



Delårsrapport FinnmarksQuiz UB

2010/2011

Alta Videregående skole.

Mentorer:

Arnt Øystein Andersen
Innovasjon Norge

Tor Børge Lekang
Bjørkmanns Trykkeri

Ansvarlig lærer:

Egil A. Mofoss



Innholdsfortegnelse:

1. Oppsummering.....	3
2. Daglig ledelse.....	4
2.1 Organisasjonskart.....	4
2.2 Ansvarsområder.....	5
2.3 Hvordan har vi arbeidet?.....	5
3. Produksjon.....	6
4. Salg og markedsføring.....	7
5. Bedriftens økonomi.....	7
5.1 Produktkalkyle.....	7
5.2 Regnskap, budsjett og balanse.....	8
6. Samarbeid med mentor og næringsliv.....	8
6.2 Hvordan har vi løst problemer?.....	9
7. Læringseffekt.....	10
8. Potensiale på lang sikt.....	10
9. Energibruk/energipåvirkning og miljøpåvirkning.....	11
10. FinnmarksQuiz i media.....	11-12
11. Våre oppnådde resultater.....	12

1. Oppsummering

Navn: FinnmarksQuiz UB

Forretningside: Vår ungdomsbedrift har som mål å produsere og selge spillpakken FinnmarksQuiz. Dette er en spillpakke som vil inneholde en Quiz-kortstokk med spørsmål om Finnmark, samt en vanlig kortstokk.

Formål: FinnmarksQuiz skal være en morsom kilde til kunnskap om fylket, samtidig som det gir underholdning. Dette skjer via bruk av FinnmarksQuiz' sine spillkort. Vi kan garantere at du uansett vil sitte igjen med nyttig og interessant informasjon om Finnmark fylke. Vi skal også selge reklameplass på kortene i spillpakken.

Visjon: FinnmarksQuiz skal gi kunnskap og underholdning i én pakke.

Produktet vårt: Finnmarksquiz er en spillpakke som består av to kortstokker, der den ene er en Quiz-kortstokk med spørsmål om Finnmark, mens den andre er en ordinær kortstokk. Denne spillpakken eger seg for familier, vennegjenger, turister og elever/studenter. FinnmarksQuiz er en morsom og interessant kilde til kunnskap om Finnmark fylke, og er et spill som alle fra 13-14 år og oppover kan delta aktivt i.

Økonomiske nøkkeltall pr.17.03.11:

Salg av spillpakken:	8 600 kr.
Salg av profilering:	21 000 kr.
Produksjonskostnad og driftskostnader:	20 530 kr.
Resultat:	8 270 kr.

Bedriftens aktiviteter: Vi har laget en årsplan for våre aktiviteter. Planen strekker seg fra oktober til mai.

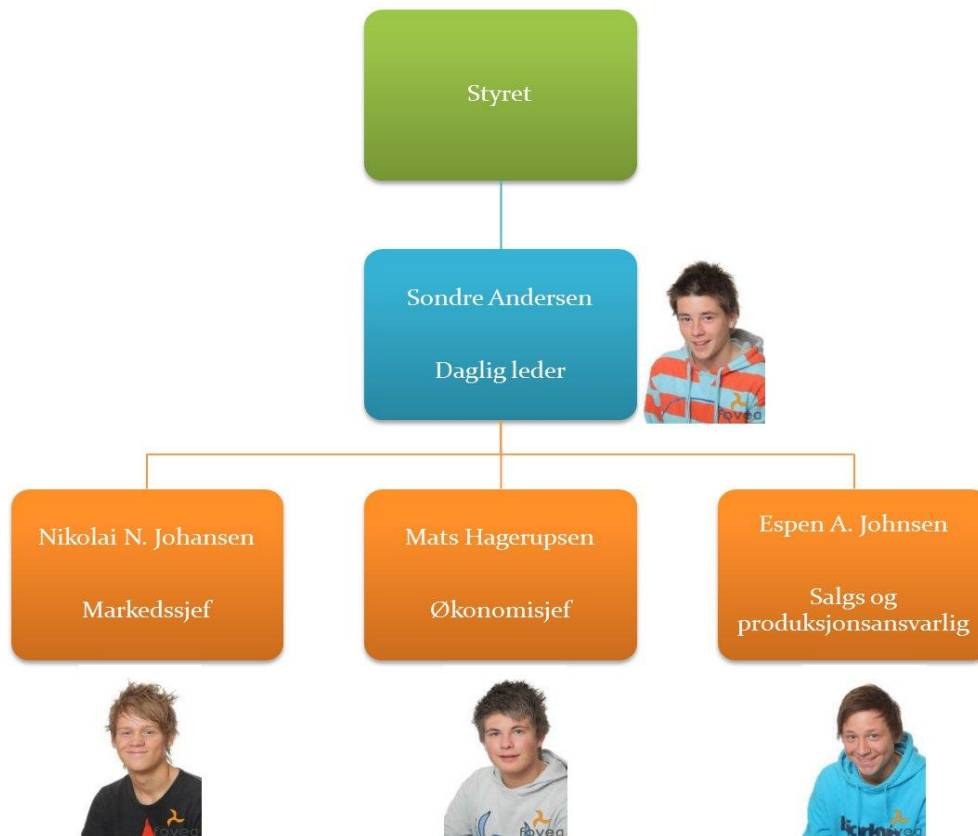
- I oktober skrev vi forretningsplanen for bedriften vår. Vi etablerte også FinnmarksQuiz UB, og registrerte oss hos både UE og i Brønnøysundregisteret.
- Vi opprettet nettside, med formål å bli sett av flest mulig
- Vi var også på Kick-off for Ungdomsbedrifter, og grundercamp.
- I november foretok vi en markedsundersøkelse på Amfi senteret og høyskolen i Alta, hvor vi hadde som mål å avdekke om produktet hadde et marked, og om hvor mye markedet ville betale for vårt produkt.
- Des., jan. og feb. skaffet vi oss samarb.partnere for å kunne finansiere prod.kostnadene av spillpakken vår.
- I januar gikk vi i gang med å få på plass alle spørsmålene til spillpakken, og videre kvalitetssikret vi disse og lagde svaralternativer til hvert spørsmål.
- Midt i feb. gikk vi i gang med produksjonen av vårt produkt, og vi startet også salget denne måneden.
- Mars var måneden da vi deltok på Fylkesmessa for ungdomsbedrifter i Finnmark. Her gjorde vi det meget bra, og vi vant både beste forretningsplan og Beste UB.
- April gikk med på å forberede seg til NM, samt at vi også ble invitert til FM for UB i Norrboten, Sverige
- Mai er måneden da vi pakker kofferten og setter oss på flyet til Oslo og Norgesmesterskapet for UB!

2. Daglig ledelse

Driften av FinnmarksQuiz UB har vært en krevende, men morsom prosess. Ettersom at flere ting skal gjøres, er det sjelden at en dag er lik den andre. I tiden der vi har drevet Ungdomsbedriften, har våre gjøremål blant annet vært møter med produsenten, møter med lokalt næringsliv og samarbeidspartnere, markedsføring via internett, salgsstander, spørreundersøkelser og opprettelse av konto i banken. Alt dette har gått relativt bra, men det kan være verdt å legge til at prosedyren med å få på plass nok samarbeidspartnere har vært en lang og krevende prosess. Likevel føler vi at vi har kommet ganske bra ut av det, ettersom vi har klart å få alle produksjonskostnadene dekket.

Etter at idéfasen var over og alle elevene hadde pekt seg ut en idé å jobbe videre med, fant hele klassen ut hvilke stillinger man trenger i en bedrift. Etter at bedriften FinnmarksQuiz UB var uformelt opprettet i klassen, la skolen til rette for at vi gikk igjennom en søknadsprosess – der vi søkte på de ulike stillingene og ble innkalt til jobbintervju. Intervjuene ble gjennomført med mentorer fra lokalt næringsliv og lærere ved skole. Etter at alle jobbintervjuene var gjennomført, var det vi fire som utgjorde FinnmarksQuiz UB.

2.1 Organisasjonskart



Styret i FinnmarksQuiz UB:

Styreleder: Mats Hagerupsen

Styremedlemmer: Sondre Andersen, Espen A. Johnsen og Nikolai N. Johansen.

2.2 Ansvarsområder

Sondre Andersen, Daglig leder:

Har ansvar for alt det administrative, og ser etter at alle de tre ansatte gjør jobben de er satt til. Han skal også ha en finger med i spillet innenfor alle de tre ansattes forskjellige arbeidsfelt/område, og vil dermed være med på å planlegge og gjennomføre alle ting som gjelder bedriften. Sondre er ansatt som daglig leder, da han er en ledertype som tar ansvar og holder orden i papirene. Han er også flink til å fordele arbeidsoppgaver og motivere de andre.

Mats Hagerupsen, Økonomisjef:

Ansvar for alt som angår bedriftens økonomi. Dette er alt fra budsjett, regnskap, dokumentere betalinger, dokumentere salg, og ha ansvar for bedriftens konto. Mats har disse oppgavene fordi han er interessert i tall og økonomi. Han er også ryddig, systematisk og har orden i papirene sine.

Nikolai N. Johansen, Markedsansvarlig:

Ansvar for promotering, det vil si markedsføre bedriften slik at potensielle kunder vet at vi finnes. Markedsansvarlig skal komme opp med flere løsninger på hvordan vi kan nå ut til vårt marked av kunder, for så å være ansvarlig for å gjennomføre disse tiltakene. Markedsansvarlig er også ansvarlig for å gjennomføre forskjellige markedsundersøkelser, skrive markedsstrategier og markeditiltak, og ha et stort fokus på å lage en markedsplan for bedriften vår. Nikolai ble ansatt som markedsjef på bakgrunn av hans gode ferdigheter til å markedsføre over internett. Da er spesielt facebook og hjemmesiden vår sentral.

Espen A. Johnsen, Produktansvarlig/Salgssjef:

Produktansvarlig/Salgssjef har ansvaret for at produktet vårt blir produsert slik vi vil, og at det ferdige produktet er slik vi har planlagt. Han har altså ansvaret for produktet vårt. Salgsmessig har han ansvaret for å skaffe kunder, og selge produktet på en generell basis til disse kundene. Espen er en utadvendt person, og klarer å skape en god kontakt med kundene. Han er troverdig og skaper lett gode relasjoner. Derfor er det naturlig at Espen er salgssjef.

2.3 Hvordan har vi arbeidet?

Vi har arbeidet mye med forretningsplanen og fremdriftsplanen vår. Disse har blitt strukturerte, noe som har gjort det slik at vi enkelt har kunnet satt oss arbeidsmål som enten strekker seg fra uke til uke, eller måned til måned. Enkelte perioder har vært mer stressende enn andre, og mange timer overtid har blitt lagt ned i arbeidet rundt FinnmarksQuiz UB.

Vi har hjulpet hverandre i perioder der noen har hatt mye å gjøre. Arbeidet har vært en veldig fin prosess, og ikke minst et veldig fint år, ettersom vi alle fire har vært venner i mange, mange år. Derfor er også gleden av å kunne gjøre en slik jobb som vi har gjort rundt FinnmarksQuiz sammen, veldig stor.

3 Produksjon

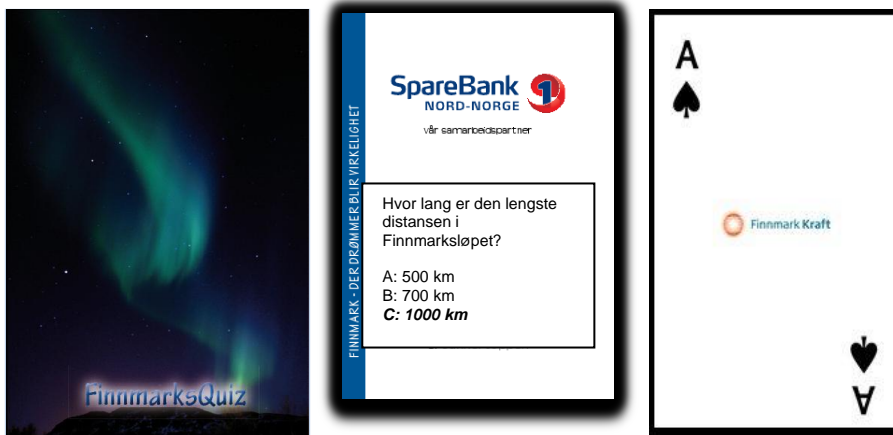
Vi har produsert FinnmarksQuiz spillpakke ved hjelp av en av våre største samarbeidspartnere, Bjørkmanns Trykkeri – som holder til i Alta. Dette trykkeriet har vi vært i dialog med siden oppstartsfasen, og de var også vårt førstevalg da vi drøftet mulige produksjonssteder. Dette er fordi at vi på forhånd visste at daglig leder på Bjørkmanns er meget positiv til Ungdomsbedrifter som metode for undervisning i skolen..

Bjørkmanns Trykkeri har produsert et opplag på totalt 200 spillpakker for oss. Denne produksjonen fant sted i midten av februar, og den var ferdig etter vel 1 uke. Vi har selv laget spørsmål, samt svaralternativer til alle Quiz-kortene i spillpakken. Alle spørsmål er også blitt kvalitetssikret av oss selv og en av våre mentorer, slik at vi unngår å ha spørsmål med et svar som er feil. På alle kortene i spillpakken har vi solgt inn logoer/reklameplasser til ulike bedrifter fra næringslivet. Disse er våre samarbeidspartnere, og har hjulpet oss i prosessen med å få FinnmarksQuiz til å bli en realitet.

I tillegg til Quiz-kortstokken, inneholder også spillpakken vår en vanlig kortstokk. Dette er ment som et alternativ til quizen. Dette er også grunnen til at vi kan kalle FinnmarksQuiz en spillpakke, ettersom den inneholder to typer kortstokker i samme pakke.

Prisen for en spillpakke er kr. 100, og derfor er FinnmarksQuiz et produkt som alle interesserte har råd til å anskaffe seg. Etter at hele opplaget av spillpakker var produsert, klargjorde vi spillpakken vår for salg. Dette gjorde vi ved å plastpakke kortstokkene, legge på alle etikettene på spilleskene, samt pakket ferdig de totale spillpakkene.

Bilder av hvordan kortene våre ser ut:



4 Salg og markedsføring

Markedsføringen av vår bedrift skjer på flere plattformer. De helt klart største plattformene våre når det gjelder markedsføring, er vår nettside og vår facebook-side.

På vår nettside kan kundene våre bestille FinnmarksQuiz, eller stille spørsmål hvis de har behov for dette. På facebook-siden har vi månedlige markedsføringstiltak, der vi prøver å få flest mulig personer informert om vårt produkt. I disse markedsføringstiltakene inviterer vi flere til å bli medlem i vår facebook gruppe, ved å sende ut invitasjoner og informasjon. Vi har også en konkurranse blant alle de som "liker" vår facebook-side, der vinneren vil få en gratis spillpakke.

Vi har også gjennomført to markedsundersøkelser, begge i november måned. Disse ga oss et svar på hva våre kunder var villig til å betale for produktet, som var 100 kroner pr. spillpakke, samt et svar på at det finnes et marked for vårt produkt.

Vi hadde salg av spillpakken på Fylkesmessa for UB den 8.-9. mars. I tillegg har vi gjort avtaler rundt salg av FinnmarksQuiz spillpakken med Radio Alta. Radiokanalen har kjøpt 10 spillpakker av oss, og disse vil bli brukt som premier i deres konkurranser. På den måten får vi også gratis reklame.

Flere har også vært tidlig ute og forhåndsbestilt, og tallet rundt forhåndsbestillinger er oppe i 40 spillpakker. Det totale antallet solgte spillpakker, medregnet forhåndsbestillingene, er pr. 17.03.11 oppe i 86 stk.

5 Bedriftens økonomi

5.1 Produktkalkyle

Priskalkyle spillpakke	Kr
Inntakskost for varene	18 300,00
Antall spillpakker	200
Inntakskost pr. spillpakke	91,50
Profileringsinntekter totalt	21 000,00
Antall spillpakker	200
Profileringsinntekter pr. spillpakke	105,00
Salgsinntekter pr. spillpakke	100,00
Profileringsinntekter pr. spillpakke	105,00
<hr/>	
Total inntekt pr. spillpakke	205,00
Total kostnad pr. spillpakke	91,50
<hr/>	
Fortjeneste pr. spillpakke	113,50

5.2 Regnskap, budsjett og balanse

	Regnskap pr. 17.03.11:	Totalt budsjett:
Driftsinntekter		
Salg	8 600 kr	20 000 kr
Kursbidrag	13 000 kr	13 000 kr
Profilering av samarbeidspartnere	21 000 kr	20 000 kr
Sum driftsinntekter	42 600 kr	53 000 kr
Driftsutgifter		
Kurskostnader og stiftelseskostnad	13 800 kr	13 000 kr
Produksjonskostnader og profileringskostnader	20 000 kr	20 000 kr
Kontorrekvisita	530 kr	500 kr
Sum driftskostnader	33 530 kr	33 500 kr
Årsresultat	8 270 kr	19 500 kr

Balanse pr. 17.03.11:

Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Bank	38 600 kr	UB kapital	800 kr
Kundefordringer	4 000 kr	Overskudd	8 270 kr
		Gjeld: Bjørkmanns	20 000 kr
		Gjeld: Kurs og Sondre/Espen	13 530 kr
Sum	42 600 kr	Sum	42 600 kr

I regnskapet har vi ikke beregnet med lønnskostnader. Dette er normalt en kostnad som selvsagt må være med, men ettersom dette er undervisning, velger vi og ikke belaste selskapet med lønnskostnader. Dette gjør vi ettersom at resultatet da ville ha blitt redusert.

6 Samarbeid med mentor og næringsliv

Tor Børge Lekang fra Bjørkmanns Trykkeri og Arnt Andersen fra Innovasjon Norge er våre mentorer. Vi har hatt et tett samarbeid og flere møter med disse, på det meste hele 3 ganger i måneden. Arnt hjelper oss med tips om mulige samarbeidsavtaler, råd som er bra for bedriften vår, samtidig som han gir oss konstruktiv kritikk på områder som vi kan forbedre oss på. Tor og Bjørkmanns Trykkeri skal som kjent produsere spillpakken for oss. Dermed er det også naturlig at Tor er den vi henvender oss til rundt produksjonsprosessen av FinnmarksQuiz spillpakken. Han har også hjulpet oss med designet av kortene, samt formatet på spørsmålene og hvordan layouten rundt profileringen av våre samarbeidspartnere skal se ut.

Vi har inngått **samarbeid med lokalt næringsliv**, og dette er samarbeidspartnerne vi har:

- Sparebank 1 Nord-Norge
- PVJ Trafikkskole
- Finnmark Kraft
- Byggmester Bengt Andersen AS
- T. K Motor AS
- Kreativ Frisør Alta
- Elektro AS
- Alta Kraftlag AL
- Nornett AS
- Tverrelvdalens slektshistorie
- Alta næringsforening
- Dressmann
- Finnmark Dagblad



I de ulike samarbeidsavtalene vi inngår med lokalt næringslivet, tilbyr vi de forskjellige samarbeidspartnerne profilering på kortene i FinnmarksQuiz spillpakken. Til gjengjeld støtter de oss med et økonomisk bidrag. Dressmann har gitt oss støtte i form av arbeidsantrekkene vi bruker i offisielle sammenhenger.

6.2 Hvordan har vi løst utfordringer?

Når det gjelder utfordringer vi har hatt, har vi løst disse med å ha flere møter sammen med våre to mentorer. På disse møtene har vi diskutert flere løsninger, og vi har også drøftet veien videre. Vi har testet ut flere løsninger på tidspunkt der vi har stoppet litt opp og spurt oss selv: "hva gjør vi nå?". Etersom vi har gjort dette med å prøve ut flere løsninger rundt et problem som har oppstått, har vi bedre kunnet se hvilke løsninger som passer best, og hvilke løsninger som gjør det slik at vi har kunnet arbeidet videre uten problemer eller usikkerhet.

7 Læringseffekt

Å starte med en Ungdomsbedrift er noe helt nytt for oss. Vi har erfart at det er en lærerik, morsom og spennende prosess. Vi er kommet i kontakt med flere bedrifter som vi har forhandlet fram flere samarbeidsavtaler med. Ut av dette lærer vi også litt om hvordan det fungerer i det virkelige arbeidslivet. Samarbeidet med næringslivet har vært en meget spennende del av prosessen med det å drive en Ungdomsbedrift, noe som vi er glade for at vi kan få holde på med og erfare. Vi har fått verdifull erfaring og et lite nettverk i næringslivet, som vi tar med oss videre.

Vi hadde tidligere hørt om Ungdomsbedrifter som har hatt lyst til å utvikle et produkt likt vårt eget, og vi fant inspirasjon i at vi kunne være de første som hadde klart å realisere et slikt prosjekt. Derfor tok vi fatt på FinnmarksQuiz spillpakken, og med Beste UB på fylkesmessa som mål. Det målet klarte vi, og vi er nå klare for Norgesmesterskapet for Ungdomsbedrifter 5.-6. mai. Vi har med dette lært at hvis man setter seg et mål og jobber strukturert og målrettet, er det fullt mulig å skape et produkt som FinnmarksQuiz.

Underveis har vi samarbeidet veldig bra, og delegert oppgaver ut i fra arbeidsområder som planlagt på forhånd. Møtene våre har hatt, har fungert som arbeidsmøter hvor vi bl.a. har planlagt uken eller måneden som vi har framfor oss. Enkelte perioder har kanskje motivasjonen blant enkelte i bedriften vært litt mindre enn ellers, men likevel har alle stått på og gjort sin jobb og fulgt fremdriftsplanen til bedriften. Vi har lært viktigheten av samarbeid og et stort og velfungerende nettverk. Siden vi hadde klare og definerte roller innad bedriften, har det også lært oss viktigheten av det å hjelpe andre på andre områder enn ditt eget – og ikke bare jobbe ene og alene.

Vi har også lært viktigheten av det å ha et marked. Har du ikke et marked for produktet ditt, vil ikke bedriften klare å overleve.

8 Potensiale på lang sikt

Vår Ungdomsbedrift, FinnmarksQuiz UB, anser vi som en potensiell bedrift i Finnmark i fremtiden, i og med at det er et eget spill basert på spørsmål fra hele fylket. Vi ser at det er et behov for produktet vårt, også etter at UB' året er ferdig. Dette året produserer vi imidlertid kun et fåtall spillpakker på grunn av en litt krevende økonomi, men vi er helt sikker på at det likevel kommer til å bli en knallsuksess. Den påstanden føler vi at vi støtter oss på med god samvittighet, ettersom at markedsanalysen vi hadde i høst ga et meget positivt resultat, og på alle forhåndsbestillingene av produktet.

Etter skoleåret legger vi FinnmarksQuiz UB ned, ettersom dette er en del av den totale prosessen med det å drive en Ungdomsbedrift i løpet av ett skoleår. Konseptet kan også videreutvikles til andre plattformer. Når vi sier andre plattformer, mener vi for eksempel brettspill eller elektronisk. En app på mobiltelefoner kan også være en mulighet for den videre utviklingen av FinnmarksQuiz.

FinnmarksQuiz er et kunnskapsspill. Derfor har det også potensialet for å kunne videreutvikles til å brukes i studie og skolesammenheng. Elever eller studenter ved ungdomsskoler, videregående skoler eller høyskoler kan bruke kunnskapen fra et enda mere utviklet FinnmarksQuiz-spill til å lære om Finnmark, Finnmarks historie, Finnmarks geografi og Finnmarks næringsliv. Konseptet med et kunnskapsspill om eget fylke, kan også tas i bruk av andre fylker. Disse kan også brukes i skole og studiesammenheng, slik at skoleungdommen i Norge kan få en bedre kunnskap om ikke bare eget fylke, men også de andre fylkene som vi har i Norge.

9 Energibruk/energipåvirkning og miljøpåvirkning

Bjørkmanns Trykkeri produserer Svanemerkede produkter. Dermed er også vårt produkt innenfor denne kategorien. Slik forsikrer vi oss om at produktet vårt er med på å begrense skader på miljøet. Dette har også vært viktig for oss, og vi er glade for at Bjørkmanns Trykkeri har kunnet levere et produkt som er fremstilt i en Svanemerket prosess.

10 FinnmarksQuiz i media:

Vi har vært på direktesendt radio på morgensendingen til NRK P1, under fylkesmessa i Finnmark 2011. Her gjorde vi et kjapt intervju, der vi presenterte vårt produkt og fortalte om vår personlige erfaring fra dagene på fylkesmessa. Vi har også vært på den lokale radioen, Radio Alta, også dette under fylkesmessa. TV Nord, som er den lokale TV kanalen i Finnmark, intervjuet oss etter at vi vant fylkesmessa, og her gjorde vi også en presentasjon av oss selv og vårt produkt. I tillegg til dette, har vi vært i Finnmark Dagblad, og Altas lokale avis Altaposten. To bilder fra førstesidesaken om oss i Altaposten kan sees på de neste sidene.



Fylkets beste lederemne



I tillegg til å være med på vinnerlaget ble Sondre Andersen fra Finnmarksquiz trukket spesifikt fram under fylkesmessa onsdag. Han er ifølge juryen den som har fungert best som leder, og belønnes med Oslo-tur hvor han skal få være med en topplerer i én dag.

– Det blir spennende å se hvem jeg skal få lov til å følge! Uansett var det gøy å få denne oppmerksomheten, sier Andersen.

Etter konkurransen fikk Sondre gratulasjoner fra blant andre pappa Arnt Øystein Andersen (bildet).

11 Våre oppnådde resultater

- Pro Barentsprisen for Beste UB, fylkesmessa i Finnmark
- VarrangerKraft-prisen for beste forretningsplan, fylkesmessa i Finnmark
- Vår daglig leder, Sondre Andersen, vant “leder for en dag”, fylkesmessa i Finnmark
- Utvalgt til å representere Alta under den svenske fylkesmessa i Norrboten, Sverige.