

# PRESENTASJON AV BACHELOROPPGAVE

Forretningsplanen- **Unødvendig bruk av tid eller et nødvendig strategiverktøy for å finne et marked og oppnå profitt?**

Denne bacheloroppgaven er skrevet av Hege Annette Olstad og Pål Bjarne Fossmo. Vår veileder i denne oppgaven er, Xiaomeng Su, ved Norges Teknisk naturvitenskapelige Universitet

## 1. Problemstilling

Våren 2016 etablerte vi med bakgrunn i egne erfaringer på jakt, foretaket Jaktlykke. Forretningsideen til Jaktlykke er å produsere og selge et avtakbart grep som fungerer som et ekstra grep til hagle, beregnet på småviltjakt. På jakt må man gå med våpenet i kontinuerlig beredskap, noe som resulterer i stive og ømme håndledd og er lite fordelaktig for hurtig presisjonsskyting. Med dette som bakgrunn har vi laget og testet et ekstra grep for jaktvåpenet hagle, som vi har kalt Jaktgrep. Produktet er ment å redusere belastningen på håndleddet og samtidig bedre treffpresisjonen under skyting. Dette tar oss til vår hovedproblemstilling:

**«Finnes det et marked for et slikt produkt og kan det gi profitt?»**

Om det finnes et marked og om det kan gi profitt, er noe av det man får svar på gjennom en forretningsplan. Det er flere aktører som tilbyr ferdige oppsett og maler for utarbeidelse av en forretningsplan. Når vi søker med norsk beskrivelse, *forretningsplan mal*, på [www.google.com](http://www.google.com) får vi 17 100 treff. Vi ser her at det er en stor variasjon blant forfatterne, i forhold til hva forretningsplanen bør inneholde. Utfordringen blir å undersøke om det teoretiske aspektet kan omsettes i praktisk nytteverdi, og tar oss dermed til vår delproblemstilling:

**«Er utvikling av forretningsmodell og forretningsplan ved etablering av en virksomhet viktig og hvordan skal de utvikles?»**

Problemstillingen og oppgaven generelt, har som formål å utvikle og planlegge strategiske valg tidlig i etableringsfasen av vår organisasjon Jaktlykke. Hovedformålet med oppgaven er å styrke mulighetene for at selskapet skal etablere seg i markedet og skape profitt. I tillegg ønsker vi å forbedre vår kompetanse, i forhold til hvordan optimal strategiutvikling bør utøves i praksis. Oppgaven retter seg mot det norske markedet, og selvstendig empiri baserer seg på data fra undersøkelser gjennomført blant jegere, jaktrelaterte magasiner og distributører

## 2.1 Metode

I vår oppgaveløsning har vi valgt å benytte oss av kvantitative og kvalitative undersøkelser. Vi har benyttet tester med få deltagere og spørreundersøkelser, med mange respondenter. I forhold til datainnsamling har vi benyttet publisert materiale, faglitteratur, og diverse informasjonsarrangementer gjennomført av Innovasjon Norge. Her har vi benyttet både primærdata og sekundærdata:

### **Primærdata vi har benytte oss av:**

- Spørreundersøkelser rettet mot personer relatert til småviltjakt for å kartlegge om det finnes bestemte kjøpskriterier, og om produktet kan gi verdi.
- Observere jegere på småviltjakt for å se hvordan de benytter jaktvåpenet.
- Tester for å kartlegg nytteverdi.
- Interne workshops og analyser.

### **Sekundærdata vi har benytte oss av:**

- Gjennomgang av statistikker
- Litteraturgjennomgang

En kvantitativ tilnærming med gitte svaralternativer, vil utelukkende gi svar på interesse, hvor mange og hvem. Vi har ikke foretatt rene dybdeintervjuer da disse blir for personalisert i forhold til vårt behov. De kvalitative undersøkelsene, er ment å gi konkrete svar på hyppighet av forbedringspotensialet, samt mulig kvotering av kjøp. Den kvantitative informasjonsinnhenting, vil derfor være nyttig for å beskrive omfang og størrelser av marked. Tabellen under viser oppsummert hvilke metoder vi har benyttet i denne oppgaven.

Data et	Hensikt	Primær/sekundær	Kvantitativ/ Kvalitativ
Spørreundersøkelse	Undersøke interesse for jaktgrepet i markedet	Primær	Kvantitativ
Produkttest av praktisk bruk av jaktgrep	Observere hvordan deltager benytter Jaktgrepet, og om denne virker fornøyd med produktet	Primær	Kvalitativ
Undersøke jaktgrepets nytteverdi	Kartlegge forskjeller ved skytepresisjon, med og uten jaktgrepet	Primær	Kvalitativ
Interne workshops og analyser	Analysere undersøkelser for å få et helhetlig bilde av informasjonen	Primær	Kvalitativ
Gjennomgang litteratur	Begrunne hensikt med forretningsplan og hensiktsmessig utvikling av denne	Sekundær	Kvalitativ
Gjennomgang av statistikker	Undersøke størrelse av potensielt marked for produktet	Sekundær	Kvantitativ

## 2. Resultat hovedproblemstilling

I forretningsmodellen og forretningsplanen, har vi gjennomført en rekke undersøkelser for å skaffe informasjon om hvorvidt produktet har noen framtid i markedet. De mest sentrale funnene er knyttet til marked, kundesegment og økonomi:

Totalmarkedet i Norge er funnet ved å se på statistikk fra Statistisk Sentralbyrå over antall småviltjegere i perioden 2014/2015. Her ser vi at antall småviltjegere, utgjør et totalmarked på 137 410 personer. Vi har foretatt produkttester av Jaktgrepet for å undersøke hvilken nytteverdi produktet gir målgruppen. Vår påstand er at Jaktgrepet reduserer belastningen på håndleddet, og forbedrer treffpresisjonen for jegeren ved skyting. Produkttesten ble gjennomført ved at testpanelet, bestående av ti personer, først skjøt en serie på 25 skudd med tradisjonelt håndgrep, altså *uten* jaktgrepet på hagsleskjeftet. Deretter skjøt de en serie på 25 skudd *med* jaktgrepet. Produkttesten viste at åtte av ti personer mente at jaktgrepet reduserte belastningen på håndleddet. I forhold til treffpresisjon ser vi at bruk av Jaktgrep under skyting, førte til en vesentlig forbedring. Deltakerne traff i snitt blink med 60% av skuddene uten Jaktgrepet, mens dette snittet økte til 75% da deltakerne skjøt med

Jaktgrepet. Resultatet av testen viser en forbedring av treffpresisjon med 25,67 prosent. Med en slik forbedring, både når det kommer til belastning av håndledd og treffpresisjon, antar vi at dette er et produkt som lar seg omsette på i et markedssegment som er rettet mot jegere. Gjennom en spørreundersøkelse på sosiale medier rettet mot jaktrelaterte grupper og foreninger, finner vi at det er stor interesse for produktet. Undersøkelsen viser at nærmere 70% vill kjøpt produktet, dersom det var tilgjengelig på markedet. Resultatet av denne undersøkelsen viser i stor grad at et slikt produkt er et reelt verditilbud til markedet, noe som i sin tur vil gi profitt for virksomheten.

### 2.1 Lønnsomhetsvurdering og finansiering

Produktet finnes ikke på markedet fra før, så den totale markedsandelen vil teoretisk sett være alle jegere. Vi har bestemt at vi vil bruke distributører for å selge Jaktgrepet til markedet. Gjennom en avtale med distributørene vil disse betale oss 250,- Kroner per enhet, og selge Jaktgrepet videre til markedet for 500,-Kroner.

Markedsundersøkelser viser at målgruppen mener 500,- Kroner er en akseptabel pris for produktet. Ved å se på budsjetterte kostnader og salgsinntekt, som er basert på virksomhetens nøkkeltall, i en oppstartsperiode, ser vi at Jaktlykke sitter igjen med en fortjeneste på kr. 5 559 000,-. Når vi tar med disse tallene videre til resultatbudsjettet ser vi at virksomheten sitter igjen med kr. 5 18 216 det første året, kr. 3 304 216 det andre året og kr. 3 299 261 det tredje året. Over en tre års periode viser dekningsgraden at virksomheten sitter igjen med 83 prosent av salgsinntekten og likviditetsbudsjett viser at vi har penger nok til de aktiviteter som er planlagt. Beregningene viser samlet at vi med en oppstarts støtte på kr 65 000,- vil vi være i stand til å iverksette prosjektet uten videre finansiering.

Samlet ser vi at det i stor grad finnes et marked for dette produktet og at dersom våre antagelser i forretningsplanen stemmer vil dette kunne gi profitt.

## 3. Resultat delproblemstilling

Gjennom vårt foretak Jaktlykke, har vi som målsetting å etablere oss i markedet med vårt produkt Jaktgrep. Vi ser derfor behovet for å finne ut om det finnes et marked for produktet, og om dette er tilstrekkelig til at vi kan tjene penger på det. For å kunne finne ut dette, ser vi at det å utvikle en forretningsmodell og en forretningsplan, i stor grad er anbefalt. «Men hvor viktig er utviklingen av disse ved etablering av et foretak, og hvordan skal de i så fall utvikles?» Forretningsmodellen defineres som et sett av planlagte aktiviteter, designet for å resultere i profitt i markedet. Forretningsplanen er en konkretisering av forretningsmodellen. Vi antar at ved å utvikle en forretningsmodell og en forretningsplan, vil man ha bedre sjanser til å oppnå sine målsettinger, enn uten. Det er imidlertid en bred variasjon i litteraturen når det kommer til hvordan man utvikler disse. I forhold til forretningsmodellen, så vil denne variere i innhold ut fra hvilken type virksomhet det er, og aktiviteter den fører med seg. Vi har funnet at for vår type virksomhet vil

forretningsmodellen Business Model Canvas av Alexander Osterwalder og Pigneur være en svært relevant modell. Når det gjelder vår forretningsplan, er denne et resultat av flere tilnærminger vi har tilegnet oss gjennom diverse litteratur.

### Konklusjon delproblemstilling

Det teoretiske fagstoffet tyder på at det er hensiktsmessig å ha en forretningsmodell som et utgangspunkt, ved etablering av foretak. Vi erfarer at forretningsmodellen har praktisk relevans, da vi har benyttet den som en oversikt over hva som skal gjøres, og hvem som skal gjøre hva i Jaktlykke. Som et neste ledd i etableringen av foretaket, foreslår fagmiljøet å utvikle en forretningsplan. Vår erfaring er at forretningsplanen har bidratt til at vi har gjennomført aktiviteter i en hensiktsmessig rekkefølge. Vi antar derfor at vi har unngått å trekke konklusjoner og ta beslutninger, basert på feil grunnlag eller manglende forarbeid. Det er dermed blitt innlysende for oss, at man behøver både en forretningsmodell og en forretningsplan, for å lykkes i etableringen av et foretak. Vi konkluderer med at forretningsmodellen og forretningsplanen, er viktige og velegnede verktøy til dette formålet.

## 4. Videre arbeid

For selve bacheloroppgaven er det svært lite som står igjen. Vi har arbeidet mye med denne Oppgaven, da vi i tillegg utvikler produktet ved siden av den tekstlige i form av bacheloroppgaven. Vi har laget prototype og gått inne avtaler med produsenter. Per dags dato er prototypen til vurdering hos en av våre produsenter og vi venter på nærmere beskrivelse fra disse knyttet til de praktiske spørsmålene i forhold til produksjonen. I tillegg har vi en søknad hos Innovasjon Norge som vi venter svar på. Etableringstilskuddet vi har søkt om, er av begrenset størrelse, men vi mener vi vil greie å få produktet ut markedet uten dette tilskuddet. Vi velger å avvente situasjonen før vi eventuelt vurderer å skaffe andre investorer. For videre arbeid med Jaktgrepet, mener vi at markedsundersøkelser for å kartlegge eventuell internasjonal interesse for produktet, er interessant. Dersom vi velger å henvende oss mot et globalt marked, innser vi at vi trenger mer kapital for å gjennomføre grundige markedsanalyser. Vi vil med dette være avhengig av å knytte oss til flere investorer, og på den måten forplikte oss å dele et eventuelt overskudd med flere interessenter. Til tross for dette, anser vi det som en god investering for å introdusere Jaktlykke i ett globalt marked. Dersom markedsundersøkelsene hadde påvist en internasjonal interesse for jaktgrepet, ville inntjeningspotensialet kanskje blitt mangedoblet i forhold til våre opprinnelige estimater.



