

SunShine UF 2010
Tranemo Gymnasieskola

Rådgivare:
Tommy Peterson
Mathias Bång



Innehållsförteckning

Om företaget	2
Affärsidé	3
Målsättning	3
Marknad	3
Produkt	4
SWOT-analys	5
Marknadsföring	6
Finansiering	6
Konkurrens	6
Kunden	7
Tidsplan	8
Likviditetsbudget	9
Resultatbudget	10



SunShine UF – smart energy for smart people

SunShine UF drivs av fem killar som går sitt sista år på samhällsprogrammet med inriktning ekonomi på Tranemo Gymnasieskola. I en del av kursen företagsekonomi ingår Ung Företagsamhet, eller UF som det kallas, och det är just vad detta är.

Vi började med flera idéer som både var bra och dåliga, men kom tillslut fram till att sälja en portabel solcellsladdare som ska fungera till alla bärbara tekniska prylar man har i hemmet. Solcellsladdare är en produkt som idag finns på marknaden, men inte riktigt har lyckats etablera sig än. Det är det vi vill ändra på!

Företagsnamn: SunShine UF
Adress: Medborgarplatsen
Postadress: 514 80 Tranemo
Telefon: +4676 87 99 550
Webbsida: <http://www.sunshineuf.se>
E-mail: sunshine.uf@hotmail.com

Grundat: September 2010
Antal anställda: 5

VD



Viktor Eriksson

Viktor är en typisk ledare. Han är bra på att få alla att jobba åt rätt håll och håller humöret uppe.

Ekonomi



Daniel Rylander

Daniel kan sin sak när det gäller ekonomin. Han har alltid koll på saker som händer i företaget.

Inköp



Tobias Alström

Tobias har goda språkegenskaper, och kan därmed hålla kontakt med våra leverantörer.

Marknad



Alexander Erlandsson

Utan Alexander hade allting blivit lite fulare. Han är duktig på design och layout.

Försäljning



Oliver Johansson

Oliver är en person med ansiktet utåt. Han är vår självklara försäljare, både kreativ och snabbtänkt.

Affärsidé

SunShine UF erbjuder solcellsladdare av kvalité som är kompatibla med mobiltelefoner, digitalkameror, mediaspelare mm. till ett billigt pris. Detta är både ett miljövänligt och praktiskt sätt att ladda sina elektroniska produkter i vardagen, oavsett vart du än befinner dig.

De som har mest nytta av produkten är miljömedvetna, teknikintresserade och människor på resande fot.

Målsättning

Det främsta målet med ung företagssamhet är att vi ska lära oss att starta, driva och avveckla ett företag, och det är denna inställning vi kommer att gå in med. Men vi nöjer oss inte bara med att driva ett företag, utan vi vill också göra detta bra. Vi känner redan nu att vi har utvecklats som personer och har som mål att fortsätta med detta under tiden som UF-företagare.

Vi vill marknadsföra vår produkt på ett effektivt sätt så den blir välkänd i vår region, och på så sätt få människor att inse hur smart denna produkt är.

Förutom att vi vill få företaget att gå med så stor vinst som möjligt så strävar vi även att nå UF- mässan i Stockholm.

Marknad

När man köper vår produkt får man inte bara produkten i sig. Kunden får alltid tillgång till sin mobiltelefon, mp3, kamera, etc., vart de än befinner sig. Vi ser det stora behovet i detta då mobiltelefonen har blivit ett av våra största hjälpmedel idag som används av majoriteten människor i Sverige.

I nuläget finns det flera olika modeller av solcellsladdare och de flesta utav dessa har sina rötter i Kina. Trots att detta är en relativt vanlig produkt hos de som är teknikintresserade eller är pålästa inom området har vi förstått att detta är en produkt som inte är så känd bland de flesta. Vi har aldrig sett denna produkt hos de ledande elektronikleverantörerna såväl i fysisk butik eller på internet, vilket ger oss stora chanser att lyckas sälja vår solcellsladdare.

De ställen vi hittat denna produkt på i Sverige är företag som *Coolstuff.se*, som säljer prylar som oftast kan vara rätt smarta, samt *Clas Ohlson* där priset är högre än det vi valt. I dagsläget är marknaden inte särskilt utnyttjad, och det finns stora möjligheter att etablera vår produkt. Vi tror på vår solcellsladdare och tror på att vi kan lyckas sälja den.

Produkt

Vår solcellsladdare är kompatibel med mobiltelefoner, mp3, mp4, iPhones, iPods, GPS och digitalkameror.

Solens strålar laddar upp ett 5,5 volts batteri på mellan 8-14 timmar, beroende på tillflödet av solljus. Batteriet har en kapacitet på 2600 mAH.

Ju starkare strålarna från solen är som träffar solcellerna, desto snabbare laddas batteriet upp. Under nätter då det råder brist på UV-ljus kan man även ladda upp batteriet från sin dator via USB eller vägguttag.

Då SK06 laddas i direkt solljus i 60 minuter ger det dig mellan 120-180 min samtalstid i din telefon. SK06 är även utrustad med en horisontell lampa.

Vår produkt är anpassad till dagens tekniska samhälle, den är liten i formatet 118x50x10,8mm och har en modern design. Vi kommer sälja vår laddare för 179 kronor och vi köper in den för 76 kr/styck inklusive frakt.

Vår solcellsladdare levereras i en presentförpackning som innehåller följande:

Adaptrar	x5
AC-laddare	x1
USB-kabel	x1
Vägguttagsadapter	x1



SWOT-analys

Styrka (Strength)

Det är främst kostnadsöverlägsenheten som vi har valt att fokusera på, och med vårt pris är vi enligt vår vetskap det billigaste alternativet på den svenska marknaden.

Genom att medverka på olika marknader och mässor kan vi nå ut till kunder som våra konkurrenter inte når. På vår hemsida kan vi både sälja och marknadsföra vår produkt som ger oss ett ytterligare försäljningsområde.

SunShine UF har möjlighet till en stor kundkrets då vår produkt är kompatibel till de flesta modeller av mobiltelefoner och media spelare mm. Att vi är ett miljövänligt alternativ ger oss en stor fördel eftersom det idag är väldigt populärt att värna om miljön.

Med erfarna rådgivare och motiverade företagare har vi det som krävs för att lyckas med vår företagsamhet.

Svaghet (Weakness)

Vår största svaghet är att vi har bristande kunskap om att driva ett eget företag. Eftersom vi köper vår produkt från ett land som Kina kan det uppstå vissa leveranssvårigheter med tanke på skillnaderna i språk och kultur mm. Frakt och fraktkostnad kan bli ett problem då det är långt mellan Kina och Sverige. Mycket kan hända på vägen.

Möjlighet (Opportunity)

Idag är det få människor som har vetskap om vår produkt men det har vi tänkt ändra på genom att marknadsföra oss och visa vad vi erbjuder. Vi har en produkt som andas både nytänkande och miljövänligt.

Med vårt låga pris och val av placering för försäljning kan vi undvika för stor inblandning med våra konkurrenter. Det ger oss en stor chans att etablera SunShine UF utan att behöva konkurrera med de större företagen.

Hot (Threat)

Ett stort hot för SunShine UF är teknikens utveckling, då vi riskerar att vår produkt inte längre kommer behövas. Detta kommer antagligen inte att ske under vår tid som UF-företag, med det kan fortfarande komma nytänkande idéer och utveckling.

På vår marknad finns det konkurrenter som på vilken annan. Det finns alltid en risk att man skulle välja någon av dessa före SunShine UF.

Marknadsföring

Vår produkt är enligt vår vetenskap, näst intill okänd på den svenska marknaden. Vi har som mål att ha det billigaste priset på den svenska marknaden (dvs. under 200kr).

Vi vill komma ut och träffa kunder på marknader, men vi vill även föra en försäljning via vår hemsida. Försäljning både direkt till kund och via internet ger oss två olika försäljningsområden. Vi nöjer oss inte bara med detta utan vi vill också försöka sälja vår produkt till företag som sedan kan ge vidare dem som gåvor till deras anställda.

Då vi kommunicerar direkt med kunden kan vi visa att vår produkt är värd att investera i. Vi kan förklara för kunden hur produkten fungerar och demonstrera den på ett bra sätt, vilket vi ser som en möjlighet. Om vi lyckas marknadsföra det miljötänkande konceptet i vår produkt tror vi att vi kan lyckas riktigt bra.

Finansiering

Vi kommer att finansiera vårt företag genom att ta in riskkapital samt att vi har fått sponsorpengar från *Sparbanken Tranemo*. Resterande summor kommer finansieras genom eget kapital. Samtidigt ska vi försöka sälja reklamplatser på vår produkt eller ev. hemsida/broschyr som kan hålla ner det egna kapitalet.

När vi väl kommit igång med försäljningen räknar vi med att vår produkt får vår ekonomi att gå runt, och förhoppningsvis visar försäljningen ett positivt resultat som resulterar i att vi kan betala

tillbaka skulder till riskkapitaltagarna och även få ut del av vinst själva.

Konkurrens

På den tekniska marknaden är konkurrensen hård och det kräver att man har en unik produkt med den senaste teknologin för att man ska kunna hålla sig kvar på marknaden. Eftersom det hela tiden kommer upp nya uppfinningar och förbättringar så är det svårt att kunna konkurrera med de stora företagen.

Våra huvudsakliga konkurrenter är *Claes Ohlsson*, *coolstuff.se*, *conrad.se* m.fl. men vi anser dock att *Clas Ohlson* är den största, då företaget är stort och har det lägsta priset av konkurrenterna. Vår styrka emot våra konkurrenter är priset. SunShine UF har minst lika bra kvalité på sin produkt som konkurrenterna, men är alltid det billigare alternativet.

Kunden

Den typiska kunden för SunShine UF är en miljömedveten, teknikintresserad person som ofta reser. Åldern har ingen betydelse, så länge man har en mobiltelefon eller annan portabel elektronikpryl så har man nytta av vår produkt.

Vi har valt att ha ett lågt pris på vår produkt för vi vill att alla ska ha möjlighet att köpa den, oavsett personens ekonomiska situation.

Vår produkt är ett en gångs köp. Men i och med att teknik är något som ständigt utvecklas, hoppas vi på att nöjda kunder ska komma tillbaka och köpa mer utvecklade laddare hos oss i framtiden.

Hos SunShine UF är det kunden som står i centrum. Vi vill göra allt för att tillgodose ditt behov och finnas till om du undrar över något. Utan nöjda kunder är ett företag ingenting.

Tidsplan

Aktivitet	September	Oktober	November	December	Januari	Mars	April	Maj
UF-registrering								
Affärsplan								
Beställa hem prov								
Leverantör klar								
Marknadsundersökning								
Marknadsföring								
Hemsida								
Facebook-sida								
Samarbetskontrakt								
Försäljning								
Årsredovisning								
Avveckling av företaget								

Likviditetsbudget

	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mars	April	Maj	Totalt
Inbetalningar									
Försäljning		1 790 kr	4 475 kr	4 475 kr	4 475 kr	1 448 kr	1 237 kr		17 900 kr
Riskkapital	1 000 kr	2 500 kr							3 500 kr
Eget Kapital	1 250 kr								1 250 kr
Reklamintäkter		1 000 kr							1 000 kr
Summa inbetalningar	2 250 kr	5 290 kr	4 475 kr	4 475 kr	4 475 kr	1 448 kr	1 237 kr	0 kr	23 650 kr
Utbetalningar									
Varuinköp	600 kr	3 800 kr		3 800 kr					8 200 kr
Registreringsavgift	300 kr								300 kr
Marknads-/Mässkostnader			600 kr		300	300		100 kr	1 300 kr
Marknadsföring		500 kr	300 kr	200 kr					1 000 kr
Hemsida	10 kr								10 kr
Transporter			300 kr	100 kr	100	100	100		700 kr
Utbetalning av Riskkapital								3 500 kr	3 500 kr
Övriga kostnader		200			500 kr				700 kr
Summa utbetalningar	910 kr	4 500 kr	1 200 kr	4 100 kr	900 kr	400	100	3 600 kr	15 710 kr
Summa inbetalningar	2 250 kr	5 290 kr	4 475 kr	4 475 kr	4 475 kr	1 448 kr	1 237 kr	0 kr	23 650 kr
Summa utbetalningar	910 kr	4 500 kr	1 200 kr	4 100 kr	900 kr	400 kr	100 kr	3 600 kr	15 710 kr
Månadens över/underskott	1 340 kr	790 kr	3 275 kr	375 kr	3 575 kr	1 048 kr	1 137 kr	-3 600 kr	7 940 kr
Saldo likviditet	1 340 kr	2 130 kr	5 405 kr	5 780 kr	9 355 kr	10 403 kr	11 540 kr	7 940 kr	7 940 kr

Resultatbudget

Volym	35+2 (prototyper)	65	100
Intäkter	HT	VT	Hela året
Försäljning	6 265 kr	11 635 kr	17 900 kr
Reklam	1 000 kr		1 000 kr
Summa intäkter	7 265 kr	11 635 kr	18 900 kr
Kostnader			
Varuinköp	4 400 kr	3 800 kr	8 200 kr
Registreringsavgift	300 kr		300 kr
Marknads-/Mässkostnader	600 kr	700 kr	1 300 kr
Marknadsföring	800 kr	200	1 000 kr
Hemsida	10 kr		10 kr
Övriga kostnader	200 kr	500 kr	700 kr
Transportkostnader	600 kr	700 kr	1 300 kr
Summa kostnader	6 310 kr	5 200 kr	11 510 kr
Totalt	955 kr	6 435 kr	7 390 kr

Vi har tänkt sälja vår produkt för 179kr/st.

Nollpunktsekvationen blir följande: $10510/179 = 59$ st.

VD

Ekonomi

Inköp

Marknad

Försäljning

Rådgivare

Rådgivare

Viktor Eriksson

Daniel Rylander

Tobias Alström

Alexander Erlandsson

Oliver Johansson



Tommy Peterson



Mathias Bång