

Forretningsplan 2017 - 2018

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

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	2
Forretningside	2
Mål og visjon	2
Organisering av bedriften	3
Marked og markedsplan	4
SWOT-analyse	4
Markedsvurdering.....	4
Markedsmål	5
Markedsundersøkelse.....	5
Produkter	6
Økonomi.....	7
Kapitalbehov	7
Budsjett.....	7
Nøkkeltall	8
Framtidsplan	9
Årsplan (oktober-mai) Russehuset UB	9
Kursoversikt:	9
Utvikling og utsikter til lønnsomhet på lang sikt.....	9

Sammendrag

Det er i dag høye priser på russeklær og russeutstyr, og Russeservice AS og Russedress AS er de dominerende aktørene på markedet. Vi ønsker å gjøre

russetiden mindre kostbar ved å tilby rimeligere russeprodukter til like god kvalitet. I tillegg skal vi ha et kult særpreg 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.

Forretningside

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

Spørsmål:	Beskrivelse:
Hvilke behov har forbrukerne?	Forbrukeren har behov for billigere russeklær.
Hvilke kunder har vi?	Vi har russetiden 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 russeklær med hette. Det finnes ikke russeklær med hette på markedet, så her håper vi på en ny storselger!

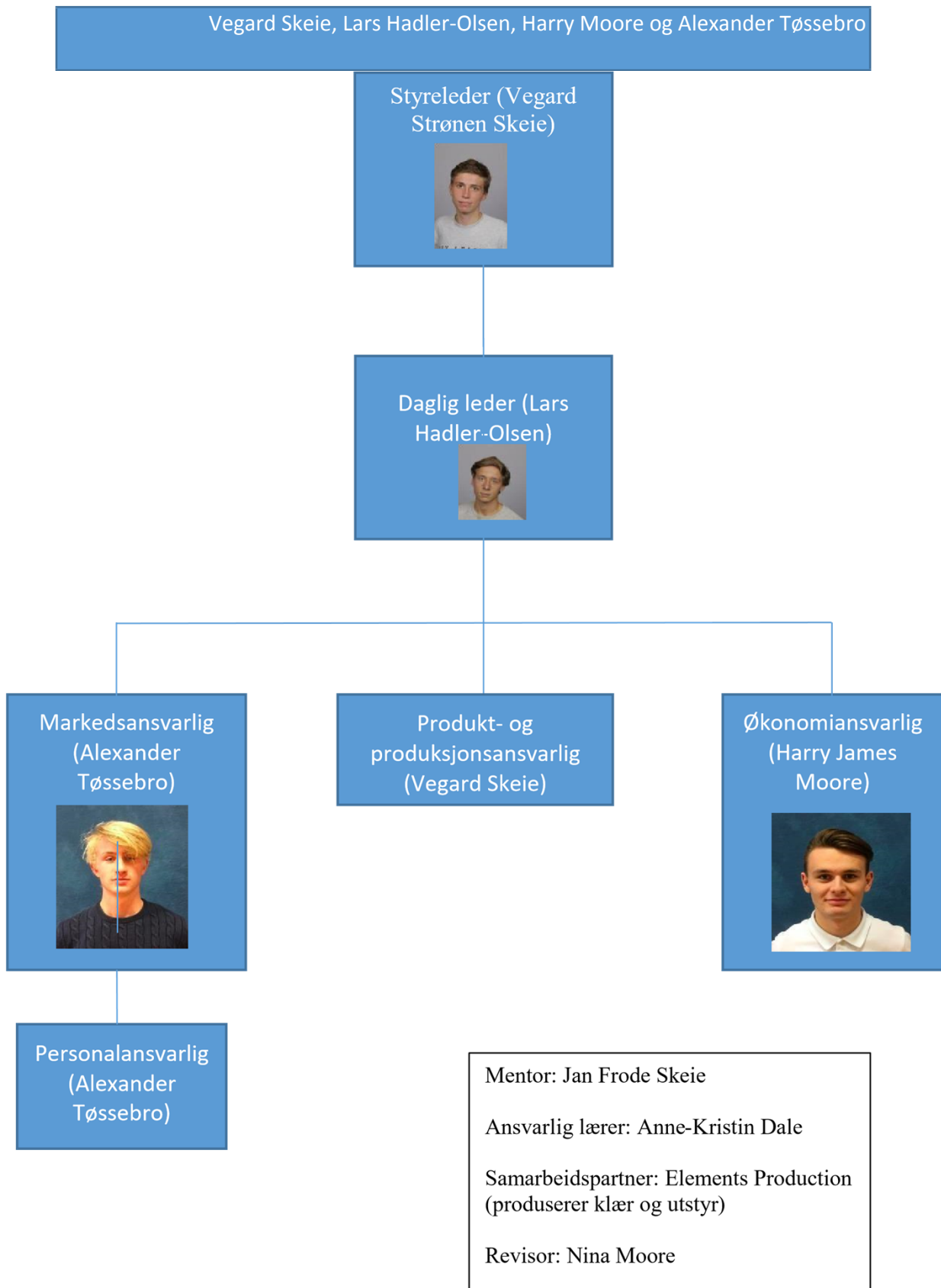
Mål og visjon

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

Visjonen: å revolusjonere salget av russeklær og russeutstyr i Norge

Organisering av bedriften

Eiere (a25%):



Marked og markedsplan

SWOT-analyse

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"> - Russeservice og Russedress kan utkonkurrere oss

Konklusjon:	Mulighetene er store siden det er mye penger i bransjen. Risikoen er lav ettersom vi går inn med lite kapital. Det er viktig med et godt startår slik at vi får et godt rykte, og kan utvikle bedriften videre. Vi tror god markedsføring er avgjørende for å oppnå suksess.
-------------	--

Markedsvurdering

Kunder:

Kundene vil være russen. Russen vil forhåpentligvis bruke oss ettersom våre produkter er billigere enn konkurrentens produkter.

Bedømmelse av marked:

Vi retter oss mot russen. Vi ønsker å vise oss som en bedrift som selger produkter av god kvalitet til en rimelig penge. Størrelsen på markedet varierer etter hvor store årskullene er, men er uansett stort. Vi ønsker å sende varene via posten eller lever ut til dem (om avstanden ikke er for stor).

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. Årene etter kommer det tilsvarende kull, dermed vil markedet holde seg stabilt i årene fremover.

Konkurrenter:

Hovedkonkurrenten er Russeservice. De er etablert i markedet og vil derfor ha en stor fordel ettersom de har vært den faste leverandøren av russeklær og russeutstyr siden 1980. Russeservice selger til høye priser, noe som gjør at vi kan selge rimeligere men samtidig med et stort overskudd. Ettersom vi er ung har vi mange kontakter rundt om i

Norge, noe som vil hjelpe oss med å få avtaler og etablere oss på landsbasis. På sikt håper vi å kunne konkurrere for fullt med Russeservice.

Markedsmål

Kvalitative mål:	Kvantitative mål:
- Fornøyde kunder	- 1000 kunder fra russ 2019
- Lojale kunder	

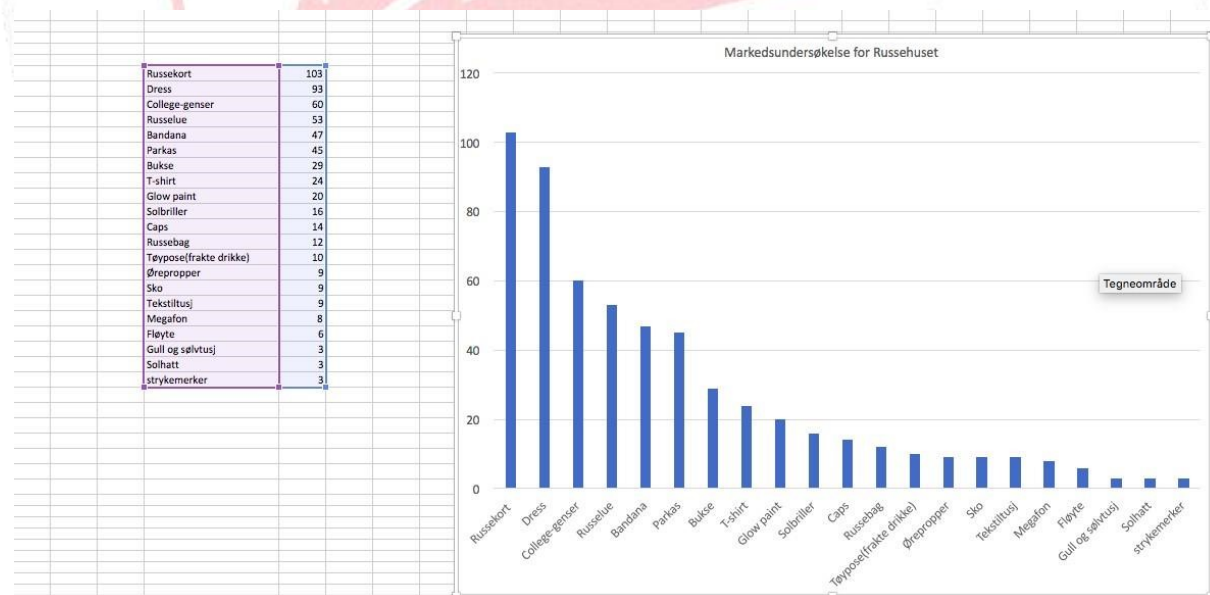
Hvordan nå kvalitative mål:

Med lave priser, oversiktlige nettsider, god service og brukerstøtte skal vi skape et rykte om en trygg leverandør. Vi ønsker å gi russerne muligheten til å prøve produktene før de kjøper, dette håper vi fører til enda større trygghet i tillegg til at vi kan bekrefte kvaliteten i klærne. Det er også viktig det er en etisk forsvarlig produksjon, uten barnarbeid og andre kritikkverdige arbeidsforhold.

Markedsføring:

Vi ønsker hovedsakelig å markedsføre oss gjennom sosiale medier som Facebook, Instagram og Snapchat. Målgruppen er russerne, og de bruker mye tid på disse mediene. Vi tror derfor det er lettest å nå målgruppen ved å bruke disse mediene. Vi ønsker også å markedsføre oss via presentasjoner og prøving av produkt på ulike skoler i Norge. I tillegg til dette skal vi lage flyers, som vi skal dele ut på messer og stevner.

Markedsundersøkelse



Over er resultatene fra undersøkelsen vi gjorde i tredje klasse på Os Gymnas. Ettersom vi har et mål om få, men nyttige produkter, ser vi ut i fra denne undersøkelsen hvilke produkter vi bør satse på.

Tredje klasse på Os Gymnas har hatt besøk av Russeservice, og har erfart hvilke produkter som er aktuelle for dem. Vi tror derfor at elevene som har bidratt i

undersøkelsen er pålitelige og troverdige, og at undersøkelsen er troverdig, aktuell og samtidig underbygger valg av produkter som vi skal selge. Produktene vi skal selge er; Russekort, Russedress, Russebukse, Hettegenser, Russelue og Bandana.

I januar gjennomførte vi en ny markedsundersøkelse, denne gangen til vg2-elever ved flere skoler i Hordaland. Vi lagde undersøkelsen i Forms, og fikk den distribuert ut til skolene via lærere på skolene. Denne gangen ønskte vi å stille spørsmål vedrørende hva som skal til for at elever vil kjøpe hos oss istedenfor Russervice eller andre leverandører. Her hadde vi spørsmål om pris og produktene. Vi fikk viktig informasjon til arbeidet videre, samt at vi gjør oss kjent blant målgruppen i Hordaland (russ 2019).



Produkter

Produksjon og bestilling av varer vil foregå gjennom seks ulike firma; Elements Production, Avery Dennison NTP, Handelskompaniet, New Wave, Pica Point og Kai Hansen trykkeri. Vi har innhentet «Codes of conduct» fra alle firmaene for å forsikre oss om at det er etisk forsvarlig å handle med dem. I tillegg er mentoren vår regelmessig på besøk hos fabrikken i Kina som skal produsere russedresser for oss, og han kan bekrefte at arbeidsforholdene på fabrikken er gode.

Vi produserer våre egne russedresser, russebukser og russeluer, på en fabrikk i Kina, gjennom Elements Production. Her er minimumskvantiteten 400 for hvert plagg. Dressene kjøpes direkte av Elements før vi selger dem til våre kunder. Vi tar forhåndsbetaling slik at vi slipper å gå inn med høy egenkapital.



Bilde fra førte vareprøve av russe dressene og russebuksene.

3851 HARLEM

YOU®

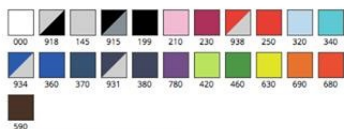
Detaljer

Unisex hettegenser. Dobbel jerseystrikket, flosset innside, forsterkede sømmer og lycra i alle ribber. Snøring i halsen og stikkilomme med mediaport i front. 65% bomull / 35% polyester. (80% polyester/20% bomull i fargene 630 og 680) (3XL - 4XL: sort og marine)

Farger og størrelser

S, M, L, XL, XXL, 3XL, 4XL

000 Hvit, 918 Gråmelert/Sort, 145 Gråmelert, 915 Sort/Grå, 199 Sort, 210 Rosa, 230 Raspberry, 938 Red/Gråmelert, 250 Red, 320 Lys Blå, 340 Turkis, 934 Kornblå/Gråmelert, 360 Kornblå, 370 Indigo, 931 Marine/Gråmelert, 380 Marine, 780 Lilla, 420 Lime, 460 Kellygrønn, 630 Safety Gul, 690 Orange, 680 Safety Orange, 590 Brun



FARGE- OG STØRRESESTABELL



LAST NED BILDE

Hettegenserne vi trykker russebilers logo på

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 drift av nettside)	20 000
Sum indirekte kostnader	20 000
Resultat	330 000

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 650-1000kr, 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
Sogn 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.

Russehuset UB

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

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

Framtidsplan

Årsplan (oktober-mai) Russehuset UB

Måned	Gjøremål	Ansvarlig
Oktober	Lage logo Korrigere vareprøve Kontakte russegrupper Syretest 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) Korrigere vareprøver? Ta kontakt med skuler og russegrupper 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
Mars	Fylkesmesse (06.03),	Alle
April	Skrive årsrapport	Vegard
	Lage årsregnskap	Harry

Mai	Nedlegging av UB	Lars

Kursoversikt:

- Syretest 06.10.17 klokken 10.00 alle deltok, foregikk via Skype.
- Regnskapskurs 25.10.17 Harry og Vegard deltok, foregikk i Bergen.
- Markedsføringskurs 09.11.17 alle deltok, foregikk i Bergen.

Utvikling og utsikter til lønnsomhet på lang sikt

Det å kunne tilby russeutstyr til russen krever mye planlegging, og i dette ungdomsbedriftsåret er målsetningen å bli klar til å ta opp bestillinger fra russ 2019. Vi har så langt konsentrert oss om markedsundersøkelser, nettverksbygging, produktutvikling og oppbygging av kapital. Videre vil vi utvikle nettsiden vår www.Russehuset.no, som blir vår viktigste salgsplattform. I konkurrentanalysen vår har vi sett at det er god lønnsomhet i «russeklærmarkedet», så i den grad vi klarer å være konkurransedyktig bør det være et godt verdiskapingspotensial for vår bedrift. Hvert år kjøper ca. 40 000 ungdommer russeklær, og dersom en gjennomsnittsruss kjøper for 1 500 kr vil den totale omsetningen av russeutstyret være 60 millioner kroner årlig. Det avgjørende blir hvorvidt vi klarer å få de kommende russekullene til å velge vår nye bedrift istedenfor en de veletablerte leverandørene. For å klare dette tror vi det er avgjørende at vi kan selge produktene rimeligere enn konkurrentene og at vi klarer å fremstå som en troverdig leverandør i vår markedsføring.

For å danne oss et bilde av hvorvidt det er realistisk at russen vil velge oss har vi laget en markedsundersøkelse som russ, i hovedsak fra Hordaland, har svart på. Ut i fra svarene her er vi optimistisk med tanke på at russen vil velge oss. Vi ser at det er viktigst at vi er rimeligere enn konkurrentene, men at det er også viktig å kunne tilby de produktene som russen ønsker.

Kunne du ha vært interessert i å kjøpe russeklær fra Russehuset?



Planen til Russehuset er å etablere seg som et AS når vi ikke lenger kan drive som ungdomsbedrift. Vi gleder oss allerede til å ta bedriften inn i en ny fase, og er spent på hva fremtiden vil bringe for Russehuset.

