

LØYSINGSFORSLAG – Test deg sjølv – ETABLERING

Læreboka side 67	1
Læreboka side 93	2
Læreboka side 100	3
Læreboka side 106	3
Læreboka side 116	4
Læreboka side 124	5
Læreboka side 145	5

Læreboka side 67

1 Kva er ei marknadsvurdering?

Ei marknadsvurdering gir oss svar på kven som er kundane våre og kvar dei er.

2 Kva er ein situasjonsanalyse?

Ein *situasjonsanalyse* er ei systematisk registrering og analyse av interne og eksterne faktorar for å kunne seie noko om marknadssituasjonen i forhold til ei gitt etablering. I første omgang er det snakk om å kartlegge moglegheiter og truslar i marknaden og eigne sterke og svake sider.

3 Kva meiner vi med primærdata i ei marknadsundersøking?

Med *primærdata* i ei marknadsundersøking meiner vi unik informasjon om marknaden – informasjon som ingen andre har.

4 Kva er sekundærdata i ei marknadsundersøking?

Med *sekundærdata* i ei marknadsundersøking meiner vi informasjon om marknaden som du kan få tilgang til via bransjestatistikk, offentleg statistikk, rapportar og utgreiingar.

5 Kva fordelar har ei feltundersøking?

Sidan ei feltundersøking går ut på å samle inn primærdata, gir ei slik undersøking informasjon om marknaden som ingen andre har tilgang til. Fordelen med ei feltundersøking er med andre ord at ho gir tilgang til aktuelle og oppdaterte data om marknaden.

6 Kva fordelar har ei skrivebordsundersøking?

Sidan ei skrivebordsundersøking byggjer på sekundærdata, er det enkelt å skaffe seg slik informasjon gjennom bransjestatistikk, offentleg statistikk, rapportar og utgreiingar. Fordelen med skrivebordsundersøkingar er at informasjonen er lett tilgjengeleg, at du kan få raske svar og at metoden er billig.

Læreboka side 93

1 Kva er ein marknadsføringsplan?

Ein marknadsplan seier kva for produkt og marknader ein bør satse på og kva for konkurransemiddel ein bør bruke. Han er ei naturleg oppfølging av situasjonsanalysen og marknadsundersøkinga.

2 Korleis bør ein formulere marknadsmåla?

Marknads mål gir uttrykk for kva ein ønskjer å oppnå med ei etablering. Dess meir konkrete måla er, dess betre utgangspunkt har ein når ein skal planleggje konkurransemidla for å nå måla. Somme deler måla inn i overordna mål og delmål for å få betre oversikt. I tillegg til dei overordna måla bør bedrifta også ha eigne mål for marknadsføringsaktivitetane. Slike mål viser kva bedrifta ser av moglegheiter i marknaden. Måla bør utformast konkret som marknadsdelar i prosent, salsvolum i kroner og prosent eller fortjeneste i kroner eller i prosent.

3 Kva element står sentralt i marknadsstrategien?

Marknadsstrategien beskriv dei konkurransemidla ei bedrift vil bruke for å nå måla sine. Konkurransemidla pris, produkt, distribusjon og påverknad står derfor sentralt i marknadsstrategien.

4 Kvifor er prisen eit farleg konkurransemiddel?

Pris er eit farleg konkurransemiddel fordi bedrifta kan gå med tap viss prisen blir sett for lågt, og fordi kundane vil handle hos konkurrentane viss prisen blir for høg.

5 Kva meiner vi med det utvida produktet i marknadsføring?

Omgrepet «det utvida produktet» beskriv at kjøparen oppfattar produktet som noko meir enn sjølve den konkrete vara – i kjerneproduktet. Det betyr at moment som kundebehandling, service, pålitelegheit, leveringstryggleik, opplæring og garanti er ytingar som kjem i tillegg til sjølve kjerneproduktet.

6 Kva meiner vi med plass som konkurransemiddel i marknadsføring?

Med *plass eller distribusjon* som konkurransemiddel meiner vi alt som skjer for å få produktet frå produsenten fram til den endelege kjøparen.

7 Kva stadium snakkar vi om i livsløpet for eit produkt?

Dei fleste produkta har ei avgrensa levetid. Vi snakkar derfor om livssyklusen til eit produkt fordi omsetning og fortjeneste varierer i takt med denne syklusen. Etter at eit produkt er lansert, skil vi mellom desse fire stadia i eit livsløp: Introduksjonsstadiet, vekststadiet, modningsstadiet og tilbakegang eller ny vekst.

Læreboka side 100**1 Kva er eit enkeltpersonføretak?**

Eit enkeltpersonføretak har éin eigar som har personleg ansvar for all gjeld. Skulle det gå gale for eit enkeltpersonføretak, er eigaren ansvarleg for firmagjelda, også med sine private eigedelar.

2 Kva ulemper har eit enkeltpersonføretak?

Dei mest openberre ulempene ved å etablere eit enkeltpersonføretak ligg i at eigaren har uavgrensa ansvar. Skulle det gå gale for eit enkeltpersonføretak, er eigaren ansvarleg for firmagjelda, også med sine private eigedelar. Vidare må eigaren bere eventuelle tap. Ein eigar disponerer normalt ei avgrensa mengd kapital.

3 Kva er eit ansvarleg selskap?

Eit *ansvarleg selskap* har to eller fleire eigarar som for felles rekning og risiko driv økonomisk verksemd. Eigarane har saman eit uavgrensa ansvar for gjelda i verksemda. Ansvarer er solidarisk – éin for alle og alle for éin. Eigarane må sjølv gjere opp seg imellom, men dei kan ha avtalt delt ansvar.

4 Kva fordelar ligg det i denne føretaksforma?

Ein fordel er at fleire eigarar gir meir samla kompetanse. Vidare gir fleire eigarar normalt tilgang til meir kapital. Fleire eigarar gir vidare risikospreiing. Ein treng ikkje bruke all kapitalen på å etablere eiga bedrift.

5 Kva er eit aksjeselskap?

Eit aksjeselskap kan stiftast av ein eller flere aksjonærar, og ingen aksjonær har ansvar for gjelda i selskapet utover aksjeinnskottet. Eit slikt selskap må ha ein minste aksjekapital på kr 100 000.

6 Kva kan årsaka vere til at aksjeselskapet er den mest brukte føretaksforma?

Årsaker til at aksjeselskapet er ei populær selskapsform er: Ansvarer er avgrensa til aksjeinnskottet. Det er lettare å skaffe eigenkapital. Ryddigare økonomiske forhold mellom eigar/eigarar og bedrift.

Læreboka side 106**1 Kva meiner vi med anleggsmidlar?**

Anleggsmidlar er eigedelar som er bestemte til varig eige og bruk, slik som maskinar, utstyr og inventar.

2 Kva meiner vi med omløpsmidlar?

Omløpsmidlar er eigedelar som høyrer til varekrinsløpet, slik som varelager, kundefordringar og likvidar – bankinnskott og kontantar.

3 Kvifor treng ei bedrift kapital til kundefordringar?

Ei bedrift treng kapital til kundefordringar fordi ho ofte må gi rabattar eller kreditt (utsetjing med betalinga for eksempel i 30 dagar).

4 Kvifor treng ei bedrift eit varelager?

Ei bedrift treng varelager fordi det tek tid å hente inn varer frå leverandørar, og fordi ein kan miste kundar til konkurrentane ved å vere utseld.

5 Korleis påverkar kreditt til kundar kapitalbehovet?

Kreditt til kundar påverkar kapitalbehovet på den måten at bedrifta må vente med å få betaling for varene. I denne ventetida må bedrifta skaffe seg kapital til ho får vara betalt.

Læreboka side 116

1 Kva meiner vi med å finansiere?

Å finansiere tyder her å skaffe pengar til å kjøpe anleggsmidlar og omløpsmidlar i ei bedrift.

2 Kvar kan vi skaffe pengar til ei etablering?

Det er vanleg å skilje mellom desse kapitalkjeldene: eigenkapital, lånekapital og offentlege tilskot.

3 Kva meiner vi med eigenkapital?

Eigenkapitalen er den delen av kapitalbehovet som eigaren eller eigarane kan tilføre bedrifta. Eigarane må vise at dei tek sin del av risikoen ved ei nyetablering.

4 Kva bør eigenkapitalen utgjere av kapitalbehovet?

Ei sunn finansiering tilseier at eigenkapitalen bør utgjere minst 35 % av kapitalbehovet.

5 Kva meiner vi med langsiktig gjeld?

Langsiktig gjeld er eit lån som skal betalast tilbake om *meir enn eitt år* slik som gjeldsbrevlån og pantelån. *Gjeldsbrevlån* har ei nedbetalingstid frå tre til ti år. For *pantelån* er nedbetalingstida frå ti til tjue år.

6 Kva meiner vi med langsiktig kapital?

Med *langsiktig kapital* meiner vi eigenkapital og langsiktig gjeld som gjeldsbrevlån og pantegjeld.

Eigenkapitalen er ei langsiktig finansieringskjelde fordi han i prinsippet er plassert i bedrifta på ubestemt tid. Eigarane har i prinsippet ikkje krav på å få kapitalinnskotet tilbakebetalt.

7 Kva er kortsiktig gjeld?

Kortsiktig gjeld er lån som forfell til betaling *innan eitt år*. Den kortsiktige kapitalen skal som hovudregel finansiere omløpsmidlane i bedrifta – dei eignedelane som høyrer til varekrinsløpet, som varelager, kundefordringar og likvidar. Typiske eksempel på kortsiktig gjeld er leverandørgjeld og kassekreditt.

Læreboka side 124

1 Kva er variable kostnader?

Variable kostnader varierer med salet, og det er i hovudsak vareforbruket i ei varehandelsbedrift som utgjer desse kostnadene .

2 Kva er faste kostnader?

Faste kostnader er uavhengige av salet, og dei er like store sjølv om forretninga har stort eller lite sal.

3 Kva er ein driftsplan?

Ein *driftsplan* viser forventet sal og forventet kostnader for drifta av ei handelsbedrift.

4 Kva er dekningsbidrag?

Dekningsbidrag er differansen mellom salsinntekta og variable kostnader.

5 Kva er dekningsgrad?

Dekningsgraden seier kor mykje av salsinntekta som er igjen til å dekkje dei faste kostnadene.

6 Kva er risikomargin?

Risikomarginen i kroner og einingar viser kor mykje salet kan svikte før ein når dekningspunktet. Er risikomarginen negativ, viser han kor mykje salet må aukast for at bedrifta skal nå dekningspunktet.

Læreboka side 145

1 Kva omsyn ligg bak plikta til å registrere eit føretaksnamn?

Sidan eit føretak inngår avtalar med tilsette, leverandørar, bankar, forsikringsselskap, kundar og det offentlege, er det behov for reglar som seier om desse rettane og pliktene er knytte til føretaket eller eigaren eller eigarane. Behovet for openheit og klarheit i desse spørsmåla er løyst gjennom den lovregulerte registreringsplikta.

2 Nemn nokre lovreglar som er sentrale i etableringsfasen.

Føretaksregisterloven

Plikta til å registrere eit føretak, står i føretaksregisterloven (1985). Med få unntak er alle bedrifter som driv økonomisk verksemd, pålagde registreringsplikt i Føretaksregisteret i Brønnøysund.

Føretaksnamnloven

Føretaksnamnloven (1988) regulerer rettsforholda både for føretaksnamn og for sekundære forretningskjenneteikn som logo. Både for føretaksnamn og for logo er det visse minimumskrav for å oppnå rettsvern.

3 Kva er ein firmaattest, og kva krav blir stilte til eit føretaksnamn?

Registreringa i Føretaksregisteret gir einerett og rett til *firmaattest*. Det tyder at namnet på bedrifta er verna for det formålet verksemda har.

Det er forskjellige krav tilføretaksnamn avhengig av selskapsform

Føretaksnamnet til eit *enkelpersonføretak* skal som eit minimum innehalde *slektsnamnet* til innehavaren som både rettane og pliktene er knytte til.

Det offisielle namnet til eit *ansvarleg selskap* der to eller fleire personar driver ei bedrift for felles rekning og risiko, skal innehalde orda ansvarleg selskap eller forkortinga ANS. Rettane og pliktene er her knytte til dei ansvarlege personane.

Føretaksnamnet for eit *privat aksjeselskap* skal innehalde ordet aksjeselskap eller forkortinga AS. Her er rettane og pliktene knytte til sjølve selskapet og ikkje til eigaren eller eigarane.

4 Kor stor årsumsetning må ei bedrift ha for å vere registreringspliktig i meirverdiavgiftsmanntalet?

Ein næringsdrivande blir avgiftspliktig når omsetninga av avgiftspliktige varer og tenester er meir enn 50 000 kroner i ein 12-månadersperiode. Du skal altså leggje til MVA på (heile) den første fakturaen som går over grensa. Velgjerande og allmennyttige organisasjonar skal ikkje registrere seg før avgiftspliktig omsetning har passert 140 000 kroner.