spørsmål:	Beskrivelse:
Hvilke behov har forbrukerne?	Forbrukeren har behov for billigere russeklær.
Hvilke kunder har vi?	Vi har russeren som kunder.
Med hvilke produkter kan vi dekke kundenes behov?	Vi vil selge de fem produktene som er mest relevant for russetiden, slik at vi reduserer kjøpepresset og pengebruken.
Hva gjør produktet vårt unikt?	Produktet vårt har en korkåpner på dressen, lomme for russekort og den er strammere i beina for en bedre passform. Vi har også laget en ny russe-drakt med hette. Det finnes ikke russe-drakt med hette på markedet, så her håper vi på en ny storselger!

Mål og visjon

Mål: å etablere en trygg og pålitelig bedrift som etablerer seg på landsbasis

Visjonen: å revolusjonere salget av russeklær og russeutstyr i Norge

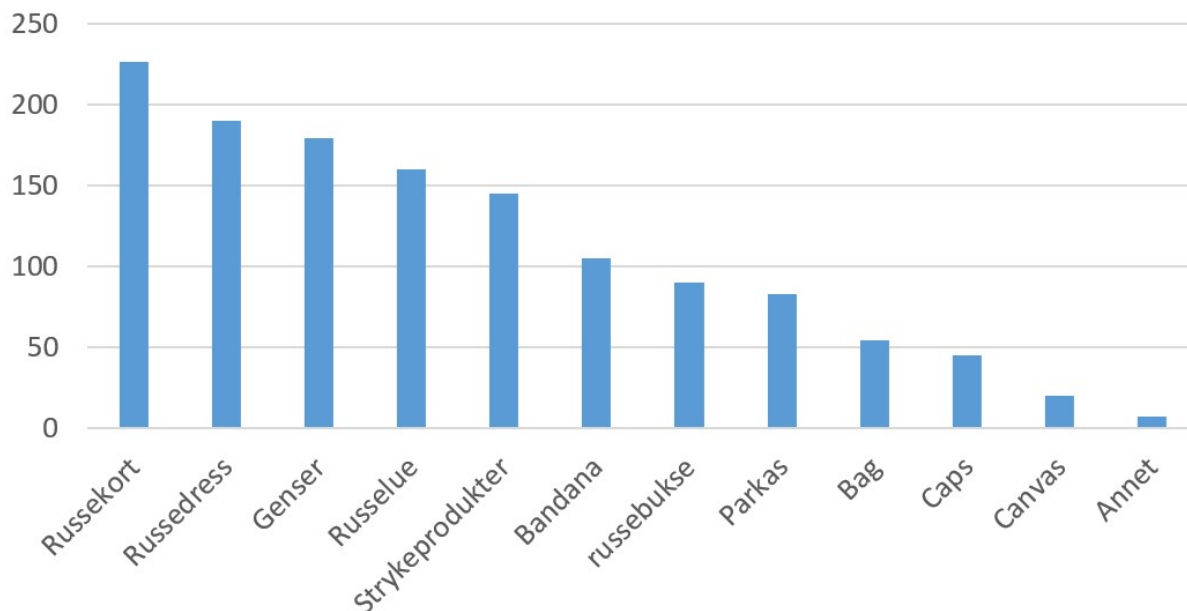
Produktbeskrivelse

Vi har valgt å selge russeklær og russeffekter. Vi ser at markedet er åpent ettersom det er få aktører på markedet som styrer prisene akkurat som de vil. Derfor har vi valgt å produsere egne russe-drakter med et eget preg. Draktene har blant annet eget nytt design, hette og korkåpner. Dette er ting som ikke finnes på markedet, derfor håper vi dette kan være vår nøkkel inn på markedet. Russe-service som er vår hovedkonkurrent velger å selge mange produkter som ikke er relevant for russetiden. Vi har utført en markedsundersøkelse på flere skoler i Hordaland der vi har sett hvilke fem produkter som russeren selv mener er relevant for russefeiringen.

Ut i fra denne undersøkelsen ser vi at de fem produktene som skiller seg ut er, russe-drakt/bukse, russe-lue, hettegenser, russekort og bandana. Disse produktene ønsker vi å satse på og samtidig skape et lavere kjøpepress ved å redusere antall produkter. Vi har en samarbeidsavtale med Elements Production som vil lage dresser og lue. Kai Hansen Trykkeri vil hjelpe oss med russekort, mens vi bestiller gensere og trykk som plukk fra Avery Dension NTP og fra Handelskompaniet.

Vi har innhentet «Codes of conduct» fra alle firmaene for å forsikre oss om at det er etisk forsvarlig å handle med dem og at produktene våre er produsert på etisk vis.

Hvilke russeprodukter flest ønsker?



Målgruppe for produktet

Målgruppen vår er russen. Vi vil innledningsvis ha fokus på russen i Hordaland, mens vi på sikt ønsker å selge til russen i hele Norge. Det ble født 59 234 barn i Norge i år 2000, ifølge statistisk sentralbyrå. Noen av disse har spesielle yrkesfaglige utdanninger, bor ikke i Norge lenger, droppet ut av skolen eller av andre grunner ikke er russ. Vi kan likevel regne med at det er ca. 40 000 som er født i år 2000 som skal være russ. Alle disse 40 000 trenger russeklær, og dermed er det et stort marked for dette.

Verdiskaping

Det er i dag få aktører i markedet for russeutstyr, i konkurrentanalysen vår ser vi at det er Russeservice AS og Russedress AS som er de dominerende. Begge firmaene har meget god lønnsomhet, og vi tenker at russen vil profitere på at det er flere aktører i markedet. I følge en avisartikkel tok den ene konkurrenten ut over 100 millioner kroner i utbytte ett år. Vi ser derfor at det er stort potensiale her.

Erfaringslæring /læringseffekt

Vi har lært veldig mye av å drive ungdomsbedrift. Vi har gjennom våre samarbeidspartnere fått innsikt i hvordan designere, markedsførere og selgere arbeider. Vi har lært at det er veldig nyttig å skaffe seg et nettverk, og at bedrifter er veldig positiv til å samarbeide med ungdom. Alle synes det er kjekt med ungdom som står på og ønsker å få til noe. Videre har vi lært at det er kjempeviktig å ta vare på alle bilag til regnskapet, det er lett for at det blir surr i papirene. Vi har også lært at alt tar lengre tid enn vi tror.

Kreativitet og innovasjon

Vi har drøftet ulike måter å få produktet vårt til å skille seg ut best mulig, uten å se for annerledes ut til at folk ikke vil ha det. Vi konkluderte med at å legge på en korkåpner i dressen, og en hette på en versjon av dressen var en praktisk idé. En korkåpner er noe som trengs hele tiden, mens en hette er veldig greit å ha dersom det er kaldt eller det regner. Vi har også god stretch i dressene som gjør de er mer komfortabel enn en vanlig dress.

Samarbeid

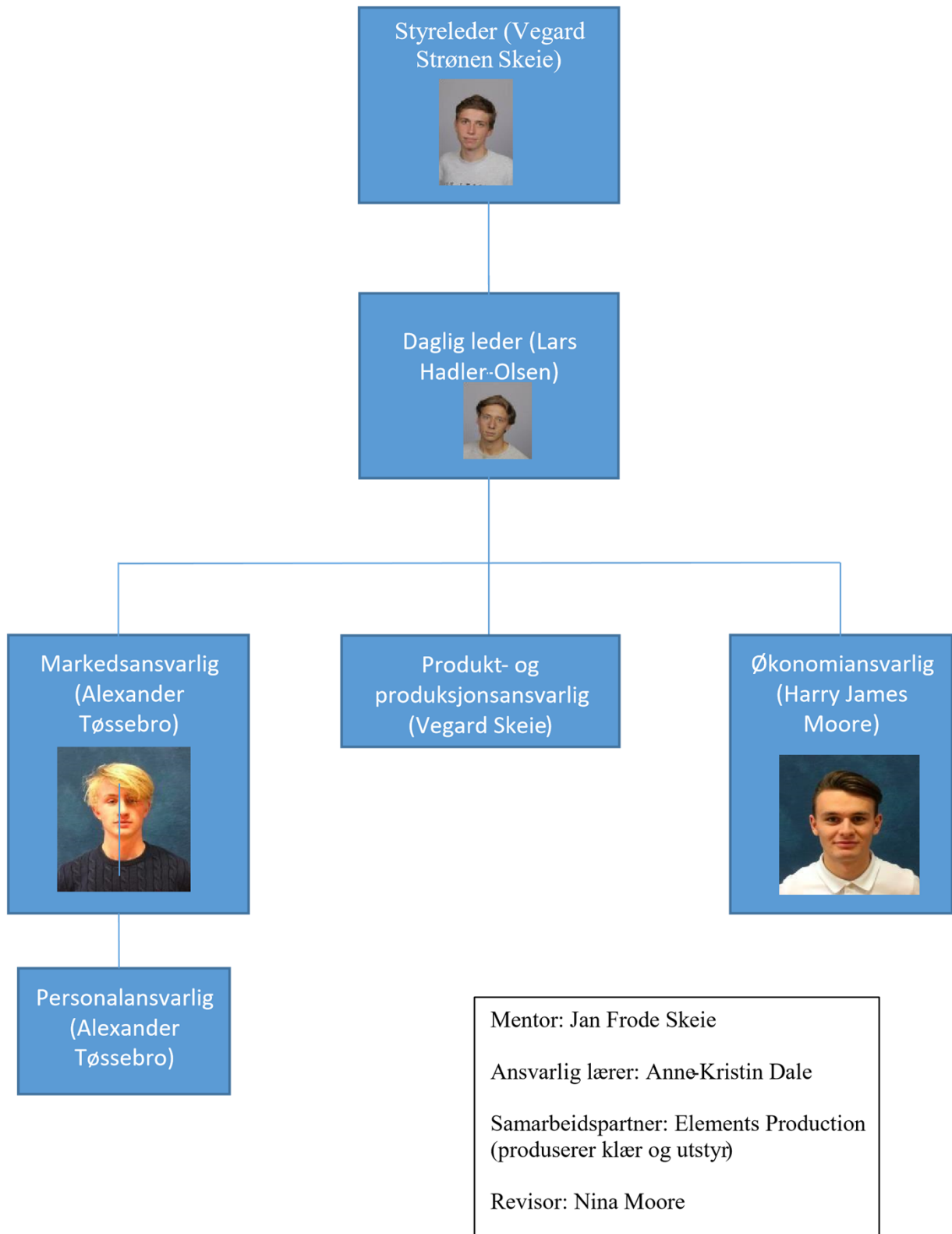
Nedenfor er en oversikt over hvordan vi har organisert bedriften vår. Vi har klare ansvarsområder, samtidig som vi samarbeider tett og kvalitetssikrer hverandres arbeid. Vi har ikke registrert oss som IA-bedriften, fordi vi ikke mener vi har noen spesielle utfordringer på dette området. Vi er fire gode kamerater som samarbeider godt, og har daglige chatter angående gjøremål i bedriften. I tillegg til aktiviteter på skolen har vi hatt mange treff på fritiden for å jobbe med ungdomsbedriften.

Vi har Jan Frode Skeie fra Element production som mentor. Han har først og fremst bidratt med et stort nettverk. Vi har gjennom han fått tilgang til designere, web-designere, produksjonsfabrikker, trykkerier, markedsførere, selgere, varer med mer. Vår erfaring er at næringslivet er veldig positivt innstilt til unge gründere, og de svært gjerne vil hjelpe oss på veien.

Organisering av bedriften

Eiere (a25%):

Vegard Skeie, Lars Hadler-Olsen, Harry Moore og Alexander Tøssebro



SWOT-analyse/ Risikoaspekter

Sterke sider:	Svake sider:	Muligheter:	Trusler:
<ul style="list-style-type: none"> - Ung og kjenner markedet - Kjenner forbrukeren - Lett å reklamere via sosiale medier - Sikker produsent i Elements Production - UB (uten mva. og stor velvilje blant samarbeidspartnere) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ny i bransjen - Uerfaren - Drives i tillegg til annet skolearbeid, lite tid - Lav egenkapital - Trenger å ta betaling før produksjonsstart 	<ul style="list-style-type: none"> - Mulig å etablere seg nasjonalt ettersom det bare finnes to andre dominerende aktører - Høye priser (600-800 per drakt) nå, enkelt å selge billigere 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Russeservice</u> og <u>Russedress</u> kan utkonkurrere oss

Risikoaspektene ved å selge russeutstyr er blant annet å betale for varer som vi ikke får solgt. Vi må derfor være sikre på at vi får solgt en del før vi begynner å bestille inn store mengder, og få noe av betalingen ved bestilling. Jo mer folk bestiller jo større er inntektene, fordi frakten og diverse vil være mye billigere dersom vi kjøper inn mange produkter på en gang.

Økonomi

Kapitalbehov

Vår bedrift har i utgangspunktet et høyt kapitalbehov, men med kun andelskapital har vi begrensede økonomiske ressurser. Vi har betalt inn 800 kr i andelskapital, hvorav 200 kr er brukt for å registrere bedriften. Dette gir oss en startkapital på 600 kr. Vi har heldigvis fått gode avtaler med våre samarbeidspartnere, som er villig til å ta en del av våre oppstartskostnader mot noen prosenter av salget vårt. I tillegg vil vi basere oss på forhåndssalg. Vi har også opptjent ca. 19 000 kr i egenkapital ved å selge andre varer.

Budsjett

Ved prissetting vil vi ta utgangspunkt i markedet, konkurrentene og kostnadene våre. Vi har per dags dato ikke god nok oversikt over kostnader eller aktuelle salgspriser til å kunne sette opp et realistisk resultatbudsjett. Budsjettet nedenfor er derfor forenklet og basert på veldig usikre estimater.

	Budsjett 2019
Varesalg	500 000
Varekostnad	150 000
Bruttofortjeneste	350 000
Markedsføringskostnader (inkludert drifting av nettside)	20 000
Sum indirekte kostnader	20 000
Resultat	330 000

Russehuset

Det er mest naturlig for oss å bruke bidragsmetoden fordi vi skal bruke konkurransebasert prissetting. For da setter vi prisen litt under konkurrenten, og så trekker vi fra innkjøpskostnadene for å finne dekningsbidraget. Dekningsbidraget skal igjen dekke indirekte kostnader og fortjeneste. Så dersom vi får kjøpt inn russedresser for ca. 150kr og så selge vi for ca. 500 kr. Dermed ligger prisen vår under konkurrenten sin pris som er på mellom 6501000kr, likevel får vi et godt overskudd. Prisen for salg og innkjøpsprisen er ikke helt avklart og kan dermed forandres i tiden fremover.

Nøkkeltall

I 2017 har vi omsatt for 32 520 kr.

Produkter	Antall	Pris	Totalsum
Isbjørn termos	123	130	15195
Bamboo T-shirt (WogM)	37	100	3700
Bamboo Boxere	83	50	4150
Søgn Sokk	53	75	3975
Hodelykt	25	50	1250
Termokopp	20	100	2000
Russehuset Genser	6	375	2250
		Totalsum	32520

På julemessen på Os gymnas og Os vgs, samt salg utenom, solgte vi for 11 370 kr. Vi har solgt gensere for 2 250 kr.

Vi var på messen på Nore Neset helgen 2 og 3 Desember og på messe på Osøyro helgen 9 og 10 desember. Total omsetningen vår på disse 2 helgen var på 18900 kr.

Til sammen betale vi 11 326,8 kr for det vi solgte på Nore Neset og Osøyro messen. Vi tjente dermed kr 7 573,2 kr på 4 dager med messer.

Resultatregnskap for perioden	<Årstall>
<i>Salgsinntekter</i>	
Salgsinntekter	32 520
Andre inntekter	6 048
Sum inntekter	38 568
<i>Varekostnader</i>	19 378
Lønnskostnader	-
Annen driftskostnad	200
Sum driftskostnader	19 578
<i>Driftsresultat</i>	18 990
<i>Arsresultat</i>	18 990

Balanse	<Årstall>
<i>Eiendeler</i>	
Varebeholdning	-
Betalingsmidler	
Bank	30 917
Kasse	-
Sum betalingsmidler	30 917
Kundefordringer	-
Sum eiendeler	30 917
<i>Egenkapital</i>	
Innskutt egenkapital	600
Opptjent egenkapital	18 990
Udekket tap	-
Sum egenkapital	19 590
<i>Gjeld</i>	
Mellomregning	-
Leverandørgjeld	11 327
Sum gjeld	11 327
Sum egenkapital og gjeld	30 917

Organisering av bedriften Bedriftens Aktiviteter

Vi starter ikke salget av russeklær før til sommeren derfor har vi brukt dette året til å bygge opp egenkapital. Vi har reist litt rundt på messer og solgt produkter som termoser, boksere, tshirts og anna smått. Dette har resultert i en økning i egenkapitalen fra kr.600 til kr.20 000. Dette er noe vi er veldig fornøyd med.

Måned	Gjøremål	Ansvarlig
Oktober	Lage logo Korrigerere vareprøve Kontakte <u>russegrupper</u> <u>Syretest</u> Kurs (Regnskapskurs 25.10.)	Vegard Vegard Alexander Alle Harry og Vegard
November	Søke økonomisk startkapital i banker og hos kommunen Arbeidet på lager (for å få startkapital) Kurs (markedsføring 09.11) Korrigerere vareprøver? Ta kontakt med skuler og <u>russegrupper</u> Julemesse på Os gymnas og Os vgs	Harry Alle Alle Vegard Alexander Alle
Desember	Julemesse på Nore Neset og Os sentrum Fullføre forretningsplan	Alle Lars
Januar	Ferdigstille produkter	Vegard
Februar	Starte å lage stand, markedsføre det ferdigstilte produkt	Alexander

Bilde fra julemesse på Os Gymnas:



Julemesse på Os VGS:



Bilde fra julemesse på Nore Neset:



Julemesse i Os sentrum:



Vil utfordra Russeservice

Unge gründerar med eiga kolleksjon for russen.

Av: **Andris Hamre** Lørdag, desember 2, 2017 - 17:08

På julemessa i Nore Neset Aktivitetshus er to av ungdomsbedriftane på Os Gymnas på plass. [Owks Clothing sel sit eiga klesmerke.](#)

– Vi vil utfordra det monopolet som Russeservice har på utstyr til russen. Vi vil ikkje koma med kolleksjonen før vi sjølv er russ i 2019, men vi er her for å auka eigenkapitalen gjennom å selja andre produkt frå leverandøren vår.

– Håpet er at vi kanskje slepp å leggja så mykje ut sjølv når vi skal kjøpe inn varene neste år, fortel Vegard Skeie, produktansvarleg i Russehuset UB.

Skeie driv verksemda saman med Lars Hadler-Olsen, Alexander Tøssebro og Harry Moore, alle elevar ved Os Gymnas.

Godt mottatt

Sjølv om dei ikkje ser for seg å starta med russeprodukta før neste år, så har dei allereie presentert ein prøvekolleksjon for årets russ.

– Det blei veldig godt mottatt. Vi har laga vareprøver som vi har vist fram. Dei som har sett dei var veldig positive. Nokre lurte faktisk på om dei kunne få kjøpa vareprøvene.

Vil ha vekk kjøpepresset

Dei unge gründerane fortel at dei vil gjera det enklare og billigare for russen å feira russetida.

– Russeservice sel ein heil haug med produkter som ikkje er relevante. Vi har eit mål om å ha fem produkter. Russelua, drakta, korta, genser og bandana.

– Vi vil gjera det enkelt for russen og ta vekk fokusen på kjøpspresset som er blant russen. Du treng ikkje nytta fleire hundretusen for å få ei fin russetid. Den skal vera gøy for alle.

– Ambisjonane er på sikt om å bli noregs største russeaktør, avsluttar dei fire gründerane.

For å reisa eigenkapitalen står dei på Nore Neset denne helga og på julemarknaden i Os sentrum neste helg.

Framtidspotensial

Planen til Russehuset er å etablere seg som et AS når vi ikke lenger kan drive som ungdomsbedrift. Alle i vår bedrift viser den lidenskapen og gløden som skal til for å bli en stor bedrift, vi jobber mye på fritid og ønsker å ta dette med oss inn i voksenlivet.

Vi gleder oss allerede til å ta bedriften inn i en ny fase, og er spent på hva fremtiden vil bringe for Russehuset.

