

Service og samferdsel

Fagstoff til eksamen

Innhold på ndla.no er nå tilgjengelig i PDF- eller ePub-format som hjelpe midler til eksamen. Disse filene kan lagres på egen datamaskin og leses i digitalt format, eller de kan skrives ut og tas med til eksamen. Dette er automatisk genererte filer som ikke er manuelt bearbeidet.

Dette dokumentet er en tekstuutgave av det digitale læreverket for faget slik det forelå på ndla.no april 2015. For å se det komplette læreverket, slik det er sammensatt av ulike medietyper og interaktive elementer, gå til <http://ndla.no>.

Ved eksamen vil man ikke ha adgang til Internett, og dermed vil i hovedsak kun tekst og bilder være tilgjengelig. Animasjoner, simuleringer, lydfiler og video er interaktive ressurser som krever tilkobling til nett.

Sentralt gitt skriftlig eksamen i Kunnskapsløftet følger to hovedmodeller for hjelpe midler. I modell 1 er alle hjelpe midler tillatt. Unntak er Internett og andre verktøy som tillater kommunikasjon. For norsk og fremmedspråkene er heller ikke oversettelsesprogrammer tillatt.

Modell 2 er en todelt eksamen. Der er det i del 1 tillatt med skrivesaker, passer, linjal og vinkelmåler. I del 2 er alle hjelpe midler tillatt med unntak av Internett eller andre verktøy som tillater kommunikasjon.

Disse fagene følger modell 2 for hjelpe middel bruk uten forberedelses del; matematikk i grunnskolen, matematikk i grunnskoleopplæringen for voksne, matematikk, fysikk, kjemi og biologi i videregående opplæring.



Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse	2
Drift og oppfølging	16
Regnskap	16
Vi fører regnskap	16
Kontoer i regnskapet	20
Balanse og åpningsbalanse	23
Ny regnskapsperiode	25
Regnskapsavslutning	27
Budsjett og avviksanalyse	31
Oppgaver	33
Balansen	33
Bilagsregistrering	34
Lag et enkelt privatbudsjett	35
Teorispørsmål i regnskap	36
Avslutning av regnskap for snekker Andersen	37
Regnskapsoppgave til skomakerverkstedet	38
Lover og regler for små virksomheter	40
Regnskapslovgivning og standarder	40
Bokføringsloven	41
God bokføringsskikk	44
God regnskapsskikk for små foretak	45
Salgs- og markedsrett	46
Hvorfor trenger vi et regelverk i markedsføring og salg?	46
Markedsføringsloven	48
Forbrukerkjøpsloven I	50
Forbrukerkjøpsloven II	52
Kredittkjøpsloven	55
Angrerettsloven	57
Håndverkstjenesteloven	59
Tobakksskadeloven	60
Alkoholloven	62
Oppgaver	64
Kjenner du dine forbrukerrettigheter?	64
Garanti eller reklamasjon?	65
Handel på internett	66
Kontor- og salgsrutiner	67

Hva er kontoradministrative rutiner?	67
Postbehandling	69
Arkivering	71
Personalbehandling	74
Personalrutiner	76
Medarbeidersamtale	78
Økonomiske rutiner	79
Bestillingsrutiner	82
Betalingsmidler	84
Aktuelle arbeidsoppgaver i en bedrift	87
Oppgaver	88
Skolens kontoradministrative rutiner	88
Personalbehandling	89
Økonomirutiner	90
Ordregangen i en bedrift	91
Regneark	92
Regneark - en introduksjon	92
Kort om regnearkprogram	93
Regnearkvinduet	94
Regneark og arbeidsbok	95
Menyer	96
Kolonner, rader og celler	97
Formellinja	99
Typer data	100
Formler	101
Funksjoner	103
Feil i formler	105
Maler	106
Visninger	107
Utskriftsformat	108
Utskrift: Arkinnstilling	109
Utskrift: Sideinnstilling og marger	110
Utskrift: Topp- og bunntekst	111
Flytte og kopiere celler	112
Merke celler	113
Redigere innholdet i en celle	115
Sette inn nye rader og kolonner	116
Slette celler	117

Absolutive og relative cellreferanser	118
Bruk av funksjoner	121
Diagrammer	122
Formatering	124
Logiske funksjoner	125
Flere regneark i en arbeidsbok	126
Tabeller og sortering	127
Søking og stavekontroll	128
Oppgaver	129
Regneark	129
Logistikk	130
Hva er logistikk	130
Verdikjeden	132
Distribusjon	135
Transport	137
Infrastruktur	140
Terminaler	142
Lagerstyring	144
Lagertyper	146
Innkjøp og forsyning	148
Varemottak og godshåndtering	151
Ordrebehandling og kundeservice	152
Hva er riktig service?	154
Salg og markedsføring	155
Produksjon og produksjonsplanlegging	157
Grønn logistikk	159
Hva har du lært?	161
Oppgaver	163
Pizzakokken	163
Verdikjedeanalyse av ferdigpizza	164
Hos kjøpmannen	165
Miljøvennlig transport	166
Trygg i lufta	167
Trygg på skinner	168
Wilsons formel	169
NIKE European Logistics Center	170
Innkjøpssamarbeid	171
Servicegrad	172

Ut på tur	173
Hunting Air	174
UB Smak av Gourmet	175
NIKE Responsibility	176
Fra vei til sjø	177
Sikkerhetsrutiner	178
Sikkerhetstiltak - en introduksjon	178
Fysiske sikkerhetstiltak	179
Fysisk sikring av data	181
Fysisk sikring av dokumenter	182
Fysisk sikring av verdier	184
Tekniske sikkerhetstiltak - adgangskontroll	185
Tekniske sikkerhetstiltak - alarm	187
Tekniske sikkerhetstiltak - kameraovervåking	190
Tekniske sikkerhetstiltak - brannsikring	193
Administrative sikkerhetstiltak	196
Helse, miljø og sikkerhet	197
Forsikring	198
Beredskap	199
Oppgaver	200
Sikringstiltak i hjemmet	200
Fysisk sikring av dokumenter	201
Datalagring og datasikkerhet	202
Datalagring - en introduksjon	202
Hvordan data lagres	203
Filer	204
Lagringsmedier	205
Lagringskapasitet	206
Hva er det lov å lagre?	208
Datasikkerhet - en introduksjon	209
Hva kan gå galt?	210
Sikkerhetskopiering	211
Passord	213
Brannmur	214
Fysisk sikring av data	215
Antivirus	217
Oppgaver	218

Datalagring	218
Datasikkerhet	219
Hva kan gå galt?	220
Sikkerhetskopiering	221
Brannmur	222
Personvern og HMS	223
Personvern på skolen	223
Personvern på arbeidsplassen	226
Skolen - et sted å lære	229
Elevenes arbeidsmiljølov	232
Jobben - et sted å være	234
HMS-arbeid og internkontroll	236
Stress	239
Mobbing og trakassering	243
Sikkerhet på arbeidsplassen	245
Oppgaver	248
Personvern og sosiale medier	248
Kontroll og overvåking på skolen	249
Overvåking på arbeidsplassen	250
Læringsmiljøet på skolen vår	251
Elevenes arbeidsmiljølov	252
Arbeidsmiljø på jobben	253
HMS-arbeid og internkontroll	254
Stress	255
Mobbing og trakassering	256
Verneombud	257
Kommunikasjon og service	258
Service	258
Hva er service?	258
Videofilm - Hva er god service?	259
Service er et produkt	260
Service er en opplevelse	261
Service er personlig og konkret	262
Service er en tjeneste	264
Service skapes i samspill	266
Hovedleveranse	268
Tilleggsleveranser	270

Troyes fire elementer	272
Hvem bestemmer kvaliteten	275
Forventning og opplevelse	277
Kvalitetsformelen	279
Kvalitetssikring	281
Serviceforberedelse	283
Serviceproduksjon i fire trinn	284
Servicemedarbeideren	287
Serviceaktørene	290
Hva har du lært?	292
Oppgaver	293
Togbjørn	293
Leksehjelpen	294
Det helhetlige reiselivsproduktet	295
Ratatouille	296
Ratatouille / oppgave	296
Mimelek	297
Fiskeguiden	298
Heidi, astronaut og reiselivsarbeider	299
Klasseturen	300
Katrine, yrkessjåfør	301
Sjåførrommet	302
Ungdomspanelet	304
Business or pleasure?	305
Kvalitet på fire hjul	306
Jo Strømgren Kompani	307
The Transporter	308
AS Fjordbuss	309
Læring og næring	311
Jobben er din!	312
Serviceaktører i kommunen	313
Behovsanalyse	314
Bare må ha det	314
Tilfredse kunder	316
Maslows behovspyramide	318
Behov og ønsker	320
Hva er motivasjon	322
Sydenliv eller fisketur	324

Forbrukeradferd	326
Jakten på det gode liv	328
Folk er forskjellige	332
Videobasert salgsopplæring	334
Behov og motiv - Aktiviteter i klasserommet	336
Aktivitet 1 -Trening i Maslows behovspyramide	338
Aktivitet 2 - Bilder av behov	340
Aktivitet 3 - Reklame spiller på behov	341
Oppgaver	342
Dine siste innkjøp	342
Norsk Kundebarometer	343
Grunnleggende behov	344
Hva betyr mest for deg?	345
Valg av ferie	346
Produkt og merkevare	347
Produktreklame fra privat blogger	348
Hvilken gruppe tilhører du?	349
Salgs- og kjøpsprosessen	350
Salgs- og kjøpsprosessen	350
Kjøpsprosessen	352
Åpning og kontakt	354
Hva ønsker kunden?	359
Aktiv lytting	362
Demonstrere og argumentere	365
Håndtere innvendinger	367
Avslutte et salg	369
Skal det være noe mer?	371
Rettigheter og plikter	373
Videobasert salgsopplæring	375
Aktiviteter i klasserommet	377
Aktivitet 1: Forberede og gjennomføre salg	379
Manus kunderoller	382
Aktivitet 2: Rollespill med observatør	384
Aktivitet 3. Salgsarbeid i butikk (prosjektoppgave)	386
Oppgaver	388
Kjøpsprosessen	388
Rolleespill om kjøpssituasjoner	389
Med kunden i sentrum	390

Mersalg og sisteinstrykk	391
Reiseliv og turisme	392
Se hva vi kan tilby!	392
Turistgeografi	396
Du store verden	400
Vårt lille land	402
Natur og kultur	404
Oppgaver	407
Presentasjon av hjemstedet ditt	407
Kartspill - turistattraksjoner (interaktiv)	408
Diverse oppgaver om reiseliv	409
Etikk	410
Etiske klær og bananer?	410
Rett og galt	412
Etisk dilemma	415
Etiske utfordringer på jobben	417
Konsekvenser av god og dårlig etikk	419
Oppgaver	421
Etisk handel	421
Rolleespill - etisk dilemma	422
Hvilke verdier er viktige for deg?	423
Dårlig omdømme	424
Etikk på arbeidsplassen	425
Yrkesetikk på arbeidsplassen	426
Tekstbehandling	427
Tekstbehandling - en introduksjon	427
Tekstbehandlingsprogram	429
Programvinduet	430
Å lage et nytt dokument	432
Dokumentmaler	433
Å lagre et dokument	435
Å åpne et lagret dokument	436
Å dele et dokument med andre	437
Å skrive inn tekst	438
Mykt og hardt linjeskift	439
Å angre	440
Å sette inn og skrive over tekst	441

Å slette tekst	442
Å flytte og kopiere	443
Å merke tekst	444
Formatering - en introduksjon	445
Skriftformatering	446
Stiler	447
Avsnittsformatering	449
Tekstjustering	450
Innrykk	452
Rykke inn tekst med linjalen	453
Tabulatorer	454
Lister	456
Dokumentvisning	458
Dokumentformatering - en introduksjon	459
Mykt og hardt sideskift	460
Marger	461
Sidetall	462
Topp- og bunntekst	463
Utskrift	464
Utskriftsfletting	465
Tabeller	467
Å sette inn bilder i teksten	468
Stavekontroll	470
Presentasjonsverktøy	472
Presentasjonsprogrammer	472
Før du går i gang med presentasjonen	473
Forberede innholdet i presentasjonen	474
Planlegge lysbildene	475
Programvindu og menyer	476
Lage en ny presentasjon	478
Lagre og åpne en presentasjon	479
Sette inn et nytt lysbilde i presentasjonen	480
Skrive inn tekst	482
Flytte og endre størrelsen på tekstbokser	483
Sette inn bilder	485
Sette inn figurer	486
Sette inn lyd og video	487
Lage tabeller	488

Formatering av objekter i presentasjonen	489
Bruke presentasjonsmaler og temaer	490
Topp- og bunntekst	492
Lage overganger (animasjoner) mellom lysbilder	493
Legge til notater	495
Angre	496
Utskrift	497
Holde presentasjonen	499
Det viktige førsteinntrykket	500
Nervøsitet	501
Det er ikke bare hva du sier, men også hvordan du sier det	502
Oppgaver	504
Presentasjon av service og samferdsel	504
Planlegging	505
Forretningsidé	505
Hva er en forretningsidé?	505
Kundegrunnlag	507
Hoved- og tilleggsleveranser	509
Oppgaver	511
Forretningsidé	511
Forretningsplan	512
Forretningsplan	512
Gjør deg kjent med forretningsplanen	514
Målsettinger	515
Produktbeskrivelser	517
Lokaler og utstyr	518
Organisasjonsplan	519
Finansiering	521
Oppgaver	522
Organisering av skolen din	522
Markedsplan	523
Markedsføring	523
Hva er et marked?	525
Markedsmål	527
Markedsstrategi	528
Markedsmiks	532
Markedsplan	535

Oppgaver	537
SWOT - analyse	537
Morten og Minoos SWOT-analyse	539
Satt på spissen	541
Ut på tur!	542
Moods of Norway	543
Informasjonsinnehenting	544
Informasjon - en introduksjon	544
Informasjon – en introduksjon / fagstoff	544
Betydningen av god informasjon	545
Bruk av informasjon i praksis	547
Informasjonskilder på internett	549
Digitale søkeverktøy	552
Søkestrenger	555
Kildekritikk	557
Kildehenvisninger	559
Opphavsrett	561
Åpne lisenser	564
Oppgaver	566
Hva er god informasjon?	566
Selskaps- og organisasjonsformer	567
Valg av selskapsform	567
Enkeltpersonforetak	569
Ansvarlig selskap	571
Aksjeselskap I	573
Aksjeselskap II	575
Aksjeselskap III	577
Samvirkeselskap	579
Oversikter	580
Organisasjoner	582
Organisasjonsplan og arbeidsfordeling	583
Kapitalbehov	585
Startkapital	585
Balanse	587
Finansieringskilder	590
Kalkyle	592
Hva er prising?	592
Line bruker selvkostmetoden	594

Farek bruker påslagsmetoden	597
Stine bruker bidragsmetoden	599
Videofilm om kalkyler	601
Prisdifferensiering	602
Hva har du lært?	604
Oppgaver	605
Kalkyle i handelsbedrifter	605
Økonomileder Silje	608
Nye varer, nye priser	609
Den laveste prisen på kort sikt	610
Drifts- og likviditetsbudsjett	611
Hva er et budsjett?	611
Budsjettprosessen	612
Driftsbudsjett	615
Likviditetsbudsjett	617
Budsjettkontroll	620
IT i arbeid	622
Informasjonsteknologi, kundeservice og produktivitet	622
IKT – servicemedarbeider	623
Reiselivsmedarbeider	624
Resepsjonist	625
Kontor- og administrasjonsmedarbeidar	626
Salgsmedarbeider	627
Vekter	629
Logistikkoperatør	630
Yrkessjåfør	632
Oppgaver	634
Ni oppgaver om bruk av IKT	634
Rekruttering	635
Hva er rekruttering?	635
Åpen rekruttering	636
Lukket rekruttering	638
Gjør din plikt og krev din rett	640
Stillingsanalyse	642
Kandidatsøk	643
Avtaler og regelverk	645
Rekrutteringsprosessen	646
Karriereplanlegging	648

Hva har du lært?	649
Oppgaver	650
Lyst til å jobbe med IKT for Rolls-Royce?	650
6 av 10 jobber blir aldri utlyst	652
Var alt bedre før?	653
Jorda rundt på 80 dager	654
Ledig stilling – Rektor	655
Mesta – får folk fram	657
LOs sommerpatrulje	658
Ledig stilling - Leder for UB IT-support	659
Min egen CV	660
På jobbintervju	661
På jobbintervju / oppgave	661
Norsk samferdsel	662
Samferdselshistorie	662
Å velge transport	665
Fra Tromsø til Roskilde	667
Deleimport i Land Rover-klubben	670
Hva har du lært?	672
Trafikksikkerhet	674
Trafikk og transport	674
Bane	677
Sjø	679
Luft	681
Vei	684
Veien	686
Kjøretøyet	688
Styring	689
Trafikanten	690
Real Life Auto	692
Sikkerhet på arbeidsplassen	693
Sikkerhet	693
Trusler og verdier	695
Kan du tenke som en tyv?	697
Risiko	698
Kartlegging av risiko	700
Forebyggende sikkerhetsløsninger	703

Beredskapsplaner	705
Lag en beredskapsplan	707
Sikkerhet på arbeidsplassen	708
Oppgaver	711
Risikoanalyse	711
Forebygge tyveri på skolen	712

Drift og oppfølging

Regnskap

Vi fører regnskap

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Vi fører regnskap \(92352\)](#)



Her skal vi lære å føre regnskap. Vi skal også se litt på sammenhengen mellom budsjett og regnskap, og vi skal lære om resultatregnskap og balanse.

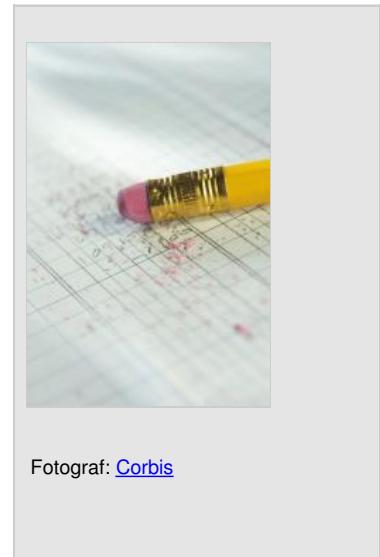
Regnskap og budsjett

Som tidligere nevnt er det fornuftig å lage et budsjett for dine egne inntekter og kostnader. Et slikt budsjett kan gjelde for neste måned eller for en lengre periode. Det er også fornuftig å følge med på hvordan det går underveis, og gjøre opp status når perioden er over.

Du lager altså en plan for din egen økonomi. Hvis du også noterer hvordan det virkelig gikk i perioden, har du et regnskap. Da er det lett å sammenlikne budsjettet med regnskapet. Differansen kaller vi avvik.

Med en slik sammenlikning forstår du lettere hvorfor økonomien din ble som den ble, hva som gikk bedre, og hva som gikk dårligere enn planlagt.

Ser du forskjellen mellom budsjett og regnskap? Et budsjett er et forsøk på å beskrive framtida, mens et regnskap beskriver fortida.



Fotograf: [Corbis](#)

	Budsjett	Regnskap	Avvik
Inntekter			
Månedslønn	1 000	1 100	+100
Lommepenger	500	500	0
Sum inntekter	1 500	1 600	+100
Kostnader			
Mobil	300	350	-50
Mat i kantina	100	150	-50
Klær	250	200	+50
Kafé, kino	100	200	-100
Busskort	100	100	0
Diverse	150	200	-50
Sum kostnader	1 000	1 200	-200
Til overs	500	400	-100

Hvorfor fører vi regnskap?

Hensikten med å drive en bedrift er å skape verdier. Da er det først og fremst viktig å selge produkter. Salget blir registrert som *inntekter*.

Men det er ikke mulig å skape inntekter uten også å få *kostnader*. Når for eksempel en blomsterbutikk selger en bukett til 250 kr, har de kanskje brukt 100 kr på blomster som de har kjøpt inn. De har altså hatt en inntekt på 250 kr, men også en kostnad på 100 kr. De har dermed tjent 150 kr på dette salget.

En blomsterbutikk har også andre kostnader: lønn til de ansatte, husleie, forsikring, telefon osv. Alt dette føres eller registreres i *resultatregnskapet*.

Resultatregnskap

Når en måned er over, ønsker butikken å sette opp en oversikt over alle inntekter og alle kostnader i perioden. Er inntektene større enn kostnadene, får de et *overskudd*. I motsatt fall har de et *underskudd*. Dette resultatet viser hvor dyktige de har vært, eller hvilke verdier de har skapt i perioden.

Dette blir gjort hver måned. Når året er omme, har de en samlet oversikt og et resultat over hvordan det har gått hver måned og hele året. Det kaller vi *årsresultat*, som kan vise et overskudd eller et underskudd.

Resultatregnskap			
Kostnader		Inntekter	
Varekost	200 000	Salg	400 000
Andre kostnader	150 000		
Overskudd	50 000		

Ser du likheten mellom resultatregnskapet og budsjettet og regnskapet du laget?

Balanse

I tillegg til å lage en oversikt over inntekter og kostnader må vi også lage en oversikt over situasjonen fra vi startet og fram til og med siste periode.

Vi kan ta utgangspunkt i et lån som du fikk av foreldrene dine for å kjøpe et musikanlegg. Det kan vi sette opp slik:

Eiendel		Lån	
Musikanlegg	15 000	Mor og far	15 000
Sum	15 000	Sum	15 000

Dette er en enkel *balanse*.

Dersom det var slik at du selv hadde spart 5000 kr og deretter lånt 10 000 kr, ville balansen sett slik ut:

Eiendel		Egenkapital og lån	
Musikanlegg	15 000	Egenkapital	5 000
		Mor og far	10 000
Sum	15 000	Sum	15 000

Som du ser, setter vi opp hvor pengene kommer fra, *finansieringen*, på høyre side. Hva pengene er brukt til, står på venstre side.

Hvis du hadde betalt tilbake 3000 kr på lånet, kunne vi satt opp balansen slik:



Fotograf: [Bjørn Rørslett](#)



Fotograf: [Thorfinn Bekkelund](#)

Eiendel		Egenkapital og gjeld	
Musikkanlegg	15 000	Egenkapital	8 000
		Gjeld	7 000
Sum	15 000	Sum	15 000

Egenkapitalen, din egen del av finansieringen, har økt, og lånet er blitt redusert. Vi har nå valgt å kalle lånet *gjeld*.

For blomsterbutikken kunne balansen sett slik ut:

Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Inventar	150 000	Egenkapital	100 000
Varebil	250 000		
Varelager	125 000	Gjeld	500 000
Bank	75 000		
Sum	600 000	Sum	600 000

Balansen viser altså hvordan det samlet står til i bedriften på et tidspunkt. Tidspunktet kan være ved oppstart, en *åpningsbalanse*, som for blomsterbutikken. Men balansen kan også settes opp etter at en periode er avsluttet. Da vises den samlede økonomiske stillingen eller situasjonen så langt.

Balansen er altså en oversikt over hvordan det har gått fra bedriften startet og til og med siste periode. Her ser vi verdien av *eiendeler*, *gjeld* og *egenkapital* som bedriften samlet har.

Egenkapitalen viser hvor mye eierne «eier» av firmaet. Har de gått med overskudd siste året, har egenkapitalen økt. Vi avslutter resultatregnskapet og overfører årsresultatet til egenkapitalen, slik vi har illustrert her:

Resultatregnskap			
Kostnader		Inntekter	
Varekost	200 000	Salg	400 000
Andre kostnader	150 000		
Overskudd	50 000		
Kontroll	400 000		400 000

Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Inventar	150 000	Egenkapital	100 000
		Overskudd	50 000
Varebil	250 000		
Varelager	140 000	Gjeld	500 000
Bank	110 000		
Sum	650 000	Sum	650 000

Nå ser du at egenkapitalen har økt til 150 000 kr. Etter en periode vil også noen av de andre postene i balansen ha endret seg. I *resultatregnskapet* fanger vi altså opp hvordan det har gått i perioden, mens *balansen* viser hvordan det samlet står til med bedriften.

Åpningsbalanse

Ettersom vi har overført resultatet til egenkapitalen per 31. desember, starter vi med «blanke ark» i resultatregnskapet i januar. Så begynner vi å føre nye inntekter og nye kostnader. Men vi drar med oss balansen inn i det nye året, den viser jo den økonomiske stillingen for bedriftens samlede historie.

Denne oversikten kaller vi *åpningsbalanse*, altså den økonomiske stillingen per 1. januar i det nye året.

Bilag

Alle disse hendingene må dokumenteres på papir, med *bilag*. Hvis du betaler noe du skylder en annen, vil du gjerne ha en kvittering på at du har betalt. Det er et bilag. Andre eksempler kan være faktura fra en leverandør, innbetaling fra en kunde, utbetaling til en leverandør, et kontant salg eller en kostnad vi har betalt kontant.

Alle slike bilag får et nummer. Det første bilaget i januar blir gjerne nummer 1, dernest blir bilagene ført og arkivert i stigende rekkefølge i permer utover hele året.

Etter nyttår avslutter vi regnskapet for siste år og sørger for at alt som har med året å gjøre, er kommet med. Det vil si alt som har påvirket resultatregnskapet og balansen til og med 31. desember. Dette kaller vi *årsavslutning*.

Oversikt over regnskapets tre faser

1. Åpningsbalanse
2. Regnskapsførsel (gjennom hele året)
3. Årsavslutning (endelig oppsett av resultat og balanse)

I mindre målestokk kan dette også gjøres for hver måned, slik at vi er rimelig sikre på at resultat for denne måneden er korrekt. Forskjellen på en månedsavslutning og en årsavslutning er blant annet at vi ikke trenger å sette opp balanse for hver måned.

Mamut og *Visma (Avendo)* er eksempler på enkle regnskapsprogrammer.



Fotograf: [Jens Sølvberg](#)



Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Typiske bilag

- Utgående faktura (til en kunde)
- Inngående faktura (fra en leverandør)
- Bankkvittering (innbetaling fra en kunde)
- Bankkvittering (utbetaling til en leverandør)
- Kontantkvittering (kostnad betalt kontant)
- Kassakkvittering (kontant salg)
- Diverse bilag (lønn og andre utbetalingar)

Lenker

- [Mamut](#)
- [Visma](#)

Kontoer i regnskapet

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kontoer i regnskapet \(92396\)](#)



Her skal vi se hvordan de ulike postene i regnskapet får tildelt kontoer, med navn og kontonummer. Vi skal også lære om kontoplan.

Konto og kontonummer

Noen ganger er det oversiktlig å nummerere postene i et budsjett:

1. Inntekter
2. Lommepenger
3. Mobil
4. osv.

Dette er særlig tilfellet når det gjelder regnskap, ettersom det kan bli svært mange poster. Noen regnskap har over 50 poster, andre har flere hundre. Vi bruker samme nummer i regnskapet som i budsjettet.

Hver slik post kaller vi *konto*, og hver konto får et *kontonummer*.

Kontoplan

Oversikten over alle kontoene kaller vi *kontoplan*. Den gir en systematisk oversikt over hvor vi skal føre bilagene. Kontonumrene er ekstra viktige når vi skal føre regnskap på data.

Vi skiller mellom kontoer som hører hjemme i resultatregnskapet og i balansen. Vi gjør det ved å bruke såkalte *kontoklasser*:

- Klasse 1 Eiendeler
- Klasse 2 Egenkapital og gjeld
- Klasse 3 Inntekter
- Klasse 4 Varekostnader
- Klasse 5 Lønn
- Klasse 6 Administrative kostnader
- Klasse 7 Administrative kostnader
- Klasse 8 Renter, finans og skatt

Som du ser, er klassene 1 og 2 knyttet til balansen, mens klassene 3–8 er knyttet til resultatregnskapet. Nummeret på kontoklassen utgjør det første sifferet i et kontonummer som normalt har fire siffer. For eksempel er alle 3000-kontoene ulike typer inntektskontoer.

Nedenfor følger en oversikt der vi har satt kontoklassene i et system:

Balanse	
Eiendeler	Egenkapital og gjeld
Klasse 1	Klasse 2

Resultatregnskap	

Konto	Konto (T)
6110 Lys og brensel	
6210 Husleie, langtids	
6215 Husleie, korttid	
6217 Annen leie	
6220 Andel felleskostnader	
6230 Avgifter-bygning	
6260 Renhold	
6261 Renovasjon	
6270 Vakthold	
6275 Rep/vedlikeh. bygninger	
6280 Rep. og vedl.h.brygn.lok.	
6290 Andre kost bygninger	
6297 Ks./ks. lokalkostnader	
6298 Int./of. lokalkostn.	
6299 Ks./of. lokalkostnader	
6300 Husleie, langtids	
6301 Leie parkering	

Utdrag av kontoplan

Opphavsmann: [NKI](#)

[Forlaget](#)



Fotograf: [Ilja Hendel](#)

Kostnader	Inntekter
Klasse 4 Varekostnader	Klasse 3 Inntekter
Klasse 5 Lønn	
Klasse 6 Administrative kostnader	
Klasse 7 Administrative kostnader	
Klasse 8 Renter, finans og skatt	

Nedenfor har vi satt inn diverse kontoer med navn og nummer.

Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Kontonummer	Kontonavn	Kontonummer	Kontonavn
1200	Inventar	2000	Egenkapital
1230	Varebil		
1460	Varelager	2200	Gjeld
1920	Bank		

Resultatregnskap			
Kostnader		Inntekter	
Kontonummer	Kontonavn	Kontonummer	Kontonavn
4300	Varekost	3000	Salg
5000	Lønn		
6300	Husleie		
6800	Telefonkostnad		

Norske bedrifter bruker stort sett en standard kontoplan som kalles *Norsk Standard kontoplan* (NS 4102). Ved hjelp av lenka ved siden av (velg kontoplan i menyen til venstre) henter du fram et eksempel på en enkel kontoplan. Hvor mange siffer er det i hvert kontonummer?

Hvordan kontoplanen er bygd opp

1 Eiendeler (klasse)

12 Transportmidler (gruppe)

123 Biler (undergruppe)

1231 Bil 1

1232 Bil 2

Her ser du kontoklasse 1, eiendeler, men vi bruker også *kontogrupper* (i dette tilfellet kontogruppe 12 for transportmidler). En godsbil er en eiendel som hører hjemme i klasse 1. Videre hører den hjemme i gruppe 12, som er transportmidler, og i undergruppe 123, som er biler. Én bil kan da få kontonummeret 1231, en annen 1232 osv.

En annen kontogruppe kan være 14. Klasse 1 er eiendeler, mens kontogruppe 14 gjelder varelager.

Nedenfor viser vi noen av de mest brukte kontogruppene.



Fotograf: [Marius Knutsen](#)

En kontoplan: [Norsk Standard - kontoplan](#)

Balanse	
Eiendeler	Egenkapital og gjeld

Kontogruppe-nummer	Kontogruppe-navn	Kontogruppe-nummer	Kontogruppe-navn
11	Bygg	20	Egenkapital
12	Varer og driftsmidler	21	Forpliktelser
14	Varelager	22	Langsiktig gjeld
15	Kundefordringer	23-29	Kortsiktig gjeld

Resultatregnskap			
Kostnader		Inntekter	
Kontogruppe-nummer	Kontogruppe-navn	Kontogruppe-nummer	Kontogruppe-navn
43	Varekost	30	Salg
50	Lønn	36	Husleieinntekter
63	Husleie		
68	Telefonkostnad		
81	Rentekostnader	80	Renteinntekter

Det er til stor hjelp å følge en slik standard når vi skal føre regnskap. Vi kan registrere kontoplanen i et regnskapsprogram. Ved å bruke riktig konto blir bilaget (hendingen) styrt inn på rett plass i regnskapet. På den måten blir en rapport (utskrift) over resultatregnskapet eller balansen korrekt. Det vil si at alt kommer i riktig rekkefølge.

I et regnskapsprogram er det nummeret på kontoen som er viktigst, ikke selve navnet. Men det er lurt å bruke et kontonavn som gir deg best mulig informasjon om hvilken type konto det er snakk om.

I tillegg til at kontiene har nummer og navn, har de en kode for *merverdiavgift*, mva (moms). På den måten sørger programmet for at vi får riktig merverdiavgift.

Balanse og åpningsbalanse

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Balanse og åpningsbalanse \(92399\)](#)



Her skal vi ta for oss tre tommelfingerregler for hvordan vi behandler kontoklassene, det vil si hvordan vi fører regnskap. Det kan være litt krevende å forstå reglene, men de er lette å huske og er til veldig god hjelp.

Balanse

For å lære oss reglene skal vi se nærmere på balansen. Det er balansen som er selve «oppfinnelsen» når det gjelder måten vi fører regnskap på. Den danner grunnlaget for all regnskapsførsel. Måten balansen er bygd opp på, bestemmer hvordan alt innenfor regnskap skal føres.

All kapital vi har skaffet oss, fører vi på høyre side under *Egenkapital og gjeld*. Vi kaller det gjerne *Kapitalanskaffelsen*. Det vi har brukt kapitalen til, plasserer vi til venstre under *Eiendeler*. Det kaller vi *Kapitalanvendelsen*, se illustrasjonen nedenfor:

Balanse	
Eiendeler	Egenkapital og gjeld
Kapitalanvendelse: hvor pengene er brukt	Kapitalanskaffelse: hvor pengene kommer fra



Balanse

Fotograf: [Bård Løken](#)

Det doble bokføringsprinsippet

Dette uttrykket kan høres litt vanskelig ut. I balansen står på en måte de samme pengene på begge sider av oppstillingen. Det kaller vi *dobel bokføring*. Bokføring er betegnelsen på å føre et regnskap. Fordi summen er lik på begge sider, snakker vi om balanse. For at regnskapet hele tida skal balansere, må vi alltid føre hendingene to ganger, en gang til høyre og en gang til venstre. Venstre side kaller vi *debet*, og høyre side er *kredit*.

Når vi fører et bilag, må det alltid være *lik sum i debet og kredit*. Vi kan illustrere det med en såkalt T-konto, der vi for eksempel har solgt varer for 1000 kr kontant.

Inntekter	
Debet	Kredit
	1 000



Fotograf: [Espen Bratlie](#)

Kontanter	
Debet	Kredit
1 000	

Du ser at vi har ført samme sum en gang til kredit og en gang til debet. Hvorfor summen går i kredit på den ene kontoen og i debet på den andre kontoen, krever nærmere forklaring. Det er her tommelfingerreglene kommer inn.

Tre regnskapsregler

Balansen består av tre hovedgrupper: eiendeler, egenkapital og gjeld. Alle eiendelskontoene brukes på samme måte hver gang vi fører på dem. Det samme gjelder egenkapitalen og gjelta: Når vi fører i debet eller i kredit på en av kontoene, blir effekten alltid den samme.

Det er lurt å tenke på hvor i balansen de tre hovedgruppene står:

Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Debet øker	Kredit minker	Debet minker	Kredit øker

Ser du at de tre hovedgruppene oppfører seg etter hvor de står i balansen? Økning og minking skal føres samme vei som hovedgruppa står i balansen. Altså øker vi eiendelene ved å føre i debet, mens vi øker egenkapitalen og gjelta ved å føre i kredit.

Vi kan derfor sette opp disse tre reglene:

Regel 1

Debitering av en eiendelskonto: øker verdien

Kreditering av en eiendelskonto: reduserer verdien

Regel 2

Debitering av en gjeldskonto: reduserer gjelta

Kreditering av en gjeldskonto: øker gjelta

Regel 3

Debitering av en egenkapitalkonto: reduserer egenkapitalen

Kreditering av en egenkapitalkonto: øker egenkapitalen

Resultatregnskapet er en underavdeling av egenkapitalen. Derfor fungerer alle resultatkontoer som egenkapitalen. Egenkapitalen står til høyre i balansen (til kredit), og derfor fører vi en økning av egenkapitalen til høyre (til kredit) og en reduksjon til venstre (til debet).

Slik er det med all føring i resultatregnskapet. Alt som øker egenkapitalen, blir ført i kredit. Alt som reduserer egenkapitalen, blir ført i debet. Det vil si at inntekter alltid skal føres i kredit, fordi det egentlig øker egenkapitalen. Kostnader skal alltid føres i debet, fordi det egentlig reduserer egenkapitalen.



Fotograf: [Stig B. Hansen](#)

Ny regnskapsperiode

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Ny regnskapsperiode \(92400\)](#)



Vi skal bruke de tre tomelfingerreglene når vi nå skal følge oppstarten til blomsterbutikken Beate. Vi skal føre noen inntekter og kostnader i resultatregnskapet og se at føringene også føres mot balansen. Vi skal se at vi hele tida oppfyller det doble bokføringsprinsippet, og vi skal bruke T-kontoer.

Åpningsbalanse

Beate starter egen blomsterbutikk, og hun har skaffet seg finansiering og kjøpt inn de eiendelene hun har bruk for. Hun har valgt å registrere seg som aksjeselskap, slik at hun tar mindre risiko. Den balansen hun nå har, kan vi kalle **åpningsbalanse**.

Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Reklame	25 000	Aksjekapital	100 000
Inventar	32 000	Langsiktig lån	70 000
Datautstyr	25 000		
Kjølerom	50 000		
Varelager	27 000		
Bankinnskudd	10 000		
Kassabeholdning	1 000		
Sum	170 000		170 000



Fotograf: [Corbis](#)

Ser du at hun også har en pengereserve på 1000 kr, et bankinnskudd og kontanter?

Den første dagen har hun denne aktiviteten:

Type inntekt/kostnad	Beløp
Inntekter (salg)	3 000
Varer	1 500
Lønn	500
Andre kostnader	800
Resultat	200

Nedenfor er føringene vist på T-kontoer. (På grunn av plassen har vi ikke tatt med alle kontoer fra åpningsbalansen.) Ser du at inntektene er ført i kredit og kostnadene i debet? Det er på grunn av regnskapsregel 3.

Tekst	Bilag	Dato	Varer	Kassa	Inntekter (salg)	Varekost	Lønn	Andre kostnader
			D K	D K	D K	D K	D K	D K

IB		1.5.	27 000	1 000							
Kassaoppgjør	1	1.5.			3 000		3 000				
Kjøp rekvisita	2	1.5.				300					300
Kjøp utstyr	3	1.5.			500						500
Ekstrahjelp	4	1.5.			500				500		
Varer	5	1.5.		1 500				1 500			
Saldo			25 500	2 700			3 000	1 500	500	800	

Differansen mellom debet og kredit på hver konto kaller vi *saldo*. Rent teknisk blir kontoene avsluttet under årsavslutningen.

Forklaring på bilagene

- Bilag 1: Det er solgt varer for 3000 kr i perioden. Salget er registrert på kassaapparatet i butikken. Det er vanlig å ta *ekassaoppgjør* hver dag, det vil si at kassaapparatet i en rapport summerer salget på en papirstrimmel. Denne rapporten danner grunnlaget for å føre inntektene (salget) i regnskapet. Inntektene er ført i *debet på kassa* ettersom det øker kassabeholdningen (regel 1). Inntektene er også ført i *kredit på salg* ettersom kreditering av en konto i resultatregnskapet øker resultatet og egenkapitalen (regel 3). Inntekter føres alltid i kredit.
- Bilag 2: Det er kjøpt inn rekvisita til bruk i butikken. Dette er betalt kontant, og pengene er tatt fra kassa. Derfor føres det *kredit på kassa* (regel 1). Det er en kostnad som føres i *debet på andre kostnader* (regel 3). Kostnader føres alltid i debet.
- Bilag 3: Postene er ført på samme måte som i bilag 2.
- Bilag 4: Det er leid inn ekstrahjelp i butikken. Lønna er utbetalt fra kassa og ført *ikredit på kassa* (regel 1). Dette er en kostnad og er derfor ført i *debet på lønn* (regel 3).
- Bilag 5: Butikken har regnet ut innkjøpsprisen på de varene som er levert kundene. Varene er tatt fra varelageret og derfor ført *kredit på varer* (regel 1). Dette regnes som kostnad og er ført i *debet på varekost* (regel 3).

Som du ser, har vi bare brukt regnskapsreglene 1 og 3 fordi postene bare gjaldt eiendeler og resultatregnskap (egenkapitalen). Regel 2 er ikke tatt i bruk, ettersom gjelda ikke ble berørt.

Det kan se bra ut å få overskudd allerede første uka, men Beate har ikke full oversikt ennå. En del kostnader som løper hver måned, er ikke kommet med, for eksempel husleia. Andre kostnader har hun ennå ikke fått faktura på: forsikring, telefon, avisannonse osv.

Regnskapsavslutning

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Regnskapsavslutning \(92404\)](#)



De fleste bedrifter foretar en regnskapsavslutning hver måned. Etter at året er omme, følger årsavslutningen. Den er langt mer krevende enn månedsavslutningene, men alle er viktige for at vi skal kunne følge den økonomiske utviklingen. Årsavslutningen er også et av de viktigste kravene i regnskapslovgivningen.

Fasene i regnskapsavslutningen

Arbeidet med årsavslutningen kan deles i tre faser:

- Kontroll av at alle bilag er med, og at alt er ført riktig
- Kontroll av at alle inntekter og alle kostnader er ført i riktig periode
- Beregning av skatten og en avgjørelse om hva vi skal gjøre med overskuddet eller underskuddet

Kontroll av at alle bilag er med, og at alt er ført riktig

Vi kan selvsagt ikke kontrollere hvert eneste bilag, men ved hjelp av teknikker som vi kaller *avstemninger*, kan vi finne de fleste feil.



Den viktigste avstemmingen er *bankavstemmingen*. Her kontrollerer vi alt vi har ført på bankkontoen vår, mot det banken har ført. Vi huker av post for post. Dersom vi oppdager at banken har ført bilag som vi ikke har ført i vårt regnskap, må vi finne årsaken til det. Er grunnen at vi har glemt å føre bilaget, må vi føre det nå. Etter at vi har gjennomført hele kontrollen og gjort eventuelle rettinger, skal vi ha samme saldo som banken har.

Hvis vi følger opp avstemninger gjennom hele året, blir ikke årsavslutningen så krevende.

Kontroll av at alle inntekter og alle kostnader er ført i riktig periode

Fotograf: [Dag Jenss](#)

Kontroll av at alle inntekter og kostnader er ført i riktig periode, kaller vi *periodisering*. Vi skal ikke gå nærmere inn på det her. Men vi kan nevne at når vi kjøper inn noe, for eksempel varer for videresalg, kalles det en utgift. Når vi finner ut hvor mye vi har brukt (forbrukt eller levert til kundene), har vi funnet *kostnaden* i perioden.

Beregning av skatten og en avgjørelse om hva vi skal gjøre med overskuddet eller underskuddet

Skatten må beregnes. For store bedrifter er dette vanligvis så krevende at det er *revisor* som gjør beregningene. For et lite firma er arbeidet relativt enkelt.

Dernest kommer spørsmålet om et eventuelt overskudd skal utbetales til eierne som *utbytte*, eller om det skal bli stående i bedriften. Beholder vi overskuddet i bedriften, øker vi egenkapitalen.

Framgangsmåten

Vi skal nå se hvordan vi avslutter kontoene etter at vi har gjennomført de tre punktene foran.

En «rå» summering av alt som er ført i debet og kredit på hver konto i en periode, kaller vi **råbalanse**. Råbalansen til blomsterbutikken står øverst i tabellen.

For plassens skyld har vi samlet alle faste kostnader i en konto. Vi har også slått sammen alle eiendeler i en konto, og vi har slått sammen lån og leverandørgjeld som gjeld.

Under hvert punkt viser vi de radene som gjelder selve punktet.

1. Råbalansen må være summert.

	Eiendeler		Egenkapital		Gjeld		Salg		Varekostnader		Faste kostnader	
	D	K	D	K	D	K	D	K	D	K	D	K
Råbalanse	253 294	53 987		100 000	35 000	118 500	2 000	1 023 897	23 897	984 103		



2. Finn saldoen på alle inntekts- og kostnadskontoene og før dem på raden *Til/fra resultat* «motsatt vei», slik at summen av debet og kredit på kontoene blir like stor. Før så disse saldoene over til oppstillingen for resultatregnskapet, som du finner i punkt 3. Legg merke til at vi følger det doble bokføringsprinsippet.

	Eiendeler		Egenkapital		Gjeld		Salg		Varekostnader		Faste kostnader	
	D	K	D	K	D	K	D	K	D	K	D	K
Råbalanse	253.294	53.987		100.000	35.000	118.500		2.000.000	1.023.897	23.897	984.103	
Til/fra resultat							2.000.000				1.000.000	98.103

3. Finn resultatet i oppstillingen over resultatregnskapet, og før det tilbake til raden *Til/fra resultat* mot egenkapitalen. Legg merke til at vi følger det doble bokføringsprinsippet.

Resultatregnskap			
Kostnader		Inntekter	
Varekostnader	1 000 000	Salg	2 000 000
Faste kostnader	984 103		
Sum	15 897		

	Eiendeler		Egenkapital		Gjeld		Salg		Varekostnader		Faste kostnader	
	D	K	D	K	D	K	D	K	D	K	D	K
Råbalanse	253.294	53.987		100.000	35.000	118.500		2.000.000	1.023.897	23.897	984.103	
Til/fra resultat				15.897			2.000.000				1.000.000	98.103

4. Finn saldoene på balansekontene og før dem på raden *Til balanse*. Før dem mot balanseoppstillingen.

	Eiendeler		Egenkapital		Gjeld		Salg		Varekostnader		Fas
	D	K	D	K	D	K	D	K	D	K	I
Råbalanse	253.294	53.987		100.000	35.000	118 500		2.000.000	1.023.897	23.897	984
Til/fra resultat				15.897			2.000.000			1.000.000	
Til balanse		199.397	115.897		83.500						
Sum	253.294	253.294	115.897	115.897	118.500	118.500	2.000.000	2.000.000	1.023.897	1.023.897	984

Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Eiendeler	199 397	Egenkapital	115 897
		Gjeld	83 500
Sum	199 397		199 397

Etter at årsavslutningen er gjennomført, har blomsterbutikken Beate det resultatregnskapet og den balansen som du ser ovenfor. Hvordan gikk det for Beate, synes du? Ser du at overskuddet er ført mot egenkapitalen, og at overskuddet dermed har økt tilsvarende?

En mer komplett oversikt

Nedenfor viser vi en mer komplett oversikt over resultatregnskapet og balansen. Her har vi ikke summert så mange poster mot en konto.



Fotograf: [Tore Wuttu](#)

Resultatregnskap	
Inntekter	2 000 000
Varekostnad	1 000 000
Dekningsbidrag	1 000 000
Lønn	709 246
Husleie	120 000
Strøm	48 000
Telefon	18 000
Forsikring	10 000
Avskrivning	18 857
Innpakning/folie	50 000
Diverse kostnader	10 000
Sum faste kostnader	984 103
Resultat	15 897

Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Reklame	25 000	Aksjekapital	115 897
Inventar	32 000	Langsiktig lån	70 000
Datautstyr	25 000	Leverandørgjeld	13 500
Kjølerom	50 000		

Varelager	50 897		
Bankinnskudd	15 000		
Kassabeholdning	1 500		
Sum	199 397		199 397

Budsjett og avviksanalyse

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Budsjett og avviksanalyse \(92444\)](#)



De fleste bedrifter har behov for å planlegge. En av de viktigste måtene å planlegge på er å sette opp et **budsjett** for neste år. Et budsjett er en oversikt som viser hvordan vi håper og tror regnskapet vil se ut neste år.

La oss si at det gikk akkurat slik vi håpet da vi satte opp budsjettet for neste år. Budsjettet vårt ville da vært helt likt det regnskapet vi første måned for måned.

I virkeligheten vil det nok aldri skje. Men vi skjønner at budsjettet er et slags framtidssregnskap. Store bedrifter utarbeider budsjettet for neste år i perioden august–oktober, mindre bedrifter i perioden november–desember.

Det er viktig å engasjere flest mulig i budsjettprosessen. På den måten vil de ansatte få et eierforhold til budsjettet. Trolig vil de arbeide hardere for å nå målene når de selv har vært med på å utarbeide budsjettet for sin avdeling.

For å kunne sammenlikne budsjettet med hvordan det faktisk går måned for måned, må vi budsjetttere på alle de kontoene vi normalt fører på.

En sammenlikning mellom budsjett og regnskap kalles en **avviksanalyse**. En slik analyse bør gjennomføres hver måned. Bare på den måten kan vi sette i verk tiltak for å rette opp situasjonen. Finner vi ikke avvikene før mot slutten av året, har vi liten eller ingen mulighet til å kunne rette opp der vi kom skeivt ut.

Det finnes flere typer budsjett, men det vanligste og mest nødvendige er **resultatbudsjettet**. Når året er omme, kan vi sette opp en sammenlikning mellom resultatbudsjettet og det faktiske resultatregnskapet for hele året og få fram de totale avvikene. Den analysen hjelper oss til å planlegge og budsjetttere for neste år.

Budsjettet er et av de viktigste verktøyene til å kunne få en god **økonomistyring** av bedriften. Nedenfor gir vi et eksempel på et resultatbudsjett og en avviksanalyse.

Tekst	Regnskap	Budsjett	Avvik	
	kr	kr	kr	%
Varesalg	50 000	45 000	-5 000	-11,1 %
Varekostnader	30 000	26 000	-4 000	-15,4 %
Bruttofortjeneste (dekningsbidrag)	20 000	19 000	-1 000	-5,3 %
Lønn	8 000	7 800	-200	-2,6 %
Arbeidsgiveravgift	1 120	1 092	-28	-2,6 %
Strømkostnader	1 000	1 200	+200	+16,7 %
	2 000	2 050	+50	+2,4 %



Fotograf: [Morten Løberg](#)



Fotograf: [Morten Løberg](#)

Oppgave

Hvordan har planen slått til for denne bedriften?

Oppgave

Kan du finne ut hvordan vi har regnet ut avvikene i prosent?

Husleie				%
Avskrivninger	1 200	1 400	+200	+14,3 %
Rentekostnader	1 000	800	-200	-25,0 %
Sum indirekte kostnader	14 320	14 342	+22	+0,2 %
Resultat	5 680	4 658	-1 022	-21,9 %

Oppgaver

Balansen

Forfatter: Heidi Bukten
[Balansen \(128813\)](#)



Fotballkrangel

Jørgen er valgt som kasserer i fotballgruppa til Friskis IL. Han ønsker å få oversikt over den økonomiske stillingen til laget. Han har samlet følgende informasjon:

- Kontanter 7 400
- Bankinnskudd 42 000
- Lån i banken 85 400
- Fotballutstyr 35 000
- Gjeld til Sporten AS 12 000
- Maskiner og inventar 60 000

- a) Sett opp balansen for fotballgruppa, og finn egenkapitalen.
- b) Gi en kort vurdering av økonomien.
- c) Nevn kort hvordan egenkapitalen i en fotballklubb kan økes.

Bilagsregistrering

Forfatter: Heidi Bukten
[Bilagsregistrering \(128820\)](#)

ByggMax har disse balansepostene per 1. mai 2011:

Maskiner kr 300 000
Kontanter kr 5 000
Bankinnskudd kr 35 000
Egenkapital kr 150 000
Lån i bank kr 190 000

I tillegg til kontoene i balansen bruker bedriften disse kontoene:

Privatkonto
Rentekostnader
Maskin- og bilkostnader
Andre driftskostnader
Salgsinntekter

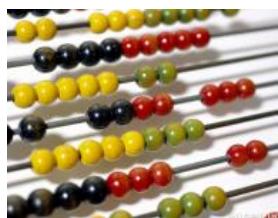
I mai 2011 har bedriften disse forretningstilfellene:

- 2.5 Avdrag på lånet kr 7 000
 - Renter kr 4 000
 - Sum kr 11 000
 - Betaler beløpet med giro
 - 4.5 Betaler diesel **kontant** kr 1 600
 - 7.5 Mottar med giro for byggeoppdrag kr 9 000
 - 10.5 Tar ut av banken til eget privat bruk kr 7 000
 - 13.5 Betaler telefonregning med giro kr 4 000
 - 15.5 Mottar med giro for byggeoppdrag kr 14 000
 - 22.5 Betaler reparasjon av maskin med giro kr 4 500
 - 29.5 Mottar for bygging kontant kr 20 000
 - 29.5 Setter inn på bankkontoen kr 6 000
 - 29.5 Betaler diesel og olje kontant kr 3 000
 - 30.5 Tar ut kontanter til eget bruk kr 5 000
 - 30.5 Overfører saldo på privatkontoen til konto for egenkapital kr ?
- a) Opprett kontoer, skriv på kontonummer og før inn IB per 1.5.11.
- b) Før regnskapet for mai, og summer opp en råbalanse.
- c) Sett opp en kontrollsummering av råbalansen for oppgaven (tips: alle kontoer på debetsiden i råbalansen summeres, og alle kontoer på kreditsiden i råbalansen summeres).

Lag et enkelt privatbudsjett

Forfatter: Oddvar Torgersen

[Lag et enkelt privatbudsjett \(133645\)](#)



I denne oppgaven skal du sette opp et privatbudsjett for neste måned.

Lag et enkelt privatbudsjett for neste måned. Bruk dine egne tall og gjerne et regnark. Du kan sette av en kolonne for budsjettet, en kolonne for regnskapet og en kolonne for differansen eller avviket. Studer eksemplet i tabellen.

	Budsjett	Regnskap	Avvik
Inntekter			
Månedslønn	1 000	1 100	+100
Lommepenger	500	500	0
Sum inntekter	1 500	1 600	+100
Kostnader			
Mobil	300	350	-50
Mat i kantina	100	150	-50
Klær	250	200	+50
Kafé, kino	100	200	-100
Busskort	100	100	0
Diverse	150	200	-50
Sum kostnader	1 000	1 200	-200
Til overs	500	400	-100

Hvordan gikk det med budsjettet og regnskapet ditt? Ble resultatet bedre eller dårligere enn du hadde planlagt? Kommenter også eksemplet i tabellen. Hvordan gikk det egentlig der?

Teorisporstmål i regnskap

Forfatter: Heidi Bukten

[Repetisjonsspørsmål i regnskap \(128888\)](#)



Hvor mye husker du fra regnskap på Vg1? Hvis du klarer å svare på alle spørsmålene, har du god kontroll på teorien og er klar for å lære mer om regnskap.

- 1) Hva er formålet med å føre regnskap?
- 2) Hva er en eiendel? Gi eksempler.
- 3) Hva er gjeld? Gi eksempler.
- 4) Hva er EK (egenkapital)?
- 5) Hva forteller en balanse oss?
- 6) Hvilke posten skal stå på debetsiden og hvilke poster skal stå på kreditsiden i balansen? Gi eksempler.
- 7) Hvorfor bruker vi kontonummer?
- 8) Hva er en kontoklasse?
- 9) Hva er en kontoplan?
- 10) Hva menes med IB, og hvorfor skal denne plasseres inn først i regnskapet?
- 11) Hva er et bilag, og hvorfor bruker vi bilagsnummer?
- 12) Hva er en råbalanse?
- 13) Hva er et privatuttak?
- 14) Hva er kontrollsummering, og hva er hensikten med kontrollsummeringen?
- 15) Hva er en resultatkonto?
- 16) Hvilke poster skal stå på debetsiden og hvilke poster skal stå på kreditsiden i resultatet? Gi eksempler.
- 17) Hva er et overskudd?
- 18) Hvordan kan en bedrift øke overskuddet?
- 19) Hvordan påvirker et overskudd bedriftens EK (egenkapital)?
- 20) Forklar kort hvordan vi avslutter et regnskap.

Avslutning av regnskap for snekker Andersen

Forfatter: Heidi Bukten

[Avslutning av regnskap for snekker Andersen \(128885\)](#)

I denne oppgaven skal du avslutte regnskapet for snekker Andersen. Alle posteringene er utført, og råbalansen er summert. Avslutt regnskapet, sett opp ny balanse og finn årsresultatet.

Oppgaven finner du her:



Avslutning av regnskap for snekker Andersen / fil

<http://ndla.no/nb/node/128882>

Regnaksoppgave til skomakerverkstedet

Forfatter: Eva Carmen Jensen

[Regnaksoppgave til skomakerverkstedet \(128783\)](#)



Skomaker Andersen startet skomakerverksted 01.11.2012. Her er en oversikt over hvor mye penger han skaffet for å drive verkstedet, og hvordan han brukte pengene før han begynte å drive verkstedet.

- Andersen handlet inn **maskiner** for kr 20 000,-.
- Andersen handlet inn hyller, benker, bord og stoler. For dette **inventaret** betalte han kr 5 000,-.
- Andersen leier et lite lokale til kr 6 000,- i måneden. Han måtte betale **forskuddsbetalt husleie** for tre måneder. Han hadde derfor allerede betalt kr 18 000,- da han startet opp.
- Andersen ønsket å ha kr 2 000,- i vekslepenger i en **kontantkasse** i verkstedet.
- I tillegg til kontantene hadde Andersen kr 30 000,- i **innskudd** på en **bankkonto**.
- Andersen skaffet pengene han trengte som **egenkapital** til verkstedet selv.
- **Egenkapitalen** var på til sammen kr 75 000,-.

Opprett inngående balanse-t-konto. Begynn å føre regnskapet ved å sette opp kontoene du trenger (se etter tips i kontoplanen), og før inn inngående balansettall.

Når du har gjort dette, skal du føre alle kjøp og salg som skjer i verkstedet i november måned:

1. 02.11. selger han sko som han har laget, for kr 8 500,- (**salgsinntekt**). Kundene betaler **kontant**.
2. 05.11. kjøper Andersen inn lær og lærstål, stifter, lim og råmaterialer (**varekjøp**) for kr 10 000,-. Han betaler med **bankkort**.
3. 10.11. betaler han **husleie** for november måned på kr 6 000,- fra **bankkontoen**.
4. 18.11. selger han sko som han har reparert, for kr 4 300,- (**salgsinntekt**). Kundene betaler kontant.
5. 25.11. kjøper han inn mer lær og råmaterialer til reparasjon (**varekjøp**) for kr 5 000,-. Han betaler **kontant**.
6. 29.11. selger han sko som han har laget, for kr 11.400,- (**salgsinntekt**). Kundene betaler **kontant**.
7. 31.11. avslutter han regnskapet for å se hvordan det har gått.

Før og avslutt regnskapet for Andersen.

Arbeidsbok og **fasit** til oppgaven finner du her:



Arbeidsbok til regnaksoppgave / fil

<http://ndla.no/nb/node/128799>



Fasit til regnaksoppgaven / fil

<http://ndla.no/nb/node/128801>

Lover og regler for små virksomheter

Regnskapslovgivning og standarder

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Regnskapslovgivning og standarder \(94095\)](#)



Regelverket stiller enkle krav til økonomiske forhold for en liten bedrift. Kravene øker vesentlig med størrelsen på bedriften og organisasjonsformen. Vi skal nå ta for oss noen av de viktigste kravene til økonomiske forhold i små virksomheter.

Vi velger organisasjonsform etter det behovet vi tror vil oppstå i bedriften. For eksempel kan du velge et *enkeltmannsforetak* når du som eneier driver en liten bedrift. I andre tilfeller vil et *ansvarlig selskap* eller et *aksjeselskap* være aktuelt.

Det gjelder ulike lover og standarder etter størrelsen på bedriften. Nedenfor har vi satt opp en oversikt over de lovene og reglene som gjelder for ulike selskapsformer og virksomheter som ikke er store. Oversikten tar for seg *bokføringsloven*, *god bokføringsskikk* og *god regnskapsskikk*.



Det gjelder ulike lover og standarder etter størrelsen på bedriften

Fotograf: [Morten Løberg](#)

Tabellen kunne vært utvidet med store aksjeselskaper, børsnoterte selskaper og tilhørende lover, men det faller utenfor emnet vi skal behandle her.

Type foretak	Antall	Lov, standard	Kommentar
Aksjeselskaper	Mer enn 150 000 foretak	God regnskapsskikk for små foretak (GRSS)	Foretakene er regnskapspliktige.
Større enkeltmannsforetak		Bokføringsloven	Aksjeselskapene må i tillegg følge aksjeloven.
Større ansvarlige selskaper		God bokføringsskikk (GBS)	
De fleste enkeltmannsforetak og ansvarlige selskaper	Mer enn 300 000 foretak	Bokføringsloven God bokføringsskikk (GBS)	Selskapene er bokføringspliktige, og de må levere næringsoppgave.

Bokføringsloven

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Bokføringsloven \(94099\)](#)



Bokføringsloven er ikke særlig omfattende. Den omtaler grunnleggende og praktiske regler som er enkle å følge for små virksomheter. Reglene gjelder også for større foretak, men de må i tillegg følge mer omfattende lover og regler.

Bokføringsplikt

Bokføringsloven trådte i kraft i 2005. Loven inneholder regler for bokføring, spesifikasjon, dokumentasjon og oppbevaring av regnskapsopplysninger.

Her bruker vi begrepene *bokføring* og å være *bokføringspliktig*. Det er ikke det samme som å ha *regnskapsplikt*. Med regnskapsplikt mener vi plikt til å føre et komplett regnskap.

De minste enkeltmannsforetakene og de minste ansvarlige selskapene er bokføringspliktige, men ikke regnskapspliktige. De er underlagt bokføringsreglene og har en viss rapporteringsplikt til offentlige myndigheter.

Selskaper som *bare* har bokføringsplikt:

- enkeltmannsforetak som ikke har eiendeler over 20 mill. kroner og ikke mer enn tjue ansatte
- ansvarlige selskaper som ikke har mer enn fem ansatte og en inntekt under 5 mill. kroner

Om lag 300 000 virksomheter faller inn under disse reglene.

Vi skal nå se nærmere på bokføringsloven.

Regelen om ajourhold

En av de mest sentrale reglene i bokføringsloven er *regelen om ajourhold* (bokføringshyppighet). Hovedregelen sier at ajourhold skal gjennomføres så ofte som foretakets og transaksjonens art og omfang tilskir. Hovedregelen er å være à jour minst hver fjerde måned.

For de aller minste enkeltmannsforetakene er det nok å være à jour en gang i året, og da i forbindelse med selvangivelsen. Disse foretakene har mindre enn 300 bilag. Vi tar vare på alle bilag undervegs, men vi trenger ikke gruppere eller summere dem før vi utarbeider selvangivelsen.

Alle inntekter og kostnader skal først føres inn i et skjema kalt *næringsoppgaven*. Her får vi fram et eventuelt overskudd eller underskudd for virksomheten. Resultatet fører vi videre til selvangivelsen.

Dersom virksomheten er merverdipliktig, må den være à jour annenhver måned, siden oppgaven over merverdiavgift rapporteres seks ganger i året.

Det samme gjelder hvis enkeltmannsforetaket har ansatte. Pliktig rapportering av skattetrekk og arbeidsgiveravgift skjer også annenhver måned.

Lenke

[Bokføringsloven \(www.lovdata.no\)](#)



De minste ansvarlige selskapene er bare bokføringspliktige

Fotograf: [Henrik Sørensen](#)



De minste enkeltmannsforetakene er bare bokføringspliktige

Fotograf: [Nicolai Howalt](#)

Regelen om oppbevaring av bilag

Bokføringsloven har regler for hvor lenge bilagene skal oppbevares etter at driftsåret er omme. Vi skiller da mellom såkalte *primærbilag* og *sekundærbilag*.

Primærbilag

Følgende bilag skal oppbevares i ti år:

- årsregnskaper og regnskapsrapportering
- dokumentasjon av bokførte opplysninger



Fotograf: [Corbis](#)



Oppbevaring av bilag

Fotograf: [Espen Brattie](#)

Sekundærbilag

Følgende bilag skal oppbevares i 3,5 år:

- avtaler som gjelder virksomheten (unntatt de minst betydningsfulle)
- korrespondanse som gir viktig tilleggsinformasjon i tilknytning til en bokført opplysning
- utgående pakksedler eller tilsvarende dokumentasjon som foreligger på papir ved leveringstidspunktet
- prisoversikter som kreves utarbeidet etter lov eller forskrift

Eksempel



Inngående faktura / fil

<http://ndla.no/nb/node/94124>

Eksempel



Utgående pakkseddel / fil

<http://ndla.no/nb/node/94123>

Den nye bokføringsloven har skjerpe regler for en del forhold sammenliknet med de gamle reglene. Det gjelder

- utvidet kassaplikt ved kontantsalg
- skjerpe innholdskrav til kassakvitteringer
- skjerpe innholdskrav til utgående fakturaer
- skjerpe krav til faktureringshyppighet
- nye krav til dokumentasjon av kontantkjøp
- plikt til å dokumentere timebestillinger
- plikt til å dokumentere medgåtte arbeidstimer ved timelønn
- plikt til å registrere leverandørenes organisasjonsnummer

Nedenfor ser du en oversikt over bokføringsloven § 4 (de grunnleggende bokføringsprinsippene). Vi har behandlet punktene 5 og 8.



Kassaplikt ved kontantsalg

Fotograf: [Fredrik Sandberg](#)



Fotograf: [Henrik Sørensen](#)

- **Regnskapssystem:** Det hele skal være ordentlig og oversiktlig
- **Fullstendighet:** Alle transaksjoner (bilag) skal være med
- **Realitet:** Hendingen skal faktisk ha inntruffet
- **Nøyaktighet:** Alt skal være korrekt
- **Ajourhold:** Vi må være à jour så ofte det kjennes naturlig
- **Dokumentasjon:** Bilaget skal vise at det gjelder virksomheten
- **Sporbarhet:** Føring og bilag må kunne finnes
- **Oppbevaring:** Så lenge det er saklig behov
- **Sikring:** Skal sikres mot endring, sletting og tap
- **God bokføringsskikk**

God bokføringsskikk

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[God bokføringsskikk \(94130\)](#)



Et av de ti grunnleggende bokføringsprinsippene er *god bokføringsskikk* (GBS). Hva dette egentlig innebærer, er ikke omtalt i loven. Det er regnskapsbransjen selv som definerer denne skikken.

Norsk Regnskapsstiftelse

Bak *Norsk Regnskapsstiftelse* (NRS) står det åtte sentrale instanser. Det er Den norske Revisorforening, Norges Autoriserte Regnskapsføreres Forening (NARF), Norges handelshøyskole, Norske Finansanalytikeres Forening, Econa (tidl. Norske Siviløkonomers forening), Næringslivets Hovedorganisasjon, Oslo Børs og Handelshøyskolen BI.

Lenke:

[God bokføringsskikk
\(www.regnskapsstiftelsen.no\)](#)



Norsk Regnskapsstiftelse: www.regnskapsstiftelsen.no

Opphavsmann: [Norsk RegnskapsStiftelse](#)

Det er Norsk Regnskapsstiftelse som har utarbeidet en standard for god bokføringsskikk. Prinsippet innebærer at bokføring, spesifikasjon, dokumentasjon og oppbevaring av regnskapsopplysninger skal skje i samsvar med god bokføringsskikk. På den måten er det etablert en rettslig standard som et supplement til bestemmelser i lov og forskrift.

Hvorfor GBS?

Bokføringsloven er en rammelov som tillater at bransjen gjennom NRS setter standarder. NRS gjør en flott innsats gjennom sine utkast og høringsrunder. Utviklingen av standarder for god bokføringsskikk skjer i form av en felles dugnadssinnsats.

Noe av utfordringen for myndighetene og bransjen er den omveltningen som samfunnet både nasjonalt og internasjonalt er gjenstand for. Dette gjør det vanskelig å forholde seg til et statisk loververk. Å lage og godkjenne lover er en svært omfattende og tidkrevende prosess. En seriøs bransje kan derimot sette standarder på en mer fleksibel måte, selv om dette arbeidet også er svært omfattende.

God bokføringsskikk gjelder alle virksomhetene. Større virksomheter har også andre og mer omfattende lover og regler å forholde seg til.



God bokføringsskikk gjelder alle virksomheter

Fotograf: [Nina Ruud](#)

God regnskapsskikk for små foretak

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[God regnskapsskikk for små foretak \(94132\)](#)



Små aksjeselskaper, større enkeltmannsforetak og større ansvarlige selskaper må følge *bokføringsloven* og ha god *bokføringsskikk*. I tillegg må de følge *god regnskapsskikk for små foretak* (GRSS). Det vil si at små virksomheter både er *regnskapspliktige* og *bokføringspliktige*.

Hvilke virksomheter må følge god regnskapsskikk for små foretak?

Det finnes over 150 000 foretak i Norge i kategorien *små aksjeselskaper, større enkeltmannsforetak og større ansvarlige selskaper*. Vi kaller dem små foretak, og de må innfri to av tre vilkår:

- salgsinntekt under 60 millioner kroner
- balansesum under 30 millioner kroner
- gjennomsnittlig antall ansatte: 50 årsverk

Et foretak som for eksempel omsetter for under 60 millioner kroner og har eiendeler på under 30 millioner kroner, men har mer enn 50 ansatte, er et lite foretak i denne sammenhengen. Over 90 % av aksjeselskapene kommer inn under kategorien små foretak, og de må følge *god regnskapsskikk for små foretak* (GRSS).

Hva er GRSS?

De omtalte små foretakene er alle regnskapspliktige og skulle i utgangspunktet følge regnskapsloven. Denne loven er nokså omfattende, og små foretak kan derfor velge å bruke de forenklingene som er innarbeidet i god regnskapsskikk for små foretak.

Formålet med forenklingene er å redusere kostnadene ved å utarbeide årsregnskap og årsberetning. Informasjonsbehovet som brukerne av slike regnskaper har, er et annet enn ved større foretak. Brukerne kan være eierne, det offentlige eller forretningsforbindelser, det vil si alle som har interesse av å vurdere regnskapet.

Det er Norsk Regnskapsstiftelse som utarbeider god regnskapsskikk for små foretak. Virksomhetene er *regnskapspliktige*. Regnskapsplikt innebærer plikt til å registrere og dokumentere regnskapsopplysninger og å utarbeide årsregnskap (resultat, balanse og noter) og årsberetning.

Aksjeloven

Alle aksjeselskaper må følge aksjeloven. Loven omhandler blant annet

- hva et aksjeselskap er
- stiftelsesdokument, vedtekter og aksjeinnskudd
- registrering i Foretaksregisteret
- krav til egenkapital og utbytte
- salg av aksjer/forkjøpsrett/eierskifte
- generalforsamling og møteregrler
- selskapets styre, ledelse og revisor
- sammenslåing med andre selskaper eller oppdeling av selskapet



Fotograf: [Stig Stasig](#)

Lenker

- [God regnskapsskikk for små foretak](#)
- [Forenklingsreglene](#)
- [Regnskapsloven](#)

Lenke

- [Aksjeloven](#)

Salgs- og markedsrett

Hvorfor trenger vi et regelverk i markedsføring og salg?

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hvorfor trenger vi et regelverk i markedsføring og salg i forbrukermarkedet? \(95339\)](#)



Det skal ofte kreativitet til for å starte en bedrift. Denne kreativiteten kan også slå ut i mange ideer innen reklame og markedsføring. Men er det fritt fram å bruke disse ideene? Er det spesielle hensyn å ta? Hva sier i så fall loven?

Hvorfor trenger vi lover og regler?

Vi skal nå drøfte de viktigste lovene og reglene som gjelder når en bedrift skal markedsføre og selge sine produkter til privatpersoner. Slike kjøp kaller vi forbrukerkjøp.

Den som kjøper, har ofte manglende kunnskap om produktet og om gjeldende lover og regler. Selgeren er derimot profesjonell. Vi kan derfor si at det er en svak part og en sterk part i dette forholdet.

Kjøperen har behov for beskyttelse. Som forbrukere er vi glade for denne beskyttelsen. Kjenner du noen i omgangskretsen som har hatt behov for slik beskyttelse i forbindelse med noe han eller hun har kjøpt?

Det er flere lover som er inne i bildet. Vi kaller dem *forbrukerlover* og skal nå se på noen av dem:

- [markedsføringsloven](#)
- forbrukerkjøpsloven ([1](#), [2](#))
- [kredittkjøpsloven](#)
- [angrerettloven](#)
- [håndverkstjenesteloven](#)
- [tobakksskadeloven](#)
- [alkoholloven](#)

Først skal vi likevel se på noen organisasjoner som myndighetene har etablert for å følge opp behovet til forbrukere av varer og tjenester i Norge.

Forbrukerrådet

Forbrukerrådet er en interesse- og serviceorganisasjon for alle forbrukere av varer og tjenester i Norge. Hovedoppgavene deres er

1. å arbeide for at myndighetene og næringslivet gir forbrukerne god behandling
2. å gi informasjon til forbrukerne om produkter, rettigheter og regelverk slik at de er i stand til å gjøre fornuftige valg
3. å hjelpe forbrukerne med informasjon før kjøp og i klagesaker



Fotograf: [Ingar Storfjell](#)

Oppgave

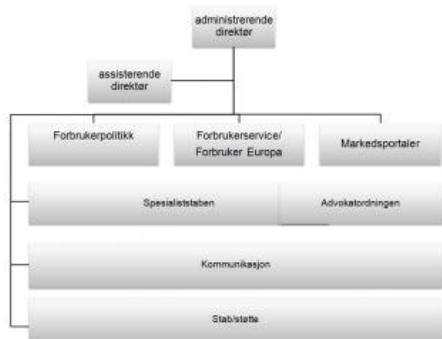
Hva mener du om dette?

[gkhalsa.wordpress.com - Priest and nun](#)

Lenke

Forbrukerrådet:
[www.forbrukerportalen.no](#)

Funksjonskart Forbrukerrådet



Opphavsmann: Forbrukerrådet

Per 1.1.2009 hadde Forbrukerrådet ca. 130 årsverk. 70 av dem var fordelt på 10 regionkontor, mens 60 årsverk var på hovedkontoret i Nydalen i Oslo.

Hvordan går du fram når du har problemer etter et kjøp?

1. Ta problemet opp med selgeren.
 2. Hvis du ikke når fram, kan du søke hjelp hos Forbrukerrådet i regionen din. Forbrukerrådet har ti regionkontor i Norge.
 3. Forbrukerrådet foreslår en løsning.
 4. Hvis partene ikke godtar forslaget, kan saken bringes inn for *Forbrukertvistutvalget*.
 5. Et vedtak i Forbrukertvistutvalget er bindende for begge parter.
 6. Vedtaket gjelder ikke dersom saken blir brakt inn for domstolen innen fire uker.

På Forbrukerrådets hjemmeside (se lenke i margen) kan du få hjelp hele døgnet. Siden inneholder blant annet en interaktiv klageveileder. Her får du oversikt over forbrukerrettighetene og hjelp til å skrive klagebrev.



Fotograf: [Science Photo Library](#)

Råd og veiledning:
hjelp@forbrukerradet.no

Send klage:

post@forbrukerradet.no

Lenke

www.forbrukertvistutvalget.no

Oppgave

Gå inn på
Forbrukertvistutvalget
s nettside og finn ut
hvilke saker de
behandler.

Markedsføringsloven

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKL Forlaget, Amendor AS

[Markedsføringsloven \(95349\)](#)



Markedsføringsloven er svært sentral. Vi skal se nærmere på denne loven som skal motvirke at reklame og annen markedsføring har skadelige virkninger for forbrukerne. Loven skal også sørge for sunn konkurranse og at markedsføringen er i tråd med god forretningsskikk, god markedsføringsskikk og ikke er urimelig i forhold til forbrukerne.

Markedsføringsloven er opprinnelig fra 1993.
Loven ble revidert i 2009.

I margen ser du en del eksempler på reklame som er i strid med markedsføringsloven. Kanskje du kan finne hvilken paragraf de bryter etter at du har lest teksten nedenfor?

God markedsføringsskikk (§ 2)

I denne paragrafen omtales blant annet likeverd mellom kjønnene. Markedsføringen skal ikke være støtende eller nedsettende overfor kvinne eller mann, og den skal ikke være i strid med likeverdet mellom kjønnene.

Urimelig handelspraksis (§ 6)

Urimelig handelspraksis er forbudt. Det er urimelig handelspraksis dersom du blir påvirket til å treffen beslutninger du ellers ikke ville ha tatt.

Sårbare grupper er beskyttet av loven. Som særlig sårbare grupper regnes psykisk eller fysisk svake, eldre eller godtroende. En urimelig markedsføring rettet mot personer i disse gruppene vurderes ut fra om den næringsdrivende burde ha forstått hvilken situasjon vedkommende er i.

Markedsføring mot barn (§ 19)

Barn og unge lar seg lettere påvirke av reklame enn voksne. Her skal det derfor mindre til for at en reklame bryter med markedsføringsloven. Det er forbrukerombudet som fører tilsyn med loven.

Regler som beskytter barn og unge (§ 20)

Det er forbudt å komme med direkte kjøpsoppfordringer til barn eller oppfordre barn til å mase på foreldre eller andre voksne om å kjøpe en vare eller tjeneste.

Lenke

Markedsføringsloven:

[www.lovdata.no -
Markedsføringsloven](#)



Denne annonsen er ikke i
strid med
markedsføringsloven § 2
andre ledd, som sier at det
skal være likeverd mellom
kjønnene

Fotograf: [Tore Kristiansen](#)

Leketøyskjeden Ringo
AS – utstyr/effekter for
halloween:

[www.forbrukerombud
et.no/id/217.0](#)

Elixia: 500 kcal på en
halvtime:

[www.nrk.no/nett-
tv/indeks/292315/](#)

Andre sentrale forhold

– Reservasjon mot telefonsalg

Over 1,7 millioner nordmenn har reservert seg mot telefonsalg. De er registrert i et reservasjonsregister. Næringsdrivende som driver med telefonsalg, må ifølge den reviderte loven sjekke reservasjonsregisteret hver måned.

– Nei takk til gratis aviser

Det har lenge vært mulig å reservere seg mot uadressert reklame. Nå er det også mulig å reservere seg mot gratis aviser.

Rynkekremer lover for mye: www.nrk.no/nett-tv/klipp/549831

Nå- og etterpriser:

www.nrk.no/nett-tv/klipp/632437

Barnemote:

www.nrk.no/nett-tv/indeks/198247

Lokkemidler:

www.nrk.no/nett-tv/indeks/198254

Reservasjon mot telefonsalg og adressert reklame:

[Brønnøysundregistren
e - reservasjon](http://Brønnøysundregistrene-reservasjon)

Forbrukerkjøpsloven I

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Forbrukerkjøpsloven I \(95352\)](#)



Det finnes flere lover som regulerer hvilke rettigheter og plikter vi har som kjøpere. Hvilke regler som gjelder, avhenger av type kjøp. Har du kjøpt fra næringsdrivende, står forbrukerkjøpsloven sentralt. Den skal vi se mer på her.

Forbrukerkjøp

Forbrukerkjøpsloven gjelder ved forbrukerkjøp. Forbrukerkjøp er salg av en vare fra en yrkesselger til en forbruker når kjøperen skal ha varen til personlig bruk. Her er selgeren profesjonell, mens kjøperen ikke er det.

Forbrukerkjøpsloven gjelder ikke ved kjøp mellom to privatpersoner.

Profesjonell mellommenn

Når en privatperson som skal selge noe til en annen privatperson, bruker en profesjonell mellommenn, kommer også forbrukerkjøpsloven inn i bildet. Den gjelder for eksempel når en bilforhandler selger en bruktbil for en av kundene sine.

Hvordan blir forbrukerkjøpsloven brukt?

Forbrukerkjøpsloven § 15 sier at varen skal være slik du har avtalt med selgeren. Du har krav på at varen har de egenskapene og den holdbarheten som selgeren har opplyst ved kjøpet, gjennom annonser, på plakater, på emballasjen o.l.

Dersom dere ikke har avtalt noe spesielt, sier forbrukerkjøpsloven § 15 at du har krav på at varen har samme egenskaper og holdbarhet som tilsvarende varer.

Er ikke varen i samsvar med det dere avtalte eller det du kan kreve etter loven, har varen en mangel. Det vil si at du kan kreve at selgeren leverer ny vare, retter feilen, gir prisavslag, hever kjøpet og/eller gir erstatning.

Lenke

Forbrukerkjøpsloven:
[www.lovdata.no -
Forbrukerkjøpsloven](#)



Bruk av profesjonell
mellommenn
Fotograf: [Jan Petter Lynau](#)

Oppgave

Gi eksempler og fortell
klassen om varer du
har kjøpt som ikke
svarte til
forventningene.



Varen skal være slik du har
avtalt med selgeren, eller
som oppgitt i
informasjonsmateriell
Fotograf: [Tore Wuttudal](#)

Eksempel

Hvis det nye tv-apparatet ditt slutter å fungere tre år etter at du kjøpte det, skal selgeren normalt sett betale reparasjonen. Er det tvil om årsaken til mangelen, kan ikke selgeren slippe unna ansvaret ved å hevde at feilen skyldes slitasje eller unormal bruk. Det er selgersiden som må sannsynliggjøre at feilen skyldes forhold du er ansvarlig for. Det vil med andre ord si at dersom selgeren ikke finner årsaken til feilen, må selgeren dekke reparasjonen.

En del selgere avviser reklamasjoner med en påstand om at enkelte deler av varen må forventes å ha en kortere levetid. I en sak om en videospiller har Høyesterett bestemt at ved feil på elektroniske komponenter med lang levetid, som ikke krever vanlig vedlikehold, har du krav på gratis reparasjon i hele femårsperioden. Dette prinsippet gjelder også for de andre produktene som ved normal bruk har lang levetid.

Forsinkelse

Forsinkelse foreligger hvis selgeren ikke leverer varen til avtalt tidspunkt. Ved forsinkelse kan du kreve at selgeren leverer, og du kan holde tilbake betalingen til leveransen skjer. Dersom forsinkelsen er stor, kan du heve kjøpet. Det vil si at du kan gå fra avtalen og kreve tilbake det du eventuelt har betalt – med tillegg av forsinkelsesrente fra da du betalte.



Fotograf: [Göran Bohlin](#)



Dersom leveransen er vesentlig forsinket, kan du gå fra avtalen

Fotograf: [Stein J. Bjørge](#)

Forbrukerkjøpsloven II

Forfatter: Oddvar Torgersen, NIKI Forlaget, Amendor AS

[Forbrukerkjøpsloven II \(95354\)](#)



Her skal vi se på flere sider ved forbrukerkjøpsloven. Vi skal blant annet lære hva en mangel er, og litt om klagefrister, betaling og bestilling.

Hvor lenge gjelder forbrukerkjøpsloven?

Loven sier at alle feil som oppstår de seks første månedene, skal regnes som fabrikkfeil om ikke selgeren beviser noe annet. Selgeren har *bevisbyrden* for at feilen ikke skyldes han. Etter de seks første månedene er det du som kjøper som vanligvis har bevisbyrden. Vi skal gi et par eksempler på hva bevisbyrde er.

Eksempler

Hvis du for eksempel får regning fra et bompengeselskap, og du mener at du ikke har passert bommen på det tidspunktet, er det bompengeselskapet som må bevise påstanden sin.

Gå inn på «Kort og kode» i denne lenka. Her kan du lese om bevisbyrden i forbindelse med en sak om bankkort og kode.

En feil er ikke nødvendigvis en mangel

Vi må regne med feil som følge av slitasje eller som følge av uforsvarlig eller unormal bruk. Slike feil er ikke mangler. Finner selgeren ut at dette er årsaken til feilen, må du selv betale reparasjonen.

Merk deg at når du kjøper brukte ting, kan selgeren ofte selge tingene «som den er» eller med liknende forbehold. Hensikten er å begrense rettighetene dine. Selv om selgeren har tatt et slikt forbehold, er det en mangel dersom varen er i dårligere stand enn du hadde grunn til å regne med etter det som ble opplyst, etter prisen eller alderen på varen.

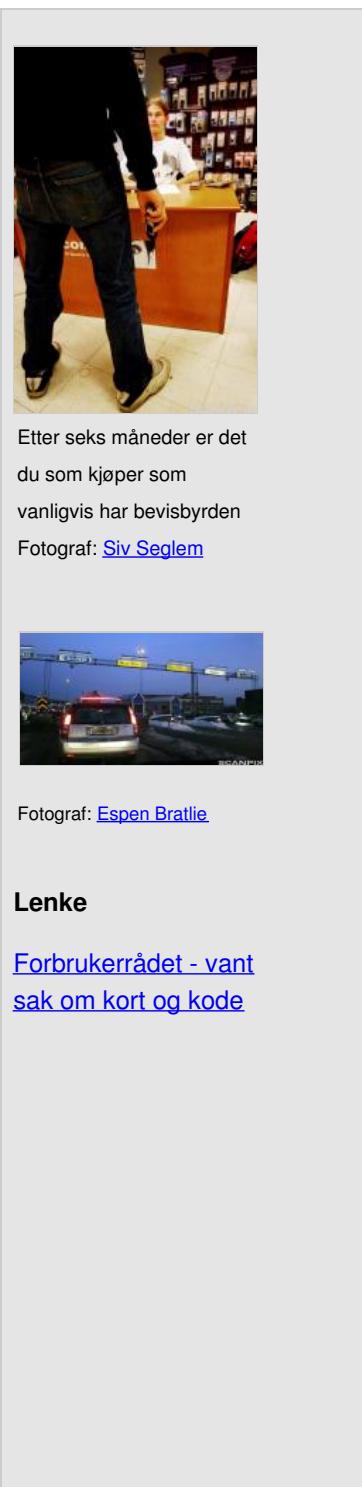
Det er også en mangel dersom selgeren har holdt tilbake opplysninger av betydning, eller varen ikke har de egenskapene selgeren har opplyst.

Etter forbrukerkjøpsloven har selgeren bare to sjanser til å rette samme feil. Mislykkes det, kan du kreve prisavslag eller heving av kjøpet. Prisavslaget skal tilsvare reduksjonen i varens verdi. Er varen bare verdt halvparten så mye med mangelen, kan du kreve et prisavslag på 50 %.

Klagefrister

Hvis du oppdager at noe er feil ved varen, må du melde fra til selgeren i rimelig tid. Det vil alltid være tilstrekkelig at du klager innen to måneder etter at du oppdaget feilen.

I tillegg til at du må reklamere i rimelig tid, må du overholde de absolutte klagefristene. Hovedregelen er at klagen må skje seinest to år etter at du overtok varen. Fristen er likevel fem år dersom varen er ment å være vesentlig lengre enn to år. Det gjelder for eksempel varer som møbler, biler, mobiltelefoner, radio-/tv-apparater og byggevarer.



Etter seks måneder er det du som kjøper som vanligvis har bevisbyrden

Fotograf: [Siv Seglem](#)



Fotograf: [Espen Bratlie](#)

Lenke

[Forbrukerrådet - vant sak om kort og kode](#)

Vær også oppmerksom på at selgeren i garantien kan ha gitt deg lengre klagefrist enn loven.

Betaling

Varen skal betales kontant om ikke annet er avtalt. Du trenger ikke betale før du har fått varen, forutsatt at det ikke er gjort avtale om forhåndsbetaling. Slike avtaler bør du unngå. Når det ikke er avtalt pris, skal du betale det som var gjengs pris for varetypen på avtaletidspunktet. Mottar du en regning fra selgeren, må du si fra innen rimelig tid dersom du ikke godtar den kjøpesummen som er oppgitt der.

Avbestilling og retur (§§ 41–42)

Forbrukerkjøpsloven gir deg rett til avbestilling av varen i tidsrommet før du mottar varen. Avbestilling innebærer at du slipper å betale kjøpesummen, men som hovedregel må du dekke et eventuelt tap som selgeren lider på grunn av avbestillingen. Dere kan avtale et standardisert avbestillingsgebyr, men gebyret må ikke overstige selgerens faktiske tap.

Har du allerede overtatt varen, er utgangspunktet at du ikke kan avbestille. Det innebærer altså at du må betale kjøpesummen selv om du ikke ønsker å beholde varen. Om angrefrist, se [angrerettsloven](#).

Hvordan går vi fram ved klage?

Som hovedregel må du selv ta opp saken med selgeren, men du kan først rådføre deg med Forbrukerrådet. Blir du ikke enig med selgeren, kan saken klages inn for Forbrukerrådet.

Mer informasjon om framgangsmåten og hva du kan klage på, finner du på Forbrukerrådets klageguide.



En feil er ikke nødvendigvis en mangel

Fotograf: [Johnny Madsen](#)



En feil må meldes i rimelig tid
Fotograf: [Jens Sølvberg](#)

Lenke

[Forbrukerrådet, garanti og reklamasjon](#)

Klagerett:
www.nrk.no/nettv/klipp/555097

Oppgave

Gå ut i nærmiljøet og spør folk på gata om de vet forskjellen på garanti og reklamasjon.



Varen skal betales kontant om ikke annet er avtalt

Fotograf: [Sara Johannessen](#)

Lenke

[Forbrukerrådets
klageguide](#)

Kredittkjøpsloven

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKL Forlaget, Amendor AS

[Kredittkjøpsloven \(95367\)](#)



Allerede i 1916 kom den første loven om avbetalingskjøp. Den loven som gjelder i dag, er fra 1985 og omtales som kredittkjøpsloven. Er det behov for en slik lov?

Kredittkjøpsloven gjelder kjøp av løsøre på kredit. Løsøre er en betegnelse på alle gjenstander som ikke er fast eiendom, for eksempel inventar og bruksting. Vi bruker også betegnelsen om avbetaling når vi kjøper på kredit.

Loven regulerer slike kontokredittavtaler, det vil si avtaler om å bruke en kredit knyttet til kjøp hos for eksempel en kjede. Det skjer ved hjelp av kunde-/kredittkort. En slik avtale kalles *løpende kredit*, det vil si at kunden kan gjøre flere kjøp innenfor en avtalt kreditramme.

Eksempel

På COOPs hjemmeside kan vi lese:



Kredittkjøpsloven gjelder ved kjøp av løsøre
Fotograf: [Signe Dons](#)

Lenke
Kredittkjøpsloven:
[www.regjeringen.no - kredittkjøpsloven](http://www.regjeringen.no/kredittkjøpsloven)

Kredittkortet
«remember»:
www.remembercard.no - kredittkort

COOPs medlems- og betalingskort gir deg kredit inntil

50 000 kr. I tillegg har kortet svært gunstige betingelser. Du slipper årsgebyr, fakturagebyr og gebyr når du handler med kortet.

Avtalen skal inneholde opplysninger om *effektiv rente*. Den skal også gi opplysninger om *kontantkjøpsprisen* og *kredittkjøpsprisen*. Det vil si at det skal opplyses om hva varen ville kostet ved kontant betaling, og hva den totale prisen blir ved bruk av kredit.

I det siste har det skjedd markedsføring av såkalt rentefri kredit. Dette uttrykket skal ikke brukes hvis det på noen måter er kostnader knyttet til kreditten, for eksempel gebyrer.

Leie av løsøre på kredit, for eksempel leie av bil eller båt, reguleres også av denne loven.

Loven har bestemte krav til utformingen av kredittavtalen.

Angrerettsloven

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Angrerettsloven \(95372\)](#)



I 2001 fikk vi en ny lov om angrerett. Den gamle var fra 1972. Hovedprinsippet er at forbrukeren på visse betingelser kan oppheve kjøpet innen 14 dager etter at han inngikk avtalen. Dette gjelder spesielt ved kjøp utenfor fast salgssted.

Litt om loven

Du har rett til å heve kjøpsavtalen hvis vilkårene for angrerett etter *angrerettsloven* er oppfylt. Dette er bare aktuelt når kjøpet har skjedd utenfor butikk eller annet fast salgssted, såkalt fjernsalg (se § 6 i loven). Vanlig butikksalg omfattes ikke av loven.

Et typisk eksempel er telefonsalg, men vi har også salg gjennom tv-shop, Internett, sms eller postordre, eller ved dørsalg, messe- og utstillingssalg, salg på arbeidsplassen, selskapssalg, salg på bussturer osv. Med visse unntak gjelder loven også ved kjøp av tjenester.

Hensikten er å gi forbrukeren tid til å tenke seg om dersom en har vært utsatt for et «overrumpende» salg, eller det ikke har vært mulig å prøve ut produktet.

Krav om skriftlig bekreftelse ved telefonsalg

Det skal alltid inngås en skriftlig avtale etter et telefonsalg. Det kan skje ved at selgeren sender et brev, en e-post eller en sms til kunden. Her skal den viktigste informasjonen framgå. En bindende avtale er først inngått når kunden har sendt en skriftlig bekreftelse tilbake til selgeren (se § 10 i loven).

Har du avtalt tilbakeleveringsrett med selgeren, for eksempel deponering, hjemlån, kjøp på prøve, kan du kreve å levere varen tilbake.

Unntak for spesielle varer

Loven gjelder ikke produkter som ikke kan leveres tilbake når de først er levert til kunden, eller produkter som lett blir forringet. Eksempler på dette kan være fyringsolje og ferske matvarer – selv om det er bestilt på telefon eller Internett.



Fjernsalg

Fotograf: [Bjørn Frostad](#)

Lenker

Angrerettsloven:

[www.lovdata.no -
angrerettsloven](http://www.lovdata.no - angrerettsloven)

Rettigheter ved kjøp
på nett:

[www.nrk.no/nett-
tv/klipp/620595](http://www.nrk.no/nett-tv/klipp/620595)

Oppgave

Lag en undersøkelse i klassen (ev. på skolen) om kjøp av varer gjennom fjernsalg og fjernkommunikasjon. Undersøkelsen kan for eksempel gi svar på hvor ofte dere kjøper varer på Internett, sms og postordre, hva slags varer dere kjøper, gode/dårlige erfaringer.

Du har angrerett på tilsendte bøker, videoer eller cd'er. Men når forseglingen er brutt, og seglet har en tekst som tydelig forklarer det, han du ikke lenger angrefrist. Dette er begrunnet med at en lett kan kopiere innholdet uten å skade varen. Har du derimot kjøpt et slikt produkt gjennom telefonsalg, har du angrefrist selv om forseglingen er brutt.

Ved fjernsalg, for eksempel kjøp av mobil på nettet, skal et angrefristformular alltid følge med sendingen. I motsatt fall har du angrefrist i ett år (se § 9 i loven).

Tidsfrister

Hovedregelen er at kjøperen kan gå fra kjøpet uten begrunnelse i 14 dager etter å ha mottatt gjenstanden. Selgeren må da underrettes om dette.

Dette gjelder ikke hvis varen er betalt kontant eller med betalingskort (uten å ta forbehold om angrefrist), og når varen ikke er dyrere enn 300 kr. Ved for eksempel telefonsalg har en likevel full angrefrist uansett.



Det skal alltid inngås en skriftlig avtale etter et telefonsalg

Fotograf: [Dag G. Nordsveen](#)



Her gjelder ikke angrefristloven lenger

Fotograf: [Ingar Storfjell](#)

Håndverkstjenesteloven

Forfatter: Oddvar Torgersen, NIKI Forlaget, Amendor AS

[Håndverkstjenesteloven \(95378\)](#)



Håndverkstjenesteloven dreier seg om kjøp av håndverkstjenester. Det kan være vedlikehold og reparasjoner som snekkerarbeid, rørleggetjenester og bilmekanikertjenester. Loven gjelder ikke ved oppføring av bolighus. Der er det egne lover.

Litt om loven

Håndverkstjenesteloven gjelder når kjøperen er privatperson og selgeren driver næringsvirksomhet (se § 1 i loven). En avtale om håndverkstjenester bør gjøres skriftlig ved hjelp av en *standardkontrakt*.

Mangler eller forsinkelser

De vanligste årsakene til uenighet er forsinkelser og mangler. Da må forbrukeren sende en *reklamasjon*. Det bør skje så snart som mulig og senest to år etter at oppdraget er avsluttet. I spesielle tilfeller er fristen fem år (se § 22 i loven).

Lenker

Håndverkstjenestelov
en: [www.lovdata.no-
håndverkstjenestelove
n](http://www.lovdata.no-
håndverkstjenestelove
n)

Standardkontrakt:

[Kontrakt for
håndverkertjenester](#)

Mangler og
forsinkelser:

[Klagebrev](#)



Fotograf: [Paul Sigve Amundsen](#)

Tobakksskadeloven

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Tobakksskadeloven \(95382\)](#)



Formålet med tobakksskadeloven er å begrense de helseskadene som bruk av tobakksvarer fører med seg. Her skal vi lære litt om denne loven.

Litt om loven

Tobakksskadeloven omtaler tobakksvarer som kan røykes, snuses inn, suges eller tygges når de helt eller delvis består av tobakk.

All reklame for tobakksvarer er forbudt. Det gjelder også piper, sigarettpapir, sigarettrullere og annet røykeutstyr.

Tobakksvarer må ikke inngå i reklame for andre varer eller tjenester. Et merke som hovedsakelig er kjent som et merke for tobakksvarer, kan ikke brukes i reklame for andre varer eller tjenester.

Synlig oppstilling av tobakksvarer og røykeutstyr på utsalgssteder er forbudt. Det kan gis nøytrale opplysninger om pris og om hvilke tobakksvarer som blir solgt på stedet. Det samme gjelder for røykeutstyr. Forbudet gjelder ikke spesialforretninger for tobakk.

Enhver form for gratis utdeling av tobakksvarer til forbrukere fra en som driver næringsvirksomhet, er forbudt. Det er også forbudt å gi spesiell rabatt ved salg av tobakksvarer til forbruker.

Krav til merking av tobakksvarer

Det er forbudt å selge eller dele ut tobakksvarer som ikke er merket med advarsel om helsefarene ved bruk. Tilsvarende skal sigaretpakker være merket med en innholdsdeklarasjon.

Det er forbudt å selge eller dele ut tobakksvarer som gjennom tekst, navn, varemerke, illustrasjoner eller annet antyder at et spesielt tobakksprodukt er mindre helseskadelig enn andre.

Den som produserer eller selger tobakksvarer, kan ikke gjennom symboler eller tekst på pakninger gi egne opplysninger om de helsemessige konsekvensene ved å røyke.

Lenke

Tobakksskadeloven:
[www.lovdata.no -](http://www.lovdata.no/)
[tobakksskadeloven](#)



Synlig oppstilling av tobakksvarer er forbudt

Fotograf: [Lise Åserud](#)



Tobakksvarer skal merkes med advarsel mot helseskader

Fotograf: [Kerstin Mertens](#)

Aldersgrenser

Det er forbudt å selge eller overlate tobakksvarer eller imitasjoner som kan oppfordre til bruk av slike varer, til personer under 18 år. Er det tvil om kjøperens alder, kan salg bare finne sted dersom kjøperen dokumenterer å ha fylt 18 år.

Salg av tobakksvarer til forbrukere kan bare gjøres av personer over 18 år. Dette gjelder likevel ikke dersom en person over 18 år har daglig tilsyn med salget.

Røykeforbud i lokaler og i transportmidler

I lokaler og transportmidler der allmennheten har adgang, skal lufta være røykfri. Det samme gjelder i møterom, arbeidslokaler og institusjoner der to eller flere personer er samlet. Dette gjelder ikke i beboelsesrom i institusjoner, men institusjonen plikter å gi dem som ønsker det, tilbud om røykfrie rom.

Røyking kan ikke tillates på serveringssteder. Eieren eller den som disponerer lokalene eller transportmidlene, plikter å sørge for at reglene blir overholdt. Det skal markeres med tydelige skilt at røyking er forbudt på steder der det kan være tvil om det, og ved inngangen til alle serveringssteder.

Personer som til tross for advarsel fra den som driver lokalet eller transportmidlet, overtrer bestemmelsen, kan vises bort fra lokalet eller transportmidlet.



Tobakksvarer skal ikke
selges til personer under 18
år

Fotograf: [Rolf Øhman](#)



Er røykere blitt en
diskriminert minoritet?

Fotograf: [Stein J. Bjørge](#)



Fotograf: [Sigmund Krøvel-Velle](#)

Alkoholloven

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Alkoholloven \(95405\)](#)



Alkohollovens formål er å regulere innførsel og omsetning av alkoholholdige varer, for i størst mulig utstrekning å begrense de samfunnsmessige og individuelle skadene som alkoholbruk kan innebære.

Definisjon av alkoholholdig drikk

I *alkoholloven* er alkoholholdig drikke en fellesbetegnelse på drikker som inneholder mer enn 2,5 volumprosent alkohol. Det er likevel slik at det er aldersgrense på drikker som inneholder mellom 0,7 og 2,5 volumprosent alkohol.

Med brennevin mener vi en drikke som inneholder tilvirket alkohol ublandet eller blandet med andre produkter. Enhver drikke som inneholder 22 volumprosent alkohol eller mer, regnes som brennevin.

Loven gjelder ikke alkohol som selges, kjøpes, leveres ut eller sendes til medisinsk, teknisk eller vitenskapelig bruk, eller sprit til desinfeksjonsbruk.

Definisjon av salg og skjenking

Med *salg* mener vi overdragelse av alkoholholdig drikke til forbrukere for drikking utenfor salgsstedet.

Skjenking er salg for drikking på salgsstedet.

Bevillingsplikt

Salg, skjenking og tilvirkning av alkoholholdig drikke kan bare skje på grunnlag av *bevilling*.

Aldersgrense

Salg, skjenking eller utlevering av alkoholholdig drikke med 22 volumprosent alkohol eller mer må ikke skje til noen som er under 20 år.

Salg, skjenking eller utlevering av alkoholholdig drikke med lavere alkoholinnhold enn 22 volumprosent må ikke skje til noen som er under 18 år.

Lenker

Alkoholloven:
[www.lovdata.no - alkoholloven](http://www.lovdata.no/_alkoholloven)



Fotograf: [Knut Falch](#)



Skjenking

Fotograf: [Toby Talbot](#)

Antallet unge alkoholikere øker

Kilde: Aftenposten 20.12. 2011

Opphavsmann: [Aftenposten](#)

Den som selger, leverer ut eller skjenker alkoholholdig drikk med 22 volumprosent alkohol eller mer, må ha fylt 20 år. Den som selger, leverer ut eller skjenker annen alkoholholdig drikk, må ha fylt 18 år.

Dette gjelder likevel ikke servitører med kokke- eller servitørfagbrev, eller ved salg av drikk som inneholder mellom 0,7 og 2,5 volumprosent alkohol, når en person over 18 år har daglig tilsyn med salget.

Bevillingsperioden

Kommunal bevilling (godkjenning) til å selge alkoholholdige drikker med høyere alkoholinnhold enn 4,7 volumprosent kan gis for fire år om gangen.

Inndragning av salgs- og skjenkebevillinger

Kommunestyret kan i bevillingsperioden inndra en bevilling for resten av perioden eller for en kortere tid dersom vilkårene ikke lenger er oppfylt.

Ved vurdering av om bevillingen bør inndras, og for hvor lenge, blir det lagt vekt på type overtredelse, overtredelsens grovhetsgrad, om bevillingshaveren kan klandres for overtredelsen, og hva som er gjort for å rette opp forholdet. Det kan også legges vekt på tidligere praktisering av bevillingen.

En bevilling kan også inndras dersom det skjer gjentatt narkotikaomsetning på skjenkestedet, eller dersom det ved skjenkestedet skjer gjentatt diskriminering av grunner som nevnt i straffeloven.

Tilvirkning av alkoholholdig drikk

Produksjon av alkoholholdig drikk kan bare skje på grunnlag av bevilling gitt av departementet. Bevillingsplikten gjelder ikke tilvirkning til egen bruk av alkoholholdig drikk som ikke er brennevin.

Ulovlig kjøp

Det er forbudt å kjøpe alkoholholdig drikk med 22 volumprosent alkohol eller mer på vegne av noen som er under 20 år, eller annen alkoholholdig drikk til noen som er under 18 år.

Reklame for tilvirkningsmidler for alkoholholdig drikk

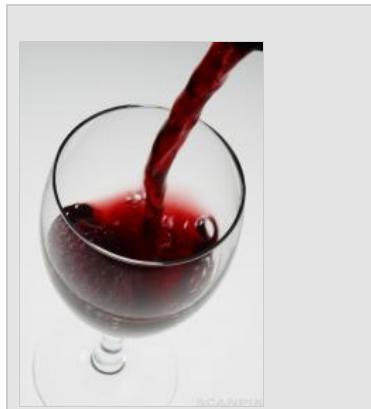
Det er ikke tillatt å annonser eller stille ut apparater – eller deler og utstyr – som kan brukes til produksjon eller destillering av sprit, brennevin eller isopropanol.

Det er forbudt å oppfordre til ulovlig produksjon eller destillering av sprit, brennevin eller isopropanol eller å gi veiledning om dette.

Det er forbudt å reklamere for stoffer som er beregnet på tilsetning til alkoholholdig drikk. Det samme gjelder oppskrifter og apparater til å framstille slike drikker.

Reklame for alkoholholdig drikk

Reklame for alkoholholdig drikk er forbudt. Forbudet gjelder også reklame for andre varer med samme merke eller kjennetegn som drikk som inneholder over 2,5 volumprosent alkohol. Slike varer må heller ikke inngå i reklame for andre varer eller tjenester.



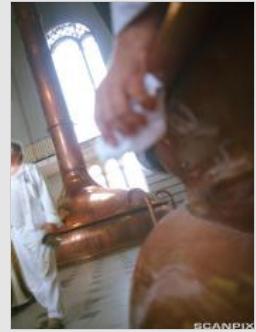
Det er aldersgrenser også for dem som serverer alkohol

Fotograf: [Jan Djenner](#)



Kommunestyret kan inndra bevillingen

Fotograf: [Espen Braata](#)



Alkoholproduksjon

Fotograf: [Charlotte Kim Boed](#)

Lenke

Kampanje mot vennelanging:
vennelanging.no

Oppgave

Diskuter kjøp av alkohol til unge under aldersgrensen. Hvor utbredt mener klassen dette er?

Oppgaver

Kjenner du dine forbrukerrettigheter?

Forfatter: Oddvar Torgersen

[Kjenner du dine forbrukerrettigheter? \(134441\)](#)



Det er viktig at du kjenner til hvilke oppgaver Forbrukerrådet og Forbrukertvistutvalget steller med. Denne oppgaven skal gjøre deg bedre kjent med oppgavene deres.

- a)** Gå inn på Forbrukerportalen og finn regionkontoret ditt. Gjør deg kjent med sidene og kom med eksempler på hva Forbrukerrådet bidrar med.

Forbrukerrådet: www.forbrukerportalen.no

- b)** Gå inn på Forbrukertvistutvalgets nettside og finn ut hvilke saker de behandler.

Lenke

Forbrukertvistutvalget: www.forbrukertvistutvalget.no

Garanti eller reklamasjon?

Forfatter: Oddvar Torgersen

[Garanti eller reklamasjon? \(134443\)](#)



Mange blander begrepene garanti og reklamasjon, det gjelder både privatpersoner og selgere. I denne oppgaven skal du sjekke hvordan det står til med kunnskapen hos folk.

- a) Bruk fagstoffet og internett, og finn ut forskjellen på garanti og reklamasjon. Kom med konkrete eksempler.
- b) Gå ut i nærmiljøet, eller på skolen, og spør folk om de vet forskjellen på garanti og reklamasjon.
- c) Lag en oppsummering av undersøkelsen og presenter denne for klassen.

Oppgaven kan gjerne løses i par eller i grupper.

Handel på internett

Forfatter: Oddvar Torgersen

[Handel på internett \(134445\)](#)



Flerere og flere unge kjøper varer over internett, det gjelder sikkert på din skole også. I denne oppgaven skal du kartlegge dine medelevers kjøpsvaner og erfaringer med kjøp på internett.

Lag en undersøkelse i klassen (ev. på skolen) om kjøp av varer gjennom fjernsalg og fjernkommunikasjon. Undersøkelsen kan for eksempel gi svar på hvor ofte dere kjøper varer på Internett, sms og postordre, hva slags varer dere kjøper, gode/dårlige erfaringer.

Kontor- og salgsrutiner

Hva er kontoradministrative rutiner?

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hva er kontoradministrative rutiner? \(95557\)](#)



Kunne du tenke deg å jobbe på et kontor? I så fall ville det vært greit å vite litt om hva som foregår der. Kanskje du blir utplassert på et kontor som ledd i undervisningen? Da vil dette stoffet være til nytte.

Kontoradministrasjon

Arbeidet på et kontor kan variere etter bransjen og etter størrelsen på bedriften. Men generelt kan bedriften ikke nå sine mål eller få utført arbeidet uten å ha et kontor som tar hånd om de kontoradministrative rutinene.

Disse rutinene kan være nødvendige støttefunksjoner for bedriftens hovedfunksjoner, som for eksempel er produksjon, service eller montering. Vi skal se på de forskjellige kontoradministrative rutinene.

Rutiner

Rutine er en kjede handlinger som må gjennomføres systematisk, rasjonelt og sikkert. For å sikre oss at dette blir gjort, er det ofte nødvendig å få skrevet ned rutinene. Det kaller vi *rutine-beskrivelse*. Rutinebeskrivelser gjennomgår punkt for punkt de handlingene som skal utføres i rutinen.

Instruks er en kortfattet, punktvis omtale av arbeidsoppgavene til en bestemt funksjonær, gjerne i forbindelse med flere rutiner. I denne instruksen kan det også være at funksjonæren får visse *fullmakter*.

Fullmaktene beskriver de rammene som en ansatt eller en avdeling kan arbeide innenfor uten å skaffe seg spesiell tillatelse fra en overordnet.

Alle sentrale rutiner bør beskrives og oppbevares i en egen perm, gjerne omtalt som kvalitetssikringsperm. Et godt alternativ til permer er å lagre det hele elektronisk.

La oss si at du har problemer med å finne ut av en funksjon i et dataprogram. På det tidspunktet du finner ut av det, tror du at du er i stand til å huske rutinen. Men vi glemmer fort. Den skrevne rutinen kan inneholde de nødvendige stegene for å kunne løse en oppgave i et dataprogram.

Erfaringen viser også at vi etter et lengre fravær ofte har behov for å friske opp hukommelsen. Da er det godt å ha en skrevet rutine å støtte seg til. Også i forbindelse med sykdom og nyansettelser er en slik perm nyttig. Det kan ligge store besparelser i å være à jour med viktige rutiner som fakturering, purring, inkasso osv.

Hvor nyttig er det så med formelle rutiner? Det går ikke an å tallfeste dette i kroner og ører, men all erfaring viser at det er en fordel med rutinebeskrivelser når det gjelder arbeidsmiljø, sikkerhet, effektivitet og anerkjennelse.



Kontoradministrative rutiner

Fotograf: [Corbis](#)

Oppgave

Gi eksempler på dine daglige rutiner.

Arbeidsmiljø

Skikkelige rutiner skaper bedre arbeidsmiljø. De ansatte kjenner sine arbeidsoppgaver, og det blir langt færre konflikter med tanke på hvem som skal gjøre hva, eller hvem som skal ta skylda om noe ikke blir gjort. Gode rutiner skaper et grunnlag for trygghet.

Sikkerhet



Elektronisk lagring er et godt alternativ

Fotograf: [Fred Guerdin](#)

Oppgave

Intervju en kontoransatt ved skolen om de rutinene som gjelder. Lag så en liste over dette.

Gode rutiner gir sikkerhet. Det er nokså åpenbart når det gjelder rutiner for sikkerhetskopiering av data og rutinene rundt kasse og kontanter. Men sikkerhet er noe mer. Gode rutiner for lagerstyring hindrer systematisk tyveri fra ansatte eller andre som måtte ha tilgang til lokalene. Det å være à jour med regnskapsføringen gir økonomisk oversikt, og nødvendige tiltak kan settes i verk.

Det er nødvendig med en beredskapsplan som sier hvem som skal være til stede på gitte tidspunkter. Ledelsen og de ansatte må kunne være trygge på at lokalene blir åpnet og lukket til rett tid. Det samme gjelder rutiner for vinduer, lys, varme og ikke minst alarm. Bruk og oppbevaring av alarmkoder og passord til datanettverket er svært vitale områder for sikkerheten. Alle bør kjenne et stort ansvar for å sikre arbeidsplassen.

Effektivitet

Gode rutiner er lette å følge, og det betyr at en sparer tid. Det fører til effektivitet.



Sikkerhet

Fotograf: [Bjørn Rørslett](#)

Anerkjennelse

En bedrift med gode rutiner høster også anerkjennelse, respekt og tillit i omgivelsene. Bankforbindelser, kunder og leverandører merker fort om bedriften har kontroll over det den driver med. I perioder der en støter på vansker, vil omgivelsene da vise større tålmodighet, velvilje og tillit til at problemene blir løst. Det ligger også i kortene at bedriften er åpen og gir tilstrekkelig informasjon om den aktuelle problemsituasjonen.

Også de ansatte har tillit til og er stolte av en arbeidsplass der det hersker ro og orden. Hver time investert i utarbeiding og dokumentasjon av rutiner gir tidobbtelt igjen.



Gode rutiner gir anerkjennelse

Fotograf: [Kissen Møller Hansen](#)

Likevel slurves det mye i mange bedrifter fordi en ikke tar seg tid til å utarbeide rutinebeskrivelser. Hva gjør du når du er ansatt og finner at rutinene mangler? Du lager dem selv. Etter hvert som du tråler deg gjennom arbeidsoppgavene, kan du dokumentere hva du har gjort.

Postbehandling

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Postbehandling \(95558\)](#)



Den skriftlige kontakten vi har med våre forretningsforbindelser, er svært viktig. Det er mye dokumentasjon som skal nå fram til rett avdeling, rett person og til rett tid. Et godt system er nødvendig på dette området.

Hva er postbehandling?

Tidligere gjaldt postbehandling bare i form av brev. I dag gjelder det også korrespondanse med e-post.

Postjournal

Vanligvis er det én person som har ansvaret for å åpne all post som kommer til bedriften. Han eller hun bør ha et stempel som kan påføres alle brev som gjelder virksomheten. Her fører vedkommende inn dato, journalnummer og navnet på saksbehandleren som skal ha brevet. Stemplet kan se slik ut:

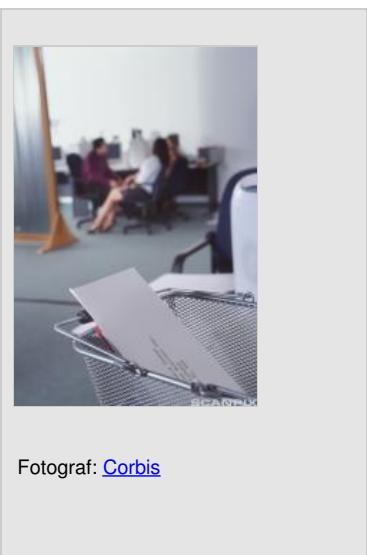
Journal nr.:		Dato:	
Saksbehandler	Besvart	Arkiv nr.	Arkivert av

Deretter føres brevet inn i en postjournal med informasjon som vist nedenfor:

AS Bygg og Bo						
Arkiv nr.	Dato	Avsender	Saks-behandler	Besvart	Innhold	Arkivert av

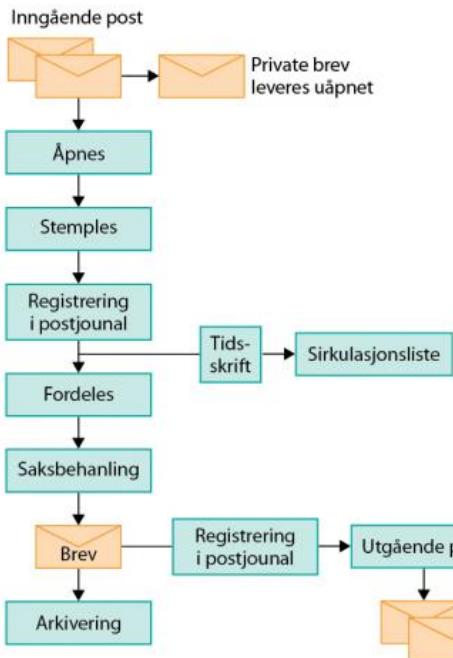
Posten blir så levert til rette vedkommende i bedriften.

Denne journalen kan være på papir som settes i en egen perm. Alternativt kan journalen lagres elektronisk. Rutinen gjelder ikke reklame, fagtidsskrifter osv., og den brukes mest av større firmaer.



Fotograf: [Corbis](#)

Oppgave
Intervju en kontoransatt på skolen om hva slags post som kommer til skolen, og hvordan den blir behandlet.



Postrutiner

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)

For annen post som tidsskrifter og aviser blir gjerne en *sirkulasjonsliste* heftet til publikasjonen. Hver enkelt signerer for at stoffet er mottatt (og lest), og sender det til neste person på lista. Til slutt blir tidsskriftet lagt i en tidsskrifthylle.

E-post

E-post bør i utgangspunktet behandles på liknende måte som vanlig post. Problemet er at e-posten ofte er stilet til en medarbeider i bedriften. Det bør finnes rutiner for at vedkommende videresender viktig e-post til registrering på vanlig måte.

Det er vanlig at virksomheter har en e-postadresse for denne typen dokumenter. Adressen kan for eksempel være post@bygg&bo.



Tidsskrifter

Fotograf: [Tor G. Stenersen](#)

Oppgave

Gå inn på hjemmesidene til ulike virksomheter og sjekk ut om det finnes en generell e-postadresse.

Arkivering

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Arkivering \(95561\)](#)



Postbehandlingen i en virksomhet sørger for at dokumentene med informasjon kommer dit de skal. Men hva skjer med dokumentene etterpå? Det kan være at det er behov for opplysningene også i ettermiddag, ikke minst om det skulle oppstå tvil om hva som ble sagt eller gjort. Vi har med andre ord behov for å arkivere dokumentene på en systematisk måte.

Hva er arkivering?

Det er behov for å oppbevare viktig informasjon på en måte som gjør det mulig å finne den igjen. Det gjelder uansett hvor stor informasjonsmengde det er snakk om. For at dette skal være mulig, trenger vi en avtalt måte og et sted å gjøre det på. I tillegg må det gjøres slik at informasjonen er oppbevart trygt og sikert. Det er behov for en *arkiveringsrutine*.

Vi tar utgangspunkt i hvordan vi går fram med et papirbasert materiale. Det legger et godt grunnlag for hvordan vi også kan gjøre det med et elektronisk materiale.

Ulike arkiveringssystemer

Kopibok

Kopibok er et begrep knyttet til den utgående posten. Det er nødvendig at foretaket har kopi av all dokumentasjon som sendes ut til forretningsforbindelsene, og at dette er lagret i en kopibok. Her setter vi kopiene i *kronologisk orden*, det vil si at vi oppbevarer dem etter stigende dato. De nyeste brevene ligger fremst.

Navnearkiv

Et navnearkiv er et system der alle foretakets forbindelser blir registrert: kunder, leverandører, det offentlige, bankforbindelser osv. En navnemappe blir laget for hver forbindelse, og disse mappene ordnes så alfabetisk. Alle dokumenter som er knyttet til en kontakt, oppbevares i mappene i datorekkefølge.

Saksarkiv

Det er også behov for å arkivere dokumenter etter sak, for eksempel saker som gjelder personalet, bedriftens planer, økonomi osv. Her er det nødvendig å bruke en *arkivnøkkel*. Det er en kodeoversikt som viser hvordan informasjonen er sortert eller klassifisert.

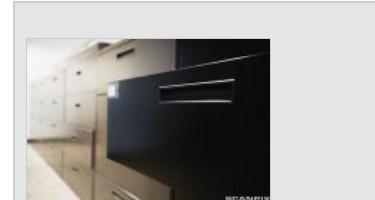
Forfallsarkiv

Dersom en sak skal følges opp på et bestemt tidspunkt, legger vi også en kopi av saken i et forfallsarkiv. Her er det naturlig å oppbevare dokumentene i mapper etter datoer fra 1. til 31. Kopien kan oppbevares på den dato saken skal følges opp, uavhengig av måned.

Klassifiseringssystem

Vi trenger et klassifiseringssystem for å kunne ha et velfungerende arkiv. Et slikt system krever en arkivnøkkel (se ovenfor). De vanligste systemene er

- alfabet-system



Arkiv

Fotograf: [Corbis](#)

Oppgave 1

Besøk en virksomhet i nærheten og få et innblikk i hvilke arkiveringsrutiner den har.

Oppgave 2

Be en kontoransatt ved skolen om å komme til klassen og fortelle om skolens arkiveringsrutiner.



Arkiv

Fotograf: [Corbis](#)

- nummersystem
- desimalsystem
- kronologisk system
- fødselsnummersystem
- geografisk system

Alfabetsystem

Norsk Standard har utarbeidet alfabetiseringsregler som bygger på disse prinsippene for personnavn:

1. ledd	2. ledd	3. ledd	4. ledd	5. ledd
Etternavn	Fornavn	Andre fornavn og mellomnavn	Poststed	Gate/vei

Det første ledet, etternavn, styrer rekkefølgen i utgangspunktet. Dersom det er flere personer med samme forbokstav i etternavnet, går vi til neste bokstav. Er også denne bokstaven lik, bruker vi neste, osv. Når det første ledet er likt, er det neste ledd som styrer rekkefølgen.

Eksempel

Vi skal alfabetisere navnene i margen og får denne rekkefølgen:

1. ledd	2. ledd	3. ledd	4. ledd	5. ledd
Haakonsen	Arne			
Hansen	Arne			
Hansen	Kari			
Hansen	Nils			
Hansen	Nils	Andreas		
Hansen	Nils-Erik			
Haraldsen	Siv			
Håkonsen	Lise			

Noen ganger kan det være behov for å ha svært detaljerte regler for å styre alfabetiseringen, for eksempel i firmanavn som er skrevet med tall og bokstaver. I et firmanavn som *3 Brødrene* forholder vi oss til navnet som om det ble skrevet *Tre Brødre*.

Nummersystem

Her bruker en et nummerstempel som automatisk gir nytt nummer, et såkalt pagineringssstempel. Et slikt system er i bruk på regnskapsbilag, men kan også brukes til annen slags arkivering. Systemet er enkelt, ettersom dokumentene arkiveres i stigende nummerrekkefølge. Et brudd i rekkefølgen blir tolket som at det mangler et dokument.

Desimalsystem

Desimalsystemet er mest brukt. Det er beskrevet i Norsk Standard, NS 4138 «Krav og retningslinjer for dokumentadministrasjon – arkivnøkkelen». Systemet er svært praktisk: Ti klasser er i bruk, og hver klasse er delt inn i ti hovedgrupper og videre i undergrupper. De fire første klassene brukes stort sett på samme måte av alle foretak, mens de neste klassene blir tilpasset etter behov.

Kronologisk system

Her brukes kort og godt datoens som nøkkel. De eldste dokumentene står bakerst og de nyeste fremst.

Fødselsnummersystem

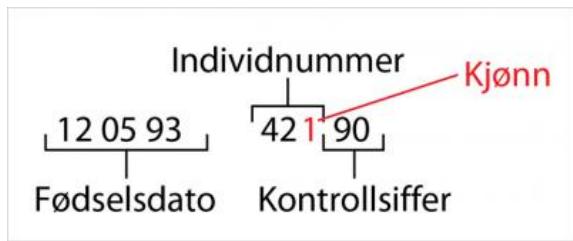
Her er det fødselsnummeret (elleve siffer) som gjelder. Fødselsnummeret er bygd opp av fødselsdatoen og personnummeret, se illustrasjonen.

Navneliste

Kari Hansen
Nils Hansen
Nils-Erik Hansen
Siv Haraldsen
Lise Håkonsen
Arne Haakonsen
Nils Andreas Hansen
Arne Hansen

Oppgave

Ta for dere klasselista og sorter navnene alfabetisk etter etternavn.



Geografisk system

I noen tilfeller bruker en et geografisk system som grunnlag for arkivering. Her kan fylke, by og sted komme i alfabetisk rekkefølge.

Elektronisk system

Stadig mer av det et foretak bør ta vare på, er elektronisk materiale. Her bruker vi betegnelsen *lagre* og ikke arkivere, men i prinsippet er det det samme. De dataene vi har i de administrative programmene for regnskap, ordre og lønn, blir automatisk lagret i et system som er satt opp i selve programmene.

Men data i for eksempel tekstbehandlingsprogrammer og regneark blir ikke lagret automatisk. Her må den enkelte medarbeider bygge opp sitt eget system med mapper og undermapper.

Sikkerhetskopiering

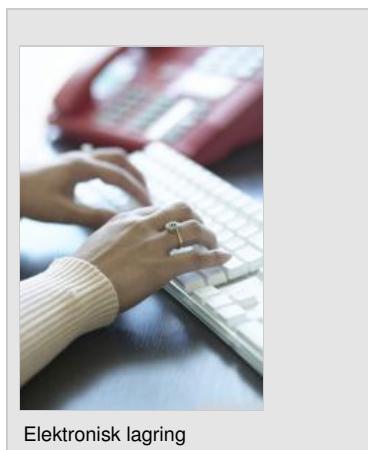
Vi bruker ofte den engelske betegnelsen «backup». Det vil si at vi tar en sikkerhetskopi av det som er lagret i datasystemet, slik at ikke data går tapt på grunn av teknisk svikt, brann, tyveri eller sabotasje. Disse dataene er svært verdifulle for foretaket.

Til sikkerhetskopieringen bruker vi gjerne en cd, en minnepinne eller en annen pc. Bedriften må bestemme hvilke data som skal kopieres, og når det skal gjøres. Ofte blir det ordnet slik at de nødvendige dataene kopieres automatisk om natta.

Vi bruker da såkalte generasjoner av kopier. En cd kan få betegnelsen mandag, en annen tirsdag osv. Det gir en utvidet sikkerhet. Blir det behov for å bruke sikkerhetskopian og den siste cd-en viser seg å være defekt, går vi til den neste. Da er det nødvendig å registrere dataene for siste dag på nytt, ettersom disse data har gått tapt.

Sikkerhetskopiene kan oppbevares i en datasafe eller i en annen bygning. Det må føres logg over sikkerhetskopieringen, og skjemaet kan se slik ut:

Dato	Dag	Arbeid som er utført	Arbeid som er utført	Utført av
5.5.	fredag	faktureringen for april er ferdig	hos daglig leder	HV
8.5.	mandag	lønna for april er kjørt	i datasafe	HV
9.5.	tirsdag	regnskapet for april er ferdig	i datasafe	KS



Elektronisk lagring
Fotograf: [Corbis](#)

Oppgave
Hvordan lagrer du dokumentene dine?
Har du et spesielt system?



Sikkerhetskopiering
Fotograf: [Science Photo Library](#)

Mer om sikkerhetskopiering her: [«Sikkerhetskopiering»](#).

Personalbehandling

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Personalbehandling \(95564\)](#)



Det hevdes, ofte med rette, at de ansatte er bedriftens viktigste ressurs. Hvis ledelsen virkelig mener det, bør det også vise seg i måten de behandler personalet på.

Personalbehandling

Det er krevende å være kvalitetsbevisst i personalbehandlingen når mange andre arbeidsoppgaver krever oppmerksomhet. Det kan føre til at ledelsen bare driver «brannslokking».

Det koster mye å lære opp nye medarbeidere. De økonomiske konsekvensene av å ansette feil person er store, så det er lønnsomt å planlegge, utarbeide og følge opp gode rutiner i personalarbeidet.

Rekruttering

Rekrutteringsprosessen bør starte så tidlig som mulig når det er behov for en ny medarbeider. Bedriften kan satse på å rekruttere internt eller eksternt. Det vil si at de enten lyser ut stillingen bare i bedriften, eller de annonserer stillingen i avis, på finn.no o.l.

Hvorfor søker ut når du kan finne kompetansen internt?

Det er mange gode grunner til å velge en kandidat som allerede er i selskapet. Man slipper å vurdere om kandidatene passer inn i miljøet eller ikke. Hvis vedkommende har jobbet i selskapet en stund, er hun eller han allerede innarbeidet i bedriftens kultur. Arbeidsgiveren slipper også å bruke mye tid og penger på opplæring.

Internrekruttering kan også være svært motiverende for bedriftens ansatte, fordi det åpner for karriere og kompetanseutvikling. Disse fordelene må naturligvis veies opp mot de fordelene som kan ligge i å få inn «friskt blod».

Rekrutteringsprosessen

Vanligvis blir det utarbeidet faste rutiner for ansettelse. Det er stor hjelpe å registrere alle kandidatene på en søkerliste basert på søknader, vitnemål og attestar. En søkerliste kan se slik ut:

Navn	Alder	Adresse	Utdanning	Praksis

En søkerliste letter det videre arbeidet, og lista gjør det lett å markere hvordan den enkelte søkeren ligger an i forhold til andre.

Lenke

[Hva er rekruttering?](#)



Fotograf: [Corbis](#)

Oppgave

Har du noen gang vært til jobbintervju? Fortell om det til resten av klassen.

Søkere bør få bekrefte på at søknaden er mottatt, og når de kan vente tilbakemelding. De som er uaktuelle for intervju, bør straks få et høflig avslagsbrev. Aktuelle personer blir innkalt til intervju, og det kan bli flere runder etter hvert som kandidatene faller av lasset.

Bedriftene blir mer og mer profesjonelle i dette arbeidet, selv om mange mener at bedriftene ofte overdriver bruken av såkalte personlighets- og ferdighetstester.

Kontroll av referansene står som regel svært sentralt i prosessen. En referanse kan være en tidligere arbeidsgiver eller en lærer som er villig til å uttale seg om deg.

Til slutt blir det foretatt en utvelging, og tilsettingsbrev blir sendt. Brevet bør inneholde

- tilsettingsvedtaket (at vedkommende er valgt til stillingen)
- stillingens navn og dens arbeidsoppgaver
- tiltredelsestidspunktet (når vedkommende skal begynne)
- lønns- og ansettelsesvilkår
- svarfrist

Rutiner for introduksjon på arbeidsplassen bør utarbeides, og en ordning med fadder er å anbefale.

Personalutvikling



FINN.no

Fotograf: [Kyrre Lien](#)

Oppgave

Hva mener du er best:
å rekruttere internt
eller eksternt? Sett
opp fordeler og
ulemper med begge
alternativene.



Fotograf: [Corbis](#)

Gjennom personalutvikling ønsker bedriften å stimulere medarbeiderne til faglig og personlig utvikling. Én sak er å tilsette rett person, en annen sak er å utvikle og beholde personen.

Forskning viser at det er behov for individuell behandling av medarbeiderne. Det kan skje gjennom lønnssystemet og ved å gi muligheter for personlig utvikling og anerkjennelse.

Oppgave

Lag en liste over hva
du mener skal til for å
beholde gode
medarbeidere.

Personalrutiner

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Personalrutiner \(95567\)](#)



En bedrift som ønsker å rekruttere og beholde dyktige medarbeidere, må investere mye tid i personalarbeidet. Her skal vi lære litt om personalregister, ansettelsesavtale og oppsigelse.

Personalregister

Personalregistre skal bare inneholde ikke-sensitive opplysninger. Opplysninger om helse, vandel, rusmisbruk, rase og trosforhold er *sensitive* opplysninger.

Den ansatte skal i størst mulig grad ha adgang til å bestemme over informasjonen om seg selv. Sensitive personopplysninger *kan* registreres hvis de er nødvendige i arbeidsforholdet. Det må da finnes hjemmel i lov eller ved samtykke fra den ansatte. Se personopplysningsloven §§ 8, 9 og 11. Du finner en lenke i margen.

Virksomheten skal sørge for tilfredsstillende informasjonssikkerhet. Alle som behandler personopplysninger som omfattes av loven, må vurdere sikkerhetsbehovet.

Ansettelsesavtale

Ansettelsesavtalen eller arbeidsavtalen er et juridisk dokument som inneholder ansattes rettigheter, plikter, lønns- og arbeidsvilkår. Når arbeidsforholdet samlet varer mer enn en måned, skal avtalen foreligge i skriftlig form seinest en måned etter at arbeidsforholdet begynte. For arbeidsforhold med kortere varighet skal skriftlig avtale inngås med en gang.

Arbeidsmiljøloven § 14-6 stiller opp regler for innholdet i en arbeidsavtale. Arbeidsavtalen skal minst inneholde opplysninger om partenes identitet, arbeidsplassens adresse, en beskrivelse av arbeidet eller tittel, stilling eller arbeidskategori.

Avtalen skal vise når arbeidsforholdet trådte i kraft. Et arbeidet midlertidig, skal avtalen inneholde forventet varighet, arbeidstakerens og arbeidsgiverens oppsigelsesfrister og eventuelle prøvetidsbestemmelser. Arbeidsavtalen skal også inneholde opplysninger om arbeidstid, ferie og feriepenger, oppsigelsesfrister, lønn og annen godtgjøring. I tillegg må arbeidsavtalen omfatte opplysninger om eventuelle tariffavtaler som regulerer arbeidsforholdet.

Det vi her har nevnt, utgjør lovens minimumskrav. Normalt er det behov for langt flere momenter enn det loven krever.

Oppsigelse

Arbeidsmiljøloven krever at en oppsigelse skal være saklig. Det representerer et vern for arbeidstakeren. Arbeidsgiveren må bevise at det er saklig grunn for en oppsigelse, og grunnen må være knyttet til selve arbeidsforholdet. Saklige grunner kan være

- påvist udugelighet
- ulegitimert fravær
- innskrenkninger
- rasjonalisering

Lenke

Lov om behandling av personopplysninger:
www.lovdata.no_lovpersonopplysningsloven



Fotograf: [Michael Daugaard](#)

Oppgave

Dessverre er det ofte slik at en ikke lager ansettelsesavtale når elever har en mindre jobb. Har dette skjedd med deg? Fortell om det i klassen.

Lenke

Det er viktig at man ved en oppsigelse følger visse spilleregler, slik at oppsigelsen ikke kjennes ugyldig og det oppstår erstatningsansvar. Saksbehandlingsreglene ved oppsigelse går fram av arbeidsavtalen eller tariffavtalen.

Før arbeidsgiveren bestemmer seg for en oppsigelse, skal grunnlaget for oppsigelsen om mulig drøftes med arbeidstakeren og med arbeidstakerens tillitsvalgte.

Kapittel 15 i arbeidsmiljø-loven om ophør av arbeidsforhold:
[www.lovdata.no – arbeidsmiljøloven](http://www.lovdata.no/_arbeidsmiljøloven)



Medarbeidersamtale

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Medarbeidersamtale \(95569\)](#)



Bedriften bør ha et tilbud til alle ansatte om en årlig eller halvårlig medarbeidersamtale. Samtalen skal være mellom en medarbeider og hans nærmeste overordnede.

Forutsetninger for en god medarbeidersamtale

- Alle ansatte bør vite når de skal ha en medarbeidersamtale. Både leder og ansatt bør få beskjed om å forberede seg.
- Bedriftens ledelse bør i samarbeid med de tillitsvalgte lage et standardisert opplegg for samtalen.
- Alle de ansatte i bedriften bør gjennom en medarbeidersamtale.

En medarbeidersamtale bør inneholde fem sentrale emner:

- mål
- resultater
- arbeidsmetoder
- arbeidsmiljø
- kompetansebygging

Formålet med medarbeidersamtalen

Medarbeiderundersøkelser viser at motivasjonen øker når de ansatte får tilbakemelding på innsatsen og resultatene sine. Det utgjør derfor en naturlig del av samtales. Det samme gjelder lønn og framtidige karrieremuligheter.

Ramma rundt medarbeidersamtalen

Her følger noen stikkord for ramma rundt medarbeidersamtalen:

- Dialogen må være demokratisk og likeverdig.
- Det bør settes av to–tre timer.
- Finn et nøytralt og uforstyrret sted der begge parter føler seg trygge.
- Det er ikke bare den ansattes prestasjoner som skal vurderes, også prestasjonene til ledelsen og bedriften.
- Begge parter må være åpne og ærlige og lytte aktivt til det den andre parten har å si.
- Hopp ikke over vanskelige temaer.
- Leder og medarbeider bør skrive ned på et skjema hvilke mål, forbedringer og tiltak de er blitt enige om. Skjemaet skal signeres av begge parter.

Medarbeidersamtalen er ikke over når skjemaet er undertegnet. Lederen har ansvaret for å føre videre det en er blitt enig om.



Bedriften bør ha tilbud om medarbeidersamtale

Oppgave

Be om medarbeidersamtale i bedriften du er utplassert i, og skriv et referat fra samtales.



Økonomiske rutiner

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Økonomiske rutiner \(95571\)](#)



En stor del av de daglige rutinene i en bedrift er knyttet til økonomi. Alle bilag som berører kundene og leverandørene, inngår som en del av disse rutinene. Det samme gjør alt innenfor lønn, skatt og avgifter til det offentlige.

Bruk av regnskapskontor

Hvis en bedrift velger å sette deler av regnskapsarbeidet bort til et regnskapskontor, blir de interne økonomiske rutinene mindre omfattende. Mange setter bort føring av regnskapet, og noen velger også å la regnskapskontoret gjøre lønnsarbeidet og fakturaarbeidet. I så fall blir behovet for økonomiske rutiner i bedriften nokså begrenset.

Arbeidet går da i stor grad ut på å sørge for at regnskapskontoret får all den dokumentasjonen de trenger for å gjøre arbeidet. Det vil si alle regnskapsbilag, alle lister knyttet til de ansatte og lønningene deres og alle kundeordrer som trengs til faktureringen.

Det kan være mange grunner til å la et regnskapskontor ta ansvaret for regnskapsføringen og lønnsarbeidet. Det gjelder særlig i den første tida for en nyestablit bedrift. Bedriften kan da fullt ut koncentrere seg om å skape inntekter.

Faktureringen er det mest praktisk å gjøre selv, ettersom det er viktig å få fakturaene ut fortid mulig og dermed oppnå raskere innbetaling.

Utsending av faktura og kreditnota

Bedriften trenger et dataprogram som kan håndtere kundeordrer og sørge for at fakturaen blir sendt. Denne typen dataprogrammer kalles ofte OLFI-programmer, en forkortelse for ordre, lager, faktura, innkjøp.

Moderne Windows-baserte fakturaprogrammer er svært brukvennlige. Den som håndterer kundekontakten, bør registrere orden selv og følge den gjennom hele prosessen. Orden kan følges helt til varen er levert og fakturaen sendt.

I en moderne salgsorganisasjon bør orden registreres med en gang. Dette har stor betydning for hvor profesjonelt bedriften håndterer ordremassen, og for hvilken service den er i stand til å yte kundene. Ordrekontoret får bedre oversikt over alle ordrene, bedre styring på lageret og kan sende sine leverandørbestillinger til rett tid. Kundene blir orientert i form av ordrebekreftelser, og ellers kan de få den informasjonen de trenger om orden ved å kontakte bedriften.

Dersom bedriften ikke kan levere alt på en gang, oppstår det en *restordre*, og den håndteres automatisk. Ved reklamasjoner og feilleveranser går det raskt å registrere en *kreditnota* i systemet. Det er en «minusfaktura». Kunden skal da betale differansen mellom den opprinnelige fakturaen og kreditnotaen.

The composite image contains three separate photographs. The top right photo shows a man in a suit sitting at a desk, looking down at a large sheet of paper he is holding. The bottom right photo shows a woman wearing a headset and smiling while working at a computer. The middle right photo shows a close-up of a computer screen displaying a software interface for managing invoices and orders.

Mange bedrifter benytter regnskapskontor

Fotograf: [David Trood](#)

De fleste bedrifter tar selv hånd om faktureringen

Fotograf: [Stein J. Bjørge](#)

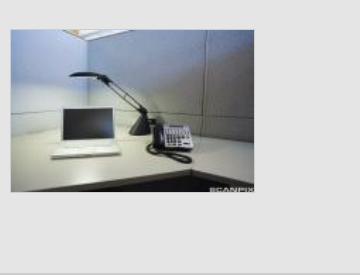
Ordren registreres med en gang

Eksempel

Vi har sendt en faktura på ti kontorlamper. Kunden har returnert to av dem på grunn av skade. Vi sender da en kreditnota på to stykker, og kunden betaler for åtte lamper.

Kundene blir registrert med kundenummer i fakturaprogrammet. Når innbetalingen finner sted, er den påført kundenummer og fakturanummer. Det letter i sin tur regnskapsføringen.

Du kan overføre regnskapsrelaterte data fra fakturaprogrammet til regnskapsprogrammet etter hver fakturering. Det innebærer at du teknisk sett er langt på vei til å føre regnskapet selv. Om du ikke fører regnskapet selv, kan fakturaprogrammet skrive ut en *fakturajournal* som inneholder alle data regnskapskontoret trenger for å bokføre inntektene.



Fakturaen bør sendes så raskt som mulig etter at varen er levert eller tjenesten utført. Dersom det for eksempel går tre til fem dager før fakturaen sendes, innebærer det gjerne at pengene kommer tilsvarende seint inn.

Purrerutiner

En sentral rutine er *purring* på uteslående fordringer, det vil si det kundene skylder. Dette tar gjerne bedriften seg av, selv om regnskapet ellers er satt bort. Gode rutiner for purring og inkasso gjør at pengene kommer inn på konto raskere, noe som kan bedre bedriftens betalingsevne.

Kundene skal også her behandles i tråd med bedriftens strategi og god folkeskikk. De fleste kunder oppfatter et godt og bestemt inkassoarbeid som seriøst.

Lønnsarbeidet

Arbeidet med lønna er en del av den totale personalforsyningen. Lønnsområdet krever spesiell kompetanse på grunn av alle lover og regler som regulerer forholdet mellom arbeidsgiver og den ansatte.

De som jobber med lønn, bør derfor være rimelig allsidige med god kompetanse innenfor lønnsfaget og lønnsprogrammet, og ha god kjennskap til IT og regnskap. God sosial kompetanse kommer også godt med.

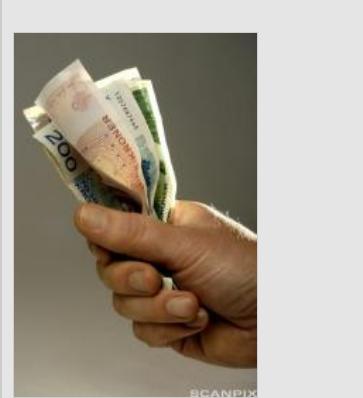
Korrekt lønn til rett tid og til rett person bør være et klart motto for et lønnskontor.

Det skjer stadig endringer i lovverket som gjelder lønn, godtgjøringer, naturalytelser (frynsegoder), fravær, sykdom, sykepenger, pensjoner, ansettelsesavtaler, oppsigelser osv. Dette krever kontinuerlig oppfølging og oppdatering.

Dersom bedriften er med i en arbeidsgiverorganisasjon, eller de ansatte er fagorganisert, innebærer også dette at rutiner skal ivaretas.

Det er påbudt med en kvalitetssikringsperm knyttet til lønn og *avstemming* av lønn. I permen skal det finnes et avstemmingsskjema for *forskuddstrekk* og *arbeidsgiveravgift*. Avstemming skal gjennomføres minst annenhver måned. Det skal også gå fram når forskuddstrekket er satt inn på egen konto, og når de forskjellige avgiftene er gjort opp.

En del av det rutinemessige arbeidet er å få *skattekort* fra de ansatte. Blir ikke skattekort levert, skal forskuddstrekket settes til 50 %.



Fotograf: [Jens Sølvberg](#)



Arbeidsgiver- og arbeidstakerorganisasjoner
Fotograf: [Håkon Mosvold Larsen](#)

Oppgaver

- Finn ut hvilke typer skattekort som

eksisterer.

- Har elever som jobber,
skattekort eller frikort?
Hva er forskjellen?

Bestillingsrutiner

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Bestillingsrutiner \(95574\)](#)



Det er viktig å ha gode rutiner for bestilling av varer hos leverandørene. Det har å gjøre med servicen overfor kundene, og dermed inntektene. Men det har også å gjøre med hvor mye penger vi binder i varelageret, og faren for å tape penger fordi noen varer kan bli ukurante.

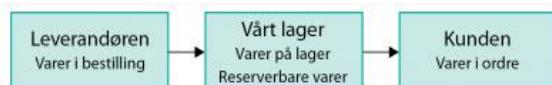
Varelageret

Varelageret må ha så riktig størrelse som mulig. Det må romme de rette varene og i et fornuftig antall. Størrelsen på varelageret varierer mye fra bransje til bransje og med størrelsen på bedriften.

Noen varer bør kunden kunne få samme dag, andre varer kan de godta leveringstid på.

Logistikk

Et moderne ordreprogram er en viktig del av bedriftens logistikk. Programmet holder styr på hvilke varer som er på vei inn, hvor mye som er på lageret, hvor mye som er på vei ut, og hvor mye det er mulig å reservere. Varestrømmen kan illustreres slik:



Varestrømmen

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)



Varelageret må ha så riktig størrelse som mulig

Fotograf: [Gorm Kallestad](#)

Innkjøp

Større produksjonsbedrifter har store logistikksystemer og egne innkjøpsavdelinger. I mindre handelsbedrifter er det ofte selgerne selv som gjør de nødvendige innkjøpene, og da kan et godt ordreprogram med innkjøpsmodul være en god investering. Programmet kan fortelle hvordan lagersituasjonen er, slik at en ikke bestiller mer enn nødvendig.

Kontroller og attestasjon

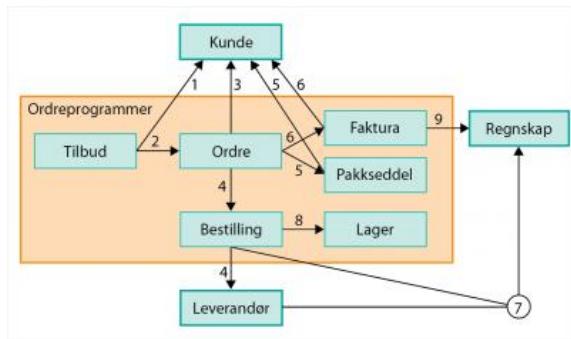
Bestillingene hos leverandørene og pakksedlene knyttet til selve leveransene bør oppbevares i egne permer. Pakksedlene blir kontrollert og signert når varene ankommer. Den inngående fakturaen kontrolleres i neste omgang mot bestillingen og pakkseddelen.

Disse dokumentene kalles sekundærbilag og skal oppbevares i 3,5 år. Primærbilagene, det vil si alle vanlige regnskapsbilag, skal oppbevares i 10 år.

Bedriften bør ha egen rutine for attestasjon. Det innebærer gjerne at den som har bestilt varen eller tjenesten, godkjenner bilaget sammen med den overordnede ved å signere på den inngående fakturaen.

All inngående post som gjelder regnskapet, bør settes i egne permer. En liten bedrift kan ofte greie seg med en perm per måned, mens større bedrifter gjerne må ha flere. Permene er da klare for regnskapsføring enten i bedriften eller på regnskapskontoret.

Nedenfor viser vi en illustrasjon på hele ordregangen:



Ordregangen

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)

1. Tilbuddet skrives raskt ved at kundens navn og artiklene hentes i ordreprogrammet.
2. Endring av status fra tilbud til ordre er et enkelt menyvalg.
3. Ordrebekreftelsen er et enkelt menyvalg basert på orden.
4. Bestilling hos leverandør lages raskt ved at leverandørens navn og artikler hentes i ordreprogrammet.
5. Produksjon av pakkseddel er et enkelt menyvalg basert på orden.
6. Produksjon av fakturaen er et enkelt menyvalg basert på orden.
7. Regnskapsføringen av inngående faktura, elektronisk fra leverandøren, er et enkelt menyvalg, og dataene blir overført til regnskapet.
8. Oppdatering og økning av varelageret er et enkelt menyvalg basert på data fra bestillingen.
9. Regnskapsføringen av utgående faktura er et enkelt menyvalg ved at dataene fra orden blir overført til regnskapet.

Oppgave 1

Intervju

kontorpersonalet der du blir utplassert, om hvordan kontroller og attestasjoner foregår i bedriften.

Oppgave 2

Studer illustrasjonen og forklaringen nøye. Prøv å sette dine egne ord på alle ni punktene. Ved å trykke på figurteksten, «Ordregangen», får du litt hjelp.

Betalingsmidler

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Betalingsmidler \(95578\)](#)



Tidligere var kontanter det eneste eller mest aktuelle betalingsmidlet. Nå brukes det stadig mindre. I stedet har vi betalingskort for det aller meste, og disse kortene er knyttet til bankkontoer. Vi overfører også penger fra egen bankkonto til motpartens konto.

Hva er et betalingsmiddel?

Kontanter er et betalingsmiddel, men det blir brukt mindre og mindre. Bankkort er et annet, og det er både rimelig, enkelt og sikkert å betale med. Likevel er det greit med kontanter som betaling for de minste beløpene.

Kontanter vil nok eksistere i mange år ennå. Men det koster myndighetene å trykke opp nye pengesedler for å erstatte slitte og ødelagte sedler. Vi skaffer oss gjerne kontanter ved å ta dem ut i minibank eller ved å ta ut mer enn vi handler for i butikken.

Ulike kontoer

Lønnskonto

Den mest kjente bankkontoen er lønnskontoen. Her mottar lønnsmottakere lønna fra bedriften. Det er vanlig å ha et bankkort knyttet til denne kontoen.

Foliokonto

Noen driftskontoer kalles foliorent. Bedriften kan bruke en slik konto til alle inn- og utbetalingene. Kontoen skal alltid være i pluss, det vil si at det må være penger på kontoen.

Kassakredit

Bedriften kan også skaffe seg en kassakredittkonto. Det er et slags fleksibelt lån. Vi avtaler en ramme for hvor mye vi totalt kan låne, og betaler renter i forhold til hvor mye vi til enhver tid har trukket på kassakreditten. Se lenker i margen. Alle innbetalingene fra kunder og alle utbetalingene til kostnader kan da gå mot denne bankkontoen.

Skattekonto

Skatten som bedriften trekker av lønna basert på skattekortet, kalles *forskuddstrekk*. I stedet for å få utbetalt bruttolønn (lønn medregnet skatt) og selv betale skatten til skatteoppkreveren i kommunen, gjør bedriften det for oss.

Det er strenge regler knyttet til disse pengene. Det er ikke lov til å utbetale lønn dersom det ikke også er nok penger til å sette forskuddstrekket inn på egen bankkonto. Denne avsetningen skal skje på lønningsdagen eller seinest dagen etter. Kontoen kalles skattekonto eller bankinnskudd skattetrekk. Etter en periode på to måneder skal beløpet overføres til skatteoppkreveren.

Betalingskort

Et bankkort er knyttet til en konto, og kortet kan brukes som betalingsmiddel i en betalingsterminal. Hvis det ikke er penger på kontoen, er det ikke mulig å bruke kortet.



Kontanter
Fotograf: [Gorm Kallestad](#)

Oppgave
Har du bankkort? Hvor ofte bruker du det, og til hva? Hva bruker du mest som betalingsmiddel, kontanter eller kort?



Kassakredittlån
Fotograf: [Corbis](#)

Lenker
Les mer om kassakreditt her:
[Startkapital](#)
[Finansieringskilder](#)

Kredittkort

Har vi et kredittkort, har vi avtalt en kreditt opptil et visst beløp med banken eller et kortselskap. De meste kjente kortene er Visa, MasterCard, Diners og American Express. Det er forholdsvis høy rente på bruken av slike kort dersom vi bruker kreditten på kortet utover betalingsfristen.



Bankkort brukes i betalingsterminaler
Fotograf: [Terje Bendiksby](#)

Kjøpekart

Enkelte butikkjelder har kort med kredittgrense. Det likner mye på vanlige kredittkort.

Smartkort

Kort som er utstyrt med magnetstripe, har lett for å bli skadd og har ikke den sikkerheten som kreves i dag. Det er derfor tatt i bruk såkalte smartkort, som er utstyrt med *integrert brikke* i stedet for magnetstripe. Brikken er en mikroprosessor som kan behandle og lagre informasjon. Slike kort er knyttet til en PIN-kode, informasjonen er kryptert, og kodene er vanskelige å knekke.

Giro

Vi kan bruke giro til å overføre penger fra en konto til en annen. Det finnes flere løsninger her.

Brevgiro

Du får oftest en giroblankett sammen med fakturaen. Den kan du bruke til å betale i banken, eller du kan sende den til Bankenes Betalingssentral (BBS). Dette kaller vi brevgiro, men det er en arbeidskrevende og kostbar betalingsform for brukeren og banken. Brevgiro brukes derfor mindre etter hvert på grunn av mulighetene som ligger i Internett.

Oppgave 1
Gjør en spørreundersøkelse i nærområdet eller blant skolens ansatte om hvilke typer kort de har, og hva de bruker dem til.

Telegiro

Det er også mulig å betale regninger ved hjelp av tastetrykk på telefonen. Denne ordningen er rimeligere å bruke enn tradisjonell giro. Det er en sikker og trygg måte å betale på, men ikke så brukervennlig som nettbanken.

Oppgave 2
Spør kontorpersonalet på skolen hvilken betalingsform de bruker, hvor ofte og til hva. Spør ansatte ved skolen om det samme.

Avtalegiro

Avtalegiro er en avtale mellom tre parter: avsenderen av faktura med giro, banken og mottakeren av fakturaen. Beløpet blir automatisk trukket fra kontoen på forfallsdatoen. Det må være dekning på kontoen for at overføringen skal skje.

Autogiro

Tjenesten er svært lik avtalegiro, men kan bare brukes av bedrifter. Her gjelder det avtale mellom to parter: avsender og mottaker.

Nettbank

Ordningen baserer seg på en skriftlig avtale med banken. Som oftest mottar du en sikkerhetskalkulator, og den gir deg en ny kode med et lite tastetrykk. I tillegg til denne engangskoden må du så bruke en PIN-kode. Nettbanken er nå den vanligste betalingsformen for bedrifter og privatpersoner.



Nettbanken er gratis hos de fleste bankene i dag
Fotograf: [Kerstin Mertens](#)

eFaktura

Dette tilbuddet fra bankene innebærer elektronisk formidling av regninger. Leverandøren sender en elektronisk eFaktura til mottakeren via banksystemet. Fakturaen kommer rett i kundens nettbank.

Det er enkelt for kunden å betale regningen i og med at alt er ferdig utfyldt fra leverandøren: navn og adresse på begge parter, kontonummer og KID-nummer (kundeidentifikasjonsnummer). Kunden kan velge om han ønsker å få melding på e-post eller sms hver gang en ny faktura er lagt i nettbanken.

Aktuelle arbeidsoppgaver i en bedrift

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Aktuelle arbeidsoppgaver i en bedrift \(95582\)](#)



Nedenfor har vi satt opp en oversikt over mulige rutiner i en bedrift og hvor ofte de i så fall må utføres. Hvilke rutiner mener du det er mest behov for? Er det noen rutiner du synes mangler?

Aktuelle arbeidsoppgaver i en bedrift	Lovpålagt	Når utføres oppgaven
Opprette egen konto for virksomheten		ved oppstart
Legge bilag i en perm, sortert		fortløpende
Ta ut penger til privat bruk i større beløp		en–to ganger i måneden
Betale regninger		ukentlig
Følge opp kunder som ikke har betalt		ukentlig
Skrive faktura	X	daglig/ukentlig
Sørge for at utgiftsbilag er fullstendig utfylt	X	fortløpende
Lage bilag på egne uttak/innskudd i virksomheten	X	fortløpende
Opprette to kontantkasser, en «omsetningskasse» og en fast kasse		ved oppstart
Bruke kassaapparat til å registrere kontantomsetning	X	fortløpende
Telle opp kontanter i kassa	X	daglig
Avstemme kontantbeholdningen mot omsetningen ifølge kassaapparatet	X	daglig
Registrere alle kontante inn- og utbetalinger i et system	X	daglig
Sette inn kontantomsetning i banken		daglig
Registrere vareuttak og/eller omsetning til aksjonærer, ledende ansatte, eiere	X	fortløpende
Registrere mottatte oppdrag/timebestillinger/ordre	X	fortløpende
Registrere timer ved utførelse av oppdrag	X	fortløpende
Registrere avaler og bestillinger		fortløpende
Registrere endringer i varelageret	(X)	fortløpende
Telle varelageret og utarbeide varetellingslister	X	årlig

Oppgaver

Skolens kontoradministrative rutiner

Forfatter: Oddvar Torgersen

[Skolens kontoradministrative rutiner \(134447\)](#)



Arbeidet på et kontor kan variere etter bransjen og etter størrelsen på bedriften. På en skole er det mange rutiner som skal ivaretas hver dag. I denne oppgaven skal du bli bedre kjent med skolens kontoradministrative rutiner.

Du skal intervju en kontoransatt ved skolen om de rutinene som gjelder.

- a) Gå sammen to og to og forbered spørsmål.
- b) Lag en liste over skolens rutiner. Under intervjuet kan det være lurt at den ene noterer mens den andre stiller spørsmålene.
- c) Finn ut hva slags post som kommer til skolen, og hvordan den blir behandlet.
- d) Hvordan er skolens arkiveringsrutiner?
- e) Er det noen rutiner som kan forbedres? Kom med forslag til forbedringer.
- f) Besøk en bedrift i nærheten og få et innblikk i hvilke kontoradministrative rutiner den har. Er det stor forskjell på skolens og bedriftens rutiner?

Personalbehandling

Forfatter: Oddvar Torgersen

[Personalbehandling \(134449\)](#)



Det hevdes, ofte med rette, at de ansatte er bedriftens viktigste ressurs. Hvis ledelsen virkelig mener det, bør det også vise seg i måten de behandler personalet på. Oppgavene under handler om viktige tema innen personalbehandling.

- a) Har du noen gang vært til jobbintervju? Fortell om det til resten av klassen.
- b) Hva mener du er best: å rekruttere internt eller eksternt? Sett opp fordeler og ulemper med begge alternativene.
- c) Lag en liste over hva du mener skal til for å beholde gode medarbeidere.
- d) Dessverre er det ofte slik at en ikke lager ansettelsesavtale når elever har en mindre jobb. Har dette skjedd med deg? Fortell om det i klassen.
- e) Be om medarbeidersamtale i bedriften du er utplassert i, og skriv et referat fra samtaLEN. Eller gjennomfør en medarbeidersamtale som et rollespill i klassen.

Økonomirutiner

Forfatter: Oddvar Torgersen

[Økonomirutiner \(134451\)](#)



En stor del av de daglige rutinene i en bedrift er knyttet til økonomi. Oppgavene under er varierte og tar for seg ulike temaer innenfor økonomirutiner.

- a) Finn ut hvilke typer skattekort som eksisterer.
- b) Har elever som jobber, skattekort eller frikort? Hva er forskjellen?
- c) Intervju kontorpersonalet der du blir utplassert, om hvordan kontroller og attestasjoner foregår i bedriften.
- d) Har du bankkort? Hvor ofte bruker du det, og til hva? Hva bruker du mest som betalingsmiddel, kontanter eller kort?
- e) Gjør en spørreundersøkelse i nærområdet eller blant skolens ansatte om hvilke typer kort de har, og hva de bruker dem til.
- f) Spør kontorpersonalet på skolen hvilken betalingsform de bruker, hvor ofte og til hva. Spør ansatte ved skolen om det samme.

Ordregangen i en bedrift

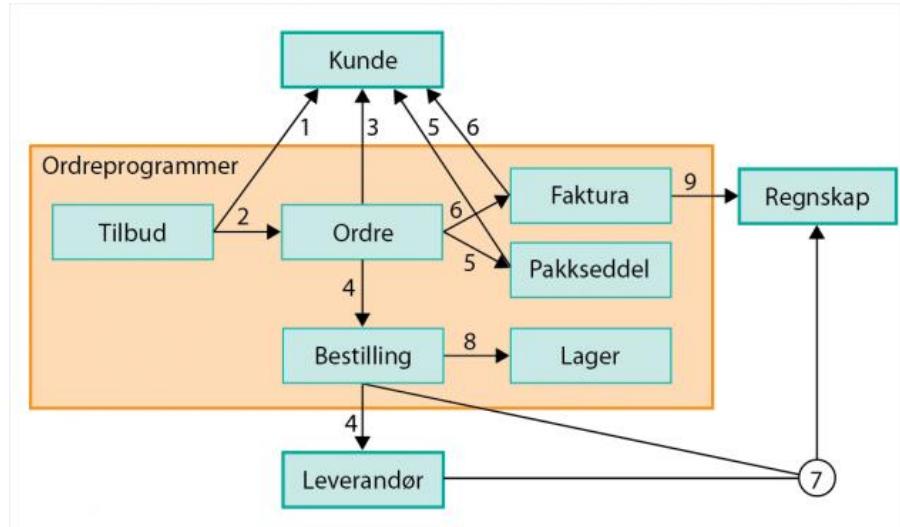
Forfatter: Oddvar Torgersen
[Ordregangen i en bedrift \(134453\)](#)



Et moderne ordreprogram er en viktig del av bedriftens logistikk. Programmet holder styr på hvilke varer som er på vei inn, hvor mye som er på lageret, hvor mye som er på vei ut, og hvor mye det er mulig å reservere. Nedenfor viser vi en illustrasjon på hele ordregangen som du skal forsøke å forklare.

Oppgave:

Studer illustrasjonen og forklaringen nøyde. Prøv å sette dine egne ord på alle ni punktene. Trenger du hjelp, kan du få forklaring i figuren nederst i fagteksten
[Bestillingsrutiner](#)



Ordreprogrammer

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)

Regneark

Regneark - en introduksjon

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

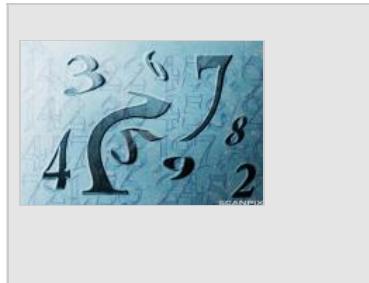
[Regneark – en introduksjon \(91333\)](#)



Uansett hvilken yrkesretning du velger, vil du før eller seinere ha behov for å kunne bruke et regneark på datamaskinen.

Regneark er en av de vanligste programtypene og blir brukt til alle former for tallberegning, som for eksempel å sette opp budsjetter, føre enkle regnskap, regne ut priser, registrere timer, beregne lønn og skatt, føre kjørelister og mye mer.

For en som kanskje ikke er så glad i tall og regning, kan dette virke skremmende og vanskelig. Men regneark gjør faktisk jobben mye lettere fordi datamaskinen tar seg av all matematikken.



Det du må lære, er hvordan du kan bruke regnearket til å fortelle datamaskinen hva den skal regne ut for deg.

Kort om regnearkprogram

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kort om regnearkprogram \(91335\)](#)



Et regneark er helt enkelt et ruteark på skjermen der du kan skrive inn tall, tekst og formler som får datamaskinen til å gjøre matematiske beregninger.

Det finnes regnearkprogram for nesten alle typer datamaskiner. De fungerer på samme måte selv om det kan være noen forskjeller i utseende og i avanserte funksjoner.

Eksempler på kjente regnearkprogram:

- **Excel** (pc og Apple Mac)
- **OpenOffice Calc** (pc, Apple Mac og Linux)
- **Numbers** (iPad og Apple Mac)
- **Documents To Go** (smarttelefoner og nettbrett)
- **Google Docs** (Internett)

Det fine med regneark er at når du først har forstått hvordan de virker, kan du bruke alle slags regnearkprogram.

Det er litt forskjell på hvilke filformater de ulike regnearkprogrammene har som standard, men programmene kan åpne filer i andre filformater enn standardformatet. For eksempel kan OpenOffice både lagre og åpne filer i Excel-format, mens Excel kan åpne OpenOffice-filer, men ikke lagre dem i OpenOffice-format.

Våre eksempler og oppgaver bruker Excel, men de fungerer på alle typer regneark. Du kan derfor selv velge det som passer deg.

OpenOffice

Hvis du ikke allerede har et regnearkprogram, kan du laste ned [OpenOffice](#) gratis på Internett.

Google Docs

[Google Docs](#) er også gratis å bruke, men da er du avhengig av å være tilkoblet til Internett mens du jobber.

Regnearkvinduet

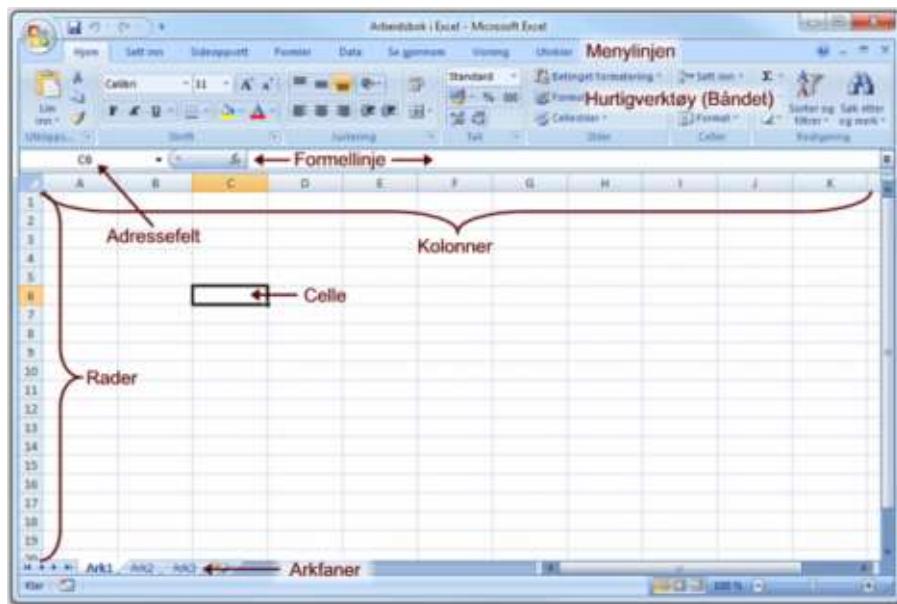
Forfatter: Arne Jansen, NKİ Forlaget, Amendor AS

[Regnearkvinduet \(91344\)](#)



Før du begynner å bruke regneark, må du vite litt om hva de ulike delene av regnearkvinduet kalles.

Illustrasjonen nedenfor viser regnearkvinduet i Excel. Med unntak av valgene på menylinja og utseendet på hurtigverktøyene er alle regnearkprogram i utgangspunktet like.



Regnearkvinduet i Excel

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Regneark og arbeidsbok

Forfatter: Arne Jansen, NKİ Forlaget, Amendor AS

[Regneark og arbeidsbok \(91345\)](#)



En arbeidsbok i et regnearkprogram kan bestå av mange regneark.

Når vi starter et regnearkprogram, åpner vi egentlig ikke et regneark, men en **arbeidsbok**. Denne forskjellen er viktig fordi den samme arbeidsboka kan inneholde mange regneark.

Selv om du bare ser et tomt regneark, finnes det flere. De andre arkene ligger under det første – akkurat som arkene i en ruteblokk.

For å bla i regnearkene i arbeidsboka bruker du **arkfanene** nederst i vinduet. Når du åpner en ny arbeidsbok, ser du navnene Ark1, Ark2, Ark3 og så videre, men du kan endre navn på arkene ved å dobbeltklikke på arkfanen.

Vanligvis er det bare tre ark i en ny arbeidsbok, men du kan lage så mange ark du trenger.



Fotograf: [Mimsy Møller](#)

En arbeidsbok
inneholder flere
regneark.

Menyer

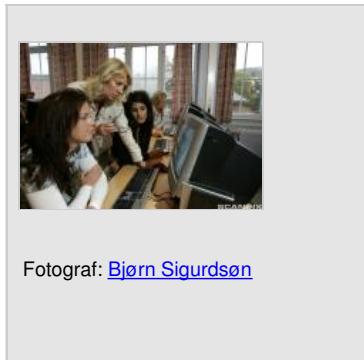
Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Menyer \(91347\)](#)



Ulike regnearkprogram har samme funksjonalitet, men utseendet på menyene kan variere litt fra program til program.

Selv om alle regnearkprogram er bygd opp på samme måte, er det litt forskjell i utseendet og i de valgene som finnes på menylinja og hurtigverktøylinja øverst i programvinduet.

Dette kan virke forvirrende når du bruker ulike regnearkprogram, men du vil oppdage at de fleste funksjonene og mulighetene i programmene er nokså like. Hvis du bare vet hva du skal gjøre, er det ikke så vanskelig å finne den rette menyen eller det verktøyet du trenger.

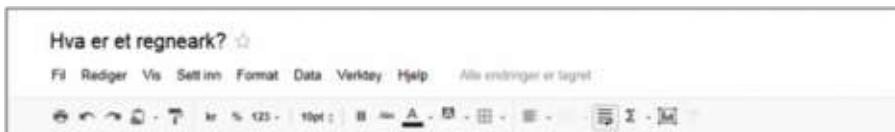


Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)



Menyer i Microsoft Excel

Forfatter: [Arne Jansen](#)



Menyer i Google Docs

Forfatter: [Arne Jansen](#)



Menyer i OpenOffice Calc

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Kolonner, rader og celler

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kolonner, rader og celler \(91351\)](#)



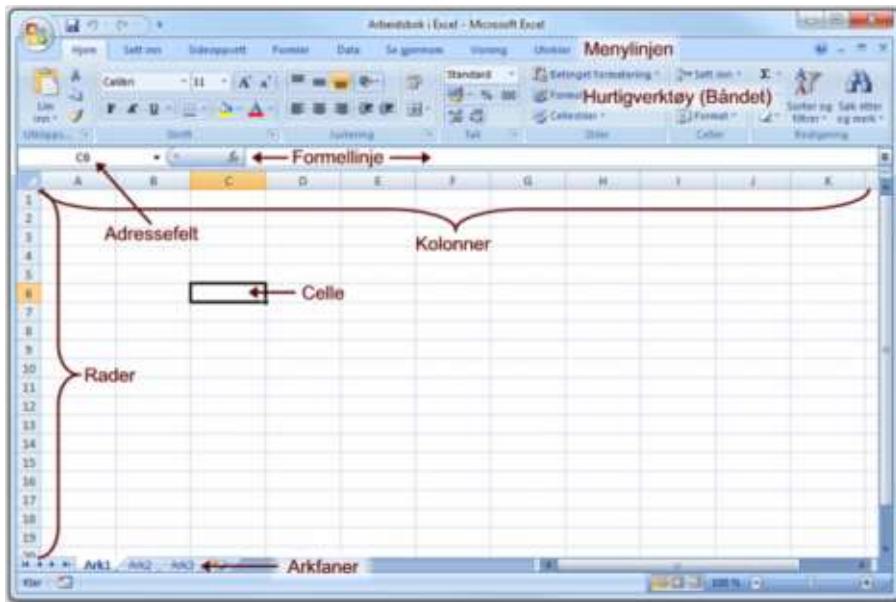
Et regnark består hovedsakelig av kolonner, rader og celler.

Selv regnarket er et blankt ark som er delt inn i rader og kolonner slik at det blir et ruteark.

- **Kolonnene** er vist vannrett og har navn alfabetisk fra A og bortover.
- **Radene** er vist loddrett og har nummer fra 1 og oppover.

En **celle** er skjæringspunktet mellom en rad og en kolonne. Hver celle i arket har sin egen adresse, sitt eget navn, som består av kolonnebokstaven og radnummeret. Cella der for eksempel kolonne C og rad 6 møtes, kalles derfor C6. Celleadressen vises også i adressefeltet (navnefeltet) rett over A-kolonnen i arket.

Hver eneste celle i et regnark har et unikt navn som består av kolonnebokstaven og radnummeret.



Regnarkvinduet i Excel

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Klikk på ulike celler i regnarket og se at celleadressen vises i adressefeltet.

De cellene du ser når du åpner et nytt regnark, er egentlig bare det øverste venstre hjørnet av et kjempestort ark. Kolonnene fortsetter til høyre, og radene fortsetter nedover.

Hvor mange kolonner og rader det er i hvert regnark, varierer i de ulike programmene. Det største er Excel med 16 384 kolonner og 1 048 576 rader. Det gir totalt over 17 milliarder celler i hvert ark.

Et regnark er mye større enn det du ser på skjermen.
Kolonnene fortsetter til høyre, og radene fortsetter nedover.

- For å flytte markøren til den høyre kanten av regnarket kan du trykke CTRL+høyrepil på tastaturet.
- For å flytte markøren til bunnen av regnarket kan du trykke CTRL+nedoverpil på tastaturet.

- For å komme tilbake til celle A2 kan du trykke CTRL+HOME på tastaturet.

Formellinja

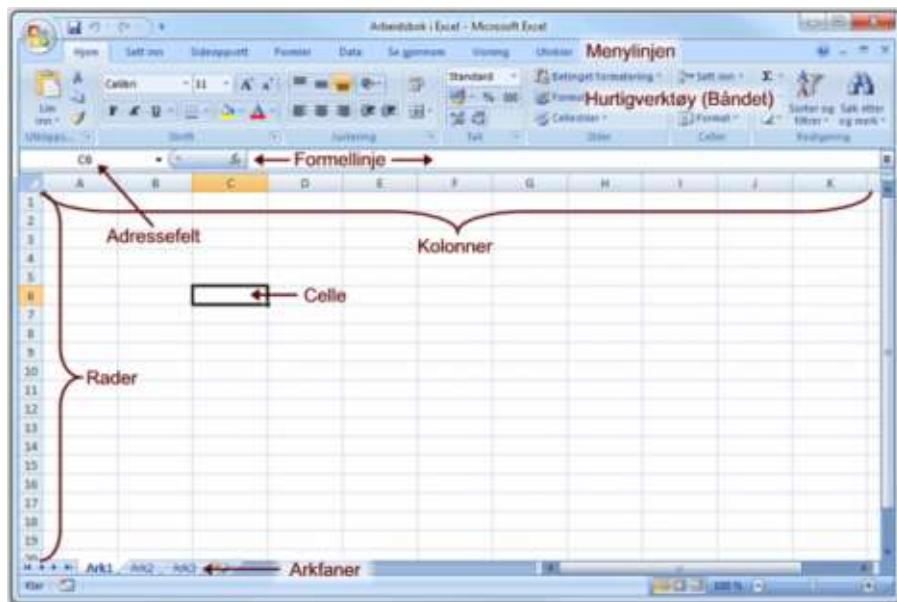
Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Formellinja \(91353\)](#)



Formellinja er nyttig – den viser innholdet i en celle.

Formellinja står rett over navnet på kolonnene og brukes til å skrive inn tall, tekst og formler i regnearket. Det er også mulig å skrive direkte i cellene. Innholdet i cella vises da samtidig i formellinja.



Regnearkvinduet i Excel

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Det kan virke unødvendig å ha en linje som viser det samme som står i cella, men det er nyttig i flere sammenhenger.

- Noen ganger kan innholdet i cella være lengre enn det er plass til å vise i cella.
- Når en celle inneholder en formel, blir resultatet av formelen vist i cella, mens selve formelen står på formellinja.

Formellinja viser alltid
det egentlige
innholdet i cella.

Typer data

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Typer data \(91355\)](#)



En celle kan inneholde én av tre typer data – tall, tekst eller formler.

- **Tall** kan være heltall, desimaltall, datoer og klokkeslett.
- **Tekst** er alt som inneholder bokstaver.
- **Formler** er en beskjed til regnearkprogrammet om å gjøre en matematisk beregning.

Regnearket forstår hva slags datatype en celle inneholder.

- Hvis cella bare inneholder tall, dato eller klokkeslett, er det en tallcelle.
- Hvis cella inneholder bokstaver eller andre tegn som ikke er tall, er det en tekstcelle.
- Hvis cella starter med et likhetstegn (=), er det en formelcelle.

Det er viktig å være klar over disse forskjellene. Et regneark kan bare regne med tall, ikke med tekst.

Et regneark kan inneholde tall, bokstaver og formler
Forfatter: [Arne Jansen](#)

Plasseringen av det du har skrevet, viser hva slags datatype du har brukt:

- Tall blir som standard plassert til høyre i cella.
- Tekst blir som standard plassert til venstre i cella.

Formler

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Formler \(91391\)](#)



Regneark brukes først og fremst til å gjøre beregninger ved hjelp av formler. Du må derfor forstå hva formler er, og hvordan de lages.

Hva er vitsen med å bruke regneark når det ofte er raskere og lettere å gjøre beregninger på en vanlig lommeregner? Det er et godt spørsmål. Hvis du bare skal gjøre noen enkle utregninger, er det like greit å bruke lommeregner eller blyant og papir.

Men regnearket har noen fordeler sammenlignet med lommeregneren. For det første kan du skrive inn tekst i regnearket. Den viktigste delen er likevel at regnearket kan brukes om igjen hver gang du skal gjøre en ny beregning.

Når du har laget et regneark som inneholder de beregningene du trenger, kan du enkelt bytte ut tallene. Regnearket vil da automatisk regne ut de nye resultatene. Et slikt ferdig regneark som kan brukes om igjen, kalles en **regnearkmodell**.

Når du skal gjøre beregninger i et regneark, må du altså skrive en formel.

En formel starter alltid med et likhetstecken (=). Deretter følger den beregningen du vil at regnearket skal utføre. Hvis du for eksempel vil at regnearket skal regne ut hvor mye $10 + 5$ blir, kan du skrive en formel som ser slik ut: **=10+5**.

Problemet med en slik formel er at den alltid gir det samme svaret. Den store delen med regneark er at du kan legge inn cellerreferanser i stedet for eksakte verdier i formlene. Når du så endrer en av celleverdiene som formelen viser til, blir beregningen oppdatert automatisk.

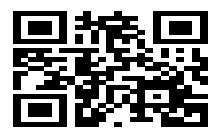
Eksempel: Hvis du skriver inn verdien 10 i celle A1 og verdien 5 i celle B1, kan du skrive formelen i celle C1 slik: **=A1+B1**.



Fotograf: [Reuters](#)

Oppgave

Åpne filen



timeregistrering.xls /

fil

<http://ndla.no/nb/node/91488>

. Det er et enkelt regneark der det er lagt inn tekst, tall og formler for å regne ut lønn for en uke. Prøv å endre timene i C-kolonnen og legg merke til at lønna i D-kolonnen automatisk blir oppdatert.

Alle formler starter med et likhetstecken (=).

Bruk alltid cellerreferanser og ikke faste verdier i formler.

I utgangspunktet blir resultatet det samme som med formelen **=10+5**, men dersom du nå endrer verdien i celle A1 eller B1, vil formelen i celle C1 automatisk regne ut det nye svaret.

Vi bruker formler for å legge sammen, trekke fra, gange eller dele. Symbolene er de samme som i vanlig matematikk, og merk deg at stjerne, *, står for gangetegn og skråstrek, /, for deletegn.

Addisjon (legg sammen)	+
Subtraksjon (trekke fra)	-
Multiplikasjon (gange)	*
Divisjon (dele)	/

Funksjoner

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Funksjoner \(91419\)](#)



En funksjon i et regneark er et forhåndsdefinert ord som kan skrives inn i formelen, slik at programmet gjør en beregning for oss.

Noen beregninger kan føre til at formlene i et regneark blir svært lange. Tenk deg at du har et stort regneark og skal legge sammen alle tallene som står i cellene A1–A99. I utgangspunktet skulle formelen for dette bli $=A1+A2+A3+A4+A5+A6 \dots$ og så videre helt til A99.

En slik formel tar lang tid å lage, og det blir lett feil i den. Og selv om vi kanskje klarer å lage en formel med hundre plussstegn, er det jo ikke noe i veien for at regnearket kan være mye større. Tenk deg at du skal legge sammen tusen eller kanskje mange tusen celler. Da blir det temmelig opplagt at vi trenger en bedre måte å gjøre det på.

For å løse problemet med lange og kompliserte formler kan regnearket også bruke **funksjoner**. En funksjon er et forhåndsdefinert ord som vi skriver inn i formelen, slik at programmet utfører en større beregning for oss.

SUMMER-funksjonen

Den vanligste funksjonen er SUMMER, som brukes for å legge sammen tallrekker. I eksemplet ovenfor kunne vi brukt denne funksjonen i stedet for å skrive alle cellerefanser fra A1 til A99 med plussstegn mellom. Da ville formelen se slik ut: **=SUMMER(A1:A99)**.

La oss se litt nærmere på formelen.

Legg først merke til at den fortsatt starter med et likhetstegn. Alle formler må starte med **=**, selv om de inneholder en funksjon. Glemmer du likhetstegnet, tror regnearket at du skriver en tekst.

=SUMMER betyr at regnearket skal summere en serie celler, mens (A1:A99) definerer de cellene som skal summeres.

Kolon, **:** i en formel i et regneark betyr «til» og er altså ikke deletegn.

Formelen **=SUMMER(A1:A99)** gjør altså at regnearket summerer alle tallene det finner fra celle A1 til og med celle A99.

Med en slik funksjon kan vi lage enkle formler som legger sammen så store tallrekker vi vil. Dersom vi har et kjempestort regneark og vil legge sammen mange tusen tall, kan formelen for eksempel se slik ut: **=SUMMER(C3:C7800)**. Det vil si at vi skal summere alle tall fra celle C3 til og med celle C7800.

SUMMER-funksjonen er så mye brukt at de fleste regneark har en egen verktøyknapp for den. Knappen er vanligvis merket med det greske symbolet sigma, Σ .

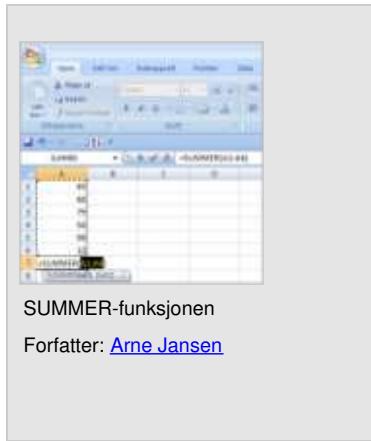
Summering av celler i et regneark

Forfatter: [Arne Jansen](#)

SUMMER-funksjonen
brukes til å legge
sammen tallrekker.

Når du skal bruke SUMMER-funksjonen, plasserer du markøren i regnearket i cella nedenfor eller til høyre for de tallene du skal summere, og klikker på verktøyknappen med summeringsikonet.

Regnearket setter automatisk inn en formel med summeringsfunksjonen og de cellerefansene som skal summeres.



A screenshot of a Microsoft Excel spreadsheet. The formula bar shows the formula =SUM(A1:A5). The cell A6 contains the value 15, which is the sum of the values in cells A1 through A5. The cell A1 contains the value 5, A2 contains 4, A3 contains 3, A4 contains 2, and A5 contains 1. The Excel ribbon is visible at the top, and the status bar at the bottom right shows '104/712'.

SUMMER-funksjonen

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Feil i formler

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

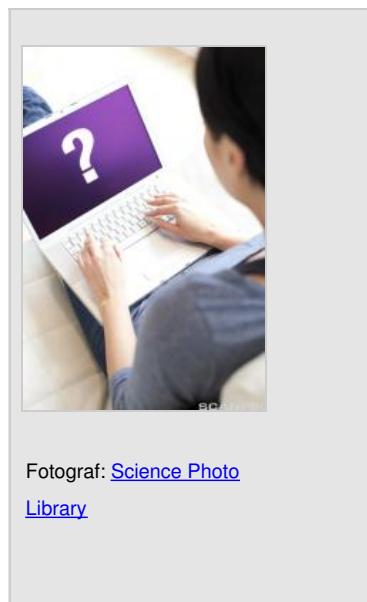
[Feil i formler \(91423\)](#)



Noen ganger klarer ikke regnearket å gjøre beregningen vi ber om, fordi vi har skrevet formelen feil, eller fordi det er feil i en av de cellereferansene vi bruker i formelen.

Dersom regnearket ikke kan gjøre beregningen vi ber om, dukker det opp en feilmelding i cella. Det finnes fem forskjellige feilmeldinger:

Vises i cella	Feilmeldingen betyr	Løsning
#####	Kolonnen er for smal til å vise resultatet av beregningen, eller et negativt tall er brukt som dato eller klokkeslett.	Gjør kolonnen bredere og kontroller at det ikke er brukt negative tall som dato eller klokkeslett.
#VERDI!	Du har brukt cellereferanse til en celle som inneholder tekst i stedet for tall.	Sjekk at det står tall i alle cellene som formelen refererer til.
#DIV/0!	Du har laget en formel som prøver å dele et tall på null. Eksempel: Du skriver formelen $=A1/B1$, og en av cellene er tomme.	Sjekk at det står tall i alle cellene som formelen refererer til.
#NAVN!	Det er en skrivefeil i formelen, eller du har brukt tegn som regnearket ikke forstår. Eksempel: Du skal bruke SUMMER-funksjonen i en formel, men skriver $=SUMER$ i stedet for $=SUMMER$.	Kontroller at formelen er riktig skrevet. Prøv å skrive den på nytt.
#REF!	En cellereferanse i formelen er ugyldig. Det kan skje hvis vi sletter en celle som er brukt i en formel.	Skriv formelen på nytt med riktige cellereferanser.



Fotograf: [Science Photo Library](#)

Maler

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Maler \(91425\)](#)



En mal er en ferdig regnearkmodell med tekst og formler som kan åpnes og tilpasses til eget bruk.

Det er ikke alltid nødvendig å lage en regnearkmodell fra bunnen av. Mange av de oppgavene vi bruker regneark til, er vanlige i de fleste virksomheter. Det finnes derfor ferdige maler som vi kan bruke som utgangspunkt.

Hvilke maler som finnes, og hvordan de ser ut, varierer i de ulike regnearkprogrammene. Felles for alle programmene er likevel at det er mange maler å velge mellom.

For å åpne en mal klikker du på Fil i menyen og velger Ny og deretter Maler.

Regnearkprogram som er installert på datamaskinen, har et begrenset utvalg av maler. Men det finnes tusenvis av maler å velge mellom på nettet.



Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)

Oppgave

Start regneark-programmet ditt og finn fram til malene.
Åpne noen maler. Se hva de inneholder, og hvordan de virker.

Visninger

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Visninger \(91428\)](#)



Alle regnearkprogram er utstyrt med ulike visningsalternativer. Det vil si at det du ser på skjermen, kan vises fram på ulike måter alt etter om du skal skrive ut noe, zoome inn på detaljer eller bare vise deler av et regneark.

Det skjermbildet du ser når du åpner regnearkprogrammet, er bare en liten del av et mye større regneark.

Noen ganger har du behov for å vise flere rader og kolonner på skjermen enn det som er standard. Regnearkprogrammet er derfor utstyrt med ulike visningsalternativer og mulighet til å zoome.

Visningsalternativene finnes på Vis-menyen og/eller som knapper nederst til høyre i vinduet. De vanligste visningsalternativene er full skjerm, forhåndsvisning av utskrift og sideskiftvisning:

Full skjerm skjuler alle menyer og maksimerer vinduet slik at selve regnearket kan vises på hele skjermen.

Forhåndsvisning av utskrift bruker vi for å se hvordan regnearket blir når det skrives ut.

Sideskiftvisning bruker vi for å avgjøre hvor det skal settes inn sideskift ved utskrift.

Forhåndsvisning av utskrift finnes også på Skriv ut-menyen.

I tillegg har både Excel og OpenOffice en zoom-linje nederst til høyre i vinduet. Den er merket med et minustegn på venstre side og et plusstegn på høyre. Når du klikker på disse tegnene, kan du forminske eller forstørre cellene slik at du ser mindre eller mer av regnearket på skjermen.



Fotograf: [Mimsy Møller](#)



Visningsalternativer og
zoom-linje i Excel

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Utskriftsformat

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Utskriftsformat \(91432\)](#)

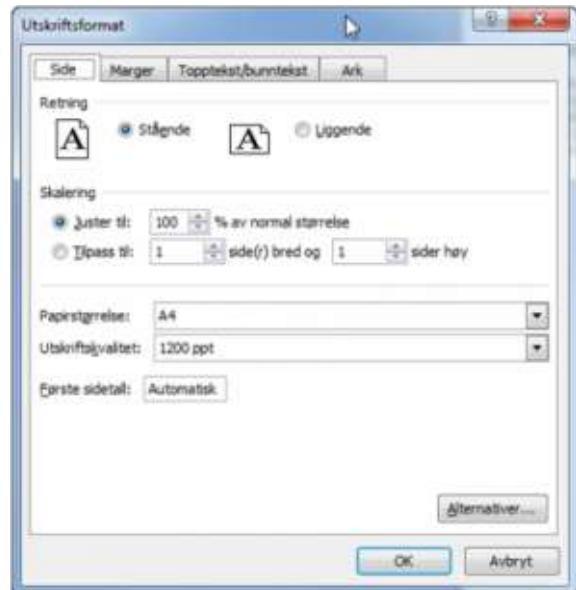


I mange tilfeller har du behov for å skrive ut regnarkene dine. Men et regnark kan være mye større enn et vanlig A4-ark. Du må derfor planlegge utskriftene dine og tilpasse dem etter størrelsen på arket.

Du tilpasser utskriften ved å velge utskriftsformat. Det varierer litt hvilke muligheter som finnes, men de viktigste innstillingene er like.

Det er fire utskriftsinnstillinger du må passe på: sideinnstilling, marger, topp- og bunntekst, arkinnstilling.

I Excel ser dialogboksen for utskriftsinnstillinger slik ut:



Fotograf: [Science Photo Library](#)

Utskriftsformat

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Utskrift: Arkinnstilling

Forfatter: Arne Jansen, NKİ Forlaget, Amendor AS

[Utskrift: Arkinnstilling \(91447\)](#)

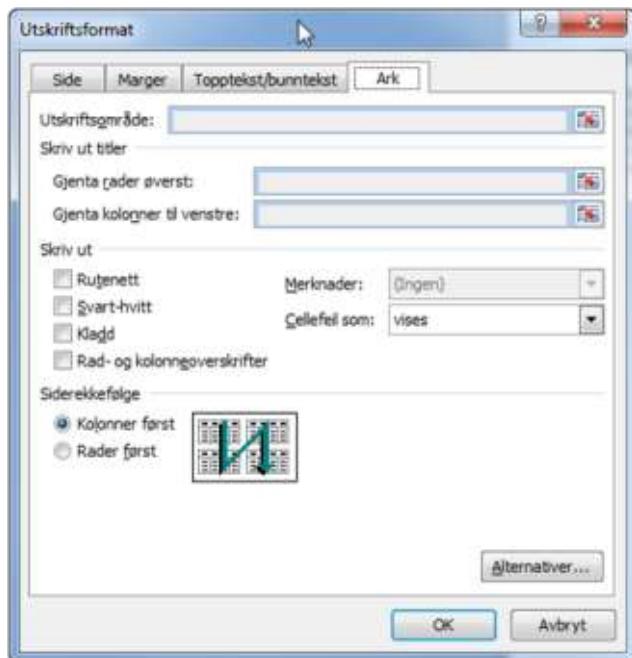


Du kan bestille en utskrift av hele regnearket eller bare deler av det. Du kan også velge ulike visninger av selve rutenettet.

Dersom du ikke vil skrive ut hele regnearket, kan du spesifisere det området du vil ha skrevet ut. Videre kan du be om at de øverste radene eller kolonnene lengst til venstre gjentas på alle arkene i utskriften. Det er nyttig hvis du har et stort regneark med overskrifter. Ved å gjenta overskriftene på alle arkene i utskriften unngår du at du får ark som bare inneholder tallkolonner.

Det er viktig å kontrollere utskriftsinnstillingene før man skriver ut, for et regneark kan være mye større enn et vanlig A4-ark.

Du kan også be om at selve rutenettet, radnumrene og kolonnebokstavene tas med på utskriften.



Arkinnstilling

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Bruk forhåndsvisningen til å kontrollere at utskriften blir riktig, før du klikker på utskriftstasten.

Utskrift: Sideinnstilling og marger

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Utskrift: Sideinnstilling og marger \(91437\)](#)



Ved hjelp av sideinnstillinger og margjusteringer kan du tilpasse utskriften din slik du ønsker.

Sideinnstilling

Med sideinnstilling kan du velge om du vil ha utskriften på en **stående** eller **liggende** side. Regneark er ofte bredere enn en vanlig stående A4-side, så det kan være nødvendig å velge liggende utskrift for å få med alle kolonnene.

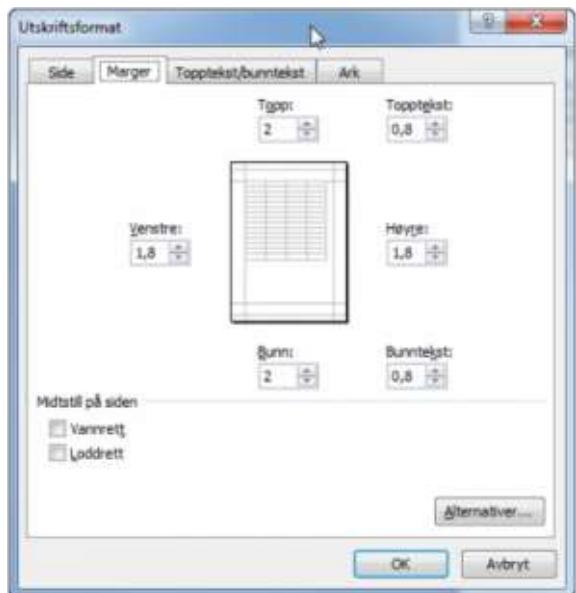
En annen viktig mulighet er **skalering**. Med den kan du justere størrelsen på utskriften prosentvis slik at den får plass på en side. Du kan også velge automatisk tilpasning ved å si at utskriften skal få plass på et bestemt antall sider, for eksempel én side bred og to sider høy. Uansett hvor stort regnearket er, blir det forminsket slik at det får plass på det antallet sider du har spesifisert.

Marger

Margene på utskriften kan justeres slik at du får plassert regnearket korrekt på arket. Du kan også midtstille utskriften.



Fotograf: [Ingar Haug](#)
[Steinholt](#)



Utskriftsmarger

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Utskrift: Topp- og bunntekst

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

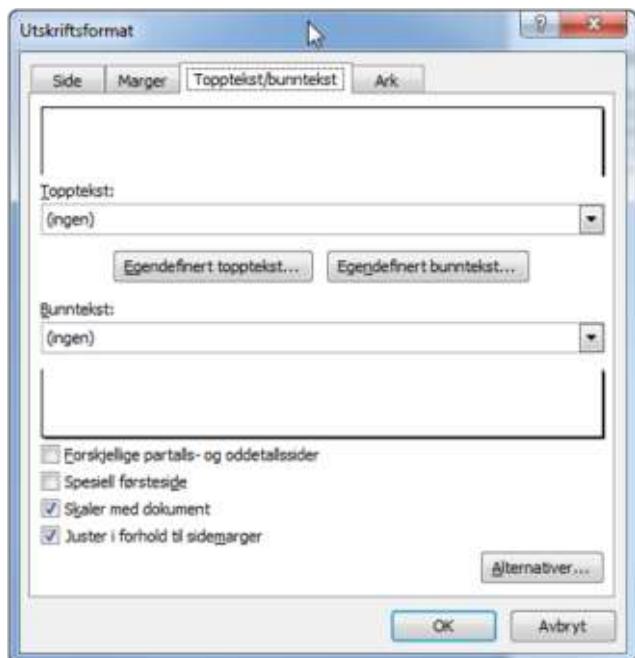
[Utskrift: Topp- og bunntekst \(91442\)](#)



I topp- og bunntekstene kan du legge inn informasjon om dokumentet.

Det kan være lurt å ta med topptekst eller bunntekst som forteller hva arbeidsboka heter.

Dersom utskriften går over flere sider, er det også lurt å ta med sidenummer.



Topp- og bunntekst

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Flytte og kopiere celler

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å flytte og kopiere celler \(91547\)](#)



Du kan enkelt flytte og kopiere celler ved å bruke menyvalg eller verktøyknapper.

Innholdet i celler kan flyttes og kopieres ved hjelp av menyvalgene eller verktøyknappene Kopier, Klipp ut og Lim inn på samme måte som i andre program. I Windows fungerer hurtigtastene CTRL+c, CTRL+x og CTRL+v på samme måte som i andre program.

Merk cellene du vil kopiere eller flytte, ved å bruke Kopier eller Klipp ut. Velg Lim inn for de cellene du vil kopiere eller flytte til.

Du kan flytte eller kopiere en celle ved å bruke de vanlige menyvalgene for kopier, klipp ut og lim inn eller ved å dra og slippe cellene med markøren.

I regneark kan du også flytte cellene ved å dra og slippe dem med markøren: Merk cellene du vil flytte. Plasser så markøren på ramma rundt de markerte cellene (det vises da et pilkryss) og hold venstre museknapp nede. Nå kan du dra cellene til et annet område på regnearket og slippe dem der.

Merke celler

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å merke celler \(91505\)](#)



Når du skal formitere utseendet på et regneark, er det nyttig å kunne merke flere celler, rader eller kolonner samtidig.

Det er flere måter å merke celler på i regnearket.

Merking av områder er også nyttig når du skal flytte eller slette flere celler.



Fotograf: [Stian Lysberg Solum](#)

Oppgave

Åpne et nytt regneark og øv deg på å merke celler, rader og kolonner.

Hva vil du merke?	Hvordan går du fram?
Et sammenhengende område av celler	Plasser markøren i den cella som skal være øverst til venstre i området du skal merke. Hold venstre museknapp nede og dra markøren ned til cella nederst til høyre i det området du skal merke. Slipp venstre museknapp når du ser at området er merket. Alternativ: Pek og klikk på den cella som skal være øverst til venstre i området du skal merke. Hold SHIFT-tasten på tastaturet nede og pek og klikk på cella nederst til høyre i det området du skal merke.
Flere celler som ikke ligger i et sammenhengende område	Pek og klikk på den første cella du vil merke. Hold CTRL-tasten på tastaturet nede og klikk på alle cellene du vil merke.
En hel rad	Pek og klikk på radnummeret.
Flere rader	Følg samme framgangsmåte som når du skal merke et sammenhengende område av celler, men pek og klikk på radnumrene i stedet for cellene.
Flere rader som ikke står i rekkefølge	Følg samme framgangsmåte som når du skal merke flere celler som ikke ligger i et sammenhengende område, hold altså CTRL-tasten nede, men klikk på radnumrene i stedet for cellene.
En hel kolonne	Pek og klikk på kolonnenavnet.
Flere kolonner	Gjør på samme måte som når du merker flere rader.
Flere kolonner som ikke står i rekkefølge	Gjør på samme måte som når du merker flere rader som ikke står i rekkefølge.
Hele regnearket	Pek og klikk på feltet i venstre hjørne av arket, der rad 1 og kolonne A møtes.



Redigere innholdet i en celle

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å redigere innholdet i en celle \(91544\)](#)



Dobbelklikk på en celle i regnearket hvis du vil redigere innholdet i den.

Hvis du velger en celle og skriver noe på tastaturet, skriver du over det som står i cella fra før. Om du i stedet vil redigere innholdet i cella, dobbelklikker du på den. Da vises det som står i cella, og du ser også en skrivemarkør. Du redigerer på vanlig måte ved hjelp av piltaster og slettetaster.

Redigering er nyttig når du skal rette opp skrivefeil eller feil i formler og ikke har lyst til å skrive hele innholdet på nytt.

Du kan også redigere innholdet i en celle ved å velge cella og deretter peke og klikke på formellinja. Da blir skrivemarkøren vist i formellinja, og du kan redigere på vanlig måte.

Husk

Du kan redigere innholdet i en celle ved å dobbelklikke på cella eller ved å velge cella og klikke på formellinja.

Sette inn nye rader og kolonner

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å sette inn nye rader og kolonner \(91548\)](#)



På samme måte som du kan slette hele rader og kolonner, kan du også sette inn nye rader og kolonner i et regneark.

Høyreklikk på den raden eller kolonnen som står der du ønsker å sette inn en ny. Velg Sett inn. Raden du klikket på, flytter seg nedover, og en tom rad blir satt inn i stedet. For kolonner blir kolonnen du klikket på, flyttet til høyre, og det kommer inn en tom kolonne i stedet.

Når du har satt inn nye rader eller kolonner, er det viktig å kontrollere at eventuelle formler i regnearket fortsatt regner riktig og fungerer som de skal.

Slette celler

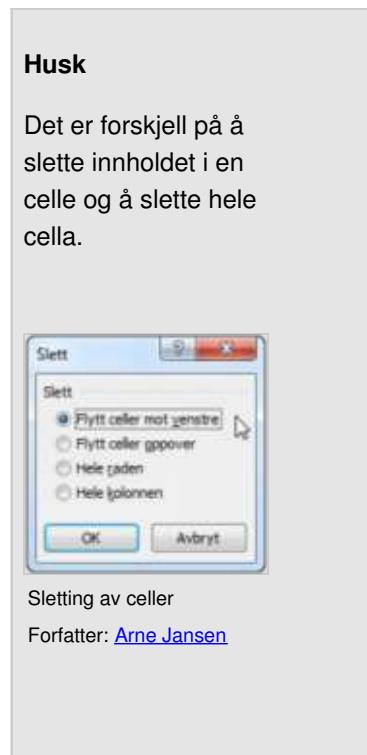
Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å slette celler \(91543\)](#)



Det er to måter å slette på i et regneark. Du kan slette innholdet i en celle, eller du kan slette hele cella.

For å slette innholdet i en celle velger du cella og trykker på en av slettetastene på tastaturet (Delete eller Backspace).



NB: Ikke slett innholdet i celler ved å trykke på mellomromtasten. I så fall vil cella se tom ut, men det står likevel et mellomrom i den. Regnearkprogrammet oppfatter mellomrommet som tekst. Hvis du lager en formel som inkluderer slike celler, vil du få feilmelding.

For å slette hele cella markerer du først den eller de cellene du vil fjerne, så klikker du på menyvalget Slett.

Du får da opp en dialogboks som spør deg hvordan du skal fylle det området som du sletter. Hvis du sletter en hel rad, vil alle radene nedenfor bli flyttet et hakk opp. Hvis du sletter en hel kolonne, vil alle kolonnene til høyre bli flyttet et hakk mot venstre.

Dersom du har formler i regnearket som peker til celler som blir slettet, får du feilmeldingen #REF!.

Absolutive og relative cellreferanser

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Absolutive og relative cellreferanser \(91553\)](#)



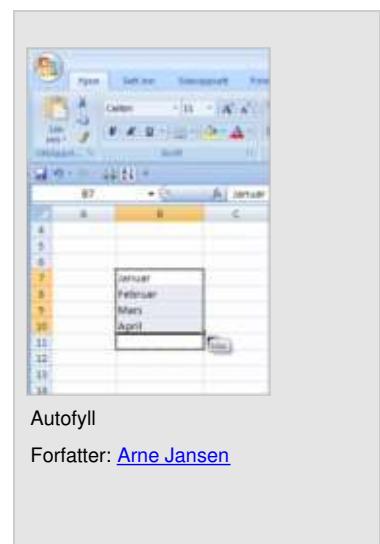
I et regneark kan du kopiere og flytte celler som inneholder både tall, tekst og formler. Men når du kopierer eller flytter formler, risikerer du at cellereferansene blir gale. For å unngå det må du lære forskjellen på relative og absolutte cellereferanser.

I videoen som hører til dette temaet, kan du se hvordan Autofyll gjør det enkelt å kopiere formler i et regneark slik at du slipper å skrive dem om igjen flere ganger. Derimot kan det skape problemer hvis du ikke er oppmerksom på forskjellen mellom relative og absolutte referanser.

Åpne arbeidsboka *timeregistrering2.xls*. Den finner du her:



timeregistrering2.xls / fil
<http://ndla.no/nb/node/91552>



Autofyll

Forfatter: [Arne Jansen](#)

I celle D8 står formelen **=C5*C8**. Marker denne cella og bruk Autofyll for å kopiere den til cellene D9–D14.

Resultatet blir ikke særlig bra og ser antakelig ut omtrent som på illustrasjonen nedenfor. De fleste cellene gir feil svar, og noen gir til og med feilmeldinger.

	A	B	C	D
1				
2		Timeregistrering		
3				
4	Ukenr.	12		
5	Timelønn:	150		
6				
7		Timer	Lønn	
8	Mandag	3	450	
9	Tirsdag	3	0	
10	Onsdag	5	#VERDI!	
11	Torsdag	0	0	
12	Fredag	2	6	
13	Lørdag	5	25	
14	Søndag	0	0	
15	SUM		#VERDI!	■
16				

Timeregistrering skjermbilde 1

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Årsaken til at det går galt, er at cellereferansene i den kopierte formelen er relative. Det vil si at referansene endrer seg når du kopierer formelen med Autofyll eller på annen måte.

I celle D9 står nå formelen **=C6*C9**, som gir svaret 0. Hvis du kikker på regnearket, vil du se at det er riktig at formelen skal finne antall timer i celle C9. Men timelønna står i celle C5, ikke i C6.

Når du brukte Autofyll for å kopiere formelen **=C5*C8** fra D8 til D9, ble formelen flyttet en rad ned. Siden cellereferansene er relative, blir de også oppdaterte slik at de peker til celler som står en rad lavere. Formelen i D9 blir dermed **=C6*C9**. Det er riktig for timetallet, men ikke for timelønna.

For å løse dette problemet må du bruke en absolutt cellereferanse for timelønna. En absolutt cellereferanse innebærer at referansen ikke skal endre seg selv om formelen den står i, blir kopiert eller flyttet til en annen celle.

Du lager en absolutt cellereferanse ved å skrive dollartegn, \$, foran kolonnenavnet og radnummeret i cellereferansen. Formelen i D8 blir da slik: **=\$C\$5*C8**.

Skriv denne formelen i celle D8 i timeregistreringsarket. Bruk Autofyll for å kopiere den til cellene D9–D14 enda en gang.

Nå skal resultatet se ut omtrent som på illustrasjonen nedenfor. Svarene er korrekte, og det er ingen feilmeldinger.

A	B	C	D
1			
2		Timeregistrering	
3			
4	Ukenr.	12	
5	Timelønn:	150	
6			
7		Timer	Lønn
8	Mandag	3	450
9	Tirsdag	3	450
10	Onsdag	5	750
11	Torsdag	0	0
12	Fredag	2	300
13	Lørdag	5	750
14	Søndag	0	0
15	SUM		2700
16			

Timeregistrering skjermbilde 2

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Kikk på formelen som står i cellene D9–D14. Legg merke til at den absolute cellereferansen er lik i alle formlene, mens den relative cellereferansen har endret seg for hver rad formelen er kopiert til.

En absolutt
cellereferanse peker alltid til den samme cella uansett hvor formelen er kopiert eller flyttet til.

En relativ
cellereferanse endrer seg når formelen blir kopiert eller flyttet, slik at den peker til cella som står på samme plass i forhold til formelen.

A	B	C	D	E
1				
2	Timeregistrering			
3				
4	Ukenr.	12		
5	Timelønn:	150		
6				
7		Timer	Lønn	
8	Mandag	3 = \$C\$5*C8		
9	Tirsdag	3 = \$C\$5*C9		
10	Onsdag	5 = \$C\$5*C10		
11	Torsdag	0 = \$C\$5*C11		
12	Fredag	2 = \$C\$5*C12		
13	Lørdag	5 = \$C\$5*C13		
14	Søndag	0 = \$C\$5*C14		
15	SUM	18	2700	
16				

Timeregistrering skjermbilde 3

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Relative og absolutte cellereferanser gjelder uansett om du kopierer eller flytter en formel, og uansett hvor du kopierer eller flytter den til.

En absolutt cellerefereanse peker alltid til den samme cella uansett hvor formelen blir kopiert eller flyttet. En relativ cellerefereanse peker derimot til den plasseringen cella har i forhold til formelen den står i.

La oss på nytt se på eksemplet. Formelen vi startet med i celle D8, =C5*C8, betyr egentlig at regnearket skal ta innholdet i cella som står en kolonne til venstre og tre rader opp, og gange med innholdet i cella som står i kolonnen til venstre på samme rad som formelen.

A	B	C	D	E	F
1					
2	Timeregistrering				
3					
4	Ukenr.	12			
5	Timelønn:	150			
6					
7		Timer	Lønn		
8	Mandag	3 = \$C\$5*C8			
9	Tirsdag	3 = \$C\$5*C9			
10	Onsdag	5 = \$C\$5*C10			
11	Torsdag	0 = \$C\$5*C11			
12	Fredag	2 = \$C\$5*C12			
13	Lørdag	5 = \$C\$5*C13			
14	Søndag	0 = \$C\$5*C14			
15	SUM	18	2700		

Timeregistrering skjermbilde 4

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Når vi kopierer en formel med relativ cellerefereanse, blir den automatisk endret slik at den fortsatt peker til den cella som står på samme plass i forhold til formelen.

Det kan hende du må øve litt på å bruke relative og absolutte cellerefereanser før du får det til.

Bruk av funksjoner

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Bruk av funksjoner \(91575\)](#)



I tillegg til SUMMER-funksjonen finnes det flere andre funksjoner du kan bruke i regnearket.

Antall, minst, størst og gjennomsnitt

Du kan bruke funksjonen =SUMMER til å legge sammen lange tallrekker. I tillegg finnes det også andre ferdige funksjoner som du kan bruke i regnearket.

ANTALL

ANTALL-funksjonen teller opp hvor mange celler i et område som inneholder en verdi. Den brukes på samme måte som SUMMER-funksjonen.

Du husker sikkert at formelen =SUMMER(A1:A99) betyr at regnearket skal summere alle tall den finner fra celle A1 til og med celle A99.

Tilsvarende betyr formelen =ANTALL(A1:A99) at regnearket skal telle hvor mange av cellene fra A1 til og med A99 som inneholder en verdi.

MIN og STØRST

Funksjonene MIN og STØRST finner den laveste og den høyeste verdien i et celleområde. Funksjonene skrives på samme måte som SUMMER og ANTALL:

- =MIN(A1:A99) finner det minste tallet som forekommer i cellene fra A1 til og med A99.
- =STØRST(A1:A99) finner det største tallet som forekommer i cellene fra A1 til og med A99.

GJENNOMSNITT

Funksjonen GJENNOMSNITT regner ut gjennomsnittsverdien av alle verdiene i et celleområde:

- =GJENNOMSNITT(A1:A99) regner ut gjennomsnittet av alle verdiene i cellene fra A1 til og med A99.

Andre navn på funksjoner

Enkelte regnearkprogram bruker engelske navn på funksjonene. Hvis regnearket ditt ikke forstår summer, antall, størst og gjennomsnitt, kan du prøve med

- SUM i stedet for SUMMER
- COUNT i stedet for ANTALL
- MAX i stedet for STØRST
- AVG eller AVERAGE i stedet for GJENNOMSNITT

Menyen for Sett inn funksjon i Excel
Forfatter: [Arne Jansen](#), [Microsoft](#)

Diagrammer

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Diagrammer \(91592\)](#)



Når det blir mange tall, kan det være lettere å forstå dem hvis vi ser dem i et diagram. Regnearkprogrammene har innebygde veivisere som gjør det enkelt å lage ulike typer diagrammer.

Ulike typer diagrammer

I regnearkprogrammet finnes det mange ulike diagramtyper å velge mellom, men ikke alle egner seg like godt til å vise alle typer data. Du må derfor tenke gjennom hvilken diagramtype som gjør informasjonen i regnearket lettest mulig å forstå, og ikke bare ta et diagram som du synes ser fint ut.

De tre vanligste diagramtypene er stolpediagram, linjediagram og sektordiagram.

Stolpediagrammet egner seg best når du skal vise verdier som kan sammenlignes direkte.

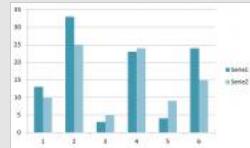
Linjediagrammet er best til å vise trender over tid eller mange verdier. Skal du for eksempel vise hvordan temperaturen har utviklet seg hver dag gjennom et helt år, blir det altfor mange stolper om du velger et stolpediagram. Et linjediagram, derimot, viser tydelig utviklingen i temperaturen.

Sektordiagrammet kan bare brukes til å vise ett sett data, men fungerer bra når du vil vise hvor mye enkeltdeler utgjør av en helhet.

Det finnes også andre diagrammer, for eksempel overflatediagram, boblediagram og radardiagram. De brukes til å framstille visse typer data grafisk. Du kan eksperimentere med de ulike diagramtypene for å se hvordan de ser ut, men vær forsiktig med å bruke spesielle diagramtyper til å vise vanlige data i et regneark grafisk.

Tips

Her finner du et minkurs: [Opprette et enkelt diagram i Excel 2010](#)



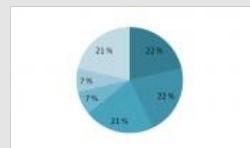
Stolpediagram

Opphavsmann: [Amendor AS](#)



Linjediagram

Opphavsmann: [Amendor AS](#)



Sektordiagram

Opphavsmann: [Amendor AS](#)

Husk

Det er viktig å velge en diagramtype som gjør at den grafiske framstillingen av dataene blir enklest mulig å forstå.

Formatering

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Formatering \(91568\)](#)

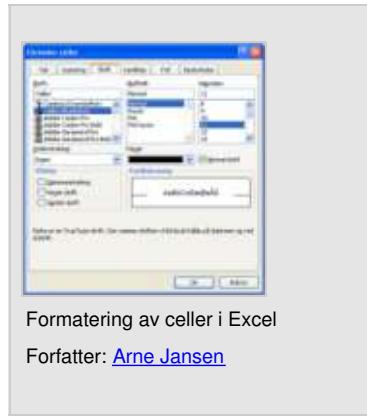


På samme måte som i tekstdokumenter kan man formtere regneark med ulike skriftypen, farger og rammer.

Regnearkprogram har stort sett de samme formateringsmulighetene som tekstbehandlingsprogram.

Du kan endre

- skriftype, skriftstørrelse og skriftfarge og dessuten fet skrift, kursiv eller understreking
- bakgrunnsfarge på cellene
- justering i cellene (høyrejustert, midtstilt eller venstrejustert)
- retning på teksten i cellene
- farge og tykkelse på rammer rundt celler og områder



Formatering av celler i Excel

Forfatter: [Arne Jansen](#)

For celler som inneholder tall og formler, kan du også velge tallformat. De vanligste tallformatene er

- **valuta- og regnaksformat**, som viser «kr» sammen med tallet i cella
- **prosentformat**, som viser prosenttegn sammen med tallet i cella
- **kommaformat**, som viser tall med desimaler
- **dato og klokkeformat**, som brukes til dato og tidspunkt

I de fleste tilfeller vil regnearkprogrammet selv velge korrekt format når du skriver noe i cella. Hvis du for eksempel skriver «kr 1000» i en celle, vil regnearket automatisk formtere cella til valutaformat. Det samme skjer med de andre formatene når du skriver et tall etterfulgt av prosenttegn, dato eller klokkeslett i en celle.

Logiske funksjoner

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Logiske funksjoner \(91580\)](#)



En spesiell type funksjon som kan brukes i regneark, er en såkalt logisk funksjon. Det er en funksjon som ikke gjør en beregning, men et valg.

Den mest brukte logiske funksjonen er =HVIS.

En formel som inneholder en HVIS-funksjon, har tre deler:

1. Først kommer en logisk test som regnearkprogrammet skal undersøke. Det kan være nesten hva som helst, for eksempel om innholdet i en celle er større, mindre eller lik en bestemt verdi, om innholdet i to eller flere celler er det samme, eller om en celle inneholder en verdi eller er tom.
2. Deretter følger det som skal skje hvis resultatet av testen er sant.
3. Til slutt kommer det som skal skje hvis resultatet av testen er usant.

De tre delene skiller med et semikolon: **=HVIS(test;sant;usant)**.

HVIS-funksjonen ser først etter om testen er sann eller usann. Er den sann, gjør funksjonen det som står etter første semikolon. Er testen usann, gjør den det som står etter det andre semikolonet.



Fotograf: [Marius Knutsen](#)

Vi bruker logiske funksjoner for å få en formel til å gjøre et valg.

Flere regneark i en arbeidsbok

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Flere regneark i en arbeidsbok \(91601\)](#)



Her skal vi se nærmere på hvordan du kan bruke flere regneark i en arbeidsbok.

En arbeidsbok i et regnearkprogram kan inneholde flere regneark. Du kan bruke **arkfanene** nederst i vinduet for å bla i regnearkene.



Arkfaner

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Vanligvis er det bare tre ark i en ny arbeidsbok, men du kan lage så mange ark du trenger.

Ved å høyreklikke på arkfanen vises en meny med arkalternativer:



Meny for arkalternativer i Excel

Opphavsmann: [Arne Jansen](#)

- Velg **Sett inn** for å sette inn flere ark i arbeidsboka.
- Velg **Slett** for å slette hele regnearket.
- Velg **Gi nytt navn** eller dobbelklikk på arkfanen for å endre navnet.
- Velg **Flytt eller kopier** for å flytte eller kopiere arket til en annen arbeidsbok.
- Ønsker du bare å flytte arket på arkfanemenyen, kan du holde venstre museknapp nede og dra arket dit du vil ha det.
- Hvis du vil lage en kopi av arket i den samme arbeidsboka, kan du holde CTRL-tasten nede mens du drar, og så slippe arket.
- Velg **Arkfanefarge** for å gi arkfanene ulike farger.
- Velg **Skjul** hvis du ikke vil at et ark skal vises, men heller ikke vil slette det.

Oppgave

Åpne en ny arbeidsbok og prøv de ulike mulighetene for å sette inn, kopiere, flytte, endre navn og farge og skjule arkfaner.

Tabeller og sortering

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Tabeller og sortering \(91603\)](#)



Et regneark trenger ikke inneholde formler eller gjøre beregninger. Det er også mulig å bruke regnearkprogram til å sette opp alle slags tabeller og lister.

Ofte er det enklere å bruke et regneark enn et tekstdokument til å lage en tabell. Regnearket er jo allerede delt inn i ruter som en tabell, mens du i tekstdokumentet først må lage selve tabellen før du kan skrive inn dataene.

	A	B
1	Julegavebudsjett	
2		
3	Mor	kr 100,00
4	Far	kr 100,00
5	Kristin	kr 50,00
6	Helene	kr 50,00
7	Mormor	kr 30,00
8	Bestefar	kr 30,00
9	Pelle	kr 30,00
10	Sum	kr 390,00
11		

Enkel liste i Excel regneark

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Oppgave

Lag en tabell med navn, adresse og alder på minst ti personer som du kjenner. Hvis du ikke vet adressen til alle, kan du selv finne på adresser.

Pass på å skrive hver type informasjon i en egen kolonne, for eksempel fornavn i A-kolonnen, etternavn i B-kolonnen, gateadresse i C-kolonnen, postnummer i D-kolonnen, poststed i E-kolonnen og alder i F-kolonnen.

Bruk tabellen til å prøve sorteringsverktøyene som er omtalt i videoen som hører med til dette temaet.

Søking og stavekontroll

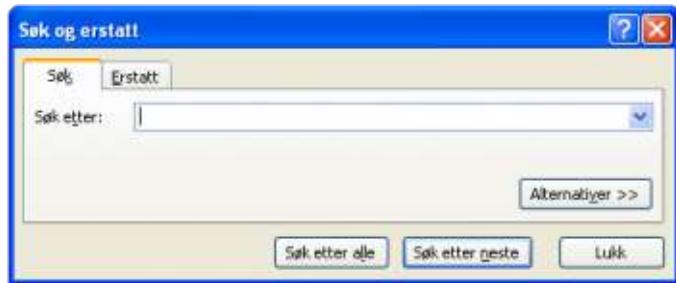
Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Søking og stavekontroll \(91611\)](#)



I regneark med store tabeller kan det være nyttig å søke for å finne bestemte data.

Et regnearkprogram har verktøy for søking og stavekontroll. De fungerer på samme måte som i andre program.



Søkefunksjonen i Excel

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Oppgaver

Regneark

Forfatter: Arne Jansen
[Regneark \(134484\)](#)



Uansett hvilken yrkesretning du velger, vil du før eller seinere ha behov for å kunne bruke et regneark på datamaskinen. Her skal du få øve deg litt på regneark.

Oppgave 1

Åpne filen



timeregistrering.xls / fil

<http://ndla.no/nb/node/91488>

. Det er et enkelt regneark der det er lagt inn tekst, tall og formler for å regne ut lønn for en uke. Prøv å endre timene i C-kolonnen og legg merke til at lønna i D-kolonnen automatisk blir oppdatert.

Oppgave 2

Start regneark-programmet ditt og finn fram til malene. Åpne noen maler. Se hva de inneholder, og hvordan de virker.

Oppgave 3

Åpne et nytt regneark og øv deg på å merke celler, rader og kolonner.

Oppgave 4

Åpne en ny arbeidsbok og prøv de ulike mulighetene for å sette inn, kopiere, flytte, endre navn og farge og skjule arkfaner.

Oppgave 5

Lag en tabell med navn, adresse og alder på minst ti personer som du kjenner. Hvis du ikke vet adressen til alle, kan du selv finne på adresser.

Pass på å skrive hver type informasjon i en egen kolonne, for eksempel fornavn i A-kolonnen, etternavn i B-kolonnen, gateadresse i C-kolonnen, postnummer i D-kolonnen, poststed i E-kolonnen og alder i F-kolonnen.

Bruk tabellen til å prøve sorteringsverktøyene.

Logistikk

Hva er logistikk

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Hva er logistikk? \(69595\)](#)



I dette kapittelet skal vi se på hva som ligger i begrepet *logistikk*. Vi starter med noen enkle hverdagsdaglige eksempler før vi ser på hvordan logistikk binder sammen avanserte prosesser i og mellom bedrifter.

Logistikk i familien

En gang da tidligere statsminister Gro Harlem Brundtland ble intervjuet, fikk hun spørsmål om hvordan hun klarte å få tiden til å strekke til som politiker og småbarnsmor. Dette er såpass lenge siden at kjønnsrollene og velferdsordningene ikke uten videre åpnet for en slik karriere. Hun fortalte at det viktigste bidraget fra familien var at verken store eller små gikk tomhendte mellom to etasjer. Det var alltid skitne klær som skulle til vask, rene klær som skulle finne sin eier, bord som skulle dekkes, eller nyinnkjøpte matvarer som skulle legges på plass.

Om vi er hjemme, arbeider, går på skolen, deltar i fritidsaktiviteter eller henger med venner, består livene og hverdagene våre av en serie gjøremål. De aller fleste av disse gjøremålene må vi samarbeide med andre mennesker om. Felles for mange av oppgavene er at vi gjør dem på et visst tidspunkt og i en viss rekkefølge. Når vi snakker om slike handlinger i faget Service og samferdsel, kaller vi dem for *prosesser* eller *aktiviteter*.

For noen år siden var logistikk et begrep som bare ble brukt av bedrifter. Går vi enda lenger tilbake, ble det brukt under større militære operasjoner der kravene til tidsmessig og materiell presisjon ble sett på som ekstreme.

I en vanlig familiesituasjon vil god logistikk være at barna selv legger gymklærne til vask når de kommer hjem fra skolen, og at barna får kjøpe lørdagsgodtet sitt når familien likevel er på handletur.

Det er nok ikke bare selve logistikkbegrepet som i større grad har blitt en del av folks dagligliv. Både kravene til effektivitet, den teknologiske utviklingen og de yrkesmessige forventningene har gjort at det ikke lenger bare er statsministerens familie som i stor grad må fungere som en produksjonsbedrift.

Logistikk i bedriften

I Norge ble logistikk tatt i bruk som begrep først omkring 1960. Det ble lenge brukt om innkjøp og inn-transport av råvarer og komponenter samt distribusjon av ferdigvarer til kunder. I samme periode ble begrepet *materialadministrasjon* brukt om blant annet lager, produksjonsstyring, informasjonsstrømmer og avveininger mellom egenproduksjon eller innleide tjenester.

Etter hvert gikk materialadministrasjon inn i logistikkbegrepet, og vi har det vi kan kalle et utvidet logistikkbegrep. En mye brukt definisjon i Skandinavia er



God logistikk gir suksess!
Fotograf: [Aage Storløkken](#)

Vi bruker begrepet *logistikk* først og fremst om hvordan vi planlegger og sørger for at aktiviteter skjer til rett tid, av og med de rette menneskene, med de riktige varene og med den hjelpen vi trenger for å kunne gjøre vår del av jobben.



God logistikk omfatter orden og oversikt på lageret. Her ser vi lageret hos Amazon rett før jul.
Fotograf: [Hendrik Schmidt](#)

«de betraktningsmåtene og prinsippene som man legger til grunn for å planlegge, utvikle, organisere, samordne, styre og kontrollere materialstrømmen fra leverandør til sluttbruker» (Ericsson, 1976, Materialadministrasjon: logistikk)

Ikke bli bekymret om du ikke forstår denne definisjonen fullt ut. Du skal få god anledning til å gi den innhold og mening gjennom eksempler, teori og modeller fra ulike virksomheter. «Det du trenger når du trenger det» er en noe ufullstendig, men likevel nyttig definisjon som kan vi låne fra Statoils bensinstasjonskjede.

Sentrale aktiviteter og begreper

Noen av de mest sentrale aktivitetene og begrepene som til sammen utgjør logistikkbegrepet, er:

- verdikjeden
- distribusjon
- transport
- lager og lagerstyring
- varemottak og materialhåndtering
- innkjøp og forsyning
- ordrebehandling og kundeservice
- salg og markedsføring
- produksjon og produksjonsplanlegging
- informasjon og kommunikasjon
- gjenvinning

På de neste sidene vil vi se på ulike eksempler på hvordan disse elementene sammen kan utgjøre en helhetlig og integrert logistikkprosess.

Verdikjeden

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Verdikjeden \(69600\)](#)



Stort sett skjer produksjon ved at en bedrift leverer varer til en annen bedrift som enten lager en ferdigvare for salg eller bearbeider råvaren videre. Vi kaller dette en *produksjonskjede*. Flere bedrifter er gjerne også involvert med å transportere, lagre og overføre mellom hvert enkelt ledd og utgjør en *distribusjonskjede*. Vi kaller hele dette samarbeidet for en *verdikjede*. Vi skal se på noen eksempler der ulike bedrifter finner sin unike plass i en slik verdikjede. Vi skal også se litt mer på hvordan en bedrift kan tjene mer penger på å skape større verdier i verdikjeden.

En kjede av bedrifter

Mange varer eller produkter som er nødvendige for å ferdigstille andre varer eller produkter, kaller vi *komponenter*. Når flere bedrifter deltar i en slik prosess, kaller vi det en *bedriftskjede* eller en *verdikjede*. Verdikjeden består av produksjon, sammenstilling av komponenter og distribusjon. Når vi snakker om verdikjede ut fra et distribusjonsperspektiv, kaller vi det en *distribusjonskjede*. Ut fra et produksjonsperspektiv kaller vi det gjerne *produksjonskjede*. Kjært barn har mange navn – også her, men felles er at hvert ledd i kjeden tilfører en merverdi enten i form av fysisk endring mot ferdig produkt eller transport til neste ledd i kjeden. Slik blir begrepet verdikjede en god beskrivelse av utviklingen fra idé, design, markedsføring, råvare via komponenter til ferdig produksjon, salg, leveranse til kunde, vedlikehold og til slutt gjenvinning.

Fisk og IT i Øksnes kommune

Måten man bearbeider råvarer eller komponenter på, varierer selvagt, men felles for alle bedrifter er at de bidrar til å gjøre varen mer verdifull. Denne verdiøkningen er det økonomiske grunnlaget for bedriftens eksistens. La oss ta et par eksempler:

A photograph of a fisherman in a small boat on the water. He is wearing a red vest and a cap, and is looking towards the horizon. Several seagulls are flying around the boat. The background shows a rocky coastline under a clear sky.

Fiskeren er gjerne selvstendig næringsdrivende. Han leverer produktet sitt, fiskeråstoff, til en fiskeindustribedrift på land.

Fotograf: [Jon Hauge](#)

A photograph of a worker in a fish processing plant. The worker is wearing a blue apron, a white head covering, and blue gloves. They are standing at a stainless steel counter, using a knife to filet a fish. There are other workers and equipment in the background.

I fiskeindustribedriften blir råstoffet filetert gjennom flere prosesser. Samlebåndet er et viktig redskap i mange produksjoner.

Fotograf: [Terje Mortensen](#)



Den ferdige fiskefileten blir pakket i kasser. Kassene blir merket før de forlater bedriften.

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)



Fiskeproduktene blir deretter transportert av et eget firma som har spesialisert seg på transport. Slik utgjør flere bedrifter en verdikjede.

Fotograf: [Morten Holm](#)

I Øksnes kommune i Vesterålen finner vi Myre Fiskemottak som tar imot fisk fra norske og utenlandske fiskebåter. Fiskemottaket bearbeider fisken og selger den videre. Kundene kan være andre bedrifter som lager fiskepinner eller fileter til butikkjedene, og bedrifter som selger fersk fisk videre til restauranter i inn- og utland. Transporten til fiskemottaket skjer med de samme fiskebåtene som har tatt opp fisken. Transporten ut fra fiskemottaket skjer vanligvis med vogntog eller båt. En liten del av den mest eksklusive ferske fisken sendes også videre med fly.

Noen kilometer unna fiskemottaket finner du IT-bedriften Cerpus AS. De produserer, implementerer og sikrer kvaliteten på digitale læremidler. De distribuerer produktene sine utelukkende gjennom Internett. Den teksten du leser akkurat nå, har vært innom Cerpus AS.

Distribusjon og bearbeidingsgrad

Distribusjon utgjør en viktig del av verdikjeden enten vi driver med fisk eller digitale læremidler. Tradisjonelt har distribusjon knyttet til råvaretilgang vært avgjørende for hvor man har plassert bedrifter. Fiskemottak ble plassert ved de store fiskefeltene, sagbruk ved sentrale skogsområder, smelteverk nær de store kraftverkene og meierier nær landbruksbygdene. I nyere tid har dette bildet endret seg noe, siden mange bedrifter har fått større markeder, økt spesialiseringgrad og større utfordringer knyttet til det å skaffe seg kvalifisert arbeidskraft.

Om Myre Fiskemottak nøyser seg med å ta imot den ferske fisken og sende den direkte videre til andre bedrifter, har de en lav bearbeidingsgrad. Det betyr at den merverdiene tilfører produktet, er ganske liten. Så lenge det er god tilgang på fisk, kan det være greit å drive på denne måten. Om fiskemottaket vil tjene mer penger og ikke har ubegrenset tilgang på fisk, kan de øke bearbeidingsgraden. Det betyr at de selv tar en større del av jobben med å få til et sluttprodukt som markedet er villig til å betale en god pris for. Filetering, salting, pakking eller tørring kan være noen slike grep. Å skape nye merkevarer og markedsføre disse kan være et annet. Slike aktiviteter kan mangedoble verdien på råvaren.

Mange bedrifter har på samme vis forsøkt å øke bearbeidingsgraden framfor å satse på store volumer. Dette gjør både at bedriftene blir mindre sårbare for svingninger i råvareprisene, og at de reduserer distribusjonskostnadene sine. Norge har tradisjon for å eksportere råvarer eller lite bearbeidede produkter. Et slikt eksempel er fra 50- og 60-årene da det ble fisket betydelige mengder brisling. I Norge ble store deler av denne fisken eksportert direkte til Danmark, der brislingen blant annet ble tilsatt smak og hermetisert og solgt som pålegg. Verdien og inntjeningen fra den danske bearbeidingen var i flere år høyere enn hele det norske fisket av brisling. I dag arbeider fiskeri- og havbruksnæringen aktivt sammen med myndighetene for å maksimere bearbeidingsgraden og holde så mye som mulig av verdikjeden i landet før de ferdige fiskeproduktene selges på det internasjonale markedet.

Distribusjon

Forfatter: Morten Gunnar Plassen
[Distribusjon \(69707\)](#)



Distribusjon beskriver den informasjons- og vareflyten som skjer gjennom verdikjeden. Vi vil komme nærmere inn på ulike sider ved distribusjon, som for eksempel lager, transport og godshåndtering. Men først skal vi forklare noen sentrale begreper, og vi vil vise tre ulike måter å drive distribusjon på.

Hva er distribusjon?

Distribusjon defineres ofte som «alle aktiviteter og tiltak en bedrift setter i verk for å organisere og påvirke varestrømmen fra produsent til sluttbruker». Det betyr at distribusjonsbegrepet blant annet omfatter transport, lagring, overføring av informasjon og betaling ved overføring av eiendomsrett.

Digital distribusjon

Du har kanskje allerede lest og arbeidet med temaene trafikksikkerhet og samferdsel? I tilfelle kjenner du allerede godt til de fire transportsystemene vei, luft, bane og sjø. Om man skulle skrevet alle lærebøkene om logistikk på nytt, ville man nok sagt at det ikke er fire transportsystemer, men fem.

Den digitale informasjonsflyten, spesielt via Internett og mobilnettene, har utviklet seg til å bli en svært viktig distributør av både informasjon og tjenester. Kanskje er den digitale informasjonsflyten i dag like viktig som de fire tradisjonelle transportsystemene til sammen?

Distribusjonskjeder

Det sentrale ved distribusjon er at spesielt fysiske varer krever fysisk transport i alle ledd. De aller færreste varer blir produsert av én enkelt bedrift som er uavhengig av andre. Når flere bedrifter er involvert i arbeidet med å bringe varen fram til sluttbruker, har vi en distribusjonskjede. La oss bruke tre eksempler fra frokostbordet som viser hvordan distribusjonskjeder kan fungere i praksis:

TINE

Melk har lenge vært en viktig del av norsk kosthold. Samtidig er det slik at fornøyde kyr og bønder utgjør den økonomiske ryggraden i en rekke norske bygdesamfunn. Slik blir det ekstra viktig å ha et distribusjonssystem som dekker hele landet – 365 dager i året.

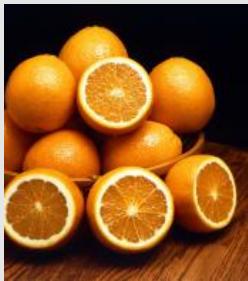


Alle må ha tilgang på

Én av disse bøndene er Eva. Gården hennes har 42 melkekyr **fersk melk**.
og ligger i Lom kommune, og Eva leverer melk til Lom og Opphavsmann:
Skjåk meieri. Tre dager i uken henter tankbilsjåfør Ådne melk [Opplysningskontoret](#) for
hos Eva. Han har en daglig kjørerute på om lag 60 kilometer [meieriprodukter.melk.no](#)
og er vanligvis innom rundt 30 ulike gårder. Ådne er ansatt
hos transportfirmaet Lesja Bilruter, som har flere tankbiler av samme type.

Meieriet er spesialisert på å produsere helmelk og Gudbrandsdalsost. Det betyr at produkter som lages av blant annet melk fra gården til Eva, både blir brukt lokalt og blir spredt over hele landet.

Grupo Fischer



Det skal mange appelsiner til for å lage appelsinjuice.

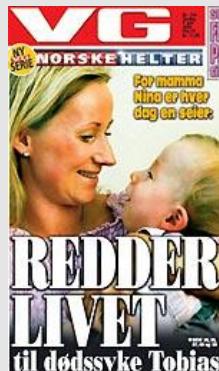
Opphavsmann:

[JSpudeman](#)

Det brasilianske konsernet Grupo Fischer er en av verdens største produsenter av appelsinjuice. Her er distribusjonskanalen svært forskjellig fra melk. Appelsinene blir høstet, presset til juice og tilsatt konserveringsmiddel. De største volumene fraktes så med spesialbygde tankskip til havneanlegg i Japan, USA og Belgia, hvor juicen pumpes rett inn i produksjonsanleggene til konsernets tapperier. Foretrekker du juice med fruktkjøtt, er den juicen du drikker, temmelig lik den du ville fått om du tok en smaksprøve om bord på juicetanker «Carlos Fischer».

Dagen blir ikke helt den samme ...

Mange liker å lese avisens de spiser frokost. Enten du leser lokalavisen eller en riksdekkende avis, er det et produkt med svært begrenset holdbarhet. Nesten uten unntak blir avisene solgt og lest samme dag som de kommer ut. Når vi tenker på at avisens skal dekke begivenheter til langt ute på kvelden dagen før utgivelse, blir kravene til rask og effektiv distribusjon veldig høye.



I papirutgaven av VG setter man vanligvis strek for det redaksjonelle arbeidet klokken 22.00. Det er altså fristen journalistene har for å levere ferdig stoff til desken, som setter rykende ferske artikler og reportasjer sammen med annet innhold. Klokken 23.30 skal deskarbeidet være ferdig, og klokken 24.00 trykkes den første avisen. VG har trykkerier på seks forskjellige steder, og distribusjonen fra de ulike trykkeriene skal sikre at alle steder i Norge får avisene neste dag. Om lag 80 % av befolkningen har avisene tilgjengelig før klokken 09.00.

En slik distribusjon hadde ikke vært mulig uten det vi i innledningen kalte *den femte transportformen*. Ved å overføre avisens digitalt til trykkerier utenfor Oslo og Norge, kan VG nå alle de stedene der det er nordmenn nok som ønsker å kjøpe avisene.

Ikke alle avisene blir solgt, og gjenvinningssystemet er nesten like viktig som den delen av distribusjonen som sender avisene ut til utsalgsstedene.

Transport

Forfatter: Morten Gunnar Plassen
[Transport \(69712\)](#)



Vi snakker gjerne om fire transportsystemer, og her vil vi se litt grundigere på hvordan de fungerer når vi skal transportere gods. Du skal lære noen sentrale begreper, og du vil se hvordan de fungerer i praksis gjennom eksempler på typiske norske transporter – og transportører.

De fire transportsystemene

Du husker sikkert de fire transportsystemene vei, jernbane, luft og sjø fra temaet samferdsel? Der la vi størst vekt på persontransport. Her skal vi se på hvordan vi transporterer gods.

Sjøtransport

Historisk sett har sjøtransport vært svært viktig for både passasjer og godstransport. Passasjermarkedet har falt jevnt gjennom mange tiår, mens godstransport har økt i takt med den globale handelen.

Sjøtransport er mest konkurransedyktig på lange distanser, og derfor opererer de aller fleste rederier i et internasjonalt marked. De mest utbredte skipstypene er bulkskip og oljetankere, som til sammen utgjør om lag to tredjedeler av verdensflåten. I Norge er i tillegg forsyningsskip til oljesektoren og kombinerte passasjer- og godsferger svært viktige tilbud.

Jernbanetransport

Godstransport med jernbane regnes i mange tilfeller som det mest miljøvennlige alternativet, og det er derfor viktig å bygge ut og modernisere jernbanen av miljøpolitiske årsaker. I områder med stor befolkningstetthet bygges det gjerne dobbeltsporede jernbaner. I Norge er det i dag mest aktuelt å øke kapasiteten ved å bygge flere krysningspunkter på de enkeltsporede banene. Det er i overkant av 4 000 kilometer jernbane i Norge, og 300 kilometer har dobbeltspor. Om lag 90 % av jernbanenettet har elektrisk drift.

Godstransport på bane omfatter:

- **Systemtog**, som er spesialbygd for å frakte en spesiell type gods. Aktuelle godstyper for slike transporter er malm, tømmer, trelast og flis.
- **Vognlast**, som betyr at en kunde, for eksempel en spediteur, kjøper kapasiteten i en godsvogn eller et helt godstog. En vognlastløsning er vanligvis begrenset til ren banetransport, slik at kunden selv må sørge for å få lastet og losset godset på jernbaneterminalen.
- **Kombitransporter**, som utgjør hele 85 % av godsmengden på bane. Det mest typiske er å kombinere bil- og banetransport. Både containere og semitrailere kan lett overføres mellom vogntog og jernbane. Slik kan man både spare miljøet, redusere belastningen på veinettet og redusere kostnadene.

Flytransport

Fire transportsystemer:

- vei
- jernbane
- luft
- sjø



Hurtigruten er i dag en stor turistattraksjon, men tradisjonelt har den vært en viktig transportør av gods og mennesker på norskekysten. Her ser vi «MS Kong Harald».

Fotograf: [Gorm Kallestad](#)



Godstog på vei til Gardermoen med flybensin.

Fotograf: [Morten Holm](#)

Transport på bane:

- systemtog
- vognlast
- kombitransporter

Godstransport med fly er svært begrenset i vekt og volum sammenlignet med de fire andre transportformene. Likevel er fly et viktig transporttilbud, blant annet for ekspressgods. Muligheten for å sende reservedeler og komponenter raskt rundt i verden gjør det mulig for bedrifter å holde mindre lager, og det gir små bedrifter adgang til internasjonale markeder.

Spesialbygde fly for transport av fersk fisk er en løsning som gir norske eksportører tilgang til markeder i andre verdensdeler.

Veidtransport

Veidtransport er den viktigste transportformen i Norge. Både i Norge og i andre land er det veiklassifisering som regulerer hvor stort akseltrykk et kjøretøy kan ha. Andre aktuelle bestemmelser som regulerer godstrafikk på vei, er kjøretidsbestemmelser som styrer trafikk til spesielle klokkeslett og tider på dagen, samt bestemmelsene om kjøre- og hviletider, som skal hindre sjåfører å kjøre etter helse- og trafikkfarlige arbeidsplaner. Vi har følgende tre hovedtyper av biler for godstransport:

- **Nærtransportbiler** er, som navnet tilsier, beregnet på transport i lokal- og regionområdet. Distribusjonsbiler blir også brukt som samlebegrep på nærtransportbiler. Bilen må være fleksibel å manøvrere i byområder, på terminaler og smale bygdeveier. Den må også være bygd for rask og fleksibel lasting og lossing. Vi finner ulike nærtransportbiler fra under 1 tonn til rundt 20 tonn.
- **Langtransportbiler** skal gi økonomisk transport over lengre distanser og har generelt stor lastekapasitet. Bilen er bygd for å utnytte lastekapasitet, totalvekt og akseltrykk. Mange langtransportbiler er også sjåførens andre hjem med sovekabin, kjøkken, TV, Internett, kontor og garderobe. I Norge er de fleste langtransportbiler enten vogntog, det vil si lastebil med henger, eller trekkvogn med semitrailer.
- **Spesialbiler** brukes i både nær- og langtransport. Dette er en bil som er spesialbygd for en spesiell type eller kategori transport. Tømmerbiler er et eksempel på en svært spesialisert bil, mens tippbiler har et ganske bredt bruksområde innenfor bulklast. En annen utbredt variant av spesialbiler er biler som er bygd for ulike varianter av avfallshåndtering.



Hercules er et militært transportfly som transporterer gods blant annet til forsvarsets styrker ute i verden.

Fotograf: [Jarl Fr. Erichsen](#)



Store mengder gods transportereres langs norske veier.

Fotograf: [Morten Holm](#)

Transport på vei:

- nærtransportbiler
- langtransportbiler
- spesialbiler



Store mengder informasjon transportereres via digital infrastruktur.

Opphavsmann: [Shutterstock](#)

I dag snakker vi også om et femte transportsystem:

- digital transport

Godstyper

Det er vanlig å dele godset inn i følgende tre hovedtyper:

- **Tankgoods** omfatter ulike væsker. Her bruker vi gjerne store spesialbygde tanker. Ofte blir væskene bearbeidet og tappet på forbrukeremballasje, slik vi for eksempel så på for juice under artikkelen om distribusjon.
- **Stykgoods** omfatter faste og enkeltstående gjenstander.
- **Bulkgoods** omfatter vanligvis faste løsmasser, og ofte er dette store volumer som malm, olje eller korn. En grusbil er også et ganske typisk eksempel på bulktransport. For sjøtransport omfattes også væsker, som for eksempel olje, under bulkbegrepet.



Gods som transporteres, finnes i et utall typer og er pakket på mange ulike måter. Gods som er pakket i containere, kan fraktes ved hjelp av flere transportsystemer.

Fotograf: [Dag W.](#)

[Grundseth](#)

Infrastruktur

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Infrastruktur \(70203\)](#)



Begrepet *infrastruktur* kan vi forklare med «det som må være på plass for at noe eller noen skal fungere». I et tomtfelt er infrastrukturen vei-, vann- og kloakknettet. I et lokalsamfunn er det veier, skoler, arbeidsplasser og servicefunksjoner.

Når vi snakker om de fire transportformene, blir infrastruktur det som må være på plass for at de fire transportsystemene skal fungere. Hva må for eksempel til for at et Norwegian-fly skal kunne ta av fra Flesland og lande trygt på Sola? Hva må til for at et vogntog fra Schenker skal kunne kjøre fra Vesterålen til Paris med fisk?

I stor grad er infrastruktur noe myndighetene i et land har ansvar for. På grunn av høye kostnader og ulike interesser blir det nesten alltid politisk strid om investeringer i samferdselsmessig infrastruktur.

Godsterminaler

Alle de fire transportformene har egne godssystemer der terminalene både skal tilpasses godstype, lokale kunder og overføring til og fra andre transportformer. Mange terminaler må også ta hensyn til at det samme transportmiddelet skal brukes til å transportere både passasjerer og gods.

Multimodale transporter

Når flere ulike transportformer er involvert i en godssending, har vi det vi kaller en multimodal transport. Den viktigste årsaken til at kunder og transportører velger en multimodal transportform, er at den utnytter transportkapasiteten og reduserer kostnadene. Ofte blir også framføringstiden raskere.

Et typisk eksempel på en multimodal transport er når en lokal distribusjonsbil henter en sending hos en kunde i Molde, laster den sammen med annet gods i en container på terminalen på Åndalsnes og sender containeren med tog til Drammen. Her brytes sendingen ned, og den siste delen går med distribusjonsbil til Kongsberg.

Lastbærere

Noen eksempler på hva infrastruktur omfatter:

Veitrasport

- sikre veier
- bensinstasjoner
- kart
- verksteder
- veihjelp
- trafikkregler
- ulykkesberedskap
- satellittnavigasjon



Oppdaterte kartverk er en viktig del av infrastrukturen for all transport.

Opphavsmann: [Statens Kartverk - Sjøkartverket](#)

Lufttransport

- flyplassterminaler
- ulykkesberedskap
- servicefunksjoner
- trafikkstyring
- navigasjonssystemer
- radiokommunikasjon
- handlingsagenter

Banetransport

- godt banennett
- terminaler

Lastbærere er vanligvis standardiserte systemer som beskytter, emballerer og gjør at håndteringen blir effektiv. Containeren i det forrige eksemplet kaller vi en *lastbærer*. Europallen er en annen utbredt lasbærer.

Håndteringsutstyr

Det å kunne losse, laste og håndtere gods effektivt er en av de viktigste terminalfunksjonene. Mange godshåndteringer er svært krevende og stiller store krav til både kompetanse og utstyr. Kranbiler og ankerhåndteringsfartøy er to slike eksempler.

Gaffeltruck og jekketralle er kanskje det mest utbredte håndteringsutstyret. Jekketrallen har du sikkert allerede prøvd på skolen eller ute i praksis.

- servicefunksjoner

Sjøtransport

- havneanlegg
- sjømerking
- værvarsling
- redningstjeneste

Kan du finne flere punkter som hører til på disse listene?

Noen momenter bør kanskje være med på flere lister?

Terminaler

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Terminaler \(69632\)](#)



Når en vare er kjøpt av en produsent eller en kunde, kan den ha lang vei fram til målet. Ofte må den oppbevares i kortere eller lengre tid på veien, og den må kanskje lastes om fra ett transportmiddel til et annet. Et slikt omlastingssted kalles en *terminal*. Vi skal se nærmere på hva en terminal er, og hvilke funksjoner den har i verdikjeden.

Gods- og passasjerterminaler

I prinsippet er passasjer- og godsterminaler tilrettelagt likt. På en terminal bytter passasjerer og gods ulike transportmidler, og de sorteres for transport i forskjellige retninger, eller til forskjellige mål.

Terminalene har til hensikt å få en mest mulig effektiv og lønnsom transport gjennom å samordne eller samlaste gods og passasjerer. Vi har derfor terminaler med forskjellige funksjoner. Noen har til oppgave å samlaste gods til utlandet, mens vi i Norge har regionale og lokale terminaler. På noen terminaler bytter vi type transportmiddel, for eksempel fra lokalbuss til regionalt tog. I andre sammenhenger kan gods bli flyttet fra en internasjonal container til en regional distribusjonsbil. Terminalen er et viktig ledd i transportkjeden.

Samlast

Når mange passasjerer, pakker eller paller skal samme vei, kan det være god økonomi i å la dem reise sammen.

Passasjerene kan plasseres i en buss, på et tog eller om bord i et fly. Svært få har likevel nøyaktig det samme reisemålet. Noen skal kanskje på dagsmøte, noen skal ut i turnus på en oljeplattform, mens andre skal besøke kjæresten. Dermed blir det behov for å dele opp gruppa og transportere den enkelte videre med buss, taxi eller andre transportmidler.

For gods er det viktig å utnytte transportkapasiteten og organisere effektive transportkjeder. Nesten alle sendinger har én eller flere omlastinger der sendinger bygges opp til større volumer eller brytes ned til mindre.

Mange av godsterminalene organiseres gjennom store transportører og samlastfirmaer som Schenker, Bring eller Tollpost Globe. Disse er landsdekkende innen vareformidlingstjenester og har bygd opp et landsdekkende distribusjonsnett for gods. Internasjonale samarbeid gir dem tilgang til tilsvarende distribusjonsnett over hele verden. De norske nettene er gjerne bygd opp rundt regioner med én eller flere terminaler.

Containere og paller

Containere har den fordelen at de kan plasseres uten at kjøretøyet blir stående, og er derfor lite kostnadskrevende. De samme containene blir også brukt til jernbane- og sjøtransport. Når godset skal distribueres fra en regional terminal og ut til kunden, blir det som oftest brukt biler med skap og løftelem. Størrelsen på distribusjonsbilene varierer etter mengden gods og hvor framkommelig ruten er.

Tre typer gods

- **Utgående gods** hentes inn fra lokalmiljøet til terminalen av egne eller innleide biler. Godset blir deretter registrert og sortert før det blir samlastet i større enheter for videre transport.
- **Inngående gods** ankommer vanligvis som samlast med vogntog eller bane og brytes ned for videre transport til lokal mottaker med mindre biler.
- **Transfergods** har ikke mottaker eller avsender i terminalens lokalområde. Slik gods er innom når terminalen er et naturlig omlastningspunkt i en lengre transportrute.

Transporten mellom terminalene skjer ofte om natten, mens distribusjonen ut til kundene skjer på dagtid. Det er ofte tidsgarantier når det gjelder framføring av gods.



**Containere blir i stor grad
brukt i transport mellom
regionene.**

Fotograf: [Dag W.
Grundseth](#)

Lagerstyring

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Lagerstyring \(69612\)](#)



Nå skal vi se på hvilke kostnader som oppstår når vi har varer på lager. Noen er knyttet til verdien av lageret, mens andre blir påvirket av hvor mye arbeidsinnsats vi må legge i å drive selve lageret.

Å vente på tur

For de aller fleste ledd i verdikjeden finner vi opp til flere lager. Det betyr at varen ikke har nådd målet sitt eller utført sin endelige oppgave. Den ligger av en eller annen grunn og venter på å komme videre.

I en ideell situasjon ville vi kanskje klart oss uten lager. Da ville alle varene kommet inn akkurat da vi trengte dem, og de ville oppfylt oppgaven sin uten å kreve plass, binde opp penger eller kreve arbeidskraft. Vi skal se på ulike grunner til at det ikke er mulig.

De viktigste kostnadene knyttet til lager er:

Kapitalbinding

Kapitalbinding betyr at verdien av det som ligger på lager, må dekkes av enten egenkapital eller gjeld. Om du driver butikk og har varer for en million kroner liggende på lager, er kanskje dette lånte penger som gir deg en ekstra årlig kostnad på mellom 50 000 og 100 000 kroner.

Avskrivning og svinn

Avskrivning og svinn betyr at varelageret stadig blir mindre verdt. Noen varer blir skadet, noen bare forsvinner, og noen blir ikke lenger etterspurt og forblir derfor på lageret til du kaster dem. Denne kostnaden er ofte enda høyere enn kapitalkostnaden – la oss bruke 200 000 kroner som et eksempel.

Driftskostnader

Materiell, bygninger, personell og utstyr varierer med type vare og bedrift. I de aller fleste tilfeller er dette omfattende kostnader. Om vi fortsetter å bruke veldig forsiktige tall, er det vanskelig å komme under 200 000 for et lager med en verdi på en million kroner.

Vi kan definere *lager* som «en samling varer eller enheter innenfor et begrenset område for oppbevaring i kortere eller lengre tid».



Noen typer gods har spesielle krav til lageret.

Noen matvarer må for eksempel kjøles eller fryses under lagring.

Fotograf: [Geir Otto Johansen](#)

Det er viktig å huske på at lager er en betydelig kostnad. De viktigste kostnadene knyttet til lagring er

- kapitalbinding
- avskrivning
- svinn
- driftskostnader

Eksemplet viser både de viktigste kostnadene og summen som i vårt tilfelle ble på om lag en halv million kroner i året. Moderne produksjonsplanlegging dreier seg blant annet om å holde ulike lager på et minimumsnivå. På neste side skal vi se på nærmere på ulike typer lager.

Lagertyper

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Lagertyper \(69615\)](#)



Vi deler lager inn i ulike typer, og her skal vi se på noen av de vanligste lagertypene.

Råvarelager

Råvarelager er spesielt viktig både fordi det ofte tar stor plass, og fordi det binder opp mye kapital. Konsekvensene av å gå tom for råvarer kan være veldig alvorlige. Trygge råvareleverandører er viktig når man skal vurdere størrelsen på råvarelageret. Samtidig er det ofte rimeligere å transportere og kjøpe inn store volumer. Et råvarelager er nesten alltid plassert ved den terminalen der vi tar imot råvarene. Enten de kommer med båt, bil eller bane, er det nesten alltid store volumer som ikke uten videre lar seg flytte rundt i produksjonsbedriften. De fleste råvarelager har også tilpasset håndteringsutstyr som er direkte koblet til selve produksjonen. Spesielt råvarer i bulkform krever tilpasning og tilrettelegging.

I tillegg til råvarelager bør du kjenne til følgende typer lager:

Halvfabrikatlager

Emballasjelager

Distribusjons- og distriktslager

Reservedelslager

Halvfabrikatlager har klare fellestrekker med råvarelager. Ofte er det store volumer der bedriften kjøper inn et ganske høyt antall halvfabrikata. Avhengigheten av slike lager er også minst like høy som for råvarer. Leveringssikkerheten kan være en utfordring når det er flere ulike leverandører bak ett enkelt halvfabrikat. Halvfabrikata kan både være varer som man har begynt en produksjonsprosess på i egen bedrift, og varer som er innkjøpt som komponenter fra andre leverandører.

Emballasjelager sikrer oss at vi er i stand til å pakke inn og sikre våre egne utgående produkter. Om vi produserer varer som skal ha spesiallagd emballasje, kan mangel på emballasje hindre oss i å sende ut egne varer. Det kan bety både inntektstap og sviktende tillit hos kundene våre. Emballasjen skal ofte både markedsføre, informere og sikre produktet. I tillegg skal den bidra til god økonomisk utnytting av videre transport og lagring.

Kjølelager

Transportlager

Lager for farlig gods



Hvilken type lager er en tømmerlunne?

Fotograf: [Berit Roald](#)



Bulk betyr at råvaren kommer i ubearbeidet masseform og lar seg måle i volum (liter eller kubikk). Her blir det lastet kull ned i lasterommet på et skip.
Fotograf: [Daniel Munoz](#)

Grus, olje og malm er eksempler på råvarer som fraktes i bulk.

Distribusjons- og distriktslager etableres når det er naturlig å endre transportløsning og leveringsfrekvens. I praksis betyr det at mens vi for eksempel leverer til hovedlageret i Oslo med containere fra båt ellerbane, kan vi forsyne regionlageret i Trondheim med vogntog som i neste omgang forsyner Ytre Namdal med en mindre distribusjonsbil. Slike distribusjonslager får ofte store laster inn, som brytes ned og lagres slik at det kan sendes ut mindre og sammensatte sendinger til lokale bedrifter. Disse to måtene å pakke og sende last på kalles gjerne *enhetslast* og *samlast*.

Reservedelslager er ingen stor lagerform hos de fleste bedrifter. Dette skyldes først og fremst at stabile underleverandører og serviceavtaler sikrer bedriften mot driftsstans når det oppstår feil eller servicebehov i produksjonsutstyret. Enkelte bransjer er likevel så sårbar for driftsstans at de må holde svært omfattende reservedelslager. Et slikt eksempel er oljebasene langs kysten som, sammen med forsyningsskip og helikopter, sikrer oljeplattformene nødvendige forsyninger.

Kjølelager sikrer at varer med spesielle krav til temperatur ikke blir forringet eller ødelagt. Slike varer har ofte relativt kort holdbarhet eller definert levetid på grunn av modning, mørning og lignende. Både transportutstyr og lager er koblet sammen, og omsetningen av slike varer kan skje etter «børs-prinsippet», der kunder byr på et vareparti også mens varen er under transport.

Transportlager er varer som er under transport, enten av bedriftens egne transportsystemer, eller av innleide transportører. Med slike lager regner vi også inn verdien av varer under transport når vi vurderer bedriftens samlede lagerbeholdning. Som du nettopp leste om kjølevarer, er det eksempler på at varer omsettes aktivt også mens de er på vei til bestemmelsesstedet.

Lager for farlig gods er nødvendig når vi for eksempel har eksplosive, giftige, etsende, radioaktive, brennbare eller andre typer varer som krever sikringstiltak. Den viktigste sikringen for slike varer er gjerne selve emballasjen, transportutstyret og kompetansen hos dem som håndterer varen.

Pallelager

Pallelager er en utbredt type lager som er spesiallaget for paller. Den vanligste formen er europaller som måler 120 x 80 centimeter og dermed er tilpasset trucker, lastebiler, varebiler, lagerreoler, containere, emballasje og ikke minst utallige produkter. Enkelte paller er gjenvinnbare, mens andre bare brukes i en vares verdikjede. Standardiserte løsninger gjør det også lettere å automatisere slike lager.

Spekulasjonslager

Spekulasjonslager brukes når bedriften vil utnytte prissvingninger på for eksempel råvarer. Om du eller foreldrene dine kjøper litt ekstra av en dagligvare på tilbud, er dere i ferd med å etablere et spekulasjonslager i kjøleskapet eller i matboden. Olje er et eksempel på en råvare som varierer såpass mye i pris at den blir gjenstand for spekulasjon.

Innkjøp og forsyning

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Innkjøp og forsyning \(69657\)](#)



Nå skal vi se på hvordan bedrifter kjøper inn varer og tjenester. Så langt har vi sett mest på bedrifter som produserer fysiske produkter, men innkjøp er like aktuelt i alle bedrifter. Det foregår på omtrent samme måte enten bedriften satser på produksjon, salg, rådgiende tjenester eller har ansvar for offentlig forvaltning og service.

Rett vare til rett pris

Felles for alle bedrifter og forbrukere er at de ønsker best mulige produkter og tjenester til best mulig pris. For offentlige bedrifter, som for eksempel en kommune, er det i tillegg strenge krav til åpenhet, fri konkurranse og habilitet. Om du har ansvar for større innkjøp i en kommune, må du utlyse innkjøpet i hele EØS-området.

Vi illustrerer noen av de mest sentrale innkjøpsoppgavene gjennom et eksempel:

AS Tungtransport

Du driver bedriften AS Tungtransport med ti vogntog, tjue sjåfører, to mekanikere og en kontorsjef. Vogntogene har varierte oppdrag i inn- og utland, men den største delen av omsetningen skjer for en stor internasjonal speditør. Ved siden av vogntogene har dere et kombinert verksted- og kontorbygg. De største utgiftspostene ved siden av personalkostnader er drivstoff, servicekostnader, avskrivning på vogntogene (verdinedgang), husleie og diverse driftskostnader.



Innkjøp koster.

Opphavsmann: [Elisabet Romedal](#)

I bedriften din dreier innkjøpene seg gjerne like mye om å etablere og følge opp effektive rutiner som å forhandle pris. Vi skal se litt mer på hvordan spørsmål knyttet til innkjøp blir sentrale for utviklingen av bedriften:

Drivstoff er en stor kostnad i en transportbedrift. Opphavsmann: Bob Tubbs
Gode kjøpsvilkår gjennom større innkjøpssamarbeid



På samme måte som privatpersoner kan få rabatter, kan også bedrifter gjøre det. Man kan for eksempel få gode priser på en rekke produkter og tjenester gjennom skole, arbeidsgiver eller organisasjoner. Som bedrift er det vanlig å være medlem i ett eller flere større innkjøpssamarbeid for å oppnå gode kjøpsvilkår i inn- og utland. AS Tungtransport er for liten til å oppnå store rabatter hos de store drivstoffkjedene, men du får en god avtale på diesel gjennom medlemskap i Norges Lastebileierforbund (NLF).

Servicekostnader

Servicekostnadene i AS Tungtransport er knyttet til mindre og større

vedlikehold av vognparken. Dere er opptatt av at biler og hengere alltid skal være i topp stand, av flere årsaker: Det gir trivsel og trygghet for sjåførene, tillit hos kunder, det sparar dere for kostnader ved en eventuell driftsstans, og dere får en høyere innbyttepris når dere skal skifte ut vogntogene.

Dere kan velge å møte de høye interne kvalitetskravene til biler og hengere på to måter: Enten kan dere inngå en omfattende og utvidet serviceavtale med leverandøren av biler, eller dere kan velge å utvide kapasiteten i deres eget verksted.

Dere velger å oppgradere det som før var en garasje for vask og enkelt vedlikehold, til et komplett autorisert verksted for tunge kjøretøy. Dersom dere får ledig kapasitet, kan dere ta oppdrag for andre transportører.

En slik avveining mellom å leie inn tjenester eller å utføre dem selv er en viktig innkjøpsstrategisk vurdering.

Innkjøpsrutiner

Vogntogene er naturlig nok et av de viktigste innkjøpene i bedriften. Bedriften skifter ut to eller tre vogntog årlig, og dere har valgt å holde dere til merkene Volvo og Scania. Hovedbegrunnelsen for valget er at begge merkene har salgs- og verkstedavdeling i nærheten av bedriften, og at dere ved å ha begge merkene skjerper konkurransen mellom de to leverandørene.

Sjåførene i AS Tungtransport er knyttet til faste biler og deltar i innkjøpsprosessen. De har hovedansvar for kravspesifikasjonen der de beskriver bruk og behov. Selv om ikke oppdragsgiverne legger seg opp i valg av bilmerke, er de også med og gjør rede for sine egne planer og forventninger de nærmeste par–tre årene. Slik styrkes kontakten til kundene, de kan tidlig signalisere nye eller endrede transportbehov, og dere blir i stand til å dekke de behovene. Dere har rammeavtaler med begge de to lokale leverandørene, som blant annet regulerer service, garanti og annen kontakt mellom kunde og leverandør.

Også innenfor samlebegrepet «diverse driftskostnader» er det mange innkjøpsoppgaver.

Et viktig spørsmål er hvem som skal stå for de ulike innkjøpene, og hvordan innkjøpsprosessen skal foregå. Som daglig leder har du et overordnet ansvar for alle innkjøp, men du mener at det vanligvis vil være den som skal bruke varen eller tjenesten, som bør styre innkjøpsprosessen. Dette løser du med å innføre noen faste rutiner for innkjøp som bygger på disse prinsippene:

- Når dere inngår avtale om faste eller jevne leveranser, skal dere ha faste leverandører og rammeavtale.
- Dersom dere gjør innkjøp uten rammeavtale, skal kjøpet meldes og begrunnes skriftlig til deg.
- Dersom sjåfører på reise gjør innkjøp, skal kjøpet om mulig meldes og begrunnes muntlig til deg.
- Når man skal gjøre et innkjøp, skal det alltid foreligge fast pris, eller alternativt et prisoverslag.

Disse rutinene har både ført til bedre kontroll med kostnader og mindre bruk av ressurser.

Varemottak og godshåndtering

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Varemottak og godshåndtering \(69658\)](#)



Hva skjer når en bedrift mottar varer? Her skal vi bruke et grossistlager som eksempel. I filmene som følger artikkelen, ser vi hvordan elever og læringer tar imot, registrerer og plasserer varer i et lager.

Grossisten som mellomledd

Grossisten er et ledd mellom produsent og detaljist der varene ofte pakkes om fra større enheter og fordeles rundt til detaljister. En grossist har ofte produkter fra mange produsenter eller leverandører og skal betjene et geografisk område med disse varene. Grossisten kjøper altså varer eller tjenester fra produsenter eller leverandører og selger varene til detaljister.

Et grossistlager kan betjene en verdensdel som Europa, en gruppe land som Skandinavia, et land som vårt eget, en by som Oslo eller et fylke som Oppland.

Dekningsområdet avhenger av hva som er hensiktsmessig ut fra bransje, type produkter og antall kunder.

Utfoming av lageret

Lageret er vanligvis bygd opp slik at hoveddelen av bygningsarealet er til å lagre varer i, mens en mindre del er satt av til blant annet administrasjon, garderober, spiserom, serviceverksted og ladestasjon for håndteringsutstyr. Utendørs er det gjerne godt med plass til å parkere og manøvrere distribusjonsbiler og vogntog.

Ordrebehandling og kundeservice

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Ordrebehandling og kundeservice \(69659\)](#)



Måten vi behandler kundene våre på, er avgjørende for om vi vil vokse og skaffe oss nye kunder eller blir valgt bort og ender med å gå konkurs. Under tema som salg, markedsføring, service og kundebehandling har du sett hvordan de mellommenneskelige forholdene kan bidra til å bygge en sterk profesjonell relasjon. Betydningen av mellommenneskelige relasjoner, trivsel og tillit er enormt viktig. I denne artikkelen skal du bli fortrolig med de mest sentrale begrepene innenfor ordrebehandling og kundeservice.

Leveringsservice

Leveringsservice er et sentralt begrep. Det innebærer at kunden faktisk får det produktet eller den tjenesten som han ønsker å kjøpe på det tidspunktet som er avtalt.

Leveringssikkerhet

Det er ikke så vanskelig å finne eksempler på dårlig samsvar mellom leveringsservice og leveringssikkerhet. Kunder opplever stadig at forhandlere annonserer med oppsiktsvekkende lave priser på enkelte varer. Om kunden ringer eller oppsøker butikken, viser det seg at varen er utsolgt eller først kommer inn senere, og da bare i et begrenset parti. Kundebehandlerne vil kanskje prøve å selge kunden et annet produkt som er omtrent like bra til en litt høyere pris. Forbrukerrådet advarer mot nettopp denne formen for salg – som nok dreier seg mer om bevisst bruk av lokkepriser enn manglende leveringssikkerhet.

Vanligvis vil det fysiske produktet eller tjenesten komme til avtalt tid. Forskjellen mellom leverandører viser seg oftere når det gjelder oppfølging og tilgjengelighet. Hvis kunden må vente fem, ti eller kanskje femten minutter på å få svar hos kundeservice, er dette neppe i samsvar med forventingene. Om den som svarer, ikke har kompetanse eller myndighet til å hjelpe, svekkes kundeopplevelsen ytterligere.



Var det dette kunden bestilte?

Opphavsmann: [Astrid Hals](#)



Eller var det dette?

Opphavsmann: [Opplysningskontoret for egg og kjøtt](#)

«The Soup-Nazi»

Et ekstremt eksempel på dårlig leveringsdyktighet finner vi i Seinfeld-episoden «The Soup-Nazi». Her får Jerry Seinfeld og vennene George, Kramer og Elaine høre om byens beste suppekokk og bestemmer seg for å besøke restauranten hans. Den lille haken er at kokken, populært kalt «Soup-Nazi», er like flink å lage suppe som han er dårlig på menneskebehandling. Han har en nærmest syk glede av å utfordre og trakassere kundene sine – som langt ifra er sikre på om de faktisk får lov til å kjøpe suppe etter å ha stått i kø. Til suppekokkens forsvar kan det sies at han ikke brøt noen avtaler. Han viste likevel en høyst tvilsom leveringssikkerhet ved siden av å gi en skrekkartet personlig serviceopplevelse. Eksemplene på dårlig leveringsservice er sjeldent så graverende.

Filmklippet ligger på YouTube: [Seinfeld – «The Soup Nazi»](#).

Hva er riktig service?

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Hva er riktig service? \(70314\)](#)



I en bedrift er det viktig å oppfylle de kravene og forventningene som kunden stiller til levering. Samtidig vet vi at absolutt 100 prosent leveringsservice kan være en tøff og kostbar forpliktelse. Vi kan komme i situasjoner der vi ikke er i stand til å levere og holde avtalene vi har gjort.

Mange bedrifter ser seg nødt til å være åpne på dette og forholde seg til det de vet er en realistisk leveringsservice. Kanskje har de erfaringstall som viser at de bare kan levere for eksempel 95 prosent av alle ordrer til avtalt tid. Årsakene kan være både ustabile underleverandører, forsinkelser i egen produksjon eller krevende distribusjon. Uansett kan det være riktig å ta dette forbeholdet overfor egne kunder. Slik unngår vi å lage forventninger vi ikke kan innfri, og vi kan unngå rettslig ansvar ved forsinkelser.

Ta betalt for den beste servicen

Noen ganger er det også slik at ulike kunder har ulike krav – og betalingsvilje – når det gjelder leveringsservice. Vi drar fordel av denne variasjonen når vi tar en høyere pris hos de kundene som er villige til å betale for den høyeste prioriteringen. Slik kan vi også hente inn kostnadene ved ekstraordinære tiltak for å opprettholde god leveringsservice.

Informasjon er god service

De fleste bedrifter organiserer i dag ordremottak og ordreoppfølging slik at både de selv og kunden kan følge prosessen fra bestilling til levering. Bedriftens eget bestillings- eller produksjonsstyringssystem vil kunne fortelle hvor varen faktisk befinner seg. Er den hos en underleverandør, på vei i en container eller på en palle, under produksjon i egen bedrift eller på vei ut til kunden? Kanskje venter en på en manglende komponent? Kanskje ligger varen på en terminal på Alnabru klar til videre transport?

Riktig service er

- rett vare
- uskadd vare
- rett pris
- rett leveringstid
- informasjon

Kan du finne flere punkter til denne lista?



**Kunder kan være
krevende, men bedriften
er avhengig av at alle
medarbeidere yter god
service.**

Fotograf: [Corbis](#)

Salg og markedsføring

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Salg og markedsføring \(69622\)](#)



Salgs- og markedsarbeidet i en bedrift er også en del av logistikken. Vi skal se på et eksempel som viser hvordan man må ta hensyn til transport og lagring når man utvikler et nytt produkt.

Samarbeid gir resultater

Når vi plasserer salg og markedsføring som ett av de sentrale logistikkområdene, vil nok en del undre seg. Men det betyr ikke at logistikkavdelingen i en bedrift skal overta for verken produktutviklere eller selgere. Det betyr først og fremst at alle aktører i verdikjeden må ta hensyn til god logistikk. Den beste måten å lykkes på er å arbeide sammen mot et felles mål.

Logistikk som forretningsidé

Når man etablerer en ny bedrift, er følgende logistikkvurderinger helt avgjørende:

- Hvilke råvarer skal vi benytte?
- Hva skal vi lage selv, og hva skal vi kjøpe av andre?
- Skal vi produsere det vi tror vil kunne bli et kjøp, eller det som faktisk er bestilt?
- Skal vi drive egen distribusjon eller leie andre?
- Hvordan sikrer vi oss korrekt oppgjør og unngår betalingsproblemer hos kunder?
- Hvordan skal vi håndtere kundeservice på telefon og nett?



IKEA har bygd opp et globalt varemerke der logistikk har vært en sentral faktor.

Fotograf: [Gorm Kallestad](#)

Disse spørsmålene og mange andre vil ofte danne grunnlaget for bedriftens forretningsidé.

Også i en godt etablert bedrift vil logistikk være en del av salgs- og markedsarbeidet. I forbindelse med produktutvikling og markedsundersøkelser vil spørsmål rundt effektiv produksjon, underleverandørers leveringssikkerhet og distribusjon av ferdige produkter være viktig. Vi må helt enkelt vite hva vi kan tilby, og hva det vil koste oss å holde de løvnadene vi gir. Vi må også se sammenhenger mellom produksjons- og distribusjonskostnader og det markedet er villig til å betale.

Verdens beste gitarstativ

Et slikt eksempel er når en bedrift skal distribuere ferdige produkter. La oss tenke oss at din bedrift skal lage sammenleggbare gitarstativ for det internasjonale markedet. Du har laget en prototype som du satser på å selge til ledende musikkutstyrshandlere. Du vet at transportprisene er regnet ut fra bruk av europaller, som er laget etter en internasjonal standard for lastbærere. Om du skal distribuere produktene dine uten kostbar spesialemballasje, er du avhengig av å bruke emballasje som kan utnytte europaller. Til din overraskelse ser du at prototypen din egner seg dårlig for slik emballasje. Den har bare ett ledd, og forholdet mellom lengde og bredde matcher ikke europallen. Etter et møte med markedssjef, emballasjeleverandør og produktdesigner blir dere enige om å legge inn et ekstra ledd i stativet, samtidig som sokkelen deles i to. Selv om dette fordyrer selve produksjonen noe, gir det nesten dobbelt så effektiv utnytting av en europall med standardhøyde. Dette gir betydelig økt lønnsomhet.

Når bedriften gjør en verdikjedeanalyse, vil et sentralt spørsmål være hvordan man utnytter emballasje og lastbærere. Hensikten er å unngå unødig tidsbruk og kostbare eller kompliserte løsninger innenfor hvert ledd.

Produksjon og produksjonsplanlegging

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Produksjon og produksjonsplanlegging \(69660\)](#)



I innledningen til kapittelet om logistikk sa vi at logistikkbegrepet har utviklet seg fra å handle om lager og distribusjon til å omfatte hele materialflyten i en bedrift. Her skal vi se på hvordan hele produksjonsprosessen preges av nettopp materialflyt, det vil si hvordan suksessen avhenger av at rett vare befinner seg på rett sted, til rett tid, til rett pris.

Hva er produksjon?

Produksjonen dreier seg først og fremst om å bearbeide råvarer og/eller å sette sammen komponenter. For nesten alle de ulike råvarene og komponentene skal vi beregne og spesifisere behov, velge leverandør, bestille, kontrollere kvalitet ved mottak, lagre før og etter bearbeidelse, emballere, håndtere ordrer, bestille transport, følge opp før og etter levering og så videre. Uansett om vi lager et ypperlig produkt rent kvalitetsmessig og folk står i kø for å kjøpe det, er vi likevel avhengige av effektiv produksjon for å tjene penger og holde posisjonen vår i markedet.



For en del år siden var det vanligst å produsere for lager basert på det vi antok ble etterspørselen etter en vare. I mange tilfeller ble det også lagt større vekt på å tilpasse antall enheter i en produksjonsserie til produksjonskapasitet framfor det man kunne forvente å selge. Modell og design ble ikke så hyppig endret som i dag, og kundene var ofte langt mer merkelojale.

Pioneren Toyota

Et kjent eksempel på dette er utviklingen i bilindustrien. Allerede på 60-tallet var Toyota godt i gang med å revolusjonere den moderne bilindustrien. De utviklet, eller tok i bruk, produksjonsløsninger med minimal bruk av interne lager, hver enkelt bil ble i større grad produsert på bestilling, og de utviklet en kvalitetskontroll som omfattet både egne produksjonslinjer, leverandører, distribusjonsapparat og kunder.

Interne lager ble redusert eller fjernet helt, og prinsippet ble kalt «Just-In-Time» (JIT). Dette innebar at leverandørene til Toyota måtte forplikte seg til å levere deler og komponenter tilnærmet idet det var behov for varene deres. Dette var mulig ved å koble Toyotas salgs- og produksjonsplaner sammen med leverandørenes.

I den andre enden av verdikjeden finner vi bilforhandlere og kundene deres. Begge ble en viktig informasjonskilde for å lage mer presise prognosenter for salg og produksjon.

Aller viktigst var nok likevel kvalitetskontrollen der Toyota skaffet seg et forsprang på konkurrentene – et forsprang som skulle vise seg å vare i flere tiår. De viktigste delene av et system for kvalitetskontroll er å utforme, dokumentere, forbedre og kontrollere/revidere prosesser. Hvilken del som er viktigst, varierer fra bedrift til bedrift.

Endringene i Toyota førte til at de kunne produsere biler med en brøkdel av de feilene som bilene til konkurrentene hadde – og til en langt lavere pris.

USA tapte kvalitetskampen

USA var tradisjonelt ledende i verdens bilindustri. De hadde lenge laget de beste, tøffeste og mest prestisjetunge bilene. Fra 60-tallet og fram til 90-tallet fortsatte de å bygge ut bilindustrien sin uten å lage den samme sterke koblingen mellom underleverandører, eget produksjons-, salgs- og markedsapparat, forhandlere og kunder. I stedet produserte amerikanerne stadig flere biler for lager, og mange av dem stod på fabrikkenes lager i opptil ett år før de ble sendt videre til forhandlere. Ikke sjeldent kunne en ny bil bli levert med rustskader.

Logistikk og merkevarebygging

Også på salgs- og markedssiden utviklet Toyota nye viktige konsepter. Med en markedsposisjon som var basert på fornuftige og rimelige biler, var det ikke enkelt å ta opp kampen i markedssegmentet for luksusbiler. Toyota lanserte derfor Lexus som en helt selvstendig merkevare. Kvaliteten og den grunnleggende teknologien var den samme, men designen var justert mot et sportslig og mer vestlig uttrykk. Lexus fikk et eget forhandlernetts, men brukte i hovedsak Toyotas egne verksteder. For å unngå at en Lexus-kunde skulle levere bilen på service på det lokale Toyota-verkstedet, ble bilen hentet av kundens faste mekaniker i egen Lexus-uniform. En slik merkevarebygging og markedssegmentering innenfor samme produksjons- og distribusjonskjede er unik.

Grønn logistikk

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Grønn logistikk \(69625\)](#)



Produksjon og transport påvirker miljøet. Begrepet *grønn logistikk* dreier seg om de tiltakene ulike aktører i verdikjeden kan sette i verk for å dempe belastningen på miljøet. Vi skal særlig se på de systemene som er etablert for gjenvinning.

De fleste som produserer, transporterer og lagrer varer, er i dag opptatt av at operasjonene skal skje på en miljøvennlig måte. Bedrifter og enkeltpersoner har blitt flinkere til å planlegge og samordne, slik at de miljømessige belastningene blir så små som mulig. Bakgrunnen for at vi har blitt mer miljøbevisste, er forskningen som viser at det skjer store endringer i klimaet på grunn av utslipp av giftstoffer fra industri og transport.

Alle aktører i næringskjedene kan bidra med tiltak, slik at vi får store miljøgevinster i transport og logistikk. Det har også en stor økonomisk betydning, fordi de som forurensner, er også pålagt å betale for den skaden de påfører samfunnet. For bedrifter handler det derfor om å redusere miljøskadelige aktiviteter, være bevisste på gjenbruk der dette er mulig, og bruke materialer som kan gjenvinnes.

Krav til produsent

Grønn logistikk kalles også *returlogistikk*. Det betyr at alle produkter skal være tilrettelagt slik at de kan samles inn og i størst mulig grad gjenvinnes når de ikke lenger er til nytte. Produsenten gjør dette mulig ved å bruke gjenvinnbare råvarer, følge internasjonale standarder for design og emballasje og sørge for tilgjengelig informasjon om alle slike forhold av såkalt *opprikkelsesmerking*.

Krav til transportør

Miljøarbeidet hos transportørene dreier seg i første rekke om å redusere utslipp av CO₂, partikler og støy. Av de mest sentrale tiltakene i Norge er overføring av gods fra vei til bane, bruk av biodiesel og utvikling av motorer med lavere utslipp.

Krav til forbruker

Myndighetenes miljøarbeid rettet mot forbrukerne omfatter både regelverk og holdningsskapende arbeid.

Innenfor regelverket finner vi først og fremst de kommunale systemene for renovasjon. Sortering av avfall gir mulighet for gjenvinning. De aller fleste kommunene i landet sorterer biologisk avfall (matrester), papir og restavfall. De tilbyr også miljøstasjoner der innbyggerne kan levere ulike former for spesialavfall og risikoavfall. Mange har også tilbud der husstandene kan levere metall, glass og plast. Av de mange lovpålagte returordingene er panteautomater for drikkevarer i flasker eller bokser den mest omfattende.

Om man klarer å få folk til å vise ansvar gjennom holdningsskapende arbeid, blir resultatet ofte bedre enn om man lager regler. For å bli en god ambassadør for grønn logistikk kan du bidra ved å omsette produkter som kan gjenvinnes, og oppfordre dine kunder til å følge opp. Bevisste forbrukerne vil igjen føre til at produsenter, transportører og forhandlere anstrenger seg for å ta nødvendige miljøhensyn.

Hensynet til miljøet blir stadig viktigere.

Myndighetene har nå et utstrakt regelverk som setter krav til produsenter, transportører og forbrukere når det gjelder produksjon, håndtering, transport, bruk og gjenvinning av miljøfarlige produkter.



En viktig del av satsingen på miljø er gjenvinning av materialer og energi.

Fotograf: [Olav Olsen](#)



Undersiden av E18-broen
i Drammen er kledd med
blanke aluminiumsplater
som reflekterer lyset fra
elven.

Fotograf: [Tom A. Kolstad](#)

Hva har du lært?

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Hva har du lært? \(70124\)](#)



Her kommer noen korte repetisjonsoppgaver til temaet Logistikk. I tillegg til oppgavene finner du lenker til større arbeidsoppdrag til hver side med fagtekst.

1. Forklar begrepet *logistikk*.
2. Forklar begrepet *distribusjon*.
3. Hvordan henger produksjon og distribusjon sammen?
4. Hvorfor unngår mange bedrifter å sette i gang produksjon av varer som ikke er solgt?
5. Gjør rede for de viktigste kostnadene med å holde et lager.
6. Søk informasjon på nettet eller på biblioteket om Toyota og «Just-In-Time» (JIT). Gjør rede for de viktigste prinsippene for denne formen for produksjonsstyring.
7. Hva kjennetegner god logistikk? Forklar gjerne ved hjelp av eksempler.
8. Hva kjennetegner dårlig logistikk? Forklar gjerne ved hjelp av eksempler.
9. Forklar begrepet *goods*.
10. Forklar begrepet *lastbærer*.
11. I verdikjeden sier vi at hvert ledd tilfører en vare en merverdi. Hva mener vi med dette? Forklar gjerne ved hjelp av eksempler.
12. Hva vil det si å *bearbeide* et produkt.
13. For å kunne utføre transport er vi avhengige av utstyr for å håndtere godset. Bruk Internett eller biblioteket og finn så mange eksempler på lasthåndteringsutstyr som mulig.
14. Både kunder og leverandører legger stor vekt på miljø og bærekraft. Finn ut hvordan skolen din tar hensyn til gjenvinnbare produkter når de bestiller varer.
15. Hva er de mest negative miljøpåvirkningene fra godstransport på vei?
16. Hva er de mest negative miljøpåvirkningene fra godstransport på bane?
17. Hva er de mest negative miljøpåvirkningene fra godstransport med skip?
18. Hva er de mest negative miljøpåvirkningene fra godstransport med fly?
19. Hva kan en bedrift oppnå ved å være med i et innkjøpssamarbeid?
20. Hvilke typer svinn har vi?
21. Hvilke faktorer kan påvirke lagerets størrelse?
22. Forklar begrepene *leveringsservice* og *leveringssikkerhet*.
23. «En god logistikkarbeider er også en god markedsfører for sin bedrift.» Hvordan vil du forklare denne påstanden?
24. Hvordan kan en transportør bidra til grønn logistikk?
25. Emballasje har ulike funksjoner. Hva er de viktigste?
26. Nevn noen ulike typer lager.



Hva har orden og oversikt på lageret med god logistikk å gjøre?

Fotograf: [Hendrik Schmidt](#)



Et ledd i en verdikjede.

Hva var neste ledd?

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)



Husker du de fire transportsystemene?

Fotograf: [Morten Holm](#)



**Hva menes med grønn
logistikk?**

Fotograf: [Olav Olsen](#)

Oppgaver

Pizzakokken

Forfatter: Kyrre Romuld
[Pizzakokken \(70205\)](#)



Kanskje er du en dreven pizzakokk? I denne oppgaven skal du planlegge en vennekveld med pizza og videofilm. Ikke bli overrasket om det viser seg at du er innom store deler av kapittelet om logistikk!

Du bor fem minutters sykkeltur fra dagligvarebutikk og videoutleie. Din eneste personalressurs er lillesøster på tolv år. Hun krever ikke betaling, men får spise så mye hun vil, og hun får låne filmen når dere er ferdige. Du finner mel og gjær i matskapet, men alle de andre råvarene må kjøpes inn.

Du ønsker å invitere fire–fem venner. Du kan nå dem lettest på sosiale medier, eventuelt på sms.

1. Noter stikkord eller sett opp en aktivitetsliste over alt du må gjøre fra å invitere venner, kjøpe inn råvarer, pynte i stua, lage maten, vaske opp, rydde og sortere avfall.
2. Lag et flyskjema der du plasserer de aktivitetene du har listet opp.
3. Lag en tidsplan basert på flytskjemaet.
4. Lag et budsjett over de kostnadene du regner med vil oppstå.

Verdikjedeanalyse av ferdigpizza

Forfatter: Kyrre Romuld

[Verdikjedeanalyse av ferdigpizza \(70207\)](#)



Nå skal vi se på hvordan Grandiosa produseres. Om du ikke kjenner en Grandiosa-ekspert, blir Internett din viktigste informasjonskilde.

1. Lag en enkel oversikt over de viktigste råvarene som benyttes i en Grandiosa-pizza.
2. Lag en skisse over veien inn til produksjonen for hver av råvarene. Hvor kommer de fra, og hvordan transporteres de til pizzafabrikken?
3. Lag en oversikt over hvordan pizzaen distribueres ut til ulike forhandlere.

Hos kjøpmannen

Forfatter: Kyrre Romuld

[Hos kjøpmannen \(70219\)](#)



Dere skal nå finne ut hvordan ulike varer distribueres i en butikk. Arbeid gjerne i grupper på to eller tre, og besøk én eller flere lokale butikker. Husk å gjøre avtale om besøket på forhånd, slik at bedriften er forberedt på at dere kommer.

Under og etter bedriftsbesøket skal dere

- observere og dokumentere en vareleveranse til butikken
- intervju en leder eller en ansatt om innkjøp og distribusjonsstrøm av ulike varer
- lage en presentasjon som viser hva dere har opplevd og lært

De fleste dagligvarebutikker er en del av en kjede. Det betyr blant annet at en stor del av varene distribueres gjennom kjedeavtaler. Andre produkter, som for eksempel melk, brød og blomster, kan komme med egne distribusjonsløsninger. Spør hvilke distribusjonsavtaler butikken har, og finn de viktigste forskjellene for ulike varer.

Noen varer selges i store kvanta, noen har kort holdbarhet, og noen varer kan ligge lenge i hyllene før noen kjøper dem. Spør hvilke rutiner butikken har for å kjøpe inn rett mengde av de ulike varene – til rett tid.

Miljøvennlig transport

Forfatter: Kyrre Romuld

[Når kunden krever miljøvennlig transport \(70491\)](#)



Transportøkonomisk institutt (TØI) har studert norsk logistikk og samferdsel i mange år. Det viser seg at bare en liten del av transportkundene stiller krav om miljøvennlig transport. Du kan lese om dette i artikkelen under.

Les artikkelen her: [Artikkel om TØI-rapport 1019/2009](#)

1. Hvorfor tror du så få transportbrukere krever at den tjenesten de kjøper, skal være miljøvennlig?
2. Nevn noen tiltak som kan gjøres for å få en større andel av godstransporten på bane eller sjø.

Trygg i lufta

Forfatter: Kyrre Romuld

[Trygg i lufta \(70648\)](#)



Avinor har ansvar for drift og utbygging av flyplassene. I denne oppgaven skal du ved hjelp av en flash finne fram til de viktigste funksjonene på en flyplass.

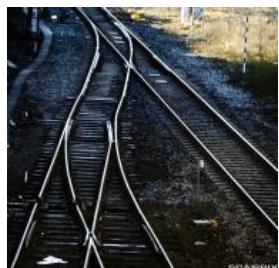
Gå til Avinors nettsider og se denne animasjonen: [Funksjoner på en flyplass](#)

1. Hvordan kan man vite at rullebanen ikke er for glatt?
2. Hvem leier ut butikkareal i terminalbygningen?
3. Hvorfor er Avinor avhengig av ornitologer?
4. Når vil hele det norske luftrommet være dekket av Avinors radarer?

Trygg på skinner

Forfatter: Kyrre Romuld

[Trygg på skinner \(70644\)](#)



Jernbaneverket har ansvar for å drive et effektivt og sikkert jernbanenett.

Siden 1996 har Jernbaneverket hatt ansvar for drift og utbygging av banenettet i Norge.

Se filmen her: [Film om Jernbaneverket](#)

1. Hva er de viktigste oppgavene til Jernbaneverket?
2. Hva er det som ofte gjør jernbane mer miljøvennlig og rimeligere sammenlignet med andre transportmidler?
3. Hvorfor tror du såpass mange passasjerer og godskunder likevel velger mindre miljøvennlige og dyrere alternativ?

Wilsons formel

Forfatter: Kyrre Romuld

[Wilsons formel \(70744\)](#)



I denne oppgaven skal du bruke en formel for å beregne ideell innkjøpsmengde og innkjøpstidspunkt for en vare. Denne oppgaven er et eksempel på at det å kunne regne med kvadratrot kan være med på å gjøre deg rik. Om du skulle slite litt, kan du godt ta den med til mattelæreren.

Wilsons formel, eller kvadratrotsformelen, brukes av bedrifter over hele verden for å beregne hva som er ideell innkjøpsmengde.

Formelen tar hensyn til at det på den ene siden er kostnader knyttet til å kjøpe inn en vare. På den andre side er det kostnader forbundet med å ha en vare på lager.

Tenk deg at du driver en butikk og har en vare som selges i 1 000 eksemplarer i året. Bestillingskostnaden er 500 kroner, lagerrenten er 25 prosent, og varens verdi er 100 kroner per stykk.

Hva blir ideellt ordrekvantum per bestilling? Hvor mange innkjøp vil du gjøre per år?

I Wilsons formel bruker vi følgende faktorer:

X = ideellt ordrekvantum / innkjøpsmengde

S = årlig etterspørsel etter varen

A = bestillingskostnader i kroner

R = lagerrente i prosent av varelagerets verdi

V = den innkjøpte varens verdi i kroner per stykk

$$X = \sqrt{\frac{2 \times S \times A}{R \times V}}$$

NIKE European Logistics Center

Forfatter: Kyrre Romuld

[NIKE European Logistics Center \(70551\)](#)



Mange store bedrifter har distribusjonslager som skal dekke en hel verdensdel. I denne oppgaven skal du arbeide med en film fra NIKEs europalager i Laakdal i Belgia. Lageret har over 1 500 ansatte og forsyner hele Europa med NIKEs sportsklær og sko.

Se filmen fra NIKE her: [NIKE European Logistics Center](#)

1. Lag en oversikt over de viktigste funksjonene i et slikt distribusjonslager.
2. Tenk deg hvordan et slikt lager kan organiseres med innstrøm, lagring og utstrøm av varer. Tegn en planløsning over hele anlegget.
3. Hvilke typer håndteringsutstyr ser du i bruk på filmen?

Innkjøpssamarbeid

Forfatter: Kyrre Romuld

[Innkjøpssamarbeid \(70777\)](#)



AS Tungtransport kjøper inn diesel gjennom medlemsavtalen i Norges Lastebileier Forbund (NLF). La oss se mer på slike avtaler.

1. Gå inn på nettsidene til Norges Lastebileier Forbund her: [NLF](#). Sett opp en oversikt over de ulike medlemsavtalene som forbundet tilbyr. Hvorfor tror du NLF kan tilby slike betingelser til medlemmene sine?
2. Gå inn på nettsidene til [OBOS](#). Sett opp en oversikt over de ulike medlemsavtalene og medlemstilbudene som OBOS tilbyr. Hvorfor tror du OBOS kan tilby slike betingelser til medlemmene sine?
3. Sjekk om du er, eller kan bli, medlem av en tilsvarende innkjøpsordning som retter seg mot ungdom. Vis i så fall hva den ordningen omfatter. Hvis du ikke finner en, kan du sette opp noe du mener burde inngå i en slik ordning, og hvordan man kunne sikre seg nok medlemmer.

Servicegrad

Forfatter: Kyrre Romuld
[Servicegrad \(70737\)](#)



I denne oppgaven skal du beregne servicegraden for tre ulike handelsbedrifter. Du skal også begrunne hvorfor de velger å ha ulik servicegrad.

En vanlig bruk formel for servicegrad er antall bestillinger fra kunde dividert på antall fullstendig leverte bestillinger. Om vi har 100 bestillinger og klarer å levere til 95 av dem, har vi altså 95 prosent servicegrad.

1. Tenk deg at driver en sportsbutikk og opplever en uvanlig kald vinter. Som en følge av det klarer du bare å levere skøyter til 150 av de 200 som ønsker å kjøpe. Hva er servicegraden?
2. Tenk deg at du er IT-sjef på en videregående skole. Du har en avtale med en lokal internettleverandør som garanterer at dere ikke skal ha avbrudd på nettet på mer enn 1 time i uka. Hvilken servicegrad har leverandøren garantert?
3. Tenk deg at du er bonde og kjøper kraftfør fra Felleskjøpet. De har garantert at de alltid kan levere – så lenge du bestiller 1 uke før ønsket levering. Hvilken servicegrad har Felleskjøpet garantert?
4. Vurder og forklar hvorfor de tre ulike eksemplene har ulik servicegrad.

Ut på tur

Forfatter: Kyrre Romuld
[Ut på tur \(70878\)](#)



Tenk deg at du er lærling i reiselivsfag og får spørsmål om hvorfor de ulike flyselskapenes priser og betingelser er så forskjellige. Vi skal se litt mer på hvordan ulike flyselskap bruker service og prising av service i sin markedsføring.

[Ryanair](#) er kanskje det flyselskapet i Europa som får mest medieomtale. Mange har en mening om selskapets satsning på lave priser i kombinasjon med avgifter på servicer som mange passasjerer regner med er inkludert i billettpisen. Du finner en oversikt over Ryanair sine avgifter her: [Ryanairs billettavgifter](#)

[SAS](#) er Nordens største flyselskap og har tradisjon for å håndtere både privat- og forretningsmarkedet.

De siste årene har spesielt SAS blitt utfordret av [Norwegian](#), spesielt i privatmarkedet. Norwegian har et service- og priskonsept som ligger mellom Ryanair og SAS.

Du skal planlegge reiser fra Østlandet for tre ulike kunder. De kan velge å reise fra Oslo/Gardermoen, Moss/Rygge eller Sandefjord/Torp. Rutetilbudet kan variere, men sjekk alle de tre flyselskapene når du løser disse oppgavene:

1. En familie med to voksne og to barn skal reise på en ukes tur til Gran Canaria. De er fleksible med reisetidspunktet. De har fire kolli bagasje som må sendes, og de vil parkere på flyplassen. De bestiller på nettet, betaler med VISA-kort og vil helst sitte sammen på flyet. Finn totalpris og reiserute.
2. En dame må stille i et møte i Brussel neste dag. Arbeidsgiveren ser gjerne at hun reiser rimelig, men vil ikke at dette skal forlenger reisetiden hennes. Hun må være i Brussel klokken 12 og kan returnere klokken 16. Hun reiser med håndbagasje, tar buss eller tog fra Oslo sentrum, bestiller på nettet og betaler med VISA-kort. Finn totalpris og reiserute.
3. En sprek pensjonist har lyst å komme seg til Italia eller Frankrike på en sykkelferie i fjorten dager. Han kan reise når og hvor som helst den nærmeste måneden. Han skal ha med seg sykkel og to kolli bagasje. Han bestiller på nettet og betaler med VISA-kort. Han sykler til den flyplassen på Østlandet som viser seg å være rimeligst. Finn totalpris og reiserute.
4. Hva mener du er de viktigste grunnene til at de tre aktuelle flyselskapene har såpass ulike pris- og servicekonsept?

Hunting Air

Forfatter: Kyrre Romuld
[Hunting Air \(70910\)](#)



Under salg og markedsføring kan du lese om gitarstativet som ble designet på nytt for å utnytte emballasjen og transportkapasiteten bedre. Om du har vært på IKEA, vet du et gitarstav fort kunne ha kommet i en flat pakke. I denne oppgaven skal vi se mer på forholdet mellom design, distribusjon og markedskommunikasjon.

En serie artikler i fagbladet Logistikk & ledelse beskrives IKEAs filosofi rundt logistikk og produktutvikling.

1. Les avsnittet om flate pakker her: <http://www.logistikk-ledelse.no/2007/ma/ma02-01.htm>

Hva forstår du med begrepet «Hunting Air»?

2. Les avsnittet om design for effektiv logistikk her: <http://www.logistikk-ledelse.no/2007/ma/ma03-03.htm>

Hva slags fordeler og ulemper mener du IKEAs flate pakker gir med hensyn til for eksempel design, distribusjon og markedskommunikasjon?

UB Smak av Gourmet

Forfatter: Kyrre Romuld
[UB Smak av Gourmet \(70877\)](#)



I denne oppgaven skal vi følge ungdomsbedriften UB Smak av Gourmet fra Måløy i Sogn og Fjordane. Når de serverer mat til gjestene sine på Restaurant Kraftstasjonen, bruker og bearbeider de en rekke råvarer, halvfabrikata og komponenter. Uten god logistikk fungerer ikke en gourmetkokk!

Før du ser filmen om UB Smak av Gourmet, kan det være lurt å ta fram penn og papir. Les gjerne oppgavene på forhånd, ta notater og stopp filmen når du har behov for det.

Her er filmen: [UB Smak av Gourmet](#)

1. Det benyttes en rekke ulike råvarer og halvfabrikata. Sett opp en liste over alle du kan huske. Noter også hvor de kommer fra.
2. Velg én av de rettene som serveres, og sett opp det du tror kan være en reell produksjonsplan for retten. Lag gjerne
 - en ressursoversikt som viser hvilke råvarer, halvfabrikata og andre produkter som inngår
 - en tidsplan som skiller mellom det som kan gjøres på skolekjøkkenet i forkant, og det som må gjøres på Restaurant Kraftstasjonen
 - en ansvarsplan som viser hvem som må gjøre hva – gi kokkene og servitørene fiktive navn

NIKE Responsibility

Forfatter: Kyrre Romuld

[NIKE Responsibility \(70565\)](#)



Under kapittelet om lagertyper så du en film fra NIKEs europalager i Laakdal i Belgia. Under temaet grønn logistikk skal vi fortsette å bruke NIKE som eksempel på en stor bedrift som legger vekt på miljø og bærekraft i ulike deler av verdikjeden.

Les mer om NIKEs anlegg i Laakdal her: [Artikkel om NIKE Responsibility](#)

1. Hvilke miljøtiltak har NIKE gjennomført i Laakdal?
2. Naviger videre på NIKEs sider om samfunnsansvar og finn noen eksempler fra andre deler av verden.
3. Hva tror du er den viktigste årsaken til at NIKE, og mange andre selskaper, legger vekt på slike tiltak?

Fra vei til sjø

Forfatter: Kyrre Romuld

[Fra vei til sjø \(70685\)](#)



I Nasjonal transportplan er det vedtatt å arbeide for at en større del av godstransporten på vei skal over på bane- og sjøtransport.

I denne filmen får du mer informasjon om godstransport på sjø: [Kystverket](#)

1. Hvorfor er sjøtransport ofte et mer miljøvennlig alternativ enn veitransport?
2. Hva er de største hindrene for å overføre en større del av godsmengden på land til sjøtransport?

Sikkerhetsrutiner

Sikkerhetstiltak - en introduksjon

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sikkerhetstiltak – en introduksjon \(89104\)](#)



Sikkerhet er viktig både på arbeidsplassen og i hjemmet. Her skal vi se nærmere på hvilke tiltak vi kan gjøre for å hindre blant annet innbrudd, brann og sabotasje.

Hva er et sikkerhetstiltak?

Dersom du nettopp har kjøpt deg en ny moped, ønsker du ikke at den skal bli stjålet. Du monterer derfor en solid lås på mopeden. Da har du satt i verk et enkelt **sikkerhetstiltak**.

Hva ønsker vi å oppnå med sikkerhetstiltak?

Sikkerhetstiltak er det vi gjør av praktiske ting for å sikre oss mot uønskede hendinger som tyveri, sabotasje, naturkatastrofer, brann o.l. Målet er å hindre eller i hvert fall begrense uønskede hendinger.

Typer sikkerhetstiltak

Vi har flere ulike typer sikkerhetstiltak. De kan deles inn i

- *fysiske* sikkerhetstiltak (låser, dører, gjerder o.l.)
- *tekniske* sikkerhetstiltak (brannvarsler, røykdetektor, kameraovervåking o.l.)
- *administrative* tiltak (sikkerhetsopplæring av ansatte, brannøvinger o.l.)

De fleste bedrifter ønsker å kombinere de tre typene tiltak for å oppnå så god total sikkerhet som mulig.

Sikkerhet på arbeidsplassen og i hjemmet

Dersom du noen gang har arbeidet i en butikk, er du kanskje vant med å tenke sikkerhet. Mange større butikker har installert tyverisikring som utløser en alarm dersom tyverimerkingen av varen ikke er fjernet eller deaktivert av kassapersonalet før kunden forlater butikken med varen. I tillegg har butikkene ofte kameraovervåking av lokalene, dessuten vektere som patruljerer området.

Som daglig bruker av pc til skolearbeid og fritidssysler er du sikkert også kjent med at virusprogrammer kan true sikkerheten til pc-en din. For å unngå den slags problemer installerer du ofte antivirusprogrammer. Hensikten med disse programmene er å unngå – eller begrense – skader på pc-en, programvaren og filene du har lagret. Tar du sikte på å bli IKT-servicemedarbeiter, vil IKT-sikkerhet bli enda viktigere for deg.

Vi skal se nærmere på flere ulike typer sikkerhetstiltak i dette temaet.



Fysiske sikkerhetstiltak

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Fysiske sikkerhetstiltak \(89108\)](#)



Med fysisk sikkerhet mener vi for eksempel vegger, golv, tak, dører, låser og vinduer. Disse delene av en bygning danner selve grunnlaget for å hindre tap av verdier.

Vi må ha vegger og tak for å hindre at for eksempel tv-en eller mopeden vår blir ødelagt av snø og regn. Vi låser også inngangsdøra for å hindre at uvedkommende tar seg inn i hjemmet vårt. På samme måte låser industribedriftene dører og porter for å hindre uvedkommende i å stjele eller forårsake skade på eiendommen.

Fysiske sikkerhetstiltak

Det finnes en rekke ulike fysiske sikkerhetstiltak som kan tas i bruk for å sikre liv og eiendom:

Gjerder  Gjerde Fotograf: Corbis	Et gjerde markerer tydelig en grense for uvedkommende eller tilfeldig passerende. Gjerder er et viktig sikkerhetstiltak for mange bedrifter. Jo høyere gjerdet er, desto vanskeligere er det å passere, og desto tydeligere markerer det graden av sikkerhet.
Lys  Utelys Fotograf: Tore Wuttudal	I mørket er alle katter grå, heter det i et ordtak. Det vil si at det er vanskelig å bli gjenkjent når det er mørkt. Dersom vi monterer lys som tenner seg ved bevegelse, eller sørger for godt lys på alle fasader hele tida, vil det være mye vanskeligere å bryte seg inn i et bygg. Lys er et enkelt, rimelig og effektivt tiltak for å forebygge hærverk og innbrudd.
Innganger/porter  Port Fotograf: Bjørn Rørslett	Porter og dører er fysiske stengsler av bygningen. Dersom vi har gode låser, er de enda vanskeligere å forsere. Husk at karmer og hengsler må være like solide som låsene.



En milliard kroner i hvelvet i Norges Bank

Fotograf: [Jon-Michael Josefsen](#)

Forsikringselskapenes Godkjennelsesnevnd setter en del standarder for bedrifter og fysisk sikring.



Under et innbrudd i Gullborgen i 2010 brøt tyvene seg inn gjennom veggene

Fotograf: [Politiet](#)

<p>Vegger, tak og golv</p>  <p>Vegg Fotograf: Corbis</p>	<p>I en bygning som skal sikres, må det være like solide vegger, golv og tak som dører, vinduer og låser. Det hjelper ikke å ha solid lås hvis det er enkelt å bryte seg inn gjennom veggens vegg ved siden av. Det hjelper heller ikke å ha sikkerhetsglass i vinduet hvis det er lett å ta ut karmen med hele vinduet inni. Det samme gjelder golv. Mange ganger har tyver brutt seg inn gjennom golv og tak i stedet for å prøve seg på den solide døra eller veggene.</p>
<p>Glassvinduer/dører</p>  <p>Glassdør Fotograf: Steinar Haugberg</p>	<p>Det finnes mange typer vindusglass. Enkelte typer er lette å knuse, andre er umulige. Gullsmedbutikker har spesielle krav til motstanden i glasset i butikkvinduer. Det skal ikke være mulig å bryte seg inn gjennom glasset med lett håndverktøy uten å bruke lang tid.</p> <p>Dører er en svært vanlig innbruddsvei, bl.a. fordi de ofte er lett tilgjengelige. Dører finnes i utallige varianter: tykke, i heltre, med stålinnlegg osv. Husk at det er liten vits i å ha en solid dør dersom det er vindu i døra som lett kan knuses, slik at en kan bruke hånda til å vri om låsen på innsiden.</p>
<p>Rømningsdør</p>  <p>Rømningsvei Fotograf: Science Photo Library</p>	<p>Rømningsdører er et krav i bygninger der mennesker oppholder seg. Det vil si at det skal være mulig å åpne dørene i nødsfall i forbindelse med evakuering. Skulle det begynne å brenne inne, vil alle ut med en gang. Dersom døra da ikke raskt lar seg åpne, blir det fort panikk og trengsel mot døra. Rømningsdører skal derfor slå utover og kunne åpnes med et enhåndsgrep.</p>

Fysisk sikring av data

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Fysisk sikring av data \(89113\)](#)



I moderne bedrifter ligger store verdier lagret i form av data. Informasjon om egne produkter, arbeidsrutiner, markedsanalyser og kontrakter utgjør ofte kjernen i en bedrift. Det er derfor viktig å beskytte denne informasjonen – slik det også er viktig å beskytte maskiner og bygninger.

Data er informasjon og kan oppbevares elektronisk. Denne oppbevaringen skjer i stor grad på pc'er. Dersom en ansatt mister sin bærbare pc med all informasjon, kan det skape store problemer. Bedriftene setter derfor i verk ulike sikkerhetstiltak for å hindre tap av data.

Serverrom

Den informasjonen de ansatte bruker, er gjerne lagret på sentrale servere. Disse serverne blir ofte oppbevart i egne serverrom.

Serverrom kan sikres ved hjelp av solide betongvegger, golv og tak. Rommet er vanligvis bygd uten vinduer og med en solid dør. Ofte er det bare utvalgte personer i bedriften som har adgang til dette rommet.

Alarmer og kameraovervåking monteres på serverrommet og utenfor. Selve serveren er gjerne plassert i et nytt rom – inne i rommet. Vi kan også montere seismiske detektorer inne i betongveggene. De utløser en alarm dersom noen borer eller banker i veggene, golvet eller taket.

Temperaturen i et serverrom er kritisk. De kraftige serverne utvikler mye varme, og kjølemaskiner skal sørge for at temperaturen ikke overstiger et visst nivå. Serverrom har derfor ofte detektorer knyttet til et alarmanlegg som varsler når temperaturen nærmer seg kritisk nivå.

Sikkerhetskopi av data

En annen måte å sikre seg mot at data går tapt, er å ta en sikkerhetskopi («backup») av alle lagrete data med jevne mellomrom. Sikkerhetskopiene blir lagret på et trygt sted en viss tid framover, slik at de kan hentes fram dersom bedriftens datasystem blir utsatt for virus eller brann.

En ytterligere sikring er å plassere en sikkerhetsserver et annet sted enn i selve bedriftsbygget. Sikkerhetsserveren står da i løpende kontakt med hovedserveren, eller det kjøres sikkerhetskopiering hver dag. Skulle det for eksempel oppstå en brann eller flom i hovedbygningen, kan sikkerhetsserveren redde dataene.



Serverrom

Fotograf: [Science Photo Library](#)

Du kan lese mer om [sikkerhetskopiering](#) her.

Fysisk sikring av dokumenter

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Fysisk sikring av dokumenter \(91716\)](#)



Ofte arkiverer vi papirdokumenter i tillegg til de elektroniske dataene. Det kan for eksempel være forpliktende brev med signaturer på, tilbud, avtaler og kontrakter.

En bedrift har som regel en god del papirdokumenter den må arkivere på en sikker måte.

Er det personopplysninger i dokumentene, for eksempel fra fastlegen vår, skal dokumentene låses inn og sikres spesielt. Det er svært strenge krav til oppbevaring av dokumenter som inneholder sensitive personopplysninger.

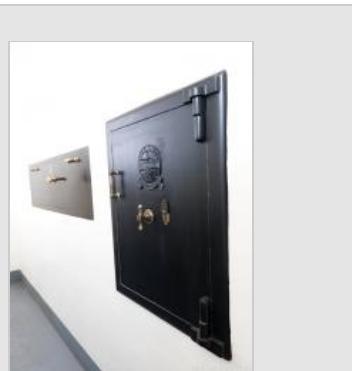
Dokumentene må også sikres godt mot brann. Et solid brannskap er nyttig til dette formålet. Brannskap er stålskap med god isolasjon, og de skal begrense temperaturstigningen i en viss periode. Målet er at brannen kan slukkes før temperaturen i brannskapet blir høyere enn tenningstemperaturen for papir.

Det krever mye plass å lagre papirdokumenter. En bør derfor tenke gjennom hva en virkelig trenger å lagre på papir. Alt annet kan lagres elektronisk.

Makulering av dokumenter

Vi har lest oppslag i media der noen har funnet store bunkrar med pasientjournaler på søppeldynga. Det setter økelys på enda en utfordring med papirdokumenter. Hva gjør vi med slike dokumenter når vi skal kaste dem?

Papirdokumenter som inneholder viktige personopplysninger eller bedriftsinformasjon, bør makuleres. Makulering vil si å ødelegge dokumentene slik at innholdet ikke kan identifiseres. Dokumentene blir da ofte kappet opp i lange, tynne strimler.



Safe

Fotograf: [Science Photo Library](#)

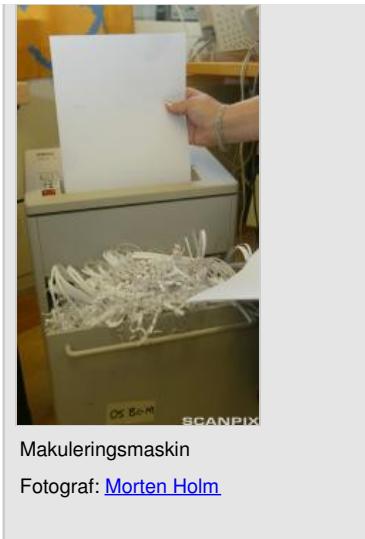
Her kan du lese mer om

[personopplysningslov en](#)

Tenk over

- Hvilke krav synest du bør stilles til å sikre personnummer?
- Hva kan vi bruke andres personnummer til?
- Hvilken lov regulerer akkurat dette?

Strimler er likevel ikke alltid godt nok, for det kan være mulig å sette dem sammen hvis en har tid nok. Derfor er brenning en mulighet, eller vi kan makulere flere ganger slik at det ikke blir papirstrimler, men bare små fragmenter som det er umulig å sette sammen. Graden av makulering avhenger av hvor hemmelige dokumentene er.



Makuleringsmaskin

Fotograf: [Morten Holm](#)

Fysisk sikring av verdier

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Fysisk sikring av verdier \(91721\)](#)



På en arbeidsplass har vi mange typer verdier, for eksempel mennesker, kontanter, bygninger, maskiner, verktøy, pc'er, videokanoner og annet teknisk utstyr. Disse verdiene må sikres godt.

Enkelte typer verdier er vanskeligere å sikre enn andre. Kontanter i butikker er spesielt utsatt. Det er ikke så vanskelig for tyver å stjele og bruke kontanter. Kassaskuffen må derfor alltid være lukket og låst. Når omsetningen skal telles opp for dagen, må en passe på. Det bør helst gjøres slik at andre ikke kan se det. Butikk-kjedene har gjerne egne instrukser for hvordan de ansatte skal oppføre seg i betalingssituasjoner.

Kontantene kan også hentes av et sikkerhetsselskap, det er en god måte å sikre dem på. Kassabetjeningen legger da omsetningen i en safe som de ikke har tilgang til etterpå. Bare vekterne fra sikkerhetsselskapet kan åpne safen og komme til verdiene. Det forebygger også mot ran.

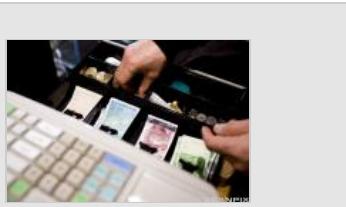
En del butikker har håndteringsfrie kontantsystemer, som du sikkert har sett. Sedlene blir da puttet i en maskin, og vekslepengene kommer ut av en annen maskin. Slike systemer forebygger også fristelsen til å stjele fra kassa, såkalt internt svinn.

Eksempel

Av og til skjer det transport av farlige kjemikalier og stoffer på norske veier. Dersom for eksempel radioaktivt materiale blir fraktet av en trailer som ikke er tilstrekkelig sikret, kan du sikkert tenke deg at en trafikkulykke vil få svært alvorlige konsekvenser.

Yrkessjåfører som skal frakte farlig gods, må derfor gjennom en særskilt opplæring der sikkerhet står i fokus. Etter gjennomgått opplæring er de kvalifisert som ADR-sjåfører.

Med farlig gods mener vi for eksempel kjemikalier og produkter som kan utgjøre en fare for mennesker, materielle verdier og miljøet ved akutte uhell.



Nasking fra kassa

Fotograf: [Sara Johannessen](#)



Vogntog med ADR-merke
(ferleg last).

Fotograf: [Jan Petter Lynau](#)

Bokstavene **ADR** står
for den europeiske
avtalen om
internasjonal
veitransport av farlig
goods.

Tekniske sikkerhetstiltak - adgangskontroll

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Tekniske sikkerhetstiltak – adgangskontroll \(89119\)](#)



Den enkleste formen for adgangskontroll er å ha lås på døra. Da har vi kontroll med hvem som går inn og ut. I tillegg finnes det atskillig mer avanserte adgangskontrollsystemer.

Lås døra!

En helt enkel form for adgangskontroll er en lås med nøkkel til. I bedrifter bør nøkkelen uteleveres av en person som registrerer at han har gitt fra seg nøkkelen. Den som mottar nøkkelen, signerer for mottaket.

Hvis vi mister nøkkelen og en person med uærlige hensikter finner den, kan det utgjøre en stor risiko for bedriften. Låsen må da byttes ut for å fjerne risikoen. Med et nøkkelkortsystem er dette mye enklere.

Nøkkelkort

Et kortadgangssystem fungerer på den måten at kortet erstatter nøkkelen til låsen.

Nye nøkkelsystemer har en liten brikke i nøkkelen som er programert mot låsen. Dersom nøkkelen kommer bort, kan den deaktiveres slik at brikkene ikke lenger fungerer. Da virker heller ikke nøkkelen.

Ved adgangskortstyring er det gjerne elektriske låser som åpner døra. Døra kan da bare dyttes opp uten flere håndgrep.

Et adgangskort gjør det også enklere å styre adgangen til soner. Ansatte skal kanskje bare ha adgang til sin egen sone eller etasje i bygget. Det kan lett styres med et elektronisk system.

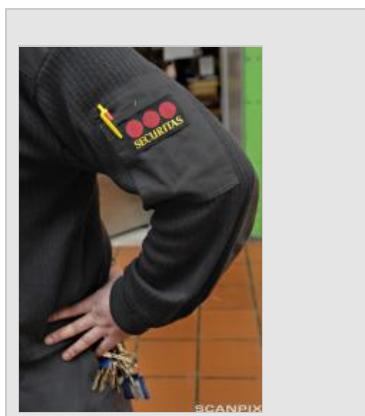
Alle kortlesere har et nummer, og hvert kort har sitt nummer. En liste i kortet forteller hvilke kortlesere (dører) kortet gir adgang til. Dersom en ansatt for eksempel bytter avdeling, er det enkelt å endre sonen som kortet gir adgang til.

Det er mulig å fjernstyre slike dører. I praksis kan det da være en alarmstasjon i Australia som åpner porter og dører i Norge.

Fingeravtrykk og irisskanning

Ny teknologi gir stadig nye muligheter for mer avanserte adgangskontrollsystemer. Skanning av fingeravtrykk eller av øyets iris (regnuehinna) blir etter hvert tatt i bruk av bedrifter som krever høy grad av sikkerhet.

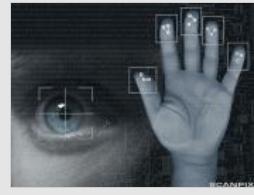
Fingeravtrykksleseren eller irisskanneren leser av fingeren eller øyet og sammenlikner med det som tidligere er lagt inn i basen. Passer det innskannete bildet med et bilde som har fått adgang, blir døra låst opp.



Vekter på jobb
Fotograf: [Mimsy Møller](#)



Nøkkelkort
Fotograf: [Espen Bratlie](#)



Iris- og

fingeravtrykksskanner

Fotograf: [Science Photo](#)

[Library](#)

Tekniske sikkerhetstiltak - alarm

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Tekniske sikkerhetstiltak – alarm \(89118\)](#)



Med tekniske sikkerhetstiltak tenker vi på de tekniske løsningene vi kan bruke for å hindre eller redusere tap av liv og verdier. Eksempler på tekniske sikkerhetstiltak er alarmer og kameraovervåking.

Alarmanlegg

Alarmer kan installeres slik at de varsler om innbrudd, bevegelser, brann, gass, vann, overfall og ran. Fordelen med alarmer er at de gir signal om at noen bryter opp en dør eller et vindu. Da kan utsynen skje raskt, og det vet også innbruddstyven. Alarmer virker derfor avskreckende.

Det finnes flere typer alarmer. De er stort sett bygd opp av et sentralt apparat som igjen er koplet til ulike detektorer. Detektorene sender et signal til sentralapparatet, som tolker signalet og sender videre et signal om «utløst alarm» til en betjent alarmstasjon. Samtidig går sirenene.

Bevegelsesdetektører

Bevegelsesdetektører fungerer ved at de registrerer kroppsvarme. Dersom varmepunktet flytter seg mellom detektorens ulike soner, blir en alarm trigget. Detektorene er plassert slik at de dekker mulige veier inn i en bygning.

Magnetkontakter

I tillegg til bevegelsesdetektører kan vi bruke magnetkontakte, som også er en form for detektører. De består av en stålplate og en magnet og monteres med en del hver på dør og dørkarm. Når døra blir åpnet, brytes kretsen, og alarmsignalet går.

Røykdetektører

De aller fleste hjem og bedrifter har i dag røykdetektører. Det finnes ulike typer, men alle har til oppgave å oppdage røyk:

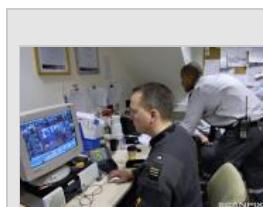
- enten ved «sniffing» (analyser innholdet i lufta og gi signal dersom mengden av enkelte stoffer i lufta øker)
- eller visuelt å «se» røyken

Når det blir oppdaget røyk, går det et signal til sentralapparatet, som sender signalet videre. Det utløser en aksjon i form av varsling, utsyn av vektere eller tilkalling av brannvesenet.

Vanndetektører

Det blir også mer og mer vanlig å knytte vanndetektører til sentralapparatet. Dersom det kommer vann over et visst nivå der vanndetektoren er plassert, blir alarmen utløst. I tillegg går det an å kople til en ventil som stenger hovedvannkrana når vannalarmen går.

Gassdetektører



Alarmsentral med vektere
på et butikksenter
Fotograf: [Mimsy Møller](#)

Oppgave

Tegn en skisse av ditt eget hjem. Marker hvor du vil plassere sikringstiltak som røykvarsler, låser, ekstra lys, innbruddsalarm, brannslokkningsapparat o.l.



Røykvarsler
Fotograf: [Lars-Bendik Borgersen](#)



Kontrollpanel for alarm
Fotograf: [Janne Møller-Hansen](#)

Enkelte detektorer sniffer etter gass, propan eller LNG (flytende naturgass). Dersom for eksempel gassflaska til grillen lekker, og detektoren er i samme rom, gir den et signal til sentralapparatet, som utløser en gassalarm.

Sentralapparatet

Sentralapparatet er hjernen i alarmsystemet. Den sender nødvendig informasjon videre til en alarmstasjon som er døgnbemannet. De ansatte på alarmstasjonen ringer da vanligvis opp kunden eller rykker ut til stedet. I tillegg kan politiet eller brannvesenet varsles.

Dersom en av detektorene trigger en alarm, sender sentralapparatet en «informasjonspakke» til alarmstasjonen. Operatøren på stasjonen ser da at en røykdetektor er utløst – altså brann.

Enkelte alarmsystemer sender i tillegg beskjed om hvilken detektor signalet stammer fra, slik at operatøren vet i hvilket rom det brenner. Det kan være svært viktig informasjon for brannvesenet.

Etter at detektoren er utløst, må den klargjøres igjen. Det vil si at den må stilles tilbake til vanlig modus. Nye systemer gjør dette automatisk.

Sentralapparatet har også et panel der vi må taste inn en kode for at alarmen ikke skal utløses. Som et alternativ til kode kan vi bruke adgangskort. Dette kortet kan programmeres slik at alarmen ikke blir tilkoplet i bedriftens åpningstid.

Overføring

De fleste alarmer har i dag en innebygd GSM-sender som sender signalet over mobilnettet. I sentralapparatet er det et sim-kort, og en mobiltelefon ringer opp alarmsentralen med en melding (SMS) eller via GPRS (datadelen av mobilnettet). Noen systemer har også talemulighet, slik at alarmoperatøren kan høre hva som skjer, og snakke over kontrollpanelet (som både har en mikrofon og en høyttaler montert).

Bedrifter som trenger svært høy sikkerhet, har flere overføringsmuligheter over telefonlinja. I tillegg er linja konstant overvåket. Dersom noen kutter den, går det likevel en alarm til alarmsentralen. Da viser systemet at det er linjebrudd, og det aksjoneres som om det var innbrudd.

Brannen på Hotel Caledonien

Innenfor hotell- og resepsjonsfaget er brannsikkerhet et viktig tema. En omfattende brann i et større hotell kan få svært alvorlige konsekvenser.

Om natta 5. september 1986 brøt det ut brann i Hotel Caledonien i Kristiansand. Brannen brøt ut i hotellrestauransen og spredde seg via heissjakten og trappeoppgangene. Fjorten mennesker mistet livet.

Brannen avdekket den gang svakheter ved brannforskriftene, blant annet når det gjaldt rømningsveier.

På Hotel Caledonien førte alle rømningsveiene til det brennende resepsjonsområdet, i stedet for ut av bygningen. Det nye regelverket som kom etter brannen, spesifiserer at rømningsveiene skal føre ut av bygget og ikke til et samlingspunkt.



Brannen på Hotel
Caledonien i Kristiansand
Fotograf: [Tom A. Kolstad](#)

Tekniske sikkerhetstiltak - kameraovervåking

Forfatter: Vegard Floor Søvik, Amendor AS, NKI Forlaget

[Tekniske sikkerhetstiltak – kameraovervåking \(89126\)](#)



Du har sikkert lagt merke til at det blir stadig vanligere med kameraovervåking av butikker, busser, minibanker og flyplasser. Dette styrker sikkerheten, men reiser også en del etiske spørsmål.

Kameraovervåking

Dersom en bensinstasjon vil unngå at folk fyller bensin og så stikker av uten det nyttig med et videooppptak av situasjonen. Hvis registreringsnummeret kommer opp på videoen, er det enkelt å finne eieren av bilen. Bildene vil også være bevis om at ulovlig har skjedd.

Kameraovervåking har dessuten en avskreckende virkning. De som gjør kriminelle handlinger, vegrer seg når det er kameraovervåking på stedet. Fargjenkjent er nemlig stor.

Kameraovervåkingens viktigste oppgave er å vise hva som nøyaktig skjedde. Etter at det har vært innbrudd i butikken, kan et kamera for eksempel vise en bil som kjører til døra, to ungdommer som kaster en stein gjennom vinduet, for deretter å se at ungdommene kommer ut igjen og kaster to esker med bagasjerommet, før de kjører av gårde.

Alt dette kan vi se med et eneste kamera hvis det er heldig plassert. Dersom det er montert flere kameraer, er det mulig å følge alle bevegelser både inne og ute.



En tv-overvåket minibank

Fotograf: [Gorm Kallestad](#)



Et innbrudd i en Expert-butikk i Vestfold

Fotograf: [Peder Gjersøe](#)

Personvern

Kameraovervåking av personer som kan gjenkjennes på bildene, er strengt regulert. Dersom kameraovervåking ikke er nødvendig, er den heller ikke lov. All slik overvåking må uansett meldes til Datatilsynet.

Lenker

- [Kameraovervåking - hva er lov?](#)
- [Personopplysnings-](#)



Videoovervåking av buss

Fotograf: [Jan Tomas Espedal](#)

Tenk over

Hva synes du om at du blir filmet når du går om bord i en buss? Ser du noen ulemper med det? Hvilke fordeler kan det ha?

Overvåkingskameraene må først og fremst ha god nok kvalitet til å gjengi bokstaver og tall tydelig. Videre bør de takle både godt lys om dagen og mørke om kvelden og vinteren. Kameraene må plasseres slik at det ikke går an å dekke dem til (som bensintyver ofte gjør). Vanligvis står kameraene høyt over bakken, og det bør være flere kameraer som overlapper hverandre.

Butikker har altså kameraovervåking både for å *forebygge* tyverier og for å kunne dokumentere nøyaktig hva som har skjedd dersom det har vært tyveri.

På enkelte særlig strenge arbeidsplasser er det i tillegg plassert kameraer for å overvåke hva ansatte gjør på jobb. Det skjer der det blir håndtert store mengder kontanter, for eksempel i travbanens spilleskranke eller i tellesentraler der det fylles på kontanter til minibanker. Dette skaper også en trygghet for de ansatte. De kan ikke beskyldes for tyveri siden alt de gjør, er dokumentert.

Trafikkovervåking

Kameraovervåking brukes i en rekke situasjoner. Vegvesenet har for eksempel montert mange kameraer for å overvåke veitrafikken, særlig i tunneler. Konsekvensene av en ulykke i tunnel blir nemlig ofte store.

Skulle du få motorstopp i den nye Operatunnelen i Oslo, går det ikke mange minuttene før en servicebil kommer for å hjelpe deg. Disse kameraene sender nemlig bilder til skjermer som er kontinuerlig overvåket. Det er viktig å få fjernet biler som stopper i tunneler, fordi faren for andre uhell øker når noen står stille i veibanen.

Bompengeringene i Norge har stort sett kameraer som lynraskt leser registreringsnummeret på bilen idet du passerer. På den måten registreres bilene som har betalt bompengeavgift – og de som ikke har gjort det.

Avanserte kameraer

Eldre kameraovervåkingssystemer bestod av et kamera koplet til en monitor, der en person fulgte med på det som skjedde på skjermen.

Nyere overvåkingskameraer kan ha programvare som gjenkjerner et ansikt som er forhåndsprogrammert. Dersom politiet leter etter en bestemt person som har rømt, kan dette være en mulig løsning. De skanner da inn bildet av den de leter etter, og programmerer kameraovervåkingssentralen til å kjenne igjen personen. Dersom personen kommer inn i kamerasonen, går alarmen.

Slik intelligent kameraovervåking kan også tolke selve bildet. Det vil si at kameraet kan avsløre om det er et dyr eller et menneske som beveger seg i sonen.

Avanserte kameraer kan også overføre bilder til alarmstasjoner. Dette brukes av bedrifter som ønsker 24 timers overvåking. Etter stengetid overtar da kameraene og personalet på alarmstasjonen.

Du kan eventuelt laste ned bilder fra slike kameraer til smarttelefonen din. Da kan du sitte hvor som helst i verden og se hva som skjer hjemme eller på jobben.

Integrerte løsninger

Kameraovervåking og alarmer kan også samarbeide i det vi gjerne kaller [integrerte](#) løsninger.

Dersom en alarm blir utløst, kan kameraet svinge mot stedet eller starte sendingen av bilder og video til en alarmstasjon.

Tekniske sikkerhetstiltak - brannsikring

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Tekniske sikkerhetstiltak – brannsikring \(89231\)](#)



I Norge omkommer årlig i gjennomsnitt ca. 68 mennesker i brann. I tillegg til tap av menneskeliv førårsaker
brannene materielle skader for milliardbeløp hvert år.

Brannsikring

En brann kan ha mye større konsekvenser enn det et innbrudd har. Det aller viktigste vi ønsker å sikre mot brann, er liv og helse.

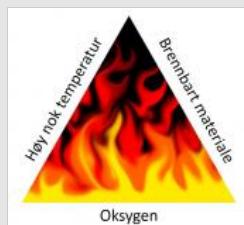
I Norge brenner hus og hjem relativt ofte sammenliknet med andre land.



En kraftig brann kan få katastrofale følger for menneskeliv og verdier

Fotograf: [Håkon Mosvold Larsen](#)

Husk røykvarslerens dag 1. desember.



Branntrekanten

Opphavsmann: [Teknisk Industrivern AS](#)

Vann er det vanligste slokkingsmidlet ved brann. Hva gjør vannet med brannen? Er vann effektivt mot kokende olje?



Hva bør du tenke på når du terner et bål i friluft?

Fotograf: [Torbjørn Tandberg](#)



Brannslokkingss apparater bør sjekkes regelmessig

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)

Lenker

- [Lovdata: Forskrift om brannforebyggende tiltak](#)
- [Brann- og ekspløsjonvernloven](#)

Vi bor langt mot nord, der det er så kaldt og mørkt at vi må fyre mye både med strøm og ved. Vi bruker også mye lys. Boligene våre er oftest bygd i lett brennbart materiale – tre og tømmer. (Lenger sør i Europa er husene gjerne bygd i mur.) Nordmenn elsker også å pynte med masse brennbar pynt og stearinlys, og i tillegg har vi mange elektriske apparater som batterilader, mikrobølgeovn, tv, stereo, symaskin, strykejern, vifteovn osv. Slike elektriske apparater er årsak til de fleste branner. I riktig gamle dager var vekternes oppgave blant annet å gå rundt i byene og forebygge brann. Branntilløp ble derfor ofte oppdaget tidlig av disse vekterne.

Myndighetene i Norge har laget en del lover for å beskytte mennesker og eiendom mot brann. Lovverket krever for eksempel at eieren sikrer eiendommen med et brannvarslingsanlegg.

Myndighetene i Norge har laget en del lover for å beskytte mennesker og eiendom mot brann. Lovverket krever for eksempel at eieren sikrer eiendommen med et brannvarslingsanlegg.

Overnatningssteder har ekstra strenge regler om brannvern. Blant annet skal det gås brannrunder i bygget om natta når folk sover.

Ligger det en butikk i første etasje i en bygård med leiligheter over, skal det være alarmanlegg som varsler i leilighetene dersom det begynner å brenne i butikken under.

Det kreves også rømningsveier. Alle lokaler skal ha alternative rømningsveier.

Brannklasser

Bedriftene blir delt inn i ulike brannklasser (1–5) alt etter hvor mange mennesker som er i lokalene, hvor mange etasjer bygningen har, hva slags virksomhet som drives der, type produkter osv.

Hver brannklasse har sine egne krav til brannsikkerhet. Jo høyere brannklasse, desto flere krav.

Brannteori

Tre forutsetninger må til for å starte en brann:

- brennbart materiale
- oksygen
- temperatur

Du har sikkert tent et bål. Fyrstikkas [friksjon](#) mot fyrstikkesken skaper da en temperatur som blir høy nok til å antenne papiret, bjørkenevra eller veden. Oksygen er som kjent en del av lufta rundt oss.

Dersom du tener en fyrstikk, snur et glass opp ned og deretter senker glasset over fyrstikka, vil flammen raskt bruke opp oksygenet i lufta i glasset og slogne. Flammen blir kvalt. Det er det samme som skjer når vi slokker en brann med et pulverapparat. Pulveret legger seg over de brennende materialene og hindrer at oksygen kommer til.

Administrative sikkerhetstiltak

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS
[Administrative sikkerhetstiltak \(89238\)](#)



I tillegg til fysiske og tekniske sikkerhetstiltak er det viktig med opplæring av de ansatte i bruk av sikkerhetsutstyr. Gode rutiner og beredskapsplaner hører også med når bedriften skal sikres best mulig.

Med administrative sikkerhetstiltak mener vi for eksempel

- **rutiner** for evakuering ved brannalarm
- **instrukser** for bruk av vernesko og annet sikkerhetsutstyr på arbeidsplassen
- **opplæring** i bruk av brannvernutstyr
- **holdninger** til sikkerhet blant de ansatte
- **beredskapsplaner**

Det hjelper lite hvis du installerer moderne brannslokkingssapparater og overvåkingskameraer i bedriften din, men glemmer å lære opp de ansatte i å bruke dem.

Ledelsens ansvar

Den løpende sikkerhetsvurderingen er ledelsens ansvar. Ledelsen kan ivareta sikkerheten ved å ansette en egen sikkerhetsansvarlig.

Den sikkerhetsansvarlige følger med på at bedriftens risikoanalyser alltid er oppdatert. For eksempel kan hun gjøre det ved å ha møter med de ansatte med jevne mellomrom. Sammen kan de vurdere sikkerhetstiltakene og sette i verk nye tiltak dersom konsekvensene og sannsynligheten for innbrudd e.l. har økt.

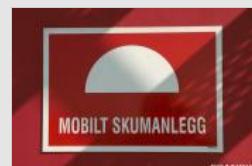
Sikkerhetsrutiner

En bedrift bør jevnlig gjennomføre sikkerhetsøvinger. Et slikt tiltak kan være nødevakuering av alle ansatte fra bygget. Det bør være øving minst to ganger i året.

I prinsippet skal alle ansatte kjenne til hvor nødutganger og slokkingsutstyr er plassert. Det finnes regler om dette i brannvernlovgivningen. Informasjon og opplæring av de ansatte er helt nødvendig for å tilfredsstille loven.

Andre enkle sikkerhetsrutiner kan være

- vektere som kontrollerer at alle dører er låst, og at vinduer er lukket for natt
- regelmessig rengjøring av kaffearmater for å forhindre brann. Dersom de ansatte selv gjør dette, kan de signere på et skjema ved kaffemaskinen med dato for gjennomført rengjøring



Tydelige skilt kan være til stor hjelp i akutte situasjoner

Fotograf: [Kai-Wilhelm Nessler](#)



Utrykningspersonell ved Hotel Continental i Oslo

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)

Du kan lese mer om risikoanalyser her:

[Kartlegging av risiko](#)

Helse, miljø og sikkerhet

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Helse, miljø og sikkerhet \(91730\)](#)



Helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid (HMS) er pålagt alle bedrifter ved lov i Norge.

I mange bransjer finnes det en rekke lover som pålegger bedriften å overholde ulike sikkerhets- og kvalitetsbestemmelser. Det kan for eksempel være lover som regulerer hvordan mat skal produseres for å unngå sykdom, eller hvordan giftige stoffer skal håndteres for å unngå miljøskader.

Arbeidsmiljøloven fastsetter at alle bedrifter i Norge må gjennomføre såkalt **internkontroll**. Med et internkontrollsysten mener vi at bedriftene må ha et eget oppfølgingssystem som kontrollerer at alle lover som gjelder for bedriften, faktisk blir overholdt.

Vi kan tenke på internkontroll som en type selvkontroll. Det er det samme prinsippet som gjelder for en håndverker som renoverer badet ditt. Hun skal følge en standard (våtromsstandarden) når hun bygger badet. Ingen kommer og kontrollerer arbeidet, det er det håndverkeren selv som gjør.

Bedrifter skal gjøre det samme. De skal selv kontrollere at de følger alle lover og regler som gjelder for dem. I tillegg skal de sende inn rapport og erklæring hvert år til Arbeidstilsynet. Arbeidstilsynet kan også komme på kontroll for å se på internkontrollsystemet og sjekke om alt er i orden i bedriften.

Lenke

[Arbeidsmiljøloven](#)

Tenk over

Brannvesenet har rett til når som helst å komme på besøk til bedriften din for å kontrollere om dere følger lovverket om brannvern.



Norge har strenge regler for å unngå luftforurensning

Fotograf: [Thorfinn](#)

[Bekkelund](#)

Du kan lese mer om HMS og internkontroll på Arbeidstilsynets sider:

[Arbeidstilsynet-internkontroll](#)

Forsikring

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Forsikring \(91731\)](#)



Bedriftene sikrer seg økonomisk ved å tegne forsikring hos et forsikringsselskap. Forsikringsselskapet på sin side sikrer seg ved å stille en del betingelser for å forsikre mulig tap av verdier hos kundene.

Dersom en butikk opplever innbrudd, er det viktig at den har tilfredsstilt forsikringsselskapets vilkår. Hvis vilkårene ikke er oppfylt – for eksempel manglende låsing av dører – blir erstatningen redusert eller bortfaller helt. Bedriften kan også, etter en skade der det viser seg at de ikke har oppfylt lovkrav, bli anmeldt til politiet.

Forsikringsselskapene har gått sammen med næringslivets organisasjoner om en del forsikringsvilkår i Forsikringsselskapenes Godkjennelsesnevnd, FG. Denne organisasjonen stiller krav helt ned til den enkelte komponent i alarmanlegget. Dersom en bedrift som er pålagt å ha alarm for å fylle vilkårene, har installert en alarm som ikke er godkjent av FG, kan forsikringsselskapet redusere erstatningen.

FGs

godkjenningssystem

Det er mange detektorer som er godkjent, men antakelig enda flere som ikke er det. Se

[Forsikringsselskapenes
Godkjennelsesnevnd](#)

og les mer om standarder og hvilke alarmsentraler som er godkjent.

Beredskap

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Beredskap \(89240\)](#)



Beredskap vil kort og godt si at noe er satt til side og er tilgjengelig når situasjonen krever det.

Alltid beredt

Med beredskap mener vi å være forberedt på å møte kritiske situasjoner og ha en plan for hva som skal gjøres når slike situasjoner oppstår.

Brannberedskap er et typisk eksempel. I små kommuner består brannvesenet gjerne av frivillige mannskaper. De kan for eksempel tilkalles over telefon dersom de skal rykke ut. Det kaller vi brannberedskap.

I større kommuner finnes det døgnbemannede brannstasjoner der mannskapene bor i beredskapsvaktperioden. De bor der for å kunne rykke ut raskt.

En bedrift kan kjøpe en beredskapstjeneste som alltid er døgnbemannet, fra et sikkerhetsselskap. Skulle en krise oppstå, tilkalles beredskapen – i praksis kommer det en eller flere vektere til stedet innen en viss tid.

Beredskap kan også være at en restaurant eller et hotell har ekstra mat på lager i tilfelle en vareleveranse blir forsinket. På samme måte har ofte sykehus vaksiner på lager i tilfelle mange blir smittet av et virus på kort tid.



Klar til utrykning
Fotograf: [Dag G. Nordsveen](#)



Vektere på jobb i Oslo sentrum
Fotograf: [Lise Åserud](#)

Lenke

[Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap](#)

Oppgaver

Sikringstiltak i hjemmet

Forfatter: Vegard Floor Søvik

[Sikringstiltak i hjemmet \(134519\)](#)



De aller fleste hjem og bedrifter har i dag røykdetektorer. Men er hjemmet ditt egentlig godt nok sikret?

Oppgaven under skal hjelpe deg til å tenke gjennom og komme med forslag til sikkerhetstiltak.

Oppgave

Tegn en skisse av ditt eget hjem. Marker hvor du vil plassere sikringstiltak som røykvarsler, låser, ekstra lys, innbruddsalarm, brannslokkingssapparat o.l.

Fysisk sikring av dokumenter

Forfatter: Vegard Floor Søvik

[Fysisk sikring av dokumenter \(134510\)](#)



Vi har lest oppslag i media der noen har funnet store bunker med pasientjournaler på søppeldynga. Dette er papirdokumenter som inneholder personnummer. Personnummer på avveie kan misbrukes.

Oppgaver

- a. Hvilke krav synest du bør stilles til å sikre personnummer?
- b. Hva kan vi bruke andres personnummer til?
- c. Hvilken lov regulerer akkurat dette?

Drøft oppgavene i grupper.

Datalagring og datasikkerhet

Datalagring - en introduksjon

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Datalagring – en introduksjon \(87714\)](#)



Uansett hvilket yrke du velger, vil du ganske sikkert bli nødt til å bruke datamaskiner til å registrere og finne igjen informasjon. Denne informasjonen må lagres slik at den ikke går tapt, og slik at den kan finnes igjen på en enkel måte når den skal brukes.

I dag blir nesten all informasjon lagret digitalt på datamaskiner. Du må derfor vite litt om hvordan data lagres, slik at du kan finne igjen informasjonen når du trenger den seinere. Kunnskap om datalagring er også viktig for å kunne beskytte seg mot tap og tyveri av data.



Arkivskap
Opphavsmann: [Don Shall](#)

Tenk over

1. Du har kanskje allerede bestemt deg for hvilket yrke du skal studere til. På hvilke måter tror du datamaskiner blir brukt i dette yrket?
2. Du har antakelig brukt datamaskiner både hjemme og på skolen i mange år. Tenk over hva du allerede vet om datalagring, og hva du usikker på.
3. Hvilket kompetanse mål i læreplanen din sier at du skal lære om datalagring?

Hvordan data lagres

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hvordan data lagres \(87715\)](#)



All informasjon som skal brukes flere ganger, må lagres fysisk. Det gjelder ikke bare de dataene vi produserer selv, men også alle programmene vi bruker.

Hva er lagring?

All informasjon vi ser på skjermen når vi bruker en datamaskin, er elektronisk. Den vises så lenge datamaskinen har strøm. Dersom informasjonen ikke blir lagret fysisk, forsvinner den straks vi skrur av strømmen.

Å lagre data fysisk vil si at vi skriver informasjonen til et lagringsmedium slik at den kan leses og hentes fram igjen neste gang vi trenger den.

Lagringsmedier er alt som kan lagre data på en slik måte at den ikke forsvinner når strømmen skrus av, for eksempel harddisk, cd, dvd, minnepinne, minnekort o.l.

Filer

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Filer \(87717\)](#)



Hvis alle data bare ble lagret etter hverandre uten noe system, ville det bli nesten umulig å finne tilbake til riktig informasjon når vi skulle bruke den igjen. For å holde orden på dataene har datamaskinen filer og mapper.

En fil er en samling data som hører sammen, for eksempel et dokument, et bilde, en sang, et program eller noe annet. Husk at selv om vi oppfatter et bilde eller et dokument som en enkelt ting, lagrer datamaskinen det som tusenvis eller millioner av enere og nuller. For datamaskinen er et bilde derfor ikke en «ting», men en serie enere og nuller som hører sammen i en bestemt rekkefølge.

Filnavn

Når du lagrer data, blir du vanligvis bedt om å skrive inn et filnavn. Vi gir filene navn slik at det skal være mulig å forstå hva de inneholder, og gjøre det enklere å finne igjen de riktige data seinere. Det er lurt å gi filene beskrivende navn. Da er det lettere å finne dem igjen etterpå, og du kan bruke søkeverktøy på datamaskinen til å finne filer som er blitt borte. Et filnavn som «Gruppeoppgave 1 i datalagring» er mye lettere å forstå og finne igjen enn for eksempel bare «Oppgave 1».

Ordet fil har vi fått fra det engelske «file», som betyr arkiv.

Åpne

Søk ()

Mitarbeiter

Meldingsfil 2011-2014.xls

Regnskap 2010.xlsx

Mitarbeiter 2011.docx

Sist oppdatert

Meldinger

Meldingsfil

Meldingsfilarkiv

Meldingsfilarkiv...

Oppdag

Filtrer:

All filer (*)

Oppdag

Datafiler

Lagringsmedier

Forfatter: Arne Jansen, Amendor AS, NKI Forlaget

[Lagringsmedier \(87719\)](#)



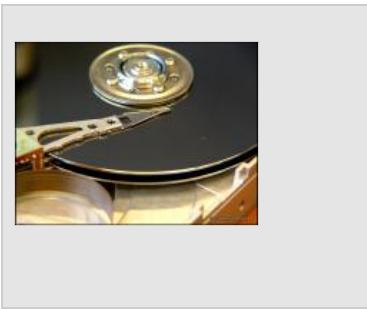
Lagringsmedier er alt som kan lagre digitale data fysisk slik at de ikke forsvinner når strømmen skrus av.

HarddiskFotograf: Jannes Pockele Typer av lagringsmedier

Det finnes flere ulike lagringsmedier.

For datamaskiner har vi for eksempel:

- harddisk
- cd/dvd
- minnepinne
- minnekort
- diskett
- teipstasjoner



Lagringskapasitet

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Lagringskapasitet \(87720\)](#)



Lagringskapasiteten til et lagringsmedium, for eksempel en cd eller en minnepinne, oppgis i hvor mange ener og nuller som kan lagres.

Lagringskapasitet

Den minste enheten for data kalles bit (uttales bitt). En bit er en eneste ener eller null.

Når flere ener og nuller (biter) settes sammen, kalles de byte. En byte består vanligvis av åtte biter. Som du så tidligere, bruker datamaskinen kombinasjoner av åtte biter til å lagre ulike bokstaver og tegn. Vi sier derfor gjerne at en byte svarer til ett tegn.

Siden lagringsmedier kan lagre svært store datamengder, har vi også behov for større målenheter. Lista nedenfor viser de ulike målenhetene for datamengder i stigende rekkefølge:

- bit (b)
- byte (B) = 8 biter
- kilobyte (kB) = 1024 byte
- megabyte (MB) = 1024 kilobyte (over 1 million byte)
- gigabyte (GB) = 1024 megabyte (over 1 milliard byte)
- terabyte (TB) = 1024 gigabyte (over 1 billion byte)



RAM-minnebrikke
Fotograf: [Science Photo Library](#)

Bit eller byte?

En megabyte er åtte ganger så mye som en megabit. For å se forskjell på megabyte og megabit forkorter vi byte med stor B, mens bit forkortes med liten b.

MB er altså megabyte, mens Mb er megabit.

Du lurer kanskje på hvorfor det er 1024 og ikke 1000 byte i en kilobyte, osv? Årsaken er at datamaskinen bare bruker to tall (én og null). Derfor forstår den også bare 2-gangen. Hvis du starter med $1 \cdot 2$ og fortsetter å gange svaret med 2, får du denne tallrekka: 2, 4, 8, 16, 32, 64, 128, 256, 512, 1024. Dersom du kikker på datautstyr eller annet digitalt utstyr, vil du oppdage at disse tallene går igjen.

Selv om 1024 er det riktige tallet for å måle megabyte, gigabyte og terabyte, pleier produsentene av lagringsmedier å runde av til 1000. Det virker praktisk, men betyr samtidig at lagringsmedier med stor kapasitet ikke har plass til så mye data som produsenten opplyser. Hvis du kjøper en harddisk med en kapasitet på 500 GB, vil den faktiske lagringskapasiteten bare være 465,5 GB.

Noen ganger blir datamengder målt i biter i stedet for byte. Det gjelder for

eksempel ved dataoverføring. Dersom en Internett-linje har en fart på 10 Mb (megabiter), innebærer det at den kan overføre over 10 millioner enere og nuller per sekund.

Hva er det lov å lagre?

Forfatter: Arne Jansen, NIKI Forlaget, Amendor AS

[Hva er det lov til å lagre? \(87721\)](#)



Norge har strenge lover for hva virksomheter har lov til å lagre av personinformasjon. Det er viktig å ha kjennskap til disse lovene for å unngå å bli lovbrøter uten å være klar over det.

Personopplysningsloven

I dag brukes datamaskiner til registrering og lagring av alle slags opplysninger. Myndighetene registrerer for eksempel alle innbyggere i Norge i folkeregisteret. Hvis du betaler skatt, er du registrert i skatteregisteret. Har du tatt opp studielån, er du registrert hos Lånekassen. Hvis du har førerkort eller eier bil, er du registrert i førerkortregisteret og kjøretøyregisteret hos Biltilsynet, og alle trygdede er registrert i et eget trygderegister.

Også bedrifter og ulike institusjoner har personregister. Banker, forsikringsselskaper, foreninger, skoler, arbeidsgivere, politiske partier og trossamfunn registrerer personinformasjon. I tillegg kommer alle registrene som brukes i markedsførings- og reklamesammenheng.

Med så mye personinformasjon registrert på ulike steder er det stor fare for at informasjonen kan misbrukes. Et godt eksempel er identitetstyveri.

For å beskytte privatlivet vårt har vi derfor en egen lov om personopplysninger – personopplysningsloven: [Lovdata - personopplysningsloven](#).

Personopplysningsloven skal sikre at alle i Norge har rett til å kontrollere innsamling og bruk av opplysninger om seg selv.

Loven er en av de strengeste i sitt slag i verden og stiller blant annet ufravikelige krav til hvilke personopplysninger det er lov til å lagre, hvem som kan lagre dem, og hva opplysningene kan brukes til.

Et **personregister** er et register der personopplysninger er lagret systematisk slik at opplysninger om enkeltpersoner kan finnes igjen.

Identitetstyveri.

Fotograf: [Pawel Kopczynski](#)

Datasikkerhet - en introduksjon

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Datasikkerhet – en introduksjon \(87722\)](#)



Dessverre er det mange som har den samme innstillingen til datasikkerhet som til ulykker generelt: «Det skjer ikke meg.» Men når det gjelder datamaskiner, må utgangspunktet være at noe før eller seinere kommer til å gå galt, og at en må være forberedt på at akkurat det skjer.

Dataproblemer kan være irriterende når du opplever dem på pc-en hjemme, men de kan få mye større og alvorligere konsekvenser når de skjer i en bedrift.

Datasikkerhet er derfor noe alle virksomheter må ta på alvor.



Fotograf: [Science Photo Library](#)

Tenk over

1. Hva tenker du på når du hører ordet datasikkerhet?
2. Hva gjør du for å beskytte datamaskinen din og dine egne data?
3. Hvorfor kan et dataproblem ha mye større konsekvenser for en virksomhet enn om det samme skjer med din egen pc?

Hva kan gå galt?

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hva kan gå galt? \(87723\)](#)



Det er mye som kan gå galt med en datamaskin, men egentlig er det bare to ting vi trenger å passe på: at vi ikke mister viktige data, og at data ikke blir stjålet.

Når vi snakker om datasikkerhet, er det i utgangspunktet to ting som kan gå galt, og som vi må beskytte oss mot:

- Vi kan miste data.
- Data kan bli stjålet.

Merk at når vi sier data, mener vi informasjon og ikke den fysiske datamaskinen. For en virksomhet kan informasjonen som er lagret på en datamaskin, være mye mer verdt enn selve maskinen.

Hvis en datamaskin går i stykker eller blir stjålet, er det vanligvis nokså enkelt å erstatte både den og programmene vi bruker. Men data som ligger lagret i maskinen, kan representere flere års arbeid og i enkelte tilfeller være uerstattelige.

Det kan være regnskap, budsjetter, kunderegistre, bestillinger, fakturaer eller annet som virksomheten er helt avhengig av. Det finnes faktisk eksempler på virksomheter som har gått konkurs på grunn av datatap.

Tyveri av data kan være svært alvorlig. Det kan gå ut over både virksomheten og kundene om for eksempel et kunderegister som inneholder kontonummer eller annen personinformasjon, kommer på avveier.

Det er en av grunnene til at vi har personopplysningsloven. Den stiller strenge krav til hvordan data om privatpersoner skal sikres.

Et datatyveri kan være vanskelig å oppdage fordi det er umulig å se at data er blitt kopiert fra en maskin eller et lagringsmedium. Store mengder data kan derfor bli stjålet over lang tid uten at noen fatter mistanke.

«Alt som kan gå galt, vil gå galt, på det verst mulige tidspunktet.»
Murphys lov

Oppgave

Bruk Google eller en annen søkmotor og søk på ordet datatyveri. Du får helt sikkert mange treff. Velg ut noen artikler som handler om datatyveri fra virksomheter, og les dem.



Fotograf: [Science Photo Library](#)

Tenk over

1. Hva kan bli konsekvensene dersom et stort hotell mister oversikten over alle reservasjoner?
2. Hva kan bli konsekvensene dersom en bedrift mister oversikten over alle varene de har på lager?
3. Hva kan bli konsekvensene dersom et kunderegister med kontoinformasjon om kundene blir stjålet?

Sikkerhetskopiering

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sikkerhetskopiering \(87725\)](#)



Sikkerhetskopiering er den eneste fullgode måten vi kan beskytte oss på mot tap av data.

For en virksomhet kan tap av viktige data ha store konsekvenser. Å ha kopier er den eneste måten vi kan være sikre på at vi ikke mister data.

Tap av data kan skje på flere måter:

- Lagringsmediet går i stykker, for eksempel en harddisk som slutter å virke.
- Vi kan miste lagringsmediet, for eksempel en minnepinne som blir borte.
- Vi kan slette data ved et uhell.
- Vi glemmer å lagre data som vi jobber med.
- Datamaskinen blir stjålet eller ødelagt i brann eller flom.
- Datamaskinen blir infisert av et datavirus.

Siden vi aldri vet når uhellet kan være ute, må virksomheten alltid ha kopier av viktige data. Det må altså finnes rutiner som sikrer at det blir tatt kopier, og at kopiene blir trygt oppbevart.

Sikkerhetskopiering kan skje til alle slags lagringsmedier. Hvilket medium vi velger å bruke, er avhengig av hvor store datamengder vi skal kopiere. Hvis datamengden er liten, kan det være nok å ta kopi til en minnepinne eller en liten bærbar harddisk. Til større datamengder finnes det eget utstyr som kan lagre data på bånd.

En annen mulighet er å ta sikkerhetskopi over Internett. Da kopieres dataene via nettet til en sikker datamaskin hos et selskap som har spesialisert seg på slike tjenester.

Sikkerhetskopier må oppbevares trygt



Brent datamaskin
Fotograf: [Pyroclastichawk](#)

Tenk over

- Har du sikkerhetskopi av dataene dine?
- Har datamaskinen du bruker, noe eget program for sikkerhetskopiering?

Oppgave

Bruk Internett og åpne [Nettbasert sikkerhetskopiering](#).
Se på videoen «Hva er nettbasert sikkerhetskopiering?».



Sikkerhetskopiering.
Fotograf: [Markus Dahlberg](#)

Det er liten vits i å ha sikkerhetskopier dersom de blir skadd i det samme uhellet som dataene de er kopier av.

Hvis en bygning brenner eller datautstyret blir stjålet, må sikkerhetskopiene være på et trygt sted. Mange virksomheter velger derfor å legge sikkerhetskopiene i et brannsikkert skap, oppbevare dem i en annen bygning eller ta dem med hjem.

Det siste er nok ikke helt trygt siden det er større sjanse for at data kommer på avveier når sikkerhetskopiene fraktes til og fra arbeidsplassen.

En god løsning er selvsagt sikkerhetskopiering over Internett. Da vil kopiene alltid være på et trygt sted.

Passord

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Passord \(87727\)](#)



For å hindre tyveri av data må vi begrense tilgangen til informasjonen. De viktigste midlene for dette er passordbeskyttelse og kryptering.

Den mest effektive måten å verne data mot snoking og ulovlig innsyn på er passord.

De fleste datamaskiner har mulighet for et oppstartspassord som må tastes inn før du kan bruke maskinen. I nettverk er det vanlig å bruke påloggingspassord for å få tilgang til data som ligger på nettverkstjeneren, og mange programmer har mulighet for individuell passordbeskyttelse av hver enkelt fil.



Det kan virke tungvint å ha passord på en maskin som det kanskje bare er du som bruker, og som står trygt på et kontor eller hjemme. Men selv om det bare er deg og mennesker du stoler på som har tilgang til maskinen, kan den bli stjålet. Da vil passordbeskyttelse gjøre det vanskeligere for tyven å få tilgang til informasjonen som ligger på maskinen.

På arbeidsplasser kan det også være vanskelig å vite hvem som faktisk har tilgang til maskinen din når du ikke er der. Det kan være reingjøringspersonale, håndverkere, leverandører eller servicepersonell som jobber når alle andre har gått hjem.

Brannmur

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Brannmur \(87728\)](#)



I dag er nesten alle datamaskiner koplet til Internett. Det gjør det mulig for oss å kommunisere med andre, men samtidig blir det også mulig for uvedkommende å bryte seg inn på datamaskinen vår via nettet. For å beskytte oss mot dette setter vi opp en «brannmur».

En brannmur er ganske enkelt et program som overvåker all nettverkstrafikk som går inn og ut av datamaskinen. Dersom programmet oppdager at noen prøver å få tilgang til maskinen utenfra uten at vi har bedt om det, vil programmet blokkere kommunikasjonen. Det samme skjer hvis maskinen prøver å sende data ut på nettet uten at vi har bedt den om det.

Selv om vi må beskytte oss mot innbrudd og datatyveri fra utsiden, skjer de fleste datatyverier faktisk av personer som jobber i virksomheten.

Det kan være vikarer, midlertidig ansatte eller andre ansatte som tror de kan selge eller bruke informasjonen selv. Det kan også være ansatte som skal slutte og begynne å jobbe for en konkurrent, for eksempel en selger som skaffer seg en kopi av kunderegisteret.



Fotograf: [Science Photo Library](#)

Oppgave

- Finn ut hva slags brannmur maskinen din har.
- Åpne brannmur-programmet og se hvilke innstillinger du kan gjøre der.

Fysisk sikring av data

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Fysisk sikring av data \(87730\)](#)



Data må sikres fysisk slik at de ikke går tapt i for eksempel en brann, en flom eller kommer på avveier fordi datamaskinen blir stjålet.

Med fysisk sikring mener vi beskyttelse av datautstyret mot fysisk skade. Det kan være alt fra brann og vannskader til tyveri, hærverk eller sabotasje.

En datamaskin er et fristende bytte for en innbruddstylv. I en bedrift skaper derimot ikke tyveri av en vanlig datamaskin så store problemer at den må sikres mot tyveri på annen måte enn det en ellers gjør med verdifullt utstyr som videokameraer, stereoutstyr, tv-er. Forutsetningen er likevel at maskinen er passordbeskyttet, og at det finnes en sikkerhetskopi av alle data og viktige programmer.

Datamaskiner som har spesielle oppgaver, og som ikke kan erstattes på en enkel måte hvis de blir skadd, krever ofte ekstra beskyttelse. Eksempel på slike maskiner er nettverkstjenere. Kravene til fysisk sikring er her større fordi konsekvensene av en skade eller et tyveri er langt mer alvorlige for virksomheten.

Det er derfor vanlig å plassere slike maskiner i rom som kan sikres på forsvarlig måte. Ofte blir det brukt kodelås eller tidslås på døra. Egen brannalarm og automatisk utstyr for slokking av brann kan også være aktuelt. Større bedrifter har gjerne egne datarom der det også er mulig å kontrollere temperaturen og begrense statisk elektrisitet.

Avbruddsfri strømforsyning

Datamaskiner trenger strøm for å fungere, og et uventet strømbrudd kan skape store problemer for en virksomhet som er avhengig av at datamaskinene fungerer hele tida, for eksempel nettbutikker. I tillegg kan et strømbrudd føre til at data som ennå ikke er fysisk lagret, blir borte slik at bestillinger av billetter, hotellreservasjoner, varer o.a. ikke blir registrert.

For å løse dette problemet kan vi installere en avbruddsfri strømforsyning. Det er rett og slett et batteri som koples mellom datamaskinen og strømtilførselen. Datamaskinen får da strøm fra batteriet, som igjen lades opp fra den vanlige strømtilførselen.

Hvis strømmen blir borte, vil datamaskinen fortsatt få strøm fra batteriet. Når strømmen kommer tilbake, blir batteriet ladd opp igjen. Selv om strømbruddet skulle bli langvarig, får vi anledning til å lagre alle data før batteriet er tomt.



Pc-lås
Fotograf: [Florian Boyd](#)



Et serverrom
Fotograf: [Corbis](#)

Avbruddsfrie strømforsyninger løser også et annet problem. Mange av komponentene i datamaskinen er følsomme for variasjoner i strømstyrken. Et plutselig strømsjokk, for eksempel et lynnedslag, kan ødelegge maskinen. En god avbruddsfri strømforsyning vil sørge for at datamaskinen hele tida får jevn strømstyrke og spenning.

Antivirus

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Antivirus \(87729\)](#)



Et datavirus er et program som får pc-en din til å gjøre noe uønsket. Et antivirusprogram hjelper deg med å hindre at dataviruset tar kontroll over pc-en.

Hva er datavirus?

Betydningen av ordet datavirus er etter hvert blitt nokså utvannet. I dag brukes ordet ofte om alle typer programmer som gjør noe uønsket. Selv om ekspertene opererer med en rekke ulike kategorier av datavirus, er det ikke nødvendig å ha detaljkunnskaper om dette for å kunne beskytte seg på en fornuftig måte.

For praktiske formål kan vi definere datavirus som et program som får datamaskinen din til å gjøre noe uønsket uten at du har bedt om det, ofte også uten at du er klar over det.

På samme måte som det er stor forskjell på hvor alvorlig sykdom vi får når vi blir smittet av et vanlig virus, er det også stor forskjell på hvilken skade ulike datavirus gjør.

For å fortsette sammenlikningen kan vi si at noen virus bare gir en lett forkjølelse, mens de verste kan være livstruende.



Syk datamaskin
Opphavsmann: [Trevor](#)

Oppgaver

Datalagring

Forfatter: Arne Jansen

[Datalagring \(134521\)](#)



Uansett hvilket yrke du velger, vil du ganske sikkert bli nødt til å bruke datamaskiner til å registrere og finne igjen informasjon. I dag blir nesten all informasjon lagret digitalt på datamaskiner eller i nettskyer. Oppgaven under ber deg tenke gjennom disse tingene.

Oppgave

- a. Du har kanskje allerede bestemt deg for hvilket yrke du skal studere til. På hvilke måter tror du datamaskiner blir brukt i dette yrket?
- b. Du har antakelig brukt datamaskiner både hjemme og på skolen i mange år. Tenk over hva du allerede vet om datalagring, og hva du er usikker på.
- c. Hvilket kompetansemål i læreplanen din sier at du skal lære om datalagring?

Datasikkerhet

Forfatter: Arne Jansen

[Datasikkerhet \(134523\)](#)



Dataproblemer kan være irriterende når du opplever dem på pc-en hjemme, men de kan få mye større og alvorligere konsekvenser når de skjer i en bedrift. Hvor forberedt er du?

Oppgave

- a. Hva tenker du på når du hører ordet datasikkerhet?
- b. Hva gjør du for å beskytte datamaskinen din og dine egne data?
- c. Hvorfor kan et dataproblem ha mye større konsekvenser for en bedrift enn om det samme skjer med din egen pc?
- d. Ta kontakt med en lokal bedrift og spør hva de gjør for å beskytte egne data.

Hva kan gå galt?

Forfatter: Arne Jansen

[Hva kan gå galt? \(134525\)](#)



Det er mye som kan gå galt med en datamaskin, men egentlig er det bare to ting vi trenger å passe på: at vi ikke mister viktige data, og at data ikke blir stjålet. Skulle dette skje, hva er konsekvensene?

Oppgave

- a. Hva kan bli konsekvensene dersom et stort hotell mister oversikten over alle reservasjoner?
- b. Hva kan bli konsekvensene dersom en bedrift mister oversikten over alle varene de har på lager?
- c. Hva kan bli konsekvensene dersom et kunderegister med kontoinformasjon om kundene blir stjålet?
- d. Bruk Google eller en annen søkemotor og søk på ordet datatyveri. Du får helt sikkert mange treff. Velg ut noen artikler som handler om datatyveri fra bedrifter, les dem og presenter hovedinnholdet i klassen.

Sikkerhetskopiering

Forfatter: Arne Jansen
[Sikkerhetskopiering \(134527\)](#)



Sikkerhetskopiering er den eneste fullgode måten vi kan beskytte oss på mot tap av data. Hva gjør du for å sikre dataene dine?

Oppgave

- Har du sikkerhetskopi av dataene dine?
- Har datamaskinen du bruker, noe eget program for sikkerhetskopiering?
- Bruk Internett og åpne [Nettbasert sikkerhetskopiering](#).

Se på videoen «Hva er nettbasert sikkerhetskopiering?». Lag et kort sammendrag av innholdet og presenter for klassen.

Brannmur

Forfatter: Arne Jansen

[Brannmur \(134530\)](#)



En brannmur er ganske enkelt et program som overvåker all nettverkstrafikk som går inn og ut av datamaskinen.

Oppgave

- a. Finn ut hva slags brannmur maskinen din har.
- b. Åpne brannmur-programmet og se hvilke innstillinger du kan gjøre der.

Personvern og HMS

Personvern på skolen

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Personvern på skolen \(92057\)](#)



Personvern handler om retten til å ha sitt eget privatliv i fred, et grunnleggende prinsipp i en demokratisk rettsstat. Her setter vi søkelyset på kontroll og overvåking på skolen.

Hva mener vi med personvern?

Personvern handler om retten til å ha privatlivet i fred. Det er viktig at personopplysninger som gjelder en selv, ikke kommer på avveier eller blir misbrukt.



Mange skoler har kameraovervåking. Er det kameraovervåking på skolen din?

Fotograf: [Ingar Storfjell](#)

Det er vanlig å skille mellom *personvern* og *vern om personopplysninger*.

Personvern dreier seg om å beskytte retten til å ha mulighet for privatliv, selvbestemmelse og selvtfoldelse.

Vern om personopplysninger gjelder regler for behandling av personlige opplysninger, for eksempel

- etnisk bakgrunn
- politisk, filosofisk eller religiøs oppfatning
- om en person har vært mistenkt, siktet, tiltalt eller dømt for en straffbar handling
- helseforhold
- seksuelle forhold
- medlemskap i fagforeninger

Personopplysningsloven

Gruppeoppgave *Bruk av sosiale medier*

Gi eksempler på og drøft:

- Hva legger du ut av tekst, foto, videosnutter osv. på Facebook, YouTube og liknende steder?
- Hva tenker du om reglene for bruk av Facebook?



Fotograf: [Michael Daugaard](#)

[Personopplysningsloven](#)

Personopplysningsloven står sentralt i personvernet. Den har til formål å beskytte den enkelte mot at personvernet blir krenket gjennom behandling av personopplysninger.

Unge bruker flere elektroniske kommunikasjonsformer, for eksempel SMS/MMS, Facebook, «chatting», YouTube o.a. Det er viktig å kjenne til rettigheter og plikter på nettet.

Brukere av Facebook må undertegne en erklæring som blant annet tar for seg personvern og beskyttelse av andres rettigheter. Erklæringen er basert på Facebooks prinsipper.



Facebook.

Fotograf: [Robert Galbraith](#)

[Facebook-erklæring](#)

[Facebooks prinsipper](#)

Til ettertanke

Norge preges av en «systematisk mangel på sikring av personvernet», ifølge en rapport fra «The Privacy and Human Rights Report».

[Aftenposten – Slakter personvernet i Norge](#)

Gruppeoppgave

Kontroll og overvåking på skolen

- Gi eksempler på og drøft kontroll og overvåking på skolen.
- Hva mener dere kan aksepteres av kontroll og overvåking på skolen? Prøv å bli enige om et svar.



Skoleungdom har krav på personvern

Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)

Vær forsiktig med å legge ut detaljerte profiler og opplysninger om deg selv og andre. Det kan få uheldige konsekvenser seinere i livet.

Skoleungdom har rett til privatliv

I visse situasjoner trenger barn og ungdom støtte fra andre for å kunne ivareta rettighetene sine. Foreldre og lærere skal handle til de unges beste.

En offentlig personvernkommisjon leverte i 2009 utredningen NOU 2009: 1. Den inneholder et eget kapittel om personvern for barn og unge.

[Personvern for barn og unge](#)

Personvern i skolen handler blant annet om

- kameraovervåking i skolegården
- pc-overvåking
- urinprøver for å teste rusmisbruk
- innsyn i unges skolehverdag
- bruk av digitale læringsplattformer med elektronisk registrering av resultater, fravær o.l.

Barn og unge har krav på personvern på skolen på samme måte som voksne har krav på personvern på arbeidsplassen. Elevene undertegner en pc-avtale der det står at alt som blir lagret på pc-er, er skolens eiendom. Det vil si at skolen – om nødvendig – kan få tilgang til elevens dokumenter. Flere skoler i Oslo har fått tillatelse til videoovervåking for å kunne avsløre hærverk.

Men kameraovervåking, overvåking av elevenes pc-bruk og andre former for kontroll kan være problematisk i et demokrati.

Personvernkommissjonen foreslo en rekke tiltak for å trygge barn og unges rettssikkerhet og personvern.

[Personvern for barn og unge – forslag til tiltak](#)

Personvern på arbeidsplassen

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Personvern på arbeidsplassen \(92065\)](#)



Her setter vi søkelyset på kontroll og overvåking på arbeidsplassen, hvilke konsekvenser det kan få, og hvilke lover og regler som gjelder.

Hva kan arbeidsgiveren overvåke?

Kameraovervåking av personer som kan gjenkjennes, er lovregulert. Hovedregelen er at kameraovervåking er ulovlig om den ikke er nødvendig. Kameraovervåking skal normalt ikke finne sted dersom problemet kan løses eller risikoen minimeres gjennom alternative tiltak.



Kameraovervåking ved en grenseovergang mellom Sverige og Norge. All kameraovervåking skal være tydelig merket

Fotograf: [Espen Bratlie](#)

Datatilsynet har laget en [sjekkliste](#) for kameraovervåking:

Er overvåkingen virkelig nødvendig?

•

•

•

Hovedregelen er at dersom overvåkingen ikke er nødvendig, er den heller ikke lovlig.

•

Har du vurdert alternative løsninger som endret lyssetting, økt vakthold eller endret bruk av problemområdene?

Kameraovervåking bør alltid være siste utvei for å løse et problem. Har du overveid alle andre alternativer?

Er det lovlig å overvåke området?



Det er strenge regler for bruk av kameraovervåking

Fotograf: [Ingar Storfjell](#)

Gruppeoppgave
Overvåking på skole
eller arbeidsplass

Ta utgangspunkt i Datatilsynets sjekkliste.

- Drøft situasjonen på skolen eller på en arbeidsplass dere kjenner til.

Tenk over

Hvor langt skal en arbeidsgiver kunne gå i å kontrollere ansatte?

Det er aldri lov til å overvåke andre i egne private hjem eller i det som oppleves som en hjemlig eller privat situasjon, for eksempel hotellrom, toalettrom, avkledningsgarderober og prøverom.

Er du klar over pliktene som følger med overvåkingen?

Du skal melde fra til Datatilsynet før du setter i gang. Skjult overvåking er forbudt, og all overvåking skal merkes tydelig. Det er ikke lov til å levere ut eller vise opptak til utenforstående uten at de som er med på opptaket, samtykker. Opptakene skal oppbevares på et sted som er utilgjengelig for utedkommende, og slettes når det ikke lenger er saklig grunn til å oppbevare dem, seinest sju dager etter opptaket.

Bruker du den minst krenkende formen for overvåking?

Kan du svare JA på de fire punktene ovenfor, må du til slutt huske at du alltid skal bruke den minst krenkende formen for overvåking. Det vil for eksempel si at du skal ha færrest mulig kameraer og filme gjenstander heller enn mennesker. Opptak kan misbrukes, så overvåking uten lagring bør velges så langt det er mulig.

For å kunne overvåke en arbeidsplass med kamera må arbeidsgiveren dokumentere et særsiktig behov. Det kan for eksempel være

- ivaretaking av liv og helse hvis det eksisterer en særsiktig sikkerhetsrisiko som medfører fare for den enkelte
- bekjemping av kriminalitet, for eksempel i områder med stor fare for ran (banker, postkontor), eller for å hindre tyveri og hærverk

Hvor langt kan arbeidsgiveren gå?

Kontroll og overvåking i arbeidslivet reiser to hovedproblemer:

1. Hvor langt skal en arbeidsgiver kunne gå i å kontrollere ansatte?
2. Hvordan skal vi behandle den informasjonen vi får gjennom kontrolltiltakene?

Det forekommer ransaking, kroppsvisitering og videoovervåking i arbeidssituasjoner, overvåking i bruk av telefon, e-post og Internett, bruk av GPS til å bestemme posisjoner, sporing gjennom mobiltelefonen. Såkalt flåtestyring gir informasjon om hvor ansatte, firmabiler og varer er til enhver tid. Enkelte gjør bruk av private etterforskere som «hemmelig gjest» eller «hemmelig kunde».

I Fafo-undersøkelsen «Kontroll og overvåking i arbeidslivet» svarer hele 38 % at de har liten eller ingen kjennskap til hvilke regler som gjelder for kontroll og overvåking. Det er et stort behov for kunnskap om personvern, kontroll og overvåking på arbeidsplassen.

Omfangen av kontroll og overvåking i arbeidslivet har etter LOs mening økt de siste årene, i takt med utviklingen av ny teknologi, og kan komme i konflikt med den enkeltes rett til personvern.

Lovbestemmelser om kameraovervåking, se [personopplysningsloven kapittel 7](#).

Spesielle bestemmelser om kameraovervåking, se [personopplysningsforskriften kapittel 8](#).



Tv-overvåket område, minibank
Fotograf: [Gorm Kallestad](#)



Med flåtestyring kan arbeidsgiveren alltid vite hvor bilen er
Fotograf: [Tor Erik H Mathiesen](#)

Fafo –
Fagbevegelsens senter for forskning, utredning og dokumentasjon:
[www.lo.no –](http://www.lo.no/)
[Fafo-rapport](#)

Tenk over

Er det kameraovervåking i områder du daglig oppholder deg i – på skoleveien, i butikker, uteområder, buss, tog osv.?

Hva er hensikten med å overvåke disse stedene?

Hva synes du om det?

Skolen - et sted å lære

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Skolen – et sted å lære \(92067\)](#)



Ifølge opplæringsloven har alle elever rett til et godt og inkluderende læringsmiljø. Her ønsker vi at elevene skal reflektere over skolen som arbeids- og læringsmiljø, og hva vi mener med et godt læringsmiljø.

Skolen vår – et godt sted for læring?

«Den eneste gangen min utdanning ble avbrutt, var da jeg gikk på skolen.» Det var spøkefuglen og nobelprisvinneren George Bernhard Shaw som sa dette.

Vi forbinder læring med skolegang og studier. Shaw tenkte kanskje at læring er mer enn teori?

Læringen kan være både boklig og praktisk. Mange tar yrkesfag fordi de heller vil *gjøre* noe enn å *lese*. De synes *praksis* er viktigere enn *teori*.

I dag er det bred enighet om at læring er en prosess som påvirker vår atferd, våre holdninger og verdier. Læring foregår i samspill med andre – på skolen, hjemme, i fritida og i arbeidslivet.



Mange velger yrkesfag
fordi de vil gjøre noe annet
enn å lese

Fotograf: [Morten Holm](#)



God kontakt mellom lærer og elev er viktig for et godt læringsmiljø!

Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)

Oppgave *Læringsmiljøet på skolen vår*

Ta utgangspunkt i hvert punkt i de fem forholdene for et godt læringsmiljø.

Drøft:

- Hvordan er situasjonen på skolen din eller i klassen din?
- Hva vil du styrke?
- Hva vil du ha mindre av?
- Hvilke tre–fem punkter ville dere tatt med i et forslag til forbedringsprogram på skolen?

Opplæringsloven
slår fast at «Dei
[Elevane] skal ha
medansvar og rett til
medverknad.»
[Lovdata –
opplæringsloven](#)

Her finner du seks
[videoforedrag](#) om
læringsmiljø av
Thomas Nordahl.

Tenk over

Skolen og lærerne skal legge til rette for læringen din, men det er du som skal lære. Det gir deg et spesielt ansvar for å gjøre ditt beste for å lære og for å skape et godt læringsmiljø på skolen og i klassen din.

Det gode læringsmiljøet

Alle elever har rett til et godt og inkluderende læringsmiljø. Utdanningsdirektoratet framhever fem forhold som er grunnleggende for at elevene skal oppleve et godt læringsmiljø:



Fem grunnleggende forhold for et godt læringsmiljø

Opphavsmann: [Kjell Rosland](#)

1. Lærerens evne til å lede klasser og undervisning

Læreren

- har en tydelig struktur i undervisningsgangen
- formulerer tydelige mål for elevenes læring og læringsmiljø
- har høye forventninger til alle elevene, tilpasset deres forutsetninger
- gir tydelige og konstruktive tilbakemeldinger til elevene, både faglig og sosialt
- bruker tilbakemeldinger fra elevene til å justere opplæringen
- skaper et inkluderende miljø og et læringsfellesskap blant elevene
- utarbeider regler i samarbeid med elevene og håndhever reglene konsekvent
- bevisstgjør og ansvarliggjør elevene i eget læringsarbeid
- involverer elevene og gir dem muligheter for medvirkning

2. Positive relasjoner med hver enkelt elev

- Læreren har evne til å inngå i en positiv og støttende relasjon med hver enkelt elev.
- Eleven opplever trygghet og tillit og blir sett av læreren. Læreren har tro på at elevene kan lære og nå målene for opplæringen.
- Læreren skaper engasjement og motivasjon for læring og bidrar til god selvfølelse hos alle elevene.
- Lærer og elev har samme forståelse av hvilke krav som stilles til et godt læringsmiljø, blant annet hvilken sosial kompetanse som blir etterspurt og verdsatt.

3. Positive relasjoner og kultur for læring blandt elevene

- har en kultur for læring og et læringsfellesskap, de har en positiv holdning til å være aktive og interesserte, og det eksisterer ikke negativt gruppepress mot å gjøre sitt beste på skolen
- aksepterer ulikheter og at det er greit å være flink og ha utfordringer – både faglig og sosialt
- samarbeider og har felles opplevelser
- opplever trygghet og tillit og føler seg inkludert
- forstår hvilke krav som stilles til et godt læringsmiljø, blant annet hvilken sosial kompetanse som blir etterspurt og verdsatt
- opplever nulltoleranse for krenkende ord og handlinger

4. Godt samarbeid mellom skole og hjem

- Foreldre og lærere formidler de samme positive forventningene til eleven, tilpasset elevens forutsetninger.
- Hjem og skole snakker samme språk. Foreldrene må få en innføring i skolens språk, slik at eleven ikke lever i to forskjellige verdener.
- Lærerens, foreldrenes og elevens forventninger til hverandre er tydelig uttalt og forstått av alle parter.
- Foreldrene har reell medvirkning.

5. God ledelse, organisasjon og kultur for læring på skolen

- Ledelsen kommuniserer tydelige mål og forventninger til alle ansatte.
- Ledelsen foretar løpende vurderinger og gir tydelige tilbakemeldinger til de ansatte.
- Det er et positivt samarbeidsklima og gode relasjoner mellom de ansatte og mellom de ansatte og ledelsen.
- Skolen har et entydig ordensreglement med kjente konsekvenser som følges opp i praksis.

Utdanningsdirektoratet har satt i gang prosjektet «Bedre læringsmiljø» (2009–2014), en femårig satsing på elevenes læringsmiljø.

Her finner du materiell for arbeid med læringsmiljøet:
<http://www.udir.no/Laringsmiljo/Helhetlig-materiell-for-bedre-laringsmiljo/>

Elevenes arbeidsmiljølov

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Elevenes arbeidsmiljølov \(92070\)](#)



Alle elever i videregående skole har rett til et godt fysisk og psykososialt miljø som fremmer helse, trivsel og læring. Vi ønsker at du skal se din egen skole i forhold til kravene i opplæringsloven, og bli bevisst på hva som kan gjøres for å bedre skolemiljøet.

Rett til et godt miljø

Skolemiljøet skal fremme helse, trivsel og læring. Det handler ikke bare om å hindre plager og dårlig læring, men også at skolemiljøet skal bidra positivt til elevenes helse, trivsel og læring. Dersom forhold i skolemiljøet skaper mistrivsel eller virker negativt på læringen, er det i strid med loven.



Et godt skolemiljø fremmer trivsel, helse og læring

Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)

Elevene skal engasjeres i planlegging og gjennomføring av et systematisk arbeid for helse, miljø og trygghet ved skolen.

Elevenes rett til et godt skolemiljø som fremmer helse, trivsel og læring, finner du i opplæringsloven – også kalt *elevenes arbeidsmiljølov*.

Det fysiske miljøet

Opplæringsloven inneholder også krav til skolens fysiske miljø – bygninger, klasserom, skolegård osv. Skolen skal være utformet slik at det tas hensyn til elevenes trygghet, helse, trivsel og læring. Alle elever har rett til en arbeidsplass som er tilpasset til behovene de har, for eksempel slik at det blir tilrettelagt for elever med funksjonshemninger.

Det psykososiale miljøet

Gruppeoppgave

Elevens rolle for skolemiljøet

Drøft og gi eksempler på hvordan elevene er engasjert i planlegging og gjennomføring av et systematisk arbeid for helse, miljø og trygghet ved skolen din.

Elevenes egen arbeidsmiljølov:

Opplæringslova, [kap 9a](#)



Skolen skal være tilrettelagt for rullestolbrukere
Fotograf: [Olav Olsen](#)

Oppgave

Skolens fysiske miljø

Ta utgangspunkt i opplæringsloven kapittel 9a og drøft:

- Hvordan vurderer du det fysiske miljøet ved

Med psykososialt miljø mener vi hvordan elevene og personalet på skolen opplever forholdene seg imellom – spesielt i undervisningen. Noen føler seg vel, både alene og sammen med venner og skolekamerater. Andre føler seg utenfor. Vi kan finne årsaker til dette både på og utenfor skolen. Skal vi trives og kjenne oss vel, har vi behov for gode venner og for å føle tilhørighet til en gruppe.

- Et godt psykososialt miljø virker stimulerende og utviklende.
- Et negativt psykososialt miljø virker hemmende og kan være negativt for helsa.

Skoleelever kan ikke i samme grad som voksne velge miljøet sitt. Samfunnet er interessert i at elevene gjennomfører en utdanning. Da er det også samfunnets ansvar å gjøre sitt beste for å hindre at skoletida oppleves negativt.

Opplæringsloven krever at skolen aktivt og systematisk fremmer et godt psykososialt miljø der den enkelte elev kan oppleve trygghet og sosial tilhørighet.

Mobbing og diskriminering

Et godt psykososialt miljø betyr også at ingen skal utsettes for mobbing og diskriminering. Elever som opplever å bli utsatt for mobbing, vold, rasisme eller ulike former for diskriminering, skal kunne stole på at skolen tar problemene deres på alvor. Skolen skal, eventuelt i samarbeid med andre myndigheter, sørge for å stanse slik atferd.

Kunnskapsdepartementets definisjon av mobbing og en veileder for arbeidet mot mobbing, diskriminering o.l. kan du lese mer om her.

Kunnskapsdepartementets [Veileder til opplæringsloven kapittel 9a](#).

Systematisk miljøarbeid og internkontroll på skolen

Et godt skolemiljø avhenger av bevisste holdninger og et målrettet og systematisk arbeid. Loven pålegger skolen å arbeide aktivt og målrettet for å oppfylle kravene til skolemiljøet.

[\(Opplæringsloven § 9a–4\)](#)

Skolen har plikt til å føre internkontroll med skolemiljøet etter [forskrift om miljørettet helsevern i barnehager og skoler § 5](#), og dessuten etter arbeidsmiljøloven, brannvernlovgivningen og annen helse-, miljø- og sikkerhetslovgivning (HMS-lovgivning).

Internkontroll innebærer å omsette kravene i lov og forskrift til konkrete mål for skolemiljøet, å kartlegge utfordringene og planlegge og iverksette tiltak for å nå målene. Arbeidet må omfatte hele skolemiljøet – fysisk og psykososialt, innendørs og utendørs. Virksomheten (skolen) må dokumentere at dette arbeidet er satt i gang, og at det blir fulgt opp.

skolen?

- Hva er bra?
- Hva kan forbedres?



Alle elever skal oppleve et positivt og inkluderende skolemiljø, med trygghet og sosial tilhørighet

Fotograf: [Scanpix](#)

Gruppeoppgave

Psykososialt miljø

Drøft og gi eksempler på hva som kan gjøres for å skape et positivt psykososialt miljø på skolen.

Gruppeoppgave

Internkontroll

Ta utgangspunkt i skolen dere går på.

- Hva vet dere om skolens systematiske miljøarbeid?
- Gi eksempler på mulige forbedringer.

Les mer i

[Kunnskaps-departementets veileding](#).

Internkontroll omfatter alt fra renhold til det skolen gjør for å forebygge, oppdage og håndtere mobbing.

Jobben - et sted å være

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Jobben - et sted å være \(92074\)](#)



Refleksjon og bevisstgjøring om hva som er et godt arbeidsmiljø (vekt på psykososiale faktorer), og hvordan vi kan skape trivsel på arbeidsplassen

Det gode arbeidsmiljøet

For mange står trivsel på jobben høyt på ønskelista. Både familie, helse og økonomi er mindre viktig enn jobbtilfredshet for å skape et godt liv. Det viser en europeisk undersøkelse blant arbeidstakere.

[www.forskning.no - kjedelig jobb dreper livsgleden](#)



Det er viktig å trives på jobben!

Fotograf: [Daniel Sannum Lauten](#)

Det er godt dokumentert at det totale arbeidsmiljøet har mye å si for motivasjon, helse, sykefravær, trivsel og produksjon. Et godt arbeidsmiljø må derfor ha god balanse mellom medarbeidernes personlige behov og virksomhetens (bedriftens) ønsker og behov.

Den første arbeidervernloven i moderne tid kom i 1892. Siden har vi fått store revisjoner med 20–30 års mellomrom, i takt med velstandsutviklingen. Åtte timers normalarbeidsdag ble lovfestet i 1919.

Arbeidsmiljøloven (AML)

Arbeidsgiveren skal sørge for at bestemmelserne i arbeidsmiljøloven blir overholdt. Arbeidsmiljøloven har til formål

- å sikre et arbeidsmiljø som gir grunnlag for en helsefremmende og meningsfylt arbeidssituasjon, som gir full trygghet mot fysiske og psykiske skadenvirkninger, og med en velferdsmessig standard som til enhver tid er i samsvar med den teknologiske og sosiale utviklingen i samfunnet
- å sikre trygge ansettelsesforhold og likebehandling i arbeidslivet
- å legge til rette for tilpasninger i arbeidsforholdet knyttet til den enkelte arbeidstakers forutsetninger og livssituasjon
- å gi grunnlag for at arbeidsgiver og arbeidstakere i virksomhetene selv kan ivareta og utvikle sitt arbeidsmiljø i samarbeid med arbeidslivets parter og med nødvendig veiledning og kontroll

Gruppeoppgave

Det gode arbeidsmiljøet

Drøft og gi eksempler på hva dere legger i et godt arbeidsmiljø, og hva som kan gjøres for å få det til.

Du kan lese mer om utviklingen av arbeidslovgivningen i [Store Norske Leksikon](#).



Arbeidsmiljøloven

Opphavsmann: [Cappelen Damm Akademisk](#)

Gruppeoppgave

Psykososialt arbeidsmiljø

- Drøft hva vi mener med et godt psyko-sosialt arbeidsmiljø.
- Hvilke fellestrekker har dette med det som kreves for å skape trivsel på jobben?

- fra offentlig myndighet
- å bidra til et inkluderende arbeidsliv

Skoleungdommer setter pris på å få tilbakemelding fra lærerne på sine prestasjoner. Slik er det også i arbeidslivet. Arbeidstakerne ønsker tilbakemelding – ros og ris – fra lederen på hvordan de gjør jobben sin.

Psykososialt arbeidsmiljø

Norge har vært et foregangsland når det gjelder psykososialt arbeidsmiljø, ikke minst takket være psykologen Einar Thorsrud. Han ledet et samarbeidsprosjekt mellom Landsorganisasjonen i Norge (LO) og Norsk Arbeidsgiverforening (NAF, nå NHO) i 1960-årene. Dette forskningsarbeidet ligger til grunn for deler av arbeidsmiljøloven.

Arbeidsmiljøloven setter disse kravene til det psykososiale arbeidsmiljøet:

1. Arbeidet skal legges til rette slik at arbeidstakers integritet og verdighet ivaretas.
2. Arbeidet skal søkes utformet slik at det gir mulighet for kontakt og kommunikasjon med andre arbeidstakere i virksomheten.
3. Arbeidstaker skal ikke utsettes for trakkassering eller annen utilbørlig opptreden.
4. Arbeidstaker skal så langt det er mulig beskyttes mot vold, trusler og uheldige belastninger som følge av kontakt med andre.

Når arbeidet er tilrettelagt etter disse kravene, skal det være mulig å oppnå et meningsfylt arbeid.

Les mer i arbeidsmiljøloven [§ 4-3](#) og [§ 4-4](#).



Alle ønsker tilbakemelding
– ros og ris – på hvordan
de gjør jobben sin
Fotograf: [Jan Ovind](#)

*integritet –
ukrenkelighet*

HMS-arbeid og internkontroll

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS
[HMS-arbeid og internkontroll \(92086\)](#)



Arbeidsmiljøloven og forskrifter krever systematisk arbeid for å sikre arbeidstakernes helse, miljø og sikkerhet. En vanlig samlebetegnelse for dette området er HMS – helse, miljø og sikkerhet.

Systematisk HMS-arbeid

Helse, miljø og sikkerhet (HMS) står sentralt i å skape et godt arbeidsmiljø.

Systematisk HMS-arbeid innebærer at arbeidsgiveren skal fastsette mål for helse, miljø og sikkerhet, kartlegge farer og problemer og sørge for systematisk arbeid med forebygging og oppfølging av sykefravær.

Kravene til systematisk helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid finner vi i [arbeidsmiljøloven § 3-1](#)



For kjøring med truck gjelder egne sikkerhetsforskrifter

Fotograf: [Helge Sunde](#)

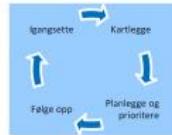
Gruppeoppgave

HMS-arbeid

Ta utgangspunkt i skolen din eller en annen arbeidsplass du kjenner til.

- Gi eksempler på og drøft hva som blir gjort for at «det utføres systematisk helse-, miljø- og sikkerhets-arbeid på alle plan i virksomheten».
- Kom med ideer til forbedringer av HMS-arbeidet.

Les mer om [internkontrollforskriften](#).



Internkontroll – faser i

forbedringsarbeidet

Opphavsmann: [Kjell](#)

[Rosland](#)

Eksempel

Ta for dere

belysningen i

klasserommet:

Er den god nok?

Er den

forskriftsmessig?

Følg fasene i

forbedringsarbeidet og
fordel arbeidet mellom

dere.

«For å sikre at hensynet til arbeidstakers helse, miljø og sikkerhet blir ivaretatt, skal arbeidsgiver sørge for at det utføres systematisk helse-miljø- og sikkerhetsarbeid på alle plan i virksomheten. Dette skal gjøres i samarbeid med arbeidstakerne og deres tillitsvalgte.»



Helse, miljø og sikkerhet henger sammen og påvirker hverandre

Opphavsmann: [Kjell Rosland](#)

Internkontroll

Formålet med internkontroll er få i gang forbedringsarbeid i virksomheten (bedriften) når det gjelder arbeidsmiljø og sikkerhet, forebygging av helseskade eller miljøskader fra produkter eller forbrukertjenester, vern av det ytre miljøet mot forurensning og bedre behandling av avfall.

Arbeidet kan for eksempel følge disse fasene (se også figuren):

Igangsette

- ta initiativ til arbeidet
- informere og motivere
- sette mål og beskrive ansvar og myndighet
- organisere og planlegge innføringen

Kartlegge

- skaffe oversikt over aktuelle lover og forskrifter
- kartlegge eksisterende rutiner for helse, miljø og sikkerhet

- systematisere og oppbevare dokumenter
- kartlegge problemområder

Planlegge og prioritere

- planlegge og prioritere tiltak
- lage handlingsplan for gjennomføring

Følge opp

- gjennomføre tiltak
- rette opp feil og mangler
- gjøre forbedringsarbeidet til en naturlig del av den daglige driften
- foreta jevnlig gjennomgang

Arbeidstilsynet

Hvordan skal vi komme i gang med helse-, miljø- og sikkerhetsarbeidet? Og hvordan kan vi kontrollere at lover og forskrifter på HMS-området blir fulgt?

Arbeidstilsynet skal informere og veilede om forskriftenes krav og prinsippene for det systematiske helse-, miljø- og sikkerhetsarbeidet. På Arbeidstilsynets hjemmeside finnes det oversikt over brosjyrer, skjemaer, regelverk og annet nyttig informasjonsmateriell.

<http://www.arbeidstilsynet.no>

Stress

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS
[Stress \(92093\)](#)



Stress kan gi store helseproblemer. Her får du en innføring i hva vi mener med stress, i årsaker og virkninger. Hva kan vi gjøre for å redusere helseproblemene og andre uheldige virkninger av stress?

Hva er stress?

«Å, jeg er så stressa!» Hvor mange av oss har ikke hørt dette nødropet fra venner og kjente? Tilstanden oppstår når vi blir utsatt for påkjenninger som vi har problemer med å håndtere. Uttrykket brukes gjerne om påkjenninger som sliter på oss.

Men hva er egentlig stress? Biologisk sett dreier stress seg om hvordan kroppen reagerer på belastninger. På en måte er stress kroppens forsvar når vi føler oss truet eller blir utsatt for store belastninger. Stress brukes både om årsakene til og virkningene av press og påkjenninger.

Vi har alle en grense for hva vi tåler av ytre press og påkjenninger før vi opplever situasjonen som stressende. Dersom stresset vedvarer, kommer vi inn i en vond sirkel – stressfølelsen øker mer og mer, og stressreaksjonen blir sterkere og sterkere. Det kan gi ubehagelige fysiske og psykiske symptomer, for eksempel uro og angst, spenningshodepine, muskelspenninger i nakke og skuldrer.

Å, jeg er så stressa ...

De fleste av oss vil før eller seinere møte påkjenninger som gir stress. På skolen er det krav til prestasjoner – som å gjøre det bra til eksamen og få gode karakterer. I en skolestil skrev ei jente:



A photograph of a woman with long brown hair, wearing a blue sweater and a patterned scarf. She has her hands on her head, with fingers in her hair, a common gesture of distress or exhaustion. The photo is framed by a light grey border.

Stress kan gi hodepine og andre helseplager

Fotograf: [Berit Roald](#)

Oppgave

Hva er stress?

Drøft og gi eksempler på hva vi mener med stress.

Oppgave

Er jeg stressa?

Ta utgangspunkt i utdraget av skolestilen i teksten.

Gi eksempler og drøft

- hvordan du opplever forventninger fra hjem og skole
- årsaker til og virkninger av prestasjonsstress
- hva som kan gjøres for å redusere stress i skolen

Gruppeoppgave

Stress på arbeidsplassen

Drøft og gi eksempler på årsaker til og virkninger av stress på arbeidsplassen eller på skolen.

Tenk over

Alle mennesker trenger stimuli, men for lite eller for mye fører til et uakseptabelt stressnivå. Ytre stimuli kan virke som en inspirasjon til handling og produktivitet. Men som det heter i ordspråket: *For lite og for mye fordverer alt.*



Arbeidstilsynet

Opphavsmann:

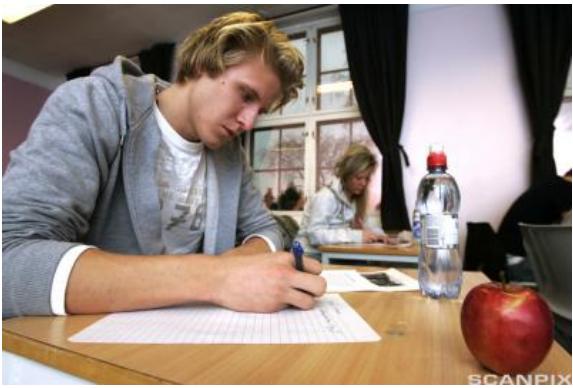
[Arbeidstilsynet](#)

Arbeidstilsynet har solid informasjon om [**stress på arbeidsplassen**](#).

«*Jeg møter forventninger overalt.* Dette er et utsagn vi møter oftere og oftere blant ungdom. Ungdom møter forventninger på de fleste områder, og med forventninger følger press. Områdene ungdom møter forventninger på, kan være på fritida, blant venner, blant familie, på skolen og i forhold til framtida. Dette kan få alvorlige konsekvenser.

[...] Skolehverdagen kan bidra til å skape forventningspress. Det hender lærere ikke er oppmerksomme på at elevene har andre arenaer også der de skal oppfylle forventninger. Konkurranse blant skoler om å ha de beste resultatene kan forplante seg til elevene. De får mye lekser og klarer ikke å gjøre det så bra som de ønsker. Det gir heller ikke tid til refleksjon, bare produksjon.»

Dette kalles *prestasjonsstress*. Det rammer hardest dem som føler at alt står og faller med resultater og prestasjoner.



Eksamens kan være en typisk stress-situasjon

Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)

Stress på arbeidsplassen

Høyt stressnivå er en vanlig årsak til nedsatt produksjon. For mye stress gjør oss mindre effektive. Ifølge Arbeidstilsynet opplever hver tredje norske arbeidstaker stress knyttet til arbeidet.

Å ha det travelt i et hektisk arbeidsmiljø kan oppleves positivt for mange. Men presset kan bli større enn vi kan håndtere. I noen serviceyrker er det vanlig med kjas og mas fra kundene. Det kan for eksempel være tilfellet for resepsjonister, salgsmedarbeidere, reiselivsmedarbeidere og yrkessjåfører.



For noen kan mangel på utfordringer oppleves som en påkjønning og føre til negativt stress

Fotograf: [Berit Roald](#)

Å redusere stress på arbeidsplassen

Redusert stress gir større effektivitet og mindre sykefravær, og dermed økt arbeidsglede og bedre helse.

Psykologer hevder at *sosial støtte* demper reaksjonene på stress. Det er vanlig å skille mellom fire former for sosial støtte:

1. **Følelsesmessig støtte** – vise interesse, omsorg og oppmerksomhet
2. **Oppgavestøtte** – veilede og hjelpe til med å løse problemer og oppgaver
3. **Informasjonsstøtte** – informere om og forklare hva som skjer ved omorganisering, nedbemannning og i krisesituasjoner
4. **Praktisk støtte** – gi penger, råd og hjelp i hverdaglige situasjoner (Kilde: Kaufman og Kaufman, 2003)

Et godt arbeidsmiljø og gode kollegaer kan ta initiativ til å forebygge og dempe stress.

For en arbeidsleder er det en viktig oppgave å skape et arbeidsmiljø som tar vare på helse, miljø og sikkerhet. Hvis det dreier seg om psykiske eller psykososiale forhold i arbeidsmiljøet, kan vi prøve å bedre samarbeidet.

Mobbing og trakassering

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Mobbing og trakassering \(92123\)](#)



Mobbing, trakassering og diskriminering som er knyttet til arbeidsplass og skole, kan gi store helseproblemer. Her får du en innføring i hva vi mener med begrepene. Hva kan gjøres for å hindre slik krenkende atferd?

Hva er mobbing?

Mobbing blir brukt om situasjoner der en person over lengre tid blir utsatt for negativ behandling fra andre personer i nærmiljøet, og der den som blir rammet, har vanskelig med å forsvere seg mot handlingene.

Uenighet og konflikter mellom personer kan være mobbing, eller de kan utvikle seg til det. Ofte begynner mobbing i det små og utvikler seg litt etter litt.

Undersøkelser viser at mobbing kan pågå i flere år uten at noen gjør noe med det. Utsiktene for mobbeofferet er ikke gode dersom ingen griper inn i tide for å stanse trakasseringen.

Mange mobbeofre er blitt spurt om hvilken hjelp de fikk da de henvendte seg til kollegaer, ledere eller tillitsvalgte. De fleste av dem opplevde at det var liten hjelp å få. Noen framhever spesielt at ingenting ble gjort fra ledelsens side.

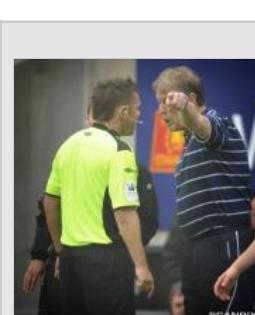


En som blir utsatt for mobbing, skal kunne stole på at skolen eller arbeidsplassen tar problemet på alvor

Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)

I *Arbeidsmiljøloven* brukes ikke begrepet mobbing direkte, men det dekkes av begrepet *trakassering*.

Krenkende atferd



Uenighet og konflikter kan utvikle seg til mobbing

Fotograf: [Bjørn S. Delebekk](#)

Gruppeoppgave

Drøft:

- Hva legger dere i begrepet mobbing?
- Kjenner dere til at det skjer / har skjedd mobbing på skolen?
- *Hvis ja:* Hva har du og andre på skolen gjort for å stanse mobbingen?
- *Hvis nei:* Hva har skolen gjort for å hindre mobbing? Hva er forskjellen på erting og mobbing?

Arbeidsmiljøloven §

4-3:

«Arbeidstaker skal ikke utsettes for trakassering eller annen utilbørlig oppførsel.»

Bestemmelsen i arbeidsmiljøloven handler om mer enn mobbing. Mobbing, vold, rasisme og diskriminering er bare eksempler på «krenkjande ord eller handlingar». Loven gjelder også andre former for krenkende ord eller handlinger, for eksempel negative, enkeltstående utsagn om utseende, klær, tro, dialekt osv.

- **Mobbing:** En person blir mobbet når han eller hun gjentatte ganger og over tid blir utsatt for negative handlinger fra en eller flere personer.
- **Diskriminering** innebærer at en person blir dårligere behandlet eller trakassert, for eksempel på grunn av kjønn, funksjonshemming, trosbekjennelse, hudfarge, nasjonal eller etnisk opprinnelse. Diskrimineringen kan være både direkte og indirekte.
- **Rasisme** omfatter diskriminering på grunn av «rase», hudfarge eller nasjonalt eller etnisk opphav.

Personer som opplever å bli utsatt for mobbing, vold, rasisme eller ulike former for diskriminering, skal kunne stole på at skolen eller arbeidsplassen tar problemene deres på alvor. Både skolen og arbeidsgiveren skal, eventuelt i samarbeid med andre myndigheter, iverksette nødvendige tiltak for å stanse slik mobbing og diskriminering.

Gruppeoppgave

Ta utgangspunkt i definisjonene av mobbing, diskriminering og rasisme.

- Gi eksempler fra nærmiljøet ditt på krenkende atferd.
- Drøft og gi eksempler på hvordan vi kan/bør reagere på slik atferd.

Les mer i Kunnskapsdepartementets
[Veileder til opplæringsloven kapittel 9a](#).

Opplæringsloven § 9a–3 andre ledd:

«Dersom nokon som er tilsett ved skolen, får kunnskap eller mistanke om at ein elev blir utsett for krenkjande ord eller handlingar som mobbing, diskriminering, vold eller rasisme, skal vedkommande snarast undersøkje saka og varsle skoleleiinga, og dersom det er nødvendig og mogleg, sjølv gripe direkte inn.»

Sikkerhet på arbeidsplassen

Forfatter: Kjell Rosland, Amendor AS, NKI Forlaget
[Sikkerhet på arbeidsplassen \(92128\)](#)



Arbeidsmiljøloven legger vekt på at arbeidsplassen skal være trygg mot farer som kan skade liv og helse. For å skape en sikker arbeidsplass må vi finne ut hva som kan gå galt. Vi må vurdere hva vi kan gjøre for å hindre det, og redusere skadene dersom ulykken skulle være ute.

Hva mener vi med sikkerhet?

Med sikkerhet på arbeidsplassen tenker vi på at vi skal være trygge mot farer som kan være skadelige for liv og helse.

I de fleste serviceyrker er det fare for psykiske påkjenninger. I hotell- og restaurantbransjen kan en risikere dårlig inneklima og støy. Yrkessjåører kan bli utsatt for både psykiske farer, ulykker og andre påkjenninger. Helt fri for risiko kan arbeidsplassen aldri bli.

Hva sier arbeidsmiljøloven om sikkerhet?

Lover og forskrifter krever at vi begrenser farene og de verste konsekvensene.

I arbeidsmiljøloven (aml) finner vi bestemmelser om at arbeidstakerne ikke skal utsettes for uheldige fysiske eller psykiske belastninger, blant annet i § 4-1 (2), § 4-4 (1) og § 10-2 (1).

Risiko og farekilder

Med risiko mener vi muligheten for at noe uønsket skal skje, og hvilke følger det kan få. Det er mange farekilder på en arbeidsplass: støy, kjemikalier, maskiner, arbeid i høyden, tunge løft, stress osv. Risikoen er ikke begrenset til fysiske forhold.



Glatte veier kan være en stor påkjenning for yrkessjåører

Fotograf: [Lars Erik Skrefsrød](#)

Arbeidsmiljøloven:

- [aml. § 4-1 \(2\)](#)
- [aml. § 4-4 \(1\)](#)
- [aml. § 10-2 \(1\)](#)



Arbeidstilsynet

Opphavsmann:

[Arbeidstilsynet](#)

[Arbeidstilsynet – risikovurdering](#)

[aml. § 3-1](#)

[Internkontrollforskriften §5](#)

Oppgave *Verneombud på skolen*

Finn ut hvem som

- er verneombud på skolen
- sitter i arbeidsmiljøutvalget

Med unntak av yrkessjåfører er det ikke spesielt stor fare for alvorlige ulykker i serviceyrkene. Derimot kan det forekomme stress, samarbeidsproblemer og belastningslidelser.



Belastningslidelser er vanlig i mange serviceyrker

Fotograf: [Scapix](#)

Muskel- og skeletplager sammen med psykososiale forhold som stress og konflikter er ofte årsak til skader og sykdom.

Med risiko mener vi sannsynligheten for og konsekvensene av at noe uønsket skal hende eller utvikle seg, ifølge **Arbeidstilsynet**.

En mer omfattende definisjon finnes i Norsk Standard, NS 5814:

Risiko er uttrykk for den fare uønskede hendelser representerer for mennesker, miljø eller materielle verdier. Risikoen uttrykkes ved sannsynligheten for og konsekvensene av de uønskede hendelsene. (Kilde: Norsk Standard, NS 5814)

Risikoanalyse

Arbeidsmiljøloven og **internkontrollforskriften § 5** krever at alle virksomheter skal kartlegge risikoen på arbeidsplassen for å finne ut hva som kan forårsake skader eller sykdom. Kartleggingen gjør det mulig å vurdere om vi har gjort nok for å forebygge skader og ulykker. Arbeidsgiveren har ansvaret for å gjennomføre kartleggingen.

Omfanget av en *risikovurdering* varierer med størrelsen på arbeidsplassen og hva slags arbeid som blir utført. I mange virksomheter er det få og relativt enkle farer å forholde seg til, og vi trenger ikke være eksperter på sikkerhetsspørsmål for å håndtere dem.

Inviter verneombudet til klassen for å fortelle om hva verneombudet og arbeidsmiljøutvalget gjør.

Risikoanalyse
Dette programmet hjelper oss responsivt til å få dette til å løpe med riktig teknologi. Det er et godt alternativ til å bruke papir og penne.
I tillegg skal du selv vurdere konsekvensene og konsekvensene for de ulike miljøstasjonene. På grunnlag av denne informasjonen kan du bestemme hvilke tiltak som er nødvendige for å unngå ulykker.

Klikk på bildet for å starte «Risikoanalysen».

Opphavsmann: [Amendor AS](#)

Tre enkle spørsmål utgjør kjernen i risikovurderingen:

1. Hva kan gå galt?
2. Hva kan vi gjøre for å hindre dette?
3. Hva kan vi gjøre for å redusere konsekvensene dersom noe går galt?

Når kartleggingen har vist hva som bør forbedres, er neste skritt at lederen, arbeidstakerne og deres representanter i samarbeid planlegger og prioriterer tiltak. Verneombud og arbeidsmiljøutvalg skal brukes der slike finnes.

En enkel risikoanalyse

En enkel risikovurdering kan gjøres i fire trinn:

Trinn 1: Finn farekildene

Trinn 2: Hva kan skje, og hvor sannsynlig er det (konsekvenser)?

Trinn 3: Hva kan vi gjøre for å hindre det?

Trinn 4: Tiltak og videre arbeid

Oppgaver

Personvern og sosiale medier

Forfatter: Kjell Rosland

[Personvern og sosiale medier \(134537\)](#)



Personvern handler om retten til å ha sitt eget privatliv i fred, et grunnleggende prinsipp i en demokratisk rettsstat. Kjenner du reglene for bruk av sosiale medier godt nok?

Gruppeoppgave

Gi eksempler på og drøft:

- a. Hva legger du ut av tekst, foto, videosnutter osv. på Facebook, YouTube, Snapchat, Instagram og liknende steder?
- b. Hva tenker du om reglene for bruk av Facebook og andre sosiale medier?

Kontroll og overvåking på skolen

Forfatter: Kjell Rosland

[Kontroll og overvåking på skolen \(134542\)](#)



Norge preges av en «systematisk mangel på sikring av personvernet», ifølge en rapport fra «The Privacy and Human Rights Report». Stemmer det, tror dere? I oppgaven skal dere drøfte eventuell kontroll og overvåking på skolen.

Gruppeoppgave

- a. Les gjennom artikkelen fra Aftenposten - www.aftenposten.no - **Slakter personvernet i Norge** - og gjengi hovedpunktene.
- b. Gi eksempler på og drøft kontroll og overvåking på skolen.
- c. Hva mener dere kan aksepteres av kontroll og overvåking på skolen? Prøv å bli enige om et svar

Overvåking på arbeidsplassen

Forfatter: Kjell Rosland

[Overvåking på arbeidsplassen \(134545\)](#)



Oppgaven setter søkelyset på kontroll og overvåking på arbeidsplassen, hvilke konsekvenser det kan få, og hvilke lover og regler som gjelder.

Oppgave

- a. Ta utgangspunkt i Datatilsynets sjekkliste for kameraovervåking i fagteksten [Personvern på arbeidsplassen](#). Drøft situasjonen på en arbeidsplass dere kjenner til, eller på skolen.
- b. Hvor langt skal en arbeidsgiver kunne gå i å kontrollere ansatte?

Sjekk her for mer informasjon

- Lovbestemmelsene om kameraovervåking, se [Personopplysningsloven](#), kapittel 7.
- Spesielle bestemmelser om kameraovervåking, se [Personopplysningsforskriften](#), kapittel 8.

Oppgaven drøftes i grupper og/eller i klassen.

Læringsmiljøet på skolen vår

Forfatter: Kjell Rosland

[Læringsmiljøet på skolen vår \(134555\)](#)



Ifølge opplæringsloven har alle elever rett til et godt og inkluderende læringsmiljø. Her ønsker vi at elevene skal reflektere over skolen som arbeids- og læringsmiljø, og hva vi mener med et godt læringsmiljø. Hvordan står det til på skolen din?

Gruppeoppgave

Ta utgangspunkt i hvert punkt i de fem forholdene for et godt læringsmiljø, se fagstoffet her: [Skolen – et sted å lære](#)

Drøft:

- a. Hvordan er situasjonen på skolen din eller i klassen din? Hva vil du styrke? Hva vil du ha mindre av?
- b. Hvilke tre–fem punkter ville dere tatt med i et forslag til forbedringsprogram på skolen?

Elevenes arbeidsmiljølov

Forfatter: Kjell Rosland

[Elevenes arbeidsmiljølov \(134561\)](#)



Alle elever i videregående skole har rett til et godt fysisk og psykososialt miljø som fremmer helse, trivsel og læring. I denne oppgaven skal du se din egen skole i forhold til kravene i opplæringsloven, og bli bevisst på hva som kan gjøres for å bedre skolemiljøet.

Gruppeoppgaver

Oppgave 1 Skolemiljøet

Drøft og gi eksempler på hvordan elevene er engasjert i planlegging og gjennomføring av et systematisk arbeid for helse, miljø og trygghet ved skolen din.

Oppgave 2 Skolens fysiske miljø

Ta utgangspunkt i opplæringsloven kapittel 9a og drøft:

Hvordan vurderer du det fysiske miljøet ved skolen?

Hva er bra? Hva kan forbedres?

Elevenes egen arbeidsmiljølov: [Opplæringsloven](#), kapittel 9a.

Oppgave 3 Psykososialt miljø

Drøft og gi eksempler på hva som kan gjøres for å skape et positivt psykososialt miljø på skolen.

Oppgave 4 Internkontroll

Hva vet dere om skolens systematiske miljøarbeid?

Gi eksempler på mulige forbedringer.

Arbeidsmiljø på jobben

Forfatter: Kjell Rosland

[Arbeidsmiljø på jobben \(134564\)](#)



Refleksjon og bevisstgjøring om hva som er et godt arbeidsmiljø (vekt på psykososiale faktorer), og hvordan vi kan skape trivsel på arbeidsplassen er tema for denne oppgaven.

Gruppeoppgaver

Oppgave 1 Det gode arbeidsmiljøet

Drøft og gi eksempler på hva dere legger i et godt arbeidsmiljø, og hva som kan gjøres for å få det til.

Oppgave 2 Psykososialt arbeidsmiljø

Drøft hva vi mener med et godt psykososialt arbeidsmiljø. Hvilke fellestrekker har dette med det som kreves for å skape trivsel på jobben?

HMS-arbeid og internkontroll

Forfatter: Kjell Rosland

[HMS-arbeid og internkontroll \(134566\)](#)



Helse, miljø og sikkerhet (HMS) står sentralt i å skape et godt arbeidsmiljø. Systematisk HMS-arbeid innebærer at arbeidsgiveren skal fastsette mål for helse, miljø og sikkerhet, kartlegge farer og problemer og sørge for systematisk arbeid med forebygging og oppfølging av sykefravær. Hvordan står det til på din skole?

Gruppeoppgave

Oppgave 1 HMS-arbeid

Ta utgangspunkt i skolen din eller en annen arbeidsplass du kjenner til.

Gi eksempler på og drøft hva som blir gjort for at «det utføres systematisk helse-, miljø- og sikkerhets-arbeid på alle plan i virksomheten». Kom med ideer til forbedringer av HMS-arbeidet.

Oppgave 2 Internkontroll

Ta for dere belysningen i klasserommet:

Er den god nok? Er den forskriftsmessig? Følg fasene i forbedringsarbeidet og fordel arbeidet mellom dere.

Informasjon om fasene i forbedringsarbeidet finner dere her under overskriften "Internkontroll": [HMS-arbeid og internkontroll](#)

Stress

Forfatter: Kjell Rosland

[Stress \(134568\)](#)



Stress kan gi store helseproblemer. Hva kan vi gjøre for å redusere helseproblemene og andre uheldige virkninger av stress? Oppgavene tar for seg ulike sider ved stress og skal gjøre deg mer bevisst på hvordan du kan unngå stress i skolehverdagen din.

Gruppeoppgaver

Oppgave 1 Hva er stress?

Drøft og gi eksempler på hva vi mener med stress.

Oppgave 2 Er jeg stressa?

Les gjennom utdraget av skolestilen:

«*Jeg møter forventninger overalt.* Dette er et utsagn vi møter oftere og oftere blant ungdom. Ungdom møter forventninger på de fleste områder, og med forventninger følger press. Områdene ungdom møter forventninger på, kan være på fritida, blant venner, blant familie, på skolen og i forhold til framtida. Dette kan få alvorlige konsekvenser.

[...] Skolehverdagen kan bidra til å skape forventningspress. Det hender lærere ikke er oppmerksomme på at elevene har andre arenaer også der de skal oppfylle forventninger. Konkurranse blant skoler om å ha de beste resultatene kan forplante seg til elevene. De får mye lekser og klarer ikke å gjøre det så bra som de ønsker. Det gir heller ikke tid til refleksjon, bare produksjon.»

Gi eksempler og drøft

- hvordan du opplever forventninger fra hjem og skole
- årsaker til og virkninger av prestasjonsstress
- hva som kan gjøres for å redusere stress i skolen

Oppgave 3 Stress på arbeidsplassen

Drøft og gi eksempler på årsaker til og virkninger av stress på arbeidsplassen eller på skolen.

Mobbing og trakassering

Forfatter: Kjell Rosland

[Mobbing og trakassering \(134570\)](#)



Mobbing, trakassering og diskriminering som er knyttet til arbeidsplass og skole, kan gi store helseproblemer. Hva kan gjøres for å hindre slik krenkende atferd?

Gruppeoppgaver

Oppgave 1 Mobbing

- a. Hva legger dere i begrepet mobbing?
- b. Kjenner dere til at det skjer / har skjedd mobbing på skolen eller i sosiale medier?
- c. Hvis ja: Hva har du og andre på skolen gjort for å stanse mobbingen?
- d. Hvis nei: Hva har skolen gjort for å hindre mobbing?
- e. Hva er forskjellen på erting og mobbing?

Oppgave 2 Diskriminering og rasisme

Ta utgangspunkt i definisjonene av diskriminering og rasisme.

- a. Gi eksempler fra nærmiljøet ditt på krenkende atferd.
- b. Drøft og gi eksempler på hvordan vi kan/bør reagere på slik atferd.

Verneombud

Forfatter: Kjell Rosland

[Verneombud \(134572\)](#)



Arbeidsmiljøloven legger vekt på at arbeidsplassen skal være trygg mot farer som kan skade liv og helse. For å skape en sikker arbeidsplass må vi finne ut hva som kan gå galt. Vi må vurdere hva vi kan gjøre for å hindre det, og redusere skadene dersom ulykken skulle være ute. Verneombud har en viktig rolle i denne sammenhengen.

Verneombud på skolen

- a. Finn ut hvem som er verneombud på skolen
- b. Finn ut hvem sitter i arbeidsmiljøutvalget
- c. Inviter verneombudet til klassen for å fortelle om hva verneombudet og arbeidsmiljøutvalget gjør.

Kommunikasjon og service

Service

Hva er service?

Forfatter: Steinar Madsen
[Hva er service? \(71425\)](#)



Med service mener vi den totalopplevelsen en kunde har i samhandel med en serviceproduserende virksomhet. Opplevelsen består av mange små og store elementer – noen som personlige relasjoner, andre som materielle ting. Mangfoldet i elementene krever ofte samarbeid mellom forskjellige fagområder. Noen ganger skjer samarbeidet internt i bedriften, andre ganger mellom flere bedrifter.

Fagområdene våre er typiske servicefag. Når du om to år blir ansatt som lærling, er jobben din å produsere service. Det vil si at du skaper gode opplevelser for kunder og brukere.

- I salgsfaget yter du service til kunder på handletur.
- I resepsjonsfaget og reiselivsfaget yter du service når du samtaler med gjesten på hotellet og guider turister på et feriested.
- I kontor- og administrasjonsfaget yter du service når du informerer og hjelper kunder med å fylle ut skjemaer på offentlige kontor.
- I vekterfaget yter du service når du hjelper kunder på et kjøpesenter eller overvåker hus når huseierne er på ferie.
- I IKT-servicefaget yter du service når du gir brukerstøtte til privatpersoner og bedrifter om IKT-problemer de har.
- I yrkessjäførfaget yter du service når du frakter gods eller personer fra ett sted til et annet.
- I logistikkfaget yter du service når du sørger for god flyt og orden på et lager.

Alle lærerfagene du møter på dette utdanningsprogrammet, legger stor vekt på å kunne yte god service.



Bregruppe
Fotograf: [Kai Jensen](#)

Hvert av eksemplene ovenfor innholder mange små og store elementer som sammen gir en helhetlig totalopplevelse for kunden.

Det sier seg selv at service varierer fra bransje til bransje og fra situasjon til situasjon. Noen ganger består servicen kun av kompetansen og personligheten din, andre ganger består den også av materielle elementer.

Service er noe alle møter – ofte flere ganger om dagen. Og vi møter service både som privatpersoner og som bedrifter. Privatpersonen mottar for eksempel service når han eller hun handler klær i butikken. Klesbutikken mottar service når den kjøper inn varer fra klesprodusenten. Og klesprodusenten mottar service når den kjøper råstoff som den skal bruke til å produsere klær.

En brefører må ta hensyn til ulike forutsetninger og behov hos kundene sine.

Kanskje har du flere eksempler på servicesituasjoner som stiller store krav til individuell tilpasning?

Videofilm - Hva er god service?

Forfatter: Hanne-Lisbet Løite

[Hva er god service? \(140683\)](#)



I denne videoen følger vi en ung kvinne på reise. Her vises konkrete og relevante eksempler på god service ved alle aktuelle kontaktpunkter mellom servicemedarbeideren og kunden fra hun bestiller reisen til hun ankommer destinasjonen.



Hva er god service? / video

<http://ndla.no/nb/node/134713>

Service er et produkt

Forfatter: Steinar Madsen
[Service er et produkt \(71427\)](#)



Motivasjonen for å drive en bedrift kan være forskjellig, men felles for alle er et ønske om å drive med lønnsomhet. Det betyr at noen må være villige til å betale for det vi tilbyr.

Du som arbeider i servicenæringen, kan ikke se på arbeidet ditt som «gratis». Du er en profesjonell medarbeider som produserer service mot betaling. Det er derfor mer hensiktsmessig å bruke begrepet *tjenester*. Wikipedia gjengir følgende definisjon:

«I økonomiske og markedsmessige betegnelser er en tjeneste den ikke-fysiske ytelsen som tilsvarer en vare.»

Med bakgrunn i dette kan vi forklare service gjennom begrepet *produkt*, og produktet er den løsningen som bedriften tilbyr for å tilfredsstille forbrukernes behov. En vanlig definisjon på begrepet *produkt* er «alt som tilbys et marked, og som dekker behov og tillegges en verdi, slik at det skjer et bytte mellom den som tilbyr, og den som etterspør».

Definisjonen er svært generell og kan brukes om både varer og tjenester. En vare er en konkret ting, mens en tjeneste eller en service er en handling eller en opplevelse.

Erkjennelsen av at service er et produkt, bidrar til å øke servicemedarbeidernes profesjonalitet når de utøver yrket sitt.

Et produkt må altså oppfylle følgende vilkår:

- Produktet må bli tilbudt i et marked.
- Produktet må dekke ett eller flere behov i markedet (hos forbrukerne).
- Markedet (forbrukerne) må tillegge produktet en verdi. Det vil si at kundene er villige til å betale for det som er tilbudt. Den vanligste betalingen er penger.

Post er et av de eldste offentlige servicetilbudene. I mange år hadde Posten Norge monopol på tjenestene sine, men i dag er det en rekke aktører i dette markedet. Posten Norge er den eneste som har plikt til å betjene hele landet.



Postbud

Fotograf: [Bjørn S. Delebekk](#)

Postbud Liv Unni Berg hjemme hos Therese Johaug i Dalsbygda.

Service er en opplevelse

Forfatter: Steinar Madsen

[Service er en opplevelse \(71429\)](#)



For kunden er totalopplevelsen sentral. Den kan bestå av ulike situasjoner og møter med ulike mennesker. Uansett hvor i denne rekken av hendelser du møter kunden, blir du en aktør i den totale serviceopplevelsen.

Når man er servicemedarbeider, kan man produsere hele totalopplevelsen eller ett enkelt element i totalopplevelsen. Eksempler på førstnevnte er verditransport og persontransport. Da transporterer du som servicemedarbeider noe fra et sted til et annet, og når turen er over, er serviceproduksjonen fullført.

Men i de fleste tilfeller vil du som servicemedarbeider bare produsere en del av totalopplevelsen. Det skjer for eksempel når en kontormedarbeider hjelper en huseier med å fylle ut en søknad om å endre fasaden på huset. Når søknaden blir behandlet, kommer andre elementer i betrakting, herunder blant annet ventetid, informasjon og forståelse av huseierens behov.

Et annet eksempel er når en salgsmedarbeider hjelper en kunde i butikken. Der opplever kunden andre elementer som vareplassering, musikk, åpningstider, farger og interiør, sortiment, betalingsform – og ikke minst om butikken fører de varene som kunden trenger. Til sammen gir dette en totalopplevelse for kunden.

Oftest må flere bedrifter samarbeide for å lage gode opplevelser for kunden. For eksempel forutsetter en ferietur til Kreta transport, overnatting, bespisning og spennende attraksjoner for at den skal gi en totalopplevelse. Ingen bedrifter tilbyr alle elementene alene.

I reiselivsbransjen kalles denne totalopplevelsen «det helhetlige reiselivsproduktet». Når både mat, reise, opphold, opplevelse og distribusjon inngår, betyr det at en rekke ulike mennesker er med på å skape kundens totale opplevelse.



Hvilken del av det helhetlige reiselivsproduktet ser vi her?

Fotograf: [Anders Knudsen](#)

Service er personlig og konkret

Forfatter: Steinar Madsen

[Service er personlig og konkret \(71431\)](#)



Tenk deg at du og vennene dine besøker et spisested, det betyr lite om det er en gourmetrestaurant eller en hamburgerkjede. Dere gleder dere til en serviceopplevelse med hyggelige servitører, god stemning og sjenerøse porsjoner med god mat. Dette forteller oss at service ofte er en god mik av personlige og konkrete opplevelser.

De konkrete elementene kommer til syne på to måter: I noen tilfeller bruker kunden elementene mens servicen blir produsert, og i andre tilfeller tar kunden med seg konkrete elementer hjem.

Eksempler på førstnevnte er musikken i butikken, setet i bussen, sengen på hotellet og venterommet på bussholdeplassen. Typiske eksempler på elementer kunden tar med seg hjem, er varer han eller hun kjøper i butikken. Det kan også være bussruter etter en busstur, eller det kan være kart, bilder og brosjyrer fra en guide som orienterer om reiselivsfaget.

Vær oppmerksom på at den konkrete varen ikke er produsert av butikken. Butikkens produksjon er å kjøpe inn riktige varer og formidle dem til kundene sine.

Mange tjenester blir også bare produsert ved at personer er i samhandling med hverandre. Som guide i reiselivsfaget tar du turister med til forskjellige steder og orienterer dem om historiske og tekniske begivenheter. I den produksjonen bruker du din egen personlighet og kompetanse for å skape gode opplevelser for turistene. Personlige forhold oppstår også mellom deltakere som opplever en service sammen. Tenk deg turister som reiser på et busscruise gjennom Europa i to uker. Det sier seg selv at samspillet mellom deltakerne er viktig for kvaliteten på opplevelsen.

Service er forskjellig i forskjellige yrkesgrupper og i forskjellige situasjoner. Hver enkelt serviceproduserende virksomhet må derfor bestemme hvilke elementer de vil skal inngå i deres service.

Den norske lutefisken står på sjetteplass på nettstedet cracked.com sin liste over verdens mest spesielle matretter. På plassen bak ligger for øvrig den sardinskeosten Casu Marzu, som spises med en levende koloni av småmark ...

Her serverer Karoline Rydning lutefisk på Stortorvet Gjæstgiveri.



Lutefisk på Gjæstgiveriet

Fotograf: [Sara Johannessen](#)

Hva skaper den totale serviceopplevelsen i en lutefiskmiddag?

Oppgaven til en servicemedarbeider er å lage gode opplevelser for alle kundene. Det skjer ved at han eller hun tilpasser elementene etter det den enkelte kunden ønsker og har behov for. For å lykkes med det må servicemedarbeideren ha oversikt over ulike variasjonsmuligheter og hvordan de kan justeres. Gjennom slik kunnskap og forståelse for kundens behov ligger alt til rette for å gi kunden gode totalopplevelser. Speditøren vil da kunne velge transportmiddel etter godsets størrelse, tyngde, verdi og holdbarhet. Og salgsmedarbeideren i motebutikken vil kunne foreslå størrelse, farge, merke og pris ut fra kundens behov og motiver.

Kunder opplever også elementer som servicemedarbeideren ikke kan kontrollere eller påvirke. Det skyldes først og fremst forhold utenfor selve serviceproduksjonen. Eksempler på slike årsaker er plutselig regnvær som ødelegger fine ferieopphold på stranden, ulykker på veien som skaper køer og forsinkelser for godstransporten, og strømstans som reduserer effektiviteten på hoteller og butikker.

En annen viktig årsak er kundene som bruker servicen. Det kan være enkeltkunder og samspill mellom kunder. Eksempler på dette er at en ufin og vemmelig deltaker på en guidetur ødelegger for alle, eller at det oppstår krangling og uvennskap mellom kunder som bruker en service sammen, for eksempel på en busstur.

Enkeltkunders situasjon er også avgjørende for servicekvaliteten. En turist kan for eksempel bli liggende syk på hotellet hele ferieturen. Andre unnlater å si fra når de opplever dårlig service, og da får ikke servicemedarbeideren mulighet til å bedre kvaliteten. Det finnes også kunder som er triste og leie seg. De greier kanskje ikke å glede seg over positive opplevelser uansett hvor gode de er.

Eksemplene viser forhold som er utenfor både bedriftens og servicemedarbeiderens kontroll, men som likevel forringer kvaliteten på kundenes opplevelser. Servicemedarbeideren som er sammen med kundene, må derfor takle negative hendelser til beste for kundene sine. Et godt hjelpemiddel her er en gjennomtenkt serviceproduksjon.

Er det smakene,
måten maten er
anrettet på,
stemningen i de
gamle lokalene, den
dyktige servitøren,
vennene vi spiser
sammen med, den
gryende
julestemningen?

Helt riktig! Det er alt
dette satt sammen.

Service er en tjeneste

Forfatter: Steinar Madsen

[Service er en tjeneste \(71436\)](#)



Service er noe annet enn konkrete varer, og forskjellene fører blant annet til at produksjonen og markedsføringen for de to typene produkter blir ulik. Som lærling vil du hovedsakelig jobbe med ulike tjenester, og du kommer da til å arbeide på andre måter enn om du skulle produsere konkrete varer.

Service er en handling, en aktivitet eller en prosess. Det er ingen konkret ting vi leverer til kunden, men abstrakte forhold som vedlikehold, kunnskap, hjelp, informasjon og sikker transport. I de fleste tilfeller skjer dette ved at servicemedarbeideren gjør noe sammen med kunden eller legger til rette slik at kunden kan gjøre det selv.

Den ikke-materielle egenskapen har flere konsekvenser. Nedenfor tar vi for oss noen eksempler der vi som servicemedarbeidere må produsere annerledes enn et personale som produserer konkrete varer.

Service kan ikke lagres

Man kan ikke lagre en busstur eller omvisning av en guide – kunden må bruke opplevelsen når den blir gjennomført. Når begivenheten er over, er tjenesten brukt. Neste gang en busstur eller omvisning starter, er det en ny tjeneste. Sigurd V. Troye sier det slik:

«En tjeneste er noe selvstendig og enestående hver gang den produseres.»

(Troye, 1990, Markedsføring: styring av kvalitet)

For den serviceproduserende bedriften betyr det nye variable kostnader. Det er derfor viktig at bedriften streber etter å få full oppslutning når den arrangerer en opplevelse.

Har du tenkt over at du aldri kan ta igjen en undervisningstime som du ikke møter til – du mister den for alltid!

Service kan ikke demonstreres før bruk

Den 20. juli 1977
spilte det britiske
punkbandet Sex
Pistols på Pingvin
Club i Oslo. Dette ble
norgeshistoriens mest
legendariske
rockekonsert. Flere
tusen mennesker har
skrytt av at de var til
stede. Ifølge
punkhistoriker Trygve
Mathisen snakker kun
214 av dem sant.



Sex Pistols i Oslo

Fotograf: [Henrik Laurvik](#)

I vår sammenheng er
denne konserten et
eksempel på hvordan
en kunst- eller
serviceopplevelse er
og blir helt unik.

Og her er en film med
lyd og bilder fra den
store begivenheten:

[Sex Pistols i Oslo](#)

Du kan prøve klær, du kan prøvesmake mat, og du kan prøveligge en seng. En kunde vet derfor hva han får når han kjøper en konkret vare. Ved serviceproduksjon kommer ikke servicekvaliteten fram før servicen brukes. Det stiller store krav til servicemedarbeideren. Hun eller han må forstå kundens behov, ønsker og forventninger når servicen leveres. Da behovet er forskjellig fra kunde til kunde, må personalet også justere servicen og tilpasse seg etter den enkelte kundes situasjon. For å lykkes i serviceproduksjonen må medarbeideren ha høy fleksibilitet, handlekraft og ikke minst evnen til å forstå kundens behov og forutsetninger.

Service blir ofte produsert og forbrukt samtidig

Når du guider og orienterer en gruppe turister om historiske begivenheter, er det to ting som skjer parallelt: Du som guide produserer et reiselivsprodukt, og samtidig lærer turistene om begivenhetene ved å lytte til guidens fortellinger – de forbruker.

Det innebærer at en serviceproduserende bedrift ikke kan bytte eller reparere en service som allerede er utført. For at servicemedarbeideren skal sikre høy servicekvalitet, må han eller hun justere servicen underveis i prosessen. Det kan man gjøre ved å stille spørsmål og tolke kroppsspråk for å kartlegge kundens tilfredshet – og endre servicen i tråd med kundens behov.

Service kan ikke transporteres

Dette kjennetegnet gjelder spesielt der samhandling er det vesentligste elementet. Du kan for eksempel ikke produsere en omvisningstur i Jotunheimen og sende den til turister i Oslo. Og du kan heller ikke ha en salgssamtale i Alta og transportere den til Gjøvik. Om man benytter seg av videokonferanser, Skype eller andre digitale hjelpemedier, kan serviceproduksjonen skje over lange avstander. Det forutsettes likevel at kunden og servicemedarbeideren befinner seg på bestemte plasser.

Service skapes i samspill

Forfatter: Steinar Madsen

[Service skapes i samspill \(71437\)](#)



Service kjennetegnes kanskje aller mest av at den involverer flere mennesker både i og utenfor vår egen bedrift. Ingen situasjoner er like, heller ingen kunder.

I butikken

Tenk deg at du arbeider som salgsmedarbeider i en telebutikk. En eldre mann kommer inn i butikken og ser seg rådvill rundt, og du tar kontakt og spør om han trenger hjelp. Dere snakker sammen, og han forteller at han er på utkikk etter en gave til barnebarnet sitt. Han sier også litt om hvilke interesser barnebarnet har, og hvor gammelt barnet er. Samtalen danner grunnlag for at du kan vise fram og demonstrere ulike produkter for kunden og deretter hjelpe han å velge den beste gaven.

Eksempelet viser at kunden deltar aktivt i serviceproduksjonen ved å forklare hvilke behov han har. Ut fra det kan salgsmedarbeideren finne fram til den beste løsningen for kunden. Selv om kunden deltar aktivt, er det likevel servicemedarbeideren som må ta initiativet, stille de riktige spørsmålene, lytte og forstå svarene. Denne typen kundedeltakelse gjelder for nesten all serviceproduksjon.

Å dele på jobben

En annen type kundedeltakelse er at en kunde og den serviceyrende bedriften utfører en jobb sammen, som for eksempel en grossist som kjøper godstransport av et transportselskap. Da må lagerfunksjonen hos grossisten samordnes med transportselskapets kjøreruter, slik at de sammen kan gi effektive leveranser til grossistens kunder.

Et annet eksempel er et lite hotell som kjøper frokosten til gjestene sine hos en restaurant i nabologet. På den måten kan hotellet tilby overnatting med frokost.

Kunden i sentrum

Hva er egentlig samspill?



Nils Arne Eggen gjorde Rosenborg til Norges beste fotballag. Han brukte uttrykket «å spæll kvarinner god».

Fotograf: [Fredrik Solstad](#)

Om du selv har spilt fotball eller håndball, har du kanskje erfart at det ikke alltid er det laget som har de beste enkeltpillerne, som vinner?



Den som skal lede turistaktiviteter, må også ta hensyn til samspillet mellom kundene.

Fotograf: [Zuma Press](#)

Det er store variasjoner mellom forskjellige tjenester. Felles for dem alle er at kunden definerer sitt behov, og at servicemedarbeideren finner fram til løsningen som tilfredsstiller dette behovet.

Vesentlige deler av serviceproduksjonen skjer ved samspill mellom mennesker. Det kan være både mellom kunden og servicemedarbeideren og kunder imellom. Det innebærer at servicemedarbeiderens jobb er både å yte direkte service og å legge forholdene til rette slik at relasjoner mellom kunder kan gi gode opplevelser for alle.

Les mer om samspill i bedriften Nordvest Havfiske

Samspill med kunden

Lederen i Nordvest Havfiske har erfaring som fisker. Han har etablert en reiselivsbedrift der han tar turister med på havfiske. Han driver også pensjonat, båt- og hytteutleie. Fiskerens jobb består først og fremst i å bringe turistene til steder hvor storfisken står. I tillegg hjelper han enkeltkunder når de er ute på sjøen, for eksempel med å sette på sluknen, dra inn fisk eller sløye fisk. I denne direkte samhandlingen må fiskeren være forståelsesfull, tålmodig og hyggelig. Da skaper han trygghet, og kunden lærer ut fra sine forutsetninger og blir meget fornøyd med fisketuren.

Samspill mellom kunder

En annen del av jobben er å skape et godt miljø mellom turistene. Turistene skal tilbringe en hel dag – kanskje flere dager sammen. Om turen skal gi gode totalopplevelser, må de hjelpe hverandre, fortelle gode historier, være i godt humør og trives i hverandres selskap. Servicemedarbeideren tar seg av denne delen ved blant annet å organisere samlinger av folk med samme interesser, lage koselige samlingssteder og bidra til å sette i gang aktiviteter og samtaler. Han må også kunne løse konflikter ved eventuelle uoverensstemmelser mellom flere deltakere.

Samspill med kollegaer

Service er et sammensatt produkt. For å kunne tilby et helhetlig produkt må man utføre flere oppgaver. Om man for eksempel vil lage gode hotellopplevelser, trenger man blant annet å håndtere resepsjonsarbeid, bestillingsarbeid, rengjøring, matlaging, servering og vedlikehold av tekniske elementer som gjesten bruker. Alle oppgavene må samordnes til beste for gjesten, og det krever at de ansatte samarbeider godt.

Samspill med andre bedrifter

Ofte må Nordvest Havfiske samarbeide med andre bedrifter. Noen turistgrupper ønsker en lokal busstur eller vandretur med guide. Bussgruppene skal kanskje ha lunsj på en lokal restaurant. Tenk deg at sjåføren er blid og skaper god stemning på bussen, mens personalet på restauranten har en dårlig dag. Til sammen gir omvisningen, bussturen og måltidet en helhetlig opplevelse, og den dårlige kvaliteten på det ene elementet må kompenseres med meget god kvalitet på de andre elementene for at kunden skal bli fornøyd. En blid bussjåfør og en engasjert omviser kan veie opp for opplevelsen av et dårlig restaurantbesøk. Det hevdes at vi trenger ti gode egenskaper for å erstatte én dårlig.

Hovedleveranse

Forfatter: Steinar Madsen
[Hovedleveranse \(71438\)](#)



Hovedleveransen er den viktigste delen i totalopplevelsen. Ofte er hovedleveransen grunnen til at man ønsker å bruke den aktuelle servicen, eller det man trenger for å tilfredsstille et bestemt behov. Denne delen av totalopplevelsen må derfor være av ypperste kvalitet.

Hovedleveransen bør være en vesentlig del av bedriftens markedsommunikasjon.

Forskjellige forbrukere kan ha forskjellige hovedgrunner for å bruke en totalservice. Mange reiser for eksempel på ferietur til Syden for å oppleve flotte badestrender og varmende sol. Andre reiser dit for å oppleve lave priser på mat og drikke eller for å bli kjent med andre kulturer. Hvorfor bruker folk restauranttjenester? Er det for matens skyld, eller for musikken som spilles? Eller er det kanskje for å oppleve en romantisk stund med kjæresten? På grunn av dette må serviceytende virksomheter definere markedene parallelt med bestemmelse om hva som er hovedleveranse.

Noen eksempler på hovedleveranser:

- Et reiseselskap produserer omvisningstur i Oslo. Her vil informasjonen om Oslo være det viktigste elementet for de fleste turistene.
- En nordmøring skal på et todagers kurs i Oslo og trenger et sted å sove. Hotellets hovedleveranse blir derfor overnatting.
- Resepsjonisten ved hotellet ønsker nordmøringen velkommen. Den viktigste oppgaven i denne delproduksjonen er å gi gjesten riktig nøkkel til riktig værelse.
- En salgsmedarbeider i en motebutikk betjener en motebevisst kunde. Det sentrale for kunden er at butikken kjøper inn og formidler varer som samsvarer med hans eller hennes behov.
- Du oppsøker kontoret på skolen din for å få ID-kort. Det viktigste for deg er at kontormedarbeideren gir deg et dokument som forteller hvem du er, og at du er elev ved skolen.
- Sikkerhetsmedarbeideren transporterer penger fra butikk til bank. Det viktigste for kunden er at pengene kommer trygt til banken.
- En ansatt i en bedrift har fått virus PC-en sin og oppsøker IKT-avdelingen for hjelp. Den viktigste delen av opplevelsen med IKT-servicemedarbeideren er at PC-en repareres, slik at den kan brukes.
- En kunde skal reise med buss fra Kristiansund til Trondheim. Det viktigste for passasjeren er at han eller hun kommer fram til Trondheim.
- Logistikkmedarbeideren får i oppdrag å planlegge lagerstyring for en kunde. For kunden vil det viktigste være å få et dokument som forteller hvordan lagerstyringen skal gjennomføres.

Hovedleveranser

Deltakerne får formidlet god informasjon i en guidet omvisning:



Geiranger

Fotograf: [Knut Fjeldstad](#)

Hotellgjesten får riktige nøkler til et klargjort rom:



Gaustad Hotell

Fotograf: [Arne S. Gjone](#)

Kunden i motebutikken finner klær som samsvarer med behovet hun har:



Motebutikk

Fotograf: [Berit Keilen](#)

Vekteren sørger for en trygg verditransport:



Securitas

Fotograf: [Per Løchen](#)

Logistikkarbeideren har full kontroll på lagring og transport:



Vaksinelager

Fotograf: [Trond Solberg](#)

Tilleggsleveranser

Forfatter: Steinar Madsen

[Tilleggsleveranser \(71439\)](#)



Tilleggsleveranser er tilleggstjenester som kunden opplever før, under og etter at han eller hun har benyttet seg av hovedleveransen.

Tilleggsopplevelsene har to viktige formål. De skal styrke opplevelsen av kvalitet, og de skal bidra til økt tilgjengelighet.

Kvalitet

Det ene formålet er å øke kvaliteten på hovedleveransen. Tilleggsleveranser som øker kvaliteten i for eksempel en resepsjon, er at resepsjonisten ønsker gjesten velkommen på en hyggelig og blid måte, at resepsjonen har smakfullt interiør, og at ventetiden er kort.

Dersom kunden opplever slike tilleggsopplevelser som gode, vil servicekvaliteten øke. I motsatt fall vil servicekvaliteten bli dårligere.

Tilgjengelighet

Det andre formålet er at hovedleveransen blir gjort tilgjengelig for kunden. Det vil si at kunden får mulighet til å bruke servicen eller tjenesten fullt ut. Typiske elementer her er informasjon og opplæring. Informasjonen i resepsjonen kan for eksempel være at resepsjonisten forteller hvor rommet ligger, viser veien til heisen eller svarer på andre spørsmål som gjesten har.

Vi øker kvaliteten på hovedleveransen når vi gir kunden positive opplevelser som overgår han eller hennes forventninger.

Et slikt eksempel er når resepsjonisten husker navnet på stamgjesten. Kanskje har han også plukket ut et rom som han vet gjesten liker spesielt godt.



Resepsjonen til Hotell Bondeheimen

Fotograf: [Guri Sollien](#)

[Eriksrud](#)

Vi øker tilgjengeligheten på hovedleveransen når vi veileder kunden slik at hun får enda større utbytte av den tjenesten hun har betalt for.

Opplæring kan skje ved at resepsjonisten orienterer om hvordan gjesten skal bruke nøkkelkortet. Dersom det er selvbetjente automater i resepsjonen, må kanskje resepsjonisten veilede kunden i hvordan de skal brukes. Man kan gi informasjon og opplæring ved å kommunisere direkte eller vise til instruerende brosjyrer og bruksanvisninger.

Hver enkelt servicebedrift beskriver selv det produktet de vil tilby kundene. Hvilke elementer man legger inn, avhenger av hvilke kunder som skal bruke produktet, og den prisen kundene skal betale.

Et slikt eksempel er når SAS sine ansatte står ved de selvbetjente innsjekkautomatene og veileder usikre kunder.



SAS innsjekkautomat

Fotograf: [Berit Roald](#)

Troyes fire elementer

Forfatter: Steinar Madsen

[Troyes fire elementer \(71452\)](#)



Sigurd V. Troye har utviklet en metode som viser sammenhengen mellom produksjonsfaktorer og produktementene i et sammensatt produkt. Produksjonsfaktorene er det eller de som skaper produktet. Produktementene er det kunden eller brukeren møter, og som gir spesielle opplevelser.

Det er viktig at en serviceytende virksomhet kartlegger alle de elementene som spiller inn i kundens totalopplevelse. Det gir grunnlag for å undersøke hvilke elementer av opplevelsen kunden oppfatter som gode/dårlige, og hvilke elementer han eller hun oppfatter som nødvendige/unødvendige. Slike undersøkelser gir grunnlag for riktige endringer som bedrer kundenes totalopplevelse. Ifølge Troye er dette produktementene:



Markedsføring: Styring av kvalitet / bibliotek
<http://ndla.no/nb/node/72178>

Produktement			
Samhandlings-elementer	Bakomliggende elementer		
Kundeavhengige elementer	Strukturelle elementer		

Troyes modell over produktement.

Samhandlingselementer



Concierge Grand Hotel
Oslo hjelper til med å bestille alt fra restaurantbord til billetter og privatfly.
Fotograf: [Olav Olsen](#)

Samhandlingselementer
Eksklusive hoteller har en *concierge*. «Vi kan skaffe det meste, det umulige tar bare litt lengre tid» er et vanlig motto for yrkesgruppa. Servicen ytes i direkte kontakt med kunden.

Bakomliggende elementer
Å komme til et rent og ryddig hotellrom er avgjørende for en god totalopplevelse. Renholderne ikke er i direkte kontakt med kunden.

Dette er elementer som blir produsert gjennom samhandling mellom kunden og personalet. De ansatte som jobber som servicemedarbeidere, går gjerne under betegnelsen «frontpersonalet» fordi deres viktigste oppgave er å betjene kunden. Dette elementet er vanskelig å standardisere, for alle kunder er forskjellige. Forskjellene kan knyttes til forskjellige behov, holdninger, interesser, kunnskaper, alder, sykdom og så videre. Et samhandlingselement må derfor tilpasses hver enkelt kunde for at hun eller han skal bli helt tilfreds. Typiske eksempler på samhandlingselementer på et hotell med en restaurant er resepsjonistens samtale med gjester og servitørenes hjelpsomhet i restauranten.

Bakomliggende elementer

Dette er elementer som kommer kunden til gode, men som blir produsert uten at kunden er tilstede. Kunden har i liten grad mulighet til å påvirke kvaliteten på elementet siden det ikke blir produsert i samspill med kunden, men «bak kulissene». Produksjonsfaktorene her er personalet, utstyr, hjelpemidler og råvarer. Personalet som arbeider med disse serviceelementene, planlegger aktiviteter og vedlikeholder utstyr som kunden bruker, men arbeider i «det skjulte» og har liten eller ingen direkte kontakt med kunden.

Eksempler på bakomliggende elementer er å rengjøre hotellrom, å bestille varer til butikken, å planlegge reiserutene i persontransportene eller å kjøpe inn varer til butikker. Ofte er det vanskelig å endre arbeidsformer og rutiner i slike bakomliggende elementer for å imøtekommne en enkelt kunde. En endring for en enkelt kunde eller bruker kan påvirke en rekke interne rutiner og prosesser som allerede fungerer godt.

Strukturelementer

Dette er elementer som kunden bruker uten at han eller hun må gjøre spesielle aktiviteter eller handlinger. I eksempelet vårt fra hotellet vil sengene, romstørrelsen og utsikten fra rommet være typiske strukturforhold. Strukturelementer i restauranten er for eksempel fargene, bordplasseringen, atmosfæren, musikken, belysningen og restaurantens størrelse og intimitet. Troye sier at strukturelementene ofte er kjernen i det virksomheten tilbyr.

Kundeavhengige elementer



Renholderne yter et bakomliggende serviceelement.

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)

Strukturelementer

En viktig del av den totale serviceopplevelsen er størrelse, møblering, farger og utstyr på hotellrommet.



Strukturelementer i suite på Grand Hotell Oslo som skulle huse Barack Obama da han skulle motta Nobels fredspris.

Fotograf: [Jon-Michael Josefson](#)

Kundeavhengige elementer

Når ulike kunder på rafting i Sjoa skal dele flåte, skaper de i stor grad opplevelsen sammen. Samtidig bruker de selv arrangørens sikkerhetsutstyr og flåte. Begge disse forholdene er kundeavhengige elementer.

I dette elementet bruker også kunden virksomhetens utstyr og hjelpe midler. Forskjellen fra de strukturelle elementene er at kunden her må gjøre noe aktivt for å dra nytte av tilbuddet. Et eksempel på kundeavhengige elementer er at kunden selv stiller vekkerklokka for å få vekking, og at han selv må bruke brus- eller snacksautomaten for å få det han ønsker. Troye plasserer også samhandling mellom flere kunder i dette elementet. Eksempler på det er når man danser eller har koselige samtaler i restauranten.



Rafting i Sjoa

Fotograf: [Morten Holm](#)

Hvem bestemmer kvaliteten

Forfatter: Steinar Madsen

[Hvem bestemmer kvaliteten? \(71454\)](#)



God service vil si at kunder mottar serviceopplevelser av høy kvalitet. Men god kvalitet er ikke en fast og objektiv opplevelse: Alle kunder er forskjellige, og de vil derfor oppfatte en og samme serviceopplevelse på ulike måter. Noen kan synes servicen er god, mens andre synes den samme servicen er dårlig.

Som servicemedarbeider har du en viktig oppgave i å sørge for at hver enkelt kunde får noe han eller hun opplever som god service.

Kvalitet sier noe om hvordan en service er – om den er god eller dårlig. Begrepet *kvalitet* alene er derfor verdiløst om det ikke knyttes til et adjektiv eller adverb som forteller hvordan kvaliteten er. Når vi diskuterer kvalitet, er det et spørsmål som stadig dukker opp: «Hvem er det som skal bestemme kvaliteten?» Vi vil nå vise dette spørsmålet i praksis med to eksempler:

Kiwi og Mega

Dagligvarekjeden Kiwi har åpningstid mellom klokken 07.00 og 23.00, mens Coop Mega har åpningstid fra klokken 09.00 til 21.00. Ut fra objektive verdier kan vi si at kvaliteten på serviceelementet *åpningstid* er høyere på Kiwi enn på Mega, og kvalitetsforskjellen kan faktisk tallfestet med fire timer. For å kartlegge den subjektive kvaliteten må vi finne ut hva åpningstiden betyr for kjedenes kunder. Dersom en kunde uansett ikke handler i butikken før klokken 09.00, vil han eller hun ikke oppfatte åpningstiden klokken 07.00 som bedre kvalitet enn åpningstiden fra klokken 09.00.

Skoletime til å sovne av

Tenk deg at du har en dobbeltime på skolen, og at læreren skriver på tavla og prater hele tiden. Læreren går gjennom mye fagstoff og tenker: «Dette er undervisning av høy kvalitet, for nå gikk jeg gjennom mye av pensum.» Men du som elev tenker: «Dette var kjedelig. Jeg falt av etter de første ti minuttene i den første timen.» Her synes altså eleven at undervisningen har dårlig kvalitet. Hvem er det som har rett – læreren eller eleven?

Kundens behov

Mange lokale banker satser på høy tilgjengelighet. Både lokale filialer og lang åpningstid kan oppleves som høy kvalitet.



Lokale filialer sikrer høy tilgjengelighet

Fotograf: [Cornelius Poppe](#)

Andre banker satser på spesialiserte rådgivere med høy kompetanse. I stedet for å kunne litt om alt har gjerne kunden spesialisttilgang på områder som aksjer, fond, lån eller valuta.



De kundene som handler aksjer, vil gjerne ha en fast aksjemetegler i banken sin

Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)

Andre kunder synes det meste av personlig service er både unødvendig og kostbart. De

I servicenæringen er det viktig å være kundeorientert og sette kunden i sentrum. De tekniske og personlige ressursene du og bedriften tilbyr, skal hjelpe kunden ut fra hans eller hennes behov, ønsker og forutsetninger. Når bedriften klarer å dekke de behovene kunden har, blir kunden fornøyd. I motsatt fall blir kunden misfornøyd. Ut fra dette kan vi si at kvalitetsnivået på serviceproduktet er like høyt som tilfredshetsgraden til kunden. Med andre ord: Det er kunden som bestemmer kvalitetsnivået.

Ingen kunder er like

Alle kunder og brukere er unike, og de har ulike behov og forutsetninger for å bruke en service. Det er derfor naturlig at de vektlegger serviceelementene forskjellig og stiller forskjellige krav til elementene. Kvalitetsoppfatning er derfor ikke noe objektivt som er likt for alle, men noe som varierer med hver enkelt kundes personlige oppfatninger. En kundes kvalitetsoppfatning vil altså alltid være subjektiv.

ønsker å gjøre jobben selv via kort, nettbank og minibankautomater.



Nesten alle bankkunder

buker minibank

Fotograf: [Gorm Kallestad](#)

Forventning og opplevelse

Forfatter: Steinar Madsen

[Forventning og opplevelse \(71455\)](#)



Ingen kunder er like. Forskjellige personer som bruker samme tjeneste på samme tid, kan oppfatte kvalitetsnivået forskjellig. Vi sier derfor at kvaliteten på serviceproduktene er subjektiv, det vil si at det er kundens personlige oppfatning som er det avgjørende.

En av de største utfordringene i serviceyrkene er at ulike kunder opplever samme service ulikt. Vi sier da at kvaliteten på service er subjektiv. Kvaliteten er et resultat av to forhold, kundens forventninger og kundens opplevelser.

Kundens forventninger

Brukerne har forskjellige forventninger til produktet, og slike forventninger blir skapt på mange måter. De vanligste er som følger:

- Kunden har tidligere erfaringer med produktet og forventer å oppleve det samme som forrige gang.
- Kunden har hørt andre snakke om produktet og forventer å oppleve det samme som andre kunder.
- Bedriftens eksterne kommunikasjon, som reklame og brosjyrer, skaper bestemte forestillinger om hva kundene får oppleve.
- Kunden oppfatter prisnivået som en indikator på hvor god kvaliteten er, og forventer høy kvalitet på tjenester som har høy pris.
- Kunden har betalt for en tjeneste og forventer at servicebedriften skal ta hensyn til hans eller hennes personlige behov.

Kundens opplevelser

Når kunden bruker et serviceprodukt, vil han oppleve både personlig service og ulike andre elementer. Det er naturlig at folk legger ulik vekt på ulike deler av serviceopplevelsen. Tenk deg en restaurant: Noen mener at maten er det viktigste, andre mener at musikken er viktigst, mens andre igjen mener at den personlige servicen er det avgjørende. I tillegg har også forskjellige personer forskjellig smak når det gjelder både mat og musikk. Noen vil derfor få svært gode opplevelser, og andre vil få mindre gode, selv om de bruker det samme serviceproduktet. Opplevelser er subjektive, det vet du jo fra deg selv.

Konsekvenser av forventninger

Selv om alle servicebedrifter ønsker å gi kunden en unik serviceopplevelse, er det også typer av service som bør samordnes slik at de blir mest mulig like for alle kunder.

For enkelte typer service må likebehandling og forutsigbarhet være avgjørende. Reklamasjons- og garantibehandling er et slikt område. De fleste bilimportører har egne avdelinger som tar seg av alle reklamasjons- og garantisakene i landet. Slik sikrer de at alle kunder får lik service.

Norsk
Kundebarometer
(NKB) er et
forskningsprosjekt ved
Handelshøyskolen BI.
Se de siste
årsresultatene fra
NKB her:

[Norsk
Kundebarometer
2010](#)

Hvor høyt en
merkevare skårer på
tilfredshet i NKB, er
blant annet avhengig
av de forventningene
kunden hadde før
serviceopplevelsen.

Tenk over hvilke
forventninger kundene
kan ha til disse
merkevarene:



Skoda
Fotograf: [Elisabeth Dalziel](#)

Mange bedrifter etablerer også servicestandarder for de vanligste servicesituasjonene. Slik kan nyansatte lettere bli trygge på bedriftens serviceprinsipper, og kundene kan kjenne seg igjen i de mest typiske servicesituasjonene. Når alle ansatte i en butikkjede hilser kundene sine på akkurat samme måte, er det sansynligvis på bakgrunn av en slik servicestandard.



Mercedes

Fotograf: [Bernd Weisbrod](#)

Kvalitetsformelen

Forfatter: Steinar Madsen

[Kvalitetsformelen \(71456\)](#)



I praksis kan vi si at kvaliteten blir bestemt av forholdet mellom brukerens forventninger og det brukeren faktisk opplever. Slik blir det mulig å lage et uttrykk, eller en formel, for denne sammenhengen.

Hvis opplevelsene er bedre enn forventningene, er den opplevde kvaliteten utmerket. Hvis opplevelsene er lik forventningene, opplever brukeren kvaliteten som bra. Og er opplevelsene dårligere enn forventningene, opplever brukeren kvaliteten som dårlig. Dermed kan vi sette opp følgende formel for kvalitetsnivået:

$$\text{kvalitet} = \frac{\text{opplevelse}}{\text{forventning}}$$

- Når brøken er 1, er kvaliteten bra.
Slik blir det når opplevelse = forventning.
- Når brøken er større enn 1, er kvaliteten utmerket.
- Når brøken mindre enn 1, er kvaliteten dårlig.

Hvordan kan vi bedre servicekvaliteten?

Formelen viser at vi kan bedre kvaliteten på to måter: Vi kan enten redusere kundenes forventninger, eller vi kan bedre kundens opplevelser.

La oss se på noen eksempler på tiltak for å redusere kundens forventninger:

- Bedriften kan justere målene slik at de samsvarer med kundenes forventninger og bedriftens forutsetninger for å oppfylle forventningene.
- Bedriften kan endre budskapet i den eksterne markedsføringen slik at den er realistisk og ikke lover mer enn det servicemedarbeiderne har forutsetninger for å produsere.
- Servicemedarbeiderne kan få mer informasjon om hva budskapet i den eksterne markedsføringen er. Det gir dem grunnlag for å tilpasse sin egen produksjon med det som er lovet.
- Servicemedarbeiderne kan dempe urealistiske forventninger hos kundene. Kunder som får gode forklaringer, aksepterer at ikke alle ønsker kan oppfylles.

Eksempler på tiltak for å bedre kundens opplevelser:

- Bedriften kan gi servicemedarbeiderne god opplæring. Opplæringen bør omfatte fagkunnskap om hvordan de kan variere bruken av serviceelementene, hvordan de skal bruke utstyr og hjelpebidrifter, og servicemedarbeiderne bør få opplæring i kundebehandling, kommunikasjon og andre relevante deler av serviceproduksjonen. Dessuten må servicemedarbeideren få utvikle personlige egenskaper som fleksibilitet, empati, handlekraft og vennlighet. Det gir gode forutsetninger for å yte god service.
- Bedriften og medarbeiderne kan utvide serviceelementene i tråd med kundens endrede forventninger. Samtidig kan man fjerne elementer som har liten betydning for kundene. Slike tiltak bør gjøres parallelt, slik at man unngår at kostnadene øker kraftig.
- Servicemedarbeideren kan optre på en måte som gjør at kunden føler seg verdsatt, velkommen og betydningsfull. Det innebærer at kunden må få ros og anerkjennelse i samspillet med servicemedarbeideren.

Les mer om Norsk
Kundebarometer
(NKB) på denne
lenken:

[Norsk Kundebarometer 2010](#)

La oss se nærmere på
to av de undersøkte
bedriftene.



McDonald's og
Vinmonopolet
Fotograf: [Ingar Storfiell](#)

Vinmonopolet gjorde
det svært godt i NKB
2010. I bedriftens
strategihefte kan vi
lese: «Vi skal overgå
kundens forventninger
innenfor

både service,
varekompetanse og
sortiment. Samtidig
skal vi gi objektive råd
tilpasset
vedkommendes
behov.»

- Bedriften og servicemedarbeiderne bør avtalene de gjør, og være punktlige, ærlige og oppriktige. Det skaper tillit og åpner for at kunden kan føle seg fri og være trygg i samværet med servicemedarbeideren.
- Servicemedarbeideren kan behandle hver kunde som en spesiell kunde. Kundene – som du og jeg – er spesielle og vil bli behandlet deretter. Ikke med likegyldighet og uhøflig atferd, men med engasjement og oppmerksomhet fra servicemedarbeiderens side. Det betyr blant annet man legger til side arbeid som ikke direkte har med kundebehandlinga å gjøre, når kunden dukker opp.
- Bedriften og servicemedarbeideren bør dekke kundens behov. Kunden har betalt for et produkt og tar ofte for gitt at nettopp hans eller hennes behov skal oppfylles. Hver enkelt kunde har sitt behov og regner med at servicemedarbeideren har evnen til å forstå det behovet. Hver kunde forventer å bli møtt med spesiell omtanke, omsorg og interesse for sin spesielle situasjon.

Hvordan kan vi si at Vinomopolet har brukt kvalitetsformelen som grunnlag for strategien sin?

Kjenner du igjen mer fagstoff fra temaet Service som kan ligge til grunn for denne strategien?

McDonald's er en av verdens sterkeste merkevarer. Likevel kan det se ut som kundenes tilfredshet ikke er så høy som bedriften skulle ønske.

Hva tror du kan være årsaken til det, og hva bør kjeden legge vekt på om de vil skåre bedre på NKB for 2011?

Kvalitetssikring

Forfatter: Steinar Madsen

[Kvalitetssikring \(71465\)](#)



Serviceopplevelsene må hele tiden endres slik at kundens forventinger blir oppfylt. Vi sier at tjenesten må kvalitetssikres.

Det kan være vanskelig å produsere god service. Du møter forskjellige kunder med forskjellige behov, og i tillegg er også kundenes behov i stadig forandring. Kvalitetssikring vil si at vi alltid sørger for at alle kundene får service med samme høye kvalitet. Ut fra kvalitetsformelen kan vi få til det på to måter: Vi må enten redusere forventningene, eller vi må bedre opplevelsen. Dette kan vi gjøre både i løpet av produksjonsprosessen og etter at produksjonen og forbruket er over.

Kvalitetssikring underveis

Denne kvalitetssikringen skjer mens serviceproduksjonen er i gang, det vil si når du som servicemedarbeider er i samhandling med kunden.

Her er noen hovedpunkter i kvalitetssikringen:

- Du informerer kunden om de mulighetene som finnes, du gjør forskjellige hjelpemidler eller opplevelser tilgjengelig for kunden, og du lærer kunden å bruke dem.
- Du forklarer eventuelle negative hendelser, du megler i konflikter, og du motiverer brukerne til egenaktivitet.
- Du justerer produktet ut fra de forutsetningene kunden har.

Alt dette krever at du har god kontakt med kunden, slik at du forstår hans eller hennes behov. Samtidig må du ha kunnskap om de variasjonsmulighetene som finnes i bedriftens tilbud. Gjennom individuelt samspill med kunden kan du som servicemedarbeider få det til. Dette samspillet gir også grunnlag for å dempe forventningene hos kunden når de er urealistisk høye.

Kvalitetssikring etter avsluttet serviceproduksjon

Her er produktkvaliteten skapt og produktet brukt. Da er det svært lite vi kan gjøre med den opplevelsen kunden har hatt. Men vi kan gjøre noe gjennom holdning og kontakt. Vi kan for eksempel dempe kundens irritasjon ved å sende en hilsen og beklage den uhedige situasjonen som oppstod. En blomsterhilsen i rett tid kan også være viktig. Vi må også vurdere å gi kunden en eller annen form for kompensasjon.

Tiltak etter serviceproduksjonen kan også ses på som kvalitetssikring av neste serviceproduksjon eller av neste møte med kunden. Det vil si at vi skal lære av de feilene vi har gjort. En måte å lære på er at du og gruppa eller arbeidskollegaene dine går gjennom følgende prosess:

1. Du forteller om eller beskriver en negativ hendelse du har hatt med en kunde, til kollegaene dine.
2. Du og kollegaene diskuterer hva som kan være årsakene til den negative hendelsen. Var det noe med kunden, var det noe galt med det tekniske utstyret som ble brukt, eller var det noe du gjorde? Ikke let etter årsaker for å finne «noen å legge skylda på», men for å unngå at det negative skal skje igjen.

De første som brukte begrepet **kvalitetssikring**, var håndverkere i middelalderen. Helt fram til etter andre verdenskrig var det ledere og egne kontrollører som kontrollerte det ferdige produktet.

50-tallet

Amerikaneren William Edwards Deming utviklet en form for **kvalitetsledelse** der man begynte å konsentrere seg mer om prosessen med å fremstille produktet enn den tradisjonelle kontrollen av det ferdige produktet.

60-tallet

Mange bedrifter tok i bruk **kvalitetssirkler**. Her fikk grupper på 5–10 arbeidere bruke sine kunnskaper og erfaringer til å utvikle så gode prosesser som mulig.

70-tallet

3. Du og kollegaene dine drøfter alternative måter å håndtere en slik situasjon på, i tilfelle noen av dere skulle oppleve noe lignende igjen.
4. Du møter nye kunder og bruker den nye kunnskapen du har skaffet deg gjennom samtaLEN med gruppa.

Denne prosessen gjør både deg og kollegaene dine bedre rustet til å møte nye utfordringer i samspillet med brukerne. Dermed vil kvaliteten bli høyere.

Det er også ditt ansvar å orientere bedriften om kunder som har urealistiske forventninger. Dersom kundene henviser til bedriftens eksterne kommunikasjon, som reklame, må bedriften endre kommunikasjonen slik at den samsvarer med det kundene i praksis har mulighet for å oppleve.

Tjenesteytende bedrifter tok i bruk de samme kvalitetssikringsmetodene som ble brukt i industrien. Mange utviklet **servicemanualer** og **servicerutiner** som ga de ansatte trygghet og kundene forutsigbare produkter.

80-tallet

Mange bedrifter innførte **total kvalitetsledelse** (Total Quality Management – TQM) som la hovedvekten på kontinuerlig forbedringsarbeid på alle nivå.

90-tallet

Kundene ble nå trukket mer inn i bedriftenes styringssystemer. Mange bedrifter tok i bruk **kunderelasjonsledelse** (Customer Relation Management – CRM). CRM inkluderer kunden direkte i utviklings- og forbedringsarbeid.

Serviceforberedelse

Forfatter: Steinar Madsen
[Serviceforberedelse \(71462\)](#)



Produksjon av servicer eller tjenester krever planlegging på flere områder. I denne teksten skal vi se på noen generelle tips til hvordan serviceproduksjon kan planlegges.

Tenk deg følgende to situasjoner: En gruppe turister skal delta på en ukes busstur i Europa. En kunde oppsøker resepsjonen på et hotell og spør etter en bestemt person som bor der. Det sier seg selv at planlegging, produksjonstid og kostnader knyttet til servicen er veldig forskjellige i de to tilfellene.

Det finnes en likevel del felles momenter man alltid bør vurdere når man skal forberede en serviceproduksjon, uansett hvor stor eller liten den er.

- Sett deg inn i behov, motiver og forutsetninger hos kundegruppa. Det danner grunnlaget for hvordan tjenesten skal gjennomføres til beste for kunden. Husk å justere og tilpasse tjenesten til hver enkelt kunde underveis i serviceproduksjonen.
- Allier deg med aktuelle samarbeidspartnere. I enkelte fag er det nødvendig å samarbeide med andre fordi en person eller bedrift ikke kan produsere helhetlige tjenester alene. I reiselivsbransjen samarbeider bedrifter innen transport, overnatting, bespisning og aktiviteter.
- Gjør avtaler med kunden. I mange tilfeller er kunden aktivt med i produksjonsprosessen. Vekteren og butikkeieren har for eksempel hver sine oppgaver i det «å hindre tyveri i butikken».
- Analyser rammebetingelsene, altså de vilkårene eller forholdene som produksjonen skal skje innenfor. Viktige momenter er: Hvem er kundene vi skal ta oss av, hva slags tekniske hjelpemidler skal vi bruke, hva er det geografiske området som servicen skal produseres i?
- Sett opp alternative planer som du kan bruke i tilfelle den opprinnelige planen skulle slå feil.
- Vær forberedt på at alt kan skje. Kunder kan reagere helt annerledes enn du har tenkt. Også værforhold, som plutselig kan forandre seg, er viktige i reiselivs- og transportfaget. Vær derfor forberedt på å takle uforutsette hendelser.
- Tren på rutiner for hvordan du skal handle i forskjellige situasjoner og med forskjellige personer.



Geiranger

Fotograf: [Knut Fjeldstad](#)

Kanskje er dette første møte med turistgruppa. I ett av arbeidsoppdragene til dette temaet skal du få prøve deg i samme rolle.

Den tyske turoperatøren Weitsprung Reiser har spesialisert seg på kunder med ulike funksjonshemminger. Se filmen om Weitsprung her: [Trip of a Lifetime](#)

Tenk over hvordan sjåfør, guide og andre servicemedarbeidere kan forberede serviceopplevelser for kunder med ulike funksjonshemmninger.

Serviceproduksjon i fire trinn

Forfatter: Steinar Madsen

[Serviceproduksjon i fire trinn \(71460\)](#)



Vi kan se på serviceproduksjon som et sett av hendelser som kommer i en logisk rekkefølge. Hendelsesforløpet kan beskrives som en prosess med fire faser. Nedenfor finner du en forklaring på hva som skjer i hver av de fire fasene, og et eksempel på hvordan du kan anvende dette som brevandrer som skal lede en gruppe turister på en todagers tur.

I alle fasene gjelder det å ha kundens behov, forventninger og opplevelse av produktet i fokus. Servicemedarbeideren må være bevisst sin rolle og betydning i produksjonen, og han eller hun må kunne samarbeide med andre som medvirker.

Fase 1: Skape grunnlaget for en positiv serviceproduksjon

I denne fasen treffer servicemedarbeideren kunden for første gang. Det er i starten på en prosess eller en handling. Målet er å skape et godt forhold til kunden ved å framstå troverdig og skape tillit slik at kunden føler seg trygg. Det er viktig å kunne sette seg inn i kundens situasjon og prøve å forstå kundens forutsetninger, holdninger, interesser og behov. Disse momentene er viktige senere i prosessen når serviceproduksjonen for alvor kommer i gang.



På brevandring

Før selve turen starter, må du sørge for at turistene stoler på deg slik at de føler seg sikre på deg og din kjennskap til fjellet og breen. Det må også skapes en fortrolighet og åpenhet slik at de tør å spørre deg om hjelp og veiledning og kan komme fram med det de lurer på. Det vil være ditt ansvar å skaffe en viss kunnskap om den enkelte og hvordan han eller hun vil takle forholdene.

Fotograf: [Zuma Press](#)

Fase 2: Sette i gang serviceproduksjonen

I denne fasen prøver vi å motivere kundene til aktiv deltagelse ut fra sine forutsetninger og behov, og vi oppmuntrer dem til å stille spørsmål dersom de er usikre. Kunden må også forstå at han selv må yte noe hvis serviceproduktet skal bli en suksess.



Nå starter brevandringen. Tilliten er allerede skapt. Du snakker åpent til gjestene dine, og de er ikke redde for å stille spørsmål. Du forteller at de må være aktive og positive, hjelpe hverandre og være klar over at det kan oppstå uventede situasjoner. Været kan for eksempel slå om, og ulykker kan skje. Det er samtidig ditt ansvar å prøve å løse eventuelle konflikter mellom gjestene og gjøre det du kan for at alle skal trives.

Fotograf: [Lars Erik Skrefsrød](#)

Fase 3: Tilpasse, vedlikeholde og utvikle

Denne fasen er hoveddelen av serviceproduktet. Oppgavene for servicemedarbeideren varierer naturligvis mye etter hvor mange kunder det er å ta seg av, hva slags produkttype det er, og hvor lang tid det er snakk om. En grunnleggende oppgave i alle situasjoner er å ta individuelle hensyn så langt det lar seg gjøre. Her er noen typiske oppgaver i dette arbeidet:

- Servicemedarbeideren må analysere behov for å avklare hva kunden egentlig trenger, og må derfor stille riktige spørsmål og lytte til svarene. En ting er det folk sier, men kroppsspråk gir også mye informasjon. Å forstå kundens behov er grunnleggende når man skal finne fram til det beste serviceproduktet.
- Servicemedarbeideren må ta i bruk bedriftens verktøy for å møte kundenes individuelle behov. Det innebærer å vite hva som i praksis er mulig å få til, og å vurdere hva som er best egnet til å tilfredsstille kundens behov.
- Servicemedarbeideren må hjelpe og veilede kunden slik at han eller hun kan utnytte serviceproduktet fullt ut. Servicemedarbeideren må gi opplevelser, veilede, gjøre hele produktet tilgjengelig for kunden og motivere kunden til å ta initiativ og være aktiv.
- Servicemedarbeideren må takle uforutsette problemer. Det kan være å løse konflikter og opprette klart og bestemt når det skjer noe uventet. Servicemedarbeideren må vise omsorg om noen skulle bli skadet eller ikke ser ut til å trives. En deltaker som holder seg for seg selv, trenger kanskje å bli trukket med i fellesskapet? Dersom for eksempel bussen ikke kommer til hotelllet som avtalt, må ventetiden fylles med aktivitet.



Nå er dere godt i gang med turen. Gjennom direkte kontakt oppdager du eventuelle problemer, og du kan hjelpe til med å finne løsninger på dem. Situasjoner som kan oppstå, er at noen skader seg, andre blir slitne og vil gi opp eller det oppstår uenighet og konflikter i deltakergruppa.

Fotograf: [Simen Storrud](#)

Gode forberedelser gjør arbeidet i denne fasen enklere. Hvis du har det riktige utstyret tilgjengelig, kjenner løypa godt og har tenkt over hva som kan oppstå, er du bedre i stand til å løse problemene. Tydelige rammer og gjensidig trygghet bygd på avklarte forventninger fra det første møtet med gruppa gir deg et godt grunnlag for å yte god service.

Fase 4: Avrunde serviceproduksjonen

De fleste serviceprodukter har en begynnelse og en slutt. Avslutningen er viktig og blir ofte ikke vektlagt nok. Kunden skal stå igjen med inntrykket av at han er hjertelig velkommen tilbake ved en senere anledning. En profesjonell servicemedarbeider sier adjø til kunden og ønsker velkommen tilbake. En gjest som har klaget på noe, skal sitte igjen med følelsen av at det var helt riktig å si ifra.



Når brevandringen er over, avslutter du med noen ord om erfaringene fra turen. Da er det viktig å ha et positivt fokus, også på episoder som kunne være utfordrende underveis. Du sier adjø til hver enkelt, sier takk for de dagene dere hadde sammen, og ønsker velkommen tilbake.

Fotograf: [Kai Jensen](#)

Fornøyde deltakere som har lyst til å komme tilbake, er et godt resultat for en brevandrerguide.

Servicemedarbeideren

Forfatter: Steinar Madsen
[Servicemedarbeideren \(71468\)](#)



Servicemedarbeideren er en viktig person i serviceproduserende virksomheter. Det er hun eller han som møter kundene, finner ut hva kundene trenger, og oppfyller ønsker og behov. I serviceproduksjonen bruker servicemedarbeideren både sin kompetanse og sine personlige egenskaper.

Den viktigste forutsetningen for å få fornøyde kunder er den enkelte ansattes evne og vilje til å yte god service. Fornøyde kunder er et resultat av at servicemedarbeideren kjenner oppgavene sine og de kravene som stilles til en profesjonell service.

Ansvar og oppgaver

Servicemedarbeideren er ofte alene om å representere bedriften i møte med kunden. Kunden kan derfor lett tolke servicemedarbeiderens atferd og holdninger som bedriftens atferd og holdninger. I tillegg til å være bedriftens representant utfører servicemedarbeideren mange forskjellige oppgaver, som

- å delta aktivt i serviceproduksjonen i samhandling med kundene. I denne samhandlingen skal han håndtere konflikter og bidra i forhandlingssituasjoner. Han må sørge for at kunden hele tiden settes i sentrum, og at servicekvaliteten er på topp.
- å delta aktivt i salg av bedriftens produkter. Dette gjelder spesielt i varehandelen, men salgsarbeid er også en vesentlig oppgave i de fleste andre typer bedrifter. Et spesielt forhold ved serviceproduktene er at de ofte selges før produksjonen begynner. Selgeren kan dermed ikke demonstrere produktet og vise det på samme måte som ved salg av konkrete varer.
- å delta aktivt i klagebehandlinger. Med klage tenker vi vanligvis på at en kunde har kjøpt et produkt og er misfornøyd. I serviceproduksjon er det også vanlig at kunder klager mens produksjonen skjer. Dersom servicemedarbeideren er i stand til å lokalisere misfornøyde kunder, kan han gjennom profesjonell klagebehandling snu en negativ holdning til en positiv.

Kompetansekrav

Servicemedarbeideren må bruke både fagkunnskap og personlige egenskaper i samspillet med kunden. En profesjonell fagarbeider må ha:

Kunnskap om bedriftens
problemløsingsevne

Kunnskap om bedriftens
kultur

Kunnskap om bedriftens
profil

Men bedriftens profil påvirkes også av det omdømmet bedriften har ute blant kundene. Dersom bedriften for eksempel får dårlig omtale i media, vil profilen oppleves negativt til tross for fine nettsider og aktiv kundeoppfølging.

Servicemedarbeideren må derfor kjenne til bedriftens profil og legge denne til grunn i kommunikasjon og samspill med kunden.

Kunnskap om bedriftens eksterne



Disney World regnes av
mange som verdens
fremste på å ansette og
utvikle
servicemedarbeidere.

Fotograf: [Gene Duncan](#)

Disney World har et
egent
«serviceuniversitet»
som tar imot studenter
fra hele verden. Også
norske studenter kan
lære service og
serviceledelse her.

Renholderne en av
gruppene som får
mest
serviceopplæring,
siden de ofte er de
første som får
spørsmål fra
gjestene.

Markedsføring oppstår i alle bedrifter, og i servicebedrifter oppstår problemene ofte når kunden ikke er fornøyd. Bedriftens evne til å løse problemer er avhengig av medarbeidernes kompetanse og at bedriften har en organisering som utnytter hva den enkelte kan bidra med. Som servicemedarbeiter må du ha innsikt i den totale problemløsningsevnen i bedriften og de variasjonsmulighetene som finnes.

Bedriftskultur vil si de grunnleggende verdiene og normene som dominerer i virksomheten. Bedriftens kultur gir seg utslag i en bestemt atferd, for eksempel hvordan vi behandler kunder, kollegaer og samarbeidspartnere. Servicemedarbeidere arbeider ofte alene sammen med kunder, men de må oppstre på samme måte som kollegaene sine, slik at kunden får samme gode service fra alle ansatte. Slik unngås forskjellsbehandling som kan skape usikkerhet og forvirring hos kunden.

Bedriftens profil er det bildet en bedrift ønsker å vise av seg selv til omverdenen. Profilen bygges opp av mange og svært ulike elementer, som for eksempel

- logo
- design på nettsiden
- de ansattes arbeidsantrekk
- velkomsthilsen på telefonen
- ordvalg i skriftlig og muntlig kommunikasjon
- kundeoppfølging

Den eksterne markedsføringen omfatter all informasjon som bedriften sprer om seg selv og om sine produkter, for eksempel reklame. Servicemedarbeideren må sette seg inn i det bedriften har lovet og som har skapt forventninger hos kundene, slik at det blir best mulig samsvar mellom kundenes forventninger og det de faktisk opplever.

Markedskunnskap

Med markedskunnskap mener vi generell kunnskap om de kundegruppene bedriften ønsker å nå. Kunnskap om for eksempel interesser, holdninger og væremåte i de ulike kundegruppene vil være nyttig for å gi servicemedarbeideren forståelse for hver enkelt kunde.

Kunnskap om kundebehandling

En profesjonell kundebehandler må ha kunnskap om kommunikasjon med mennesker, og han eller hun må kunne praktisere god kommunikasjon. Dette omfatter å kunne

- stille riktige spørsmål for å kartlegge kundens behov og innrette videre samtaler og gjøremål i tråd med det
- veilede og gi råd
- samarbeide med andre, både kunder og medarbeidere
- vise forståelse og respekt for andres holdninger og for andre kulturer enn ens egen

Det er svært viktig at servicemedarbeideren, som ofte er bedriftens eneste kontakt med kunden, er profesjonell i sin kundebehandling.

Personlige egenskaper

I nesten alle stillingsannonser legges det vekt på personlige egenskaper som er viktige for den jobben som skal utføres. En flygeleder må takle stress, en revisor må være nøyaktig, en art director i et reklamebyrå må være kreativ, og en fyrvokter må trives godt i sitt eget selskap.

Serviceyrker stiller også store krav til personlige egenskaper. Du har kanskje selv en oppfatning om hvilke personlige egenskaper som er viktigst for en servicemedarbeider?

Serviceaktørene

Forfatter: Steinar Madsen, Kyrre Romuld

[Serviceaktørene \(71479\)](#)



Når vi sier at service er samspill, betyr det at det kreves samarbeid og samhandling mellom ulike aktører. De beste totalopplevelsene blir gjerne skapt når flere aktører arbeider tett sammen for å tilfredsstille kundens behov i fellesskap. La oss se litt mer på de ulike gruppene som kan inngå i en serviceproduksjon.

Som servicemedarbeider må du forholde deg til fire sentrale aktører som har forskjellige forventninger:

- kunden
- bedriften
- kollegaene dine
- ansatte i andre bedrifter

Kunden

Den viktigste aktøren er kunden. Alt det du gjør, tjener til å oppfylle kundens forventninger, direkte eller indirekte. Som servicemedarbeider arbeider du ofte alene sammen med kunden, og du må derfor ta selvstendige beslutninger og handle på bedriftens vegne.

Bedriften

Neste aktør er bedriften selv. Som servicemedarbeider er du bedriftens ansikt utad. Du må derfor opptre i pakt med virksomhetens profil og forretningsidé og samtidig være lojal mot bedriftens økonomi. Det kan enkelte ganger skape konflikter. En servicemedarbeider som blir god venn med en av kundene sine, kan for eksempel bli fristet til å yte «ekstraservice» uten å ta den kalkulerte prisen. Eller han kan bli fristet til å bruke tjenesten selv. Denne formen for «snillhet» kan få store virkninger i virksomhetens økonomi. Ettersom servicemedarbeidere opererer mye alene, vil lojalitet og ærlighet være sentrale egenskaper.

Kollegaene dine

Tredje aktør er kollegaene dine. Du må ofte arbeide tett på kollegaer i andre deler av bedriften. Når du arbeider i resepsjonen på et hotell, må du blant annet samarbeide med restaurangen og husøkonomen. Om dette samarbeidet ikke fungerer, gir det seg raskt utslag i dårligere service overfor kunden.

Ansatte i andre bedrifter

I den britiske TV-serien Hotel Babylon blir vi kjent med en rekke av de ulike serviceyrkene som sammen gir gjesten den beste opplevelsen. Se et klipp her: [Hotel Babylon, første episode i første sesong](#)

Om dere synes serien virker spennende, kan dere spørre om skolebiblioteket vil kjøpe den inn.

En fjerde gruppe som du er i samhandling med, er ansatte i andre bedrifter. Det er ofte slik at en bedrift alene ikke kan produsere alle delelementene. Tenk på reiselivsnæringen, der flyselskap, hotell, restauranter og aktivitetsopplegg sammen lager opplevelser for kunden. Samarbeidspartnerne forventer at du skal holde avtaler, at du er åpen og ærlig i forhandlinger, og at samarbeidet skal gi fordeler for begge parter.

Hva har du lært?

Forfatter: Steinar Madsen

[Hva har du lært? \(71233\)](#)



Da gjenstår det bare å sjekke hva du har lært!

1. Hva betyr begrepet *service*?
2. Hvilke serviceytende yrker kan du utdanne deg til i utdanningsprogram for service og samferdsel?
3. Gi eksempler på servicer eller tjenester som ytes i disse yrkene.
4. Hva mener vi med at en service består av mange elementer?
5. Nevn eksempler på personlige elementer og konkrete elementer som inngår i en service.
6. Hva mener vi med begrepet *produkt* når vi snakker om service? Hvorfor er en service et produkt?
7. Nevn eksempler på en service der servicemedarbeideren produserer hele totalopplevelsen.
8. Nevn eksempler på en service der servicemedarbeideren produserer deler av totalopplevelsen.
9. Hva mener vi med at servicemedarbeideren ikke kan kontrollere alle elementene i en totalopplevelse? Nevn eksempler.
10. Bruk ett av eksemplene som du nevnte i oppgave 9 og forklar hvordan du vil takle de elementene du ikke kan kontrollere.
11. Hva mener vi med at en service er et immaterielt produkt? Hvilke konsekvenser har dette for måten vi håndterer produktene på? Nevn eksempler.
12. Hva mener vi med at kunden deltar i produksjonen av en service? Nevn eksempler.
13. Hva mener vi med at en service er personavhengig?
14. Hva mener vi med hovedleveranse? Nevn minst etteksempel på hovedleveranser i de serviceytende fagene i utdanningsprogrammet.
15. Hva mener vi med tilleggsleveranse?
16. Hvilke formål kan en tilleggsleveranse ha?
17. Forklar sammenhengen mellom produksjonsfaktorer og produktementer i Troyes modell.
18. Forklar begrepet *kvalitet*.
19. Hva mener vi med subjektiv kvalitet?
20. Hvordan skapes kundenes forventninger til en serviceopplevelse? Forklar kvalitetsformelen.
21. Hvordan kan servicemedarbeideren bedre servicekvaliteten?
22. Hva mener vi med at servicemedarbeideren er representanten for bedriften?
23. Hvorfor er servicemedarbeideren så viktig i serviceproduksjonen?
24. Hvilke yrkesgrupper må servicemedarbeideren samarbeide med for å produsere gode serviceopplevelser for kunden?

Oppgaver

Togbjørn

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Togbjørn \(72136\)](#)



Torbjørn Berg, vanligvis kalt Togbjørn, er en veteran og fagarbeider på den lokale gods- og passasjerterminalen. Han møter ulike kunder som stiller ulike krav til service.

Sigrid Allmenning

Sigrid er stolt oldemor til Stine og Sigurd. I dag skal hun følge barna tilbake til foreldrene sine etter et trivelig helgebesøk. Sigrid er sliten etter bussturen ned til stasjonen og føler seg «forvillet» i systemet. Hun har mistet oversikten over hvor og når transportmiddelet hennes skal gå, og hun kommer til Togbjørn for å få hjelp. Togbjørn ser at hun er uvel og urolig.

Hva ville du ha gjort om du var i Togbjørns sted?

Michelle Verne

Michelle er fra Frankrike. Hun på ferie i Norge og skal møte en venn, men er usikker på om vennen kommer med buss eller tog. Hun snakker verken norsk eller engelsk. Togbjørn snakker ikke fransk, men skjønner at damen lurer på noe.

Hva ville du ha gjort om du var i Togbjørns sted?

Gruppeoppgave

Lag et rollespill til hver av de to servicesituasjonene. Legg vekt på å vise forskjellene i kundenes behov og måten fagarbeideren må tilpasse seg hver situasjon på.

Leksehjelpen

Forfatter: Kyrre Romuld
[Leksehjelpen \(72242\)](#)



Nina går på service og samferdsel vg1 og har opplæring i entreprenørskap. Hun liker godt å skrive og vil starte en bedrift der hun tilbyr skrivehjelp til andre elever på skolen.

1. Gå til Ungt Entreprenørskap sine hjemmesider. Sett opp en oversikt som viser hva Nina må gjøre for å registrere bedriften sin.
2. Lag et forslag til hva Nina kan kalle bedriften sin.
3. Formuler en forretningsidé for bedriften.
4. Lag en enkel markedsplan for bedriften. Vis hvordan Nina kan definere markedet for tjenestene hun vil tilby, og beskriv produkter som skal leve opp til behovet i markedet.

Det helhetlige reiselivsproduktet

Forfatter: Kyrre Romuld

[Det helhetlige reiselivsproduktet \(72353\)](#)



Innenfor reiselivet er det vanskelig å finne eksempler på at en bedrift leverer en total reiseopplevelse alene. Når vi bruker begrepet *det helhetlige reiselivsproduktet*, viser det nettopp til samspillet mellom ulike leverandører og ulike tjenester.

Du skal lære mer om reiselivsmarkedsføring under temaet Reiseliv. La oss likevel se på hvordan land, byer og mindre steder markedsfører samarbeidet mellom flere aktører.

1. Gå inn på Norges offisielle reiselivsportal [VisitNorway](#).
2. Hvilke serviceelementer er det som utgjør det helhetlige reiselivsproduktet?
3. Vis hvordan de ulike serviceelementene er ivaretatt i menyinndelingen hos VisitNorway.
4. Finn en lokal eller regional reiselivsportal på ditt eget hjemsted. Vis hvordan portalen er bygd opp, og i hvilken grad den tar hensyn til det helhetlige reiselivsproduktet.

Ratatouille

Forfatter: Kyrre Romuld
[Ratatouille \(72246\)](#)

I filmen Ratatouille møter vi blant annet den beryktede matkritikeren Anton Ego. Se klippet der Anton får servert ratatouille:



Ratatouille / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/72246>

1. Vis med eksempler hvordan en anmelder deler restaurantopplevelsen i konkrete og personlige inntrykk. Du finner gode eksempler i VG, Dagbladet og de fleste andre større nettavisene.
2. Lag din egen matanmeldelse der du bruker både konkrete og personlige inntrykk. Ta for eksempel utgangspunkt i et restaurantbesøk, en vennemiddag eller når du spiser lunsjen din på skolen.

Mimelek

Forfatter: Kyrre Romuld
[Mimelek \(72416\)](#)



Flere ganger om dagen møter vi mennesker som yter immateriell (personlig) service. I denne oppgaven skal klassen mime noen slike yrker og serviceroller.

Før øvelsen starter, skriver alle ulike serviceyrker på lapper som samles inn og legges i en boks. En elev, eller lærer, leder øvelsen. Avtal maksimal lengde for hvert forsøk, for eksempel to minutter.

Hver deltaker starter sin mimeøkt med å si «immateriell service!» høyt. Etter det er det bare tillatt med ikke-verbal kommunikasjon. Her er noen eksempler på aktuelle yrker dere kan mime:

- bussjåfør
- dørvakts
- billettør på kino eller ferge
- butikkselger i motebutikk
- prest
- servitør
- IT-ansatt på skolen
- kjøreskolelærer
- guide
- skiiinstruktør
- politi
- resepsjonist

Fiskeguiden

Forfatter: Steinar Madsen
[Fiskeguiden \(72131\)](#)



Å legge til rette for samspill mellom kunder er en viktig oppgave for guider, sjåfører og andre som skal lede grupper i reiselivet.

Se fimen om fiskeguiden Odd her: [Fiskeguiden](#)

1. Filmen viser at ikke alle er like interesserte i fiske. Vurder hvordan Odd løste utfordringen med at gjestene har forskjellige behov og forventninger.
2. Ta utgangspunkt i det første møtet mellom Odd og gjestene. Hvilke mål mener du Odd burde ha satt seg for det første møtet med gjestene?
3. Odd nektet en alkoholpåvirket mann å være med på turen. Hva synes du om måten Odd løste denne situasjonen på?
4. Hva burde Odd ha gjort om mannen ikke aksepterte at han ikke fikk være med?
5. Gå sammen med et par medelever og lag et rollespill som viser hvordan dere ville håndtert det første møtet med gjestene.
6. Odd ønsket å starte turen så raskt som mulig. Hva kunne han ha gjort for å unngå at enkelte opplevde dette som tidspress?
7. En av gjestene ønsket å ha med gitar. Hvordan ville du håndtert et slikt ønske?
8. Før de startet å fiske, hadde Odd en liten informasjonsøkt. Hva bør være målsettingen for en slik informasjon?
9. Filmen viser ikke hvordan fisketuren ble avsluttet. Hvordan ville du avsluttet fisketuren?

Heidi, astronaut og reiselivsarbeider

Forfatter: Steinar Madsen

[Heidi, astronaut og reiselivsarbeider \(71506\)](#)



Heidi ønsker å bli den første astronauten med fagbrev i reiselivsfag. Det kan bli mulig ombord på Sir Richard Bransons planlagte romferge.

Se filmen [Space Tourists](#).

1. Hva er hovedleveransen i en slik serviceproduksjon?
2. Hva er tilleggsleveransen i en slik serviceproduksjon?

Klasseturen

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Klasseturen \(72111\)](#)



I denne oppgaven skal du og klassen på studietur. Du skal sette opp en oversikt over de hoved- og tilleggsleveransene dere forventer å få levert fra ulike leverandører innen transport og overnatting.

I en serviceproduksjon vil det være både hovedleveranse og tilleggsleveranser. Et eksempel på dette kan være en hotellovernatting: Hovedleveransen er en seng der du kan slappe av og sove. Men de fleste av oss forventer noe mer av en hotellovernatting – vi har altså forventninger om tilleggsleveranser.

Klassen planlegger en studietur. Dere vil reise med buss og bo på hotell.

1. Hvilke hovedleveranser vil være de viktigste på turen? Sett opp en oversikt.
2. Hvilke tilleggsleveranser vil være de viktigste på turen? Sett opp en oversikt.

Katrine, yrkessjåfør

Forfatter: Steinar Madsen

[Katrine, yrkessjåfør \(71503\)](#)



Katrine frakter dagligvarer til Rema 1000-butikker. I tillegg til den fysiske transporten utfører hun daglig oppgaver som å laste og losse, sikre lasten, planlegge, holde utstyr ved like og kontrollere kjøretøyet. Det er viktige oppgaver for å yte butikkeierne god service, sier hun.

1. Hva er hovedleveransen Katrine leverer til kjøpmennene?
2. Hvilke tilleggsleveranser anser du som viktige i Katrines arbeid?

Sjåførrommet

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[Sjåførrommet \(72069\)](#)



Et busselskap som kjører skoleruter, får tilbakemelding om at noen elever er misfornøyde med servicen. De ulike sjåførene opptrer ulikt, har forskjellige regler og noen er lite imøtekommende. Sjåførene på denne ruta får beskjed om å ta tak i tilbakemeldingen og skal samarbeide om å bedre kvaliteten.

Gå sammen i grupper på tre til fem elever. Dere er bussjåførene som kjører samme skolerute, og dere må samarbeide om å samordne servicen og skape et bedre serviceprodukt.

Dere bestemmer dere for å danne en kvalitetssirkel. Kvalitetssirkelen skal møtes én gang i måneden for å utvikle og samordne servicen.

Dere velger å ta utgangspunkt Troye sine fire serviceelementer. I fire møter skal dere diskutere hvert av de fire elementene. Når dere er ferdige, skal dere presentere resultatene i form av en liste over tiltak dere kunne tenke dere å sette i verk.

Fordel roller i gruppa. Disse rollene skal være med:

- den strenge og rettferdige sjåfören som ser alt som passasjeren gjør, og som sier fra om det han ikke liker
- den blide sjåfören som prater mye og ikke synes det er så farlig verken med søppel eller bruk av setebelter
- den forsiktige sjåfören som ikke tør å si fra om ting, og som synes mange av elevene er ubehagelige

En **kvalitetssirkel** er en liten gruppe mennesker fra samme arbeidsområde som møtes regelmessig for å ta opp og løse problemer i sin egen arbeidssituasjon.

(Kilde: *Consensus Training AS*)

Hvis dere er flere i gruppa, kan dere lage flere rollebeskrivelser selv. Husk at rollene skal være realistiske.

Første møte: samhandlingselementer

Dette møtet skal handle om den delen av servicen som skjer i det direkte møtet mellom elev og sjåfør, for eksempel når eleven kommer på og går av bussen. Sett opp noen tiltak som sikrer enhetlig og god service.

Andre møte: bakomliggende elementer

Hva vil dere gjøre med at elevene kaster søppel og gjør hærverk? Kan det legges bedre til rette for å samle inn søppel? Noen mener at bussen alltid skal være ren og ryddig, mens andre tåler litt rot. Sett opp noen tiltak som retter seg spesielt mot søppel i bussen.

Tredje møte: strukturelementer

Hva med selve bussen og utstyret om bord? Dere har fått innspill om at elevene kjeder seg og opplever at bussen i liten grad er tilpasset deres behov. Beskriv hvordan utstyr, innredning og design i en buss bør være for å gi denne kundegruppa en mest mulig positiv opplevelse.

Fjerde møte: kundeavhengige elementer

En stor del av elevenes opplevelse påvirkes av samspillet mellom elevene. Kan sjåføren påvirke dette? Noen av utfordringene er knyttet til uro og mobbing. Sett opp noen tiltak som retter seg spesielt mot kundeavhengige elementer.

Ungdomspanelet

Forfatter: Kyrre Romuld
[Ungdomspanelet \(72427\)](#)



Kunder stiller ulike krav til service. Dette kommer selvsagt av at kunder er forskjellige, men i tillegg har vi ulike forventninger til service avhengig av situasjon og produkt. Dere skal nå gjøre en undersøkelse i klassen og finne ut hvilke krav dere stiller til banktjenestene dere bruker.

Nedenfor er det listet opp seks aktuelle serviceområder som er knyttet til banktjenester. Elevene i klassen skal gi terningkast for hvert punkt. 1 er minst viktig, 6 er viktigst.

Elevene skriver sine poeng på lapper som samles inn. Resultatene telles opp og presenteres på tavla. Beregn klassens gjennomsnitt og diskuter:

- Hvor mange av klassens elever «stemmer» med gjennomsnittet?
- Gir resultatet et riktig bilde av ungdommers krav til banktjenester?
- Hva tror dere er viktig å tenke på når man skal gjøre kundeundersøkelser?

Hvor viktige er disse punktene når dere skal velge bank?

- **Rask og personlig service**

Noen kunder legger vekt på at et besøk i banken skal være en hyggelig opplevelse. Minimal ventetid og hyggelige servicemedarbeidere bidrar til en slik opplevelse.

- **Filialnett og åpningstid**

For noen kunder er det viktig å ha tilgang på personlig service i banken. I denne vurderingen bør man ta med avstand og reisetid til en slik service.

- **Nettbank og andre selvbetjeningsløsninger**

Noen kunder foretrekker å utføre sine banktjenester selv og legger derfor vekt på at teknologien er effektiv og brukervennlig.

- **Betingelser**

I denne kategorien inngår både gebyrer på tjenestene og rentevilkårene på innskudd og lån.

- **Personlig rådgivning og spesialisttjenester**

Tilgangen på personlig rådgivning er viktig for noen, særlig for dem som har behov for spesielle spareprodukter eller finansieringsløsninger. Både faste kontaktpersoner og ulike typer tjenester inngår i denne gruppa.

- **Produkttilbud og bredde**

For noen kunder er det viktig at banken har et bredt utvalg i bankprodukter. I tillegg til vanlige konto- og lånetilbud kan dette omfatte for eksempel ulike aksjefond. For enkeltgrupper kan det også være viktig at ulike produkter tilpasses målgruppas behov og bruksmønster.

Business or pleasure?

Forfatter: Kyrre Romuld

[Business or pleasure? \(72446\)](#)



I flybransjen er det stor forskjell på kundenes forventninger til og opplevelse av service. Hovedskillet går mellom de selskapene som retter seg mot private reiser, og de selskapene som satser på de forretningsreisende.

En rekke flyselskaper har ruter som går til og fra Norge. De tre største er SAS, Norwegian og Ryanair.

1. Hva tror du er de viktigste årsakene til at privatreisende og forretningsreisende har ulike forventninger til service?
2. Gå inn på hjemmesidene til de tre flyselskapene [SAS](#), [Norwegian](#) og [Ryanair](#). Vis hvordan hjemmesidene vektlegger og bygger opp ulike forventninger til service.
3. Finn redaksjonell omtale fra nettsteder, forbrukertester eller reiseblogger for de tre selskapene. Hvordan vil du si at kundenes opplevelser er, sammenlignet med de forventningene flyselskapene ønsker å skape gjennom markedsføringen sin?

Kvalitet på fire hjul

Forfatter: Kyrre Romuld

[Kvalitet på fire hjul \(72380\)](#)



Kvalitetsformelen kan hjelpe en bedrift som ønsker å styre kundens opplevelser i forhold til forventninger – og motsatt. Om vi ser på reklamefilmer for ulike bilmerker, kan vi kanskje ane at de henvender seg til ulike kunder med ulike forventninger.

I denne oppgaven skal du se noen reklamefilmer for ulike bilmerker. For hvert eksempel skal du svare på følgende spørsmål:

- Hvem er hovedmålgruppa for reklamefilmen?
- Hva er de viktigste virkemidlene i reklamefilmen?
- Hos alle bilmerkene er det etablert ulike forventninger hos kundene. Forsøker filmen på noe å vis å påvirke kundens forventninger, og i så fall hvilke?

Se filmen fra Toyota her: [Toyota reklamefilm](#)

Se filmen fra BMW her: [BMW reklamefilm](#)

Se filmen fra Skoda her: [Skoda reklamefilm](#)

Se filmen fra Volvo her: [Volvo reklamefilm](#)

Se filmen fra KIA her: [KIA reklamefilm](#)

Jo Strømgren Kompani

Forfatter: Kyrre Romuld
[Jo Strømgren Kompani \(72501\)](#)



Service- og kulturopplevelser har mye til felles. I denne oppgaven skal klassen se to klipp fra danseforestillinger med Jo Strømgren Kompani (JSK). JSK er en norsk dansegruppe med mer enn 50 land på turnélista. Hensikten er å bruke kvalitsformelen til å vurdere forholdet mellom forventning og opplevelse.

1. Før klassen ser det første klippet, skal dere gjøre en enkel kartlegging av forventningene dere har til en moderne danseforestilling med JSK. Hver elev vurderer sine forventninger med terningkast. Beregn klassens gjennomsnitt.
2. Se det første klippet på denne lenken: [Jo Strømgren Kompani – Polaroid](#)
3. Hver elev vurderer sin opplevelse av forestillingen og gir terningkast. Beregn klassens gjennomsnitt.
4. Sett resultatene inn i kvalitsformelen, regn ut og diskuter mulige årsaker til resultatet. Hver elev kan tillegg beregne sitt eget resultat.
5. Hele klassen har nå erfaring med JSK og dermed etablerte forventninger. Dere er klare for neste klipp. Gjør samme øvelse med terningkast for forventning og regn ut gjennomsnittsverdi.
6. Se det andre klippet på denne lenken: [Jo Strømgren Kompani – A Dance Tribute to the Art of Football](#)
7. Igjen skal hver elev sette terningkast på sin opplevelse.
8. Sett resultatene inn i kvalitsformelen, regn ut, sammenlign med første runde og diskuter mulige årsaker til resultatet.

Gi først terningkast til forventningene dere har.

Gi deretter terningkast til opplevelsen.

Terningkast 1 er lavest, og terningkast 6 er høyest. Beregn gjennomsnittet for klassen og sett resultatene inn i kvalitsformelen.

The Transporter

Forfatter: Kyrre Romuld

[The Transporter \(72247\)](#)



I filmen The Transporter spiller Jason Statham eks-marinejegeren Frank Martin. Martin tar ulike strøjobber, og uansett oppdrag er han svært opptatt av kvalitetssikring.

Se klippet fra The Transporter her: [The Transporter bank scene](#). Her er Frank Martin innleid som sjåfør i forbindelse med et ran.

1. I Frank Martins verden er det å være sjåfør for et ran et serviceoppdrag – og han har sin egen måte å kvalitetssikre oppdraget på. Hvordan gjør han det?
2. Kunden forsøker å reforhandle oppdraget i en kritisk fase. Hvordan håndterer Frank Martin kundens innvendinger?
3. I virkelighetens verden er det å følge gjeldende regelverk en viktig del av kvalitetssikringen. For Frank Martin er ikke dette så viktig. Sett opp en liste med punkter som viser aktuelle bestemmelser som Martin måtte tatt hensyn til om han hadde vært fagarbeider i transportbransjen.

AS Fjordbuss

Forfatter: Morten Gunnar Plassen

[AS Fjordbuss \(72047\)](#)



I AS Fjordbuss er sjåførene også guider og reiseledere. I denne gruppeoppgaven skal dere forberede og gjennomføre hvert deres arbeidsoppdrag på en busstur for en gruppe pensjonister. Alle oppdragene skal framføres for klassen. Øvelsen blir ekstra morsom om dere skaffer dere en mikrofon som kobles til et lydanlegg i klasserommet.

Serviceoppdragene

Pensjonistgruppa skal reise fra Lillehammer til Molde via Geiranger. Den første natten skal gruppa overnatte på Union Hotell i Geiranger. Dag to skal dere kjøre via Trollstigen og Åndalsnes til Molde. Her overnatter dere på Rica Hotel Seilet. Arbeidsoppdragene er knyttet til ulike presentasjoner som AS Fjordbuss skal ha for pensjonistene før avreise og underveis på turen.

Elev 1 – Informasjon kvelden for avreise

Sjåføren møter gruppa kvelden før turen starter, og informerer om hvordan turen er lagt opp. Gruppa får vite hvor dere skal stoppe, hvilke hoteller dere skal sove på, hvor dere skal spise, og så videre.

Lag den delen av presentasjonen der du som sjåfør orienterer passasjerene om hva de bør ha med seg på turen, og om fasiliteter i bussen og lignende. Denne delen bør ta to–tre minutter. Du skal ha presentasjonen i peisestua på SAS Radisson Hotel Lillehammer, der videoprosjektor og annet utstyr er tilgjengelig.

Elev 2 – Informasjon om Lom

På denne turen passerer dere mange severdigheter som du bør fortelle passasjerene noe om. Ett av disse stedene er nasjonalparklandsbyen Lom. Lom er også kjent for stavkirken, arkitekturen, matkulturen og sommerskisenteret i kommunen.

Som guide skal du lage en muntlig presentasjon på to–tre minutter om Lom med hovedvekt på Lom stavkirke. Du skal framføre presentasjonen ved hjelp av bussens høytaleranlegg like før gruppa slippes av ved Lom stavkirke.

Elev 3 – Informasjon om Geiranger

På turen videre fra Lom kjører dere opp på Strynefjellet og videre ned mot Geiranger. Dere stopper ved Flydalsjuvet, som er ett av de mest kjente «fotostoppene» i Norge. Her ser dere Geirangerfjorden med fosser og fjell rundt fjorden.

Som guide skal du lage en muntlig presentasjon på to–tre minutter om naturen i og rundt Geiranger. Du skal framføre presentasjonen ved hjelp av bussens høytaleranlegg like før gruppa slippes av ved Flydalsjuvet.

Elev 4 – Informasjon om Trollstigen

Turen videre fra Geiranger til Molde har også mange severdigheter som du som guide må omtale på turen. Du planlegger et fotostopp på Trollstigen, der gruppa også skal spise lunsj.

Forbered en presentasjon på ett–to minutter der du orienterer kort om aktiviteter på Trollstigen og gir nødvendig praktisk informasjon om lunsj, tidsplan for stoppet og plan for dagen videre. Du skal framføre presentasjonen ved hjelp av bussens høytaleranlegg like før gruppa slippes av ved Trollstigen.

Alle elevene

Finn fram til to forskjellige severdigheter eller lignende som du vil snakke om underveis. Om dere vil unngå å velge samme objekt, kan læreren eller en av elevene koordinere dette. Forbered en presentasjon på et halvt til ett minutt for hvert av objektene. Framfør presentasjonene ved hjelp av bussens høytaleranlegg.

Læring og næring

Forfatter: Kyrre Romuld

[Læring og næring \(72278\)](#)



Læreren deres har vært på seminar og forteller begeistret om spennende program, god servering, hyggelige kollegaer og inspirerende kulturinnslag i pausene. Du synes dette høres interessant ut, og foreslår at klassen kan lage et seminar. Velg gjerne et tema fra kompetansemålet om service.

Del klassen inn i grupper på 2–4 elever. Dere avtaler om det er læreren som skal forelese, eller om dere skal dele på jobben. Dere vil forsøke noen av, eller alle, disse virkemidlene:

- **Forhåndsannonsering**. Trykk programmet opp på forhånd. Det bør være både pent og selgende i formen.
- **Lett servering før arrangementet eller i pausen** Serveringen kan godt være helt enkel, som saft, boller, snacks, eller lignende. Server gjerne med stil.
- **Kulturinnslag før, under eller etter arrangementet** Om noen kan spille, synge, danse eller bidra på andre måter, er det flott. Som et alternativ kan dere for eksempel vise et filmoptak av et kulturelt innslag. Da bør dere presentere innslaget og fortelle hvorfor dere har valgt det.
- **Presentasjon av forelesere**. Seminarlederen har ansvaret for presentasjonene. Ha gjerne en humoristisk vri, samtidig som forelesernes faglige bakgrunn kommer godt fram.
- **Minglepauser**. Legg til rette for at seminar deltakerne får prate sammen. En viktig del av slike arrangementer er ofte å knytte nye kontakter og å treffe gamle kollegaer.

Fordel arbeidet slik at en gruppe har ansvar for hvert serviceelement. Gruppene planlegger arbeidet ut fra de fire fasene for serviceproduksjon.

Unngå at noen er fraværende under selve gjennomføringen. Ta heller noen flere eller lengre pauser underveis.

Når dere har gjennomført seminaret, kan dere diskutere følgende spørsmål:

1. Hvordan fungerte de ulike serviceelementene?
2. Hvorfor preger denne formen så mange seminar i arbeidslivet?
3. Hva vil være spesielt viktig for et kurs- og konferansehotell som skal tilby slike tjenester?

Jobben er din!

Forfatter: Kyrre Romuld
[Jobben er din! \(72304\)](#)



Under temaet Servicemedarbeideren finner du en rekke krav til kompetanse og personlige egenskaper. La oss se hvordan det kan fungere i praksis når vi søker jobb eller ansetter nye medarbeidere.

1. Ta utgangspunkt i en lokal servicebedrift du kjenner, og lag en stillingsannonse for en stilling som servicemedarbeider. Bruk de ulike kravene som er beskrevet i *Servicemedarbeideren*. Alternativt kan du lage en kort film, for eksempel på mobiltelefonen din, som fungerer som stillingsannonse.
2. Lag så en skriftlig søknad til den aktuelle stillingen. Gjør rede for motivasjonen din for å söke og hvilke kvalifikasjoner du har. Alternativt kan du lage en kort film, for eksempel på mobiltelefonen din, som fungerer som søknad.

Serviceaktører i kommunen

Forfatter: Kyrre Romuld

[Serviceaktører i kommunen \(72320\)](#)



Lise er ingeniør og saksbehandler i Kristiansand kommune. Hun er en serviceaktør, og hun samarbeider med andre serviceaktører både i og utenfor kommunen sin.

Se filmen om Lise her: [Lise, ingeniør og saksbehandler](#)

1. Hva er hovedleveransen og tilleggsleveransene i den servicen Lise tilbyr?
2. Gi noen eksempler på ulike kundegrupper Lise møter. Hvilke ulike behov har de, og hvordan kan Lise tilpasse servicen sin til den enkeltes behov? Bruk gjerne konkrete eksempler fra filmen.
3. Som ansatt er Lise med på å utøve bedriftens, altså Kristiansand kommunes, strategi og bestemmelser. Hvem har det øverste ansvaret i en kommune?
4. Noen ganger er Lises kunder misfornøyde med kommunens vedtak og bestemmelser. Hva kan Lise gjøre for å håndtere slike situasjoner?
5. Filmen viser at Lise bruker kollegaene sine aktivt når saker skal diskuteres. Hva kan hun oppnå med det?
6. Lise treffer en rekke representanter for andre bedrifter, både som kunder og leverandører. Kan du tenke deg situasjoner der hun kan utnytte den samlede kompetansen deres i sitt eget arbeid?

Behovsanalyse

Bare må ha det

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Bare må ha det \(85266\)](#)



Som norsk ungdom tilhører du en kjøpesterk gruppe. Det vet du, og det vet selgeren. Her skal vi se nærmere på hvordan kjøp av varer og tjenester kan forklares med teorier om motivasjon og behov.

Dine forbruksvaner

De fleste av oss har favorittbutikker som vi ofte går tilbake til for å handle. Hvorfor er vi lojale mot visse varer og butikker? Er det nødvendig å være tilfreds for å gjøre gjenkjøp i en butikk? Hva gjør oss tilfredse som kunder?

Når du skal ut og handle, møter du et stort utvalg varer og tjenester. I et rikt land som Norge tilbyr butikkene alt du kan ønske av varer og tjenester. Store byer har sentre og handlestrøk med hundrevis av butikker og varer i alle prisklasser, og eksklusive forretninger med internasjonale merkevarer.

Som norsk ungdom tilhører du en kjøpesterk gruppe. Det vet du, og det vet selgeren. All ungdom ser ikke etter de samme tingene. Enkelte ønsker kjente merkevarer – de bare må ha det! Andre leter etter det billigste, mens noen er mest opptatt av å finne klær som er behagelige på kroppen.

Tenk over hva som er typisk for deg. Hvor handler du? Kjøper du billig eller dyrt? Hva betyr merkevarer? Shopper du alene eller sammen med noen?

Hva er en kunde?

En kunde er et individ eller en familie som kjøper varer og tjenester.

Når vi lytter til en samtale mellom kunde og selger, kan det minne om en prat mellom gode venner. Og det er ikke overraskende, for ordet kunde kommer av det gammeltyske *kund*, som betyr «venn».

Likevel er det en viktig forskjell på forholdet vårt til venner og forholdet vårt til kunder: Venner kan vi

Tenk over dine siste innkjøp.

- Hva kjøpte du?
- Hvor handlet du?
- Handlet du alene eller sammen med noen?
- Hvilken betydning og nytte har dette kjøpet hatt for deg?
- Hvordan vil du beskrive selgerens måte å være på overfor deg?
- Ble du behandlet bra?
- Hvordan følte du deg som kunde?
- Beskriv med egne ord hvordan du ønsker å bli behandlet som kunde.
- Gå sammen i grupper og diskuter forskjeller.



Kvinne på handletur.

Fotograf: [Ingar Storfjell](#)

vrake hvis vi ikke liker dem. Driver vi derimot med salg, må vi prøve å skape et best mulig forhold til kundene – enten vi liker dem eller ikke.

For å kunne behandle kunder på en god måte er det en fordel å forstå hva som gjør kundene tilfredse. Tenk også på at kunder er forskjellige og har ulike ønsker, behov og forventninger. Smak, alder, livssituasjon og økonomi varierer.

Tilfredse kunder

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Tilfredse kunder \(85330\)](#)



De fleste av oss har favorittbutikker. Sjansen er stor for at vi går tilbake til butikker der vi har erfart at de har varer som passer smaken vår. Hvis vi opplever at betjeningen er hjelpsom og hyggelig, forsterker det lysten til å handle der på nytt.

Tilfreds og trofast?

Noen mener at kundens tilfredshet er et resultat av små episoder mellom kunde og leverandør. Detaljer blir forstørret og tillagt avgjørende vekt, for eksempel manglende oppmerksomhet eller en uhøflig bemerkning. Manglende rengjøring av toaletter er en gjenganger i klagesaker ved hoteller, restauranter og ventehaller. Det heter seg at liten tue kan velte stort lass. Andre hevder at helhetsinntrykket veier tyngre enn små episoder.

Tilfredse kunder er lojale

I Norge er det i dag stor konkurranse i de fleste bransjer. Ingen kunder er like. Derfor må vi kjenne våre kunder og forstå hvilke ønsker og behov de har. Vi må levere varer og tjenester som kundene har behov for, med omtanke og en kvalitet som gjør kundene fornøyde. Tanken er at tilfredse kunder kommer tilbake for å handle. Og lojale kunder er lønnsomme.

Misfornøyde kunder er også lojale

Norsk Kundebarometer mäter tilfredshet og lojalitet blant norske forbrukere. Et stort antall forbrukere deltar hvert år i en undersøkelse for å fortelle hvor fornøyde de er med bedriftene de kjøper varer og tjenester fra.

Har du et eksempel på en butikk som du stadig vender tilbake til?

På en skala fra 1 til 10:

Hvor tilfreds er du med butikken?
Drøft årsaker til gjenkjøp.

Se på [Norsk kundebarometer 2014](#)



Misfornøyde kunder er også lojale. Da en signalfeil slo ut all togtrafikk til og fra Oslo S, måtte tusenvis av mennesker ty til andre transportmidler. Men selv om mange klager over forsinkelser og togstans, fortsetter de å reise med toget.

Opphavsmann: [Gisle Oddstad](#)

Undersøkelsene viser at mange av oss er utilfredse med banker, strømleverandører, transportselskaper og de store matvarekjedene. Likevel fortsetter vi å handle der. Hvorfor? Kanskje vi legger stor vekt på nærhet og pris? Hva mener du?

Maslows behovspyramide

Forfatter: Kjell Rosland, NKİ Forlaget, Amendor AS

[Maslows behovspyramide \(85351\)](#)



Vi bruker den amerikanske psykologen Abraham Maslows behovspyramide som grunnlag for å forstå hva ulike behov kan bety i forbindelse med kjøp og salg.

Behovsteori

Den amerikanske psykologen Abraham Maslow har skapt en av de mest kjente klassifikasjonene av menneskelige behov. Teorien kalles *behovspyramiden*, se figuren.



Maslows behovspyramide (klikk på figuren for større bilde)

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)

Beskrivelse av Maslows behovspyramide

Trinn 1: Fysiologiske eller organiske behov

Gjelder behov for mat og drikke og beskyttelse mot streng kulde, sterk varme, smerte og ubehag. Seksualitet hører også med her. Hvis disse behovene ikke blir tilfredsstilt over tid, kan vi ikke leve.

Trinn 2: Behov for sikkerhet og trygghet

Gjelder blant annet beskyttelse mot fysiske angrep. Trygghet handler også om forutsigbarhet og faste rammer, om regelmessighet, stabilitet, orden og struktur i tilværelsen.

Trinn 3: Behov for kontakt

Vi mennesker er skapt for å leve i fellesskap, ikke enkeltvis eller isolert. Ofte er våre handlinger bestemt av ønsket om kontakt og samhørighet med andre. Vi trenger noen å betro oss til, å oppleve saker og ting med, å være sammen med.

Stikkord:

- mangelbehov
- vekstbehov



Maslow hevder at mennesket kan drives av flere behov på samme tid. For eksempel er det mulig å ha behov for mat og vennskap samtidig.
Fotograf: [Berit Keilen](#)



Ezinne Okparaebo, VM
2011
Fotograf: [Vegard Grøtt](#)



Roald Amundsen
Fotograf: [Scan-Foto](#)

Trinnene 1–3 kaller Maslow *mangelbehov*. Hvis vi mangler mat, drikke, trygghet, kontakt og så videre, kommer kroppen i ubalanse. Når vi sørger for tilførsel av det vi mangler, blir balansen gjenopprettet – i hvert fall for en stund. Vi kan si at behov er mangler som må dekkes for at vi skal kunne oppleve velvære.

Trinn 4: Behov for anerkjennelse

De fleste av oss ønsker å gjøre oss gjeldende i egne og andres øyne, å få ros og anerkjennelse, oppnå status og prestisje. Enkelte ønsker bare å få ros når de fortjener det, andre vil bli flinkest i klassen, mens noen vil vinne i idrett eller andre former for konkurranser. Man kan også hevde seg ved alltid å ha siste møte i klær, den mest moderne mobiltelefonen eller det dyreste stereoanlegget.

Trinn 5: Behov for selvrealisering

Å realisere seg selv betyr å få mulighet til å virkelig gjøre sine medfødte evner og realisere sine drømmer. Behovet for selvrealisering er på sett og viss umettelig. Ambisjonene varierer sterkt. Et menneske med stort behov for selvrealisering setter seg stadig nye mål. For Roald Amundsen, Fridtjof Nansen og Thor Heyerdahl var behovet for selvrealisering en konstant drivkraft, en stadig kilde til personlig utvikling og fornyelse.

Trinnene 4 og 5 kaller vi *vekstbehov*.

Maslow sammenlikner behovene med trinnene i en pyramide. Behov på nederste trinn må tilfredsstilles før vi tenker på sikkerhet og trygghet, sosial kontakt, selvhevdelse og selvrealisering.

Forslag til drøfting

Ta for dere trinn for trinn i behovspyramiden. Drøft hvordan ulike behov kan motivere til kjøp av ulike varer og tjenester.

Behov og ønsker

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS
[Behov og ønsker \(85348\)](#)



Visse grunnleggende behov må dekkes for at vi skal leve og trives som mennesker. En del av behovene, for eksempel mat, drikke og klær, dekker vi ved å kjøpe varer og tjenester.

Hva mener vi med behov?

For at vi skal leve og trives som mennesker, må visse grunnleggende behov være dekket. Vi må ha mat, drikke og varme klær. Når vi kjenner oss sultne og tørste, har tankene lett for å kretse omkring mat og drikke. Etter et solid måltid mat med godt drikke til forsvinner følelsen av sult og tørst.

Å slokke sult og tørst er nødvendig, men ikke tilstrekkelig for å leve og blomstre som menneske. Vi har også behov for trygghet, behov for kontakt med andre, og behov for å bli anerkjent og kunne utvikle oss som menneske.

Hva betyr mest for deg?

Hvis vi spør venner og kjente hva som betyr mest for dem, får vi ulike svar. Noen legger vekt på pengar og materielle goder. Andre legger mer vekt på nærhet og vennskap.

Det kan være spennende å tenke over hva som betyr mest for deg selv og vennene dine. Hva har vi felles? Hva skiller oss?

Nå kan du svare på spørsmålene om hva som betyr mest for deg.

Kundens ønsker og behov

Forskjellige behov er av varierende viktighet for kunden. Alle har behov for mat og drikke, men folks matvaner varierer sterkt. Mens noen først og fremst ser etter laveste pris, ser andre etter beste kvalitet. Mens noen ser etter kjente merkeklær, ser andre etter behagelige klær.

Kundens ønsker og behov er påvirket av kultur, vaner hos familie og venner, smak og behag, reklame og markedsføring.

Er behov det samme som ønsker?

Tenk over

1. Hva stimulerer innsatsen din mest på skolen? (ros fra lærer, samhold i klassen, selvstendighet eller lignende)
2. Hva gjør deg mest tilfreds på skolen? (vennskap, trygghet, gode karakterer, egenutvikling eller lignende)
3. Hva tror du vil bety mest for deg når du skal velge jobb? (interessante arbeidsoppgaver, respekt fra kollegaer, samhold, trygghet eller lignende)
4. Hva betyr mest for deg når det gjelder skolearbeidet? (samarbeid, å kunne arbeide selvstendig, stabilitet eller lignende)
5. Hva får deg til å yte mest i skolearbeidet? (klare regler, nye oppgaver, anerkjennelse, innflytelse, gruppetilhørighet eller lignende)

Behov og ønsker er ikke helt det samme. Kunder kan ønske seg ting i tillegg til det som dekker grunnleggende behov, spesielt i rike forbrukersamfunn – som Norge. Her er levestandarden så høy at folk flest har det meste av det de har behov for.

Når de grunnleggende behovene er dekket, ser vi oss om etter mer raffinerte forbedringer. Stadig kommer det moter og tekniske nyvinninger som er lettere, penere og har nye funksjoner. Det gir status å alltid være først med det siste. Det kalles luksus når vi kjøper varer som vi strengt tatt ikke trenger. Å kjøpe en ny mobiltelefon eller PC, selv om den gamle er fullt brukbar, kan øke anseelsen hos venner og kjente.

Både selger og kjøper kan ha nytte av å tenke over hvilke kjøp som skyldes grunnleggende behov, og hva som må regnes som luksus.



A photograph showing three teenagers (two boys and one girl) standing together against a white wall. They are all holding colorful shopping bags (pink, green, blue) and smiling. The boy on the left is wearing a dark beanie and a dark t-shirt. The boy in the center has curly hair and is wearing a striped shirt. The girl on the right is wearing a grey beanie and a light-colored top. The image is framed by a thick grey border.

Fotograf: [Corbis](#)

Stikkord:

- grunnleggende behov
- anseelse
- status
- luksus

Hva er motivasjon

Forfatter: Kjell Rosland, NIKI Forlaget, Amendor AS

[Hva er motivasjon? \(85354\)](#)



Det blir sagt at bønder i middelhavslandene hengte ei gulrot foran nesa på eselet for å få det til å gå. Norske elever lar seg neppe lure til innsats så lett.

Har du tenkt over hvorfor du tar utdanning og gjør lekser? Er det fordi du har et stort behov for kunnskaper? Eller er det kanskje fordi du tenker på hva utdanningen kan brukes til? Og hva tror du dine skolevenner tenker om det samme?

Hva er motivasjon?

Å ha et motiv betyr å ha en grunn til å gjøre noe. At handlingene våre i en bestemt situasjon er motivert av et eller annet, vil si at vi sikter mot å nå bestemte mål.

Det er vanlig å skille mellom indre og ytre motivasjon. Drivkraften ved *indre motivasjon* er individets egne interesser og nysgjerrighet. Drivkraften ved *ytre motivasjon* kommer fra omgivelsene. Forskjellen ligger ikke i hva vi gjør, men i begrunnelsen for det vi gjør. Hva får deg som elev til å stå opp en iskald vinterdag for å rekke 7-bussen til skolen?

Jeg blir så glad når jeg får det til!

Indre motivasjon er lysten til å lære eller til å løse en oppgave. Da blir læringen et mål i seg selv, den blir lystbetont, man trives og kan bli helt oppslukt av læringsarbeidet. Motivet for innsatsen ligger i å oppdage eller mestre noe nytt. Som en elev sa: «Jeg blir så glad når jeg får det til!»

Far og mor blir så glade når jeg får det til!

Ytre motivasjon kan være en pliktfølelse overfor foreldre eller forventninger om å sole seg i ros og belønning for en god karakter. Målet er å gjøre pålagte lekser og innkassere ros for å ha utført sine plikter. Som en elev sa: «Far og mor blir så glade når jeg får det til!»

En kombinasjon av indre og ytre motivasjon er vanlig i mange situasjoner. Drivkraften kan være en forventning om å både oppleve gleden ved å lære og i tillegg se at mor og far blir glade.

Motivasjon for kjøp

Hva betyr motivasjon?

- Begrepet motivasjon har sin opprinnelse i det latinske ordet *moveare*, som betyr «bevege».
- Motivasjon er drivkraften som beveger oss til å utføre bestemte handlinger og aktiviteter.



Opphavsmann: [Bjørn](#)

[Sigurdsøn](#)

Hva er din drivkraft for å ta utdanning? Hva med de andre i gruppa eller klassen?

Stikkord

- kjøpsmotivasjon

Hva er din drivkraft når du gjør innkjøp?

Motivasjon er på sett og vis det motsatte av motstand. Motivasjon får forbrukerne til markedsplassen. Enkelt sagt er kjøpsmotivasjon de grunnleggende drivkretene som får oss til å kjøpe.

En professor i markedsføring har sagt at han aldri handler til full pris. Hans drivkraft er prisbevissthet. Noen mennesker er rasjonelle og gjør innkjøp først og fremst for å tilfredsstille virkelige behov. Andre har en sosial drivkraft; det viktige er å shoppe sammen med venner og familie eller å treffe andre på shopping. Åtter andre handler der ekspeditøren gir god hjelp og yter service.

Innsikt i kjøpsmotivasjon hjelper oss til å forstå forbrukerens tanker slik at vi kan skille mellom ulike kunder.

Sydenliv eller fisketur

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sydenliv eller fisketur? \(85383\)](#)



Ferie og fritid gir oss frihet til å komme bort fra våre daglige gjøremål. De fleste forbinder ferie med lystbetonte aktiviteter og avkobling sammen med familie og gode venner.

Sydenliv eller fisketur?

Synet på hva som er avkobling, varierer: Det kan være latmannsliv med bading og soling, aktivt friluftsliv i vakker og dramatisk natur eller storbyferie med besøk i fornøyelsesparker, museer og andre attraksjoner. Jan Vidar Haukeland ved Transportøkonomisk Institutt (TØI) har beskrevet det norske folks ferievanner i fem kategorier:

1 Den norske feriedrømmen – knyttet til stillhet og ro, helseverdier og natur. Særlig utbredt hos eldre med tilgang til fritidshus.

2 Fart og spenning – som gjenspeiler ønsket om å oppleve noe sammen med andre. Spesielt framtredende hos menn, ugifte og de som er i en skole- eller utdanningssituasjon.

3 Kultur og læring – som er preget av ønsket om å oppleve kunst og kultur. Tiltar med økende inntekt, utdanning og alder.

4 Avkobling og nytelse – det gjelder å slappe av, hygge seg og leve i luksus. Særlig utbredt hos kvinner og ugifte.

5 Familie og samvær – naturlig nok spesielt utbredt hos familier med små barn.

Opp gjennom historien vet vi at nordmenn har vært nysgjerrige på fremmede land og kulturer. Men er det motivasjonen bak vår tids turisme i Syden? Hva er drivkraften bak valget av ulike reisemål? Motivasjon handler om hva som skaper tilfredshet, lyst og glede. Hva er det som løfter ferien til noe utover det hverdagelige? Ulike attraksjoner, aktiviteter og servering har sannsynligvis størst potensial som motivasjonsfaktor.

Når folk velger forskjellige reisemål og aktiviteter, gjenspeiler det ulike syn på hva som virker motiverende. Hvis vi ønsker å feriere sammen med familie eller venner, må vi også ta hensyn til deres ønsker.

Forslag til øving

Gå sammen 2–4 elever.

- Hver enkelt elev forteller kort om en spesielt vellykket ferie.
- Etter hver fortelling drøfta gruppa hvilke motivasjonsfaktorer som var med på å bestemme at den aktuelle ferieformen ble valgt.



Fisketur

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)



Sydentur, badeliv ved bassenget

Opphavsmann: [Jan Ovind](#)

Lenke:

www.visitnorway.com

Forslag til drøfting

Tenk dere at to venner skal ha en ukes ferie. Den ene vil helst på fisketur, den andre vil på sydentur.

- Drøft hvilke motiver som kan være drivkraft ved valg av fisketur og sydentur.
- Prøv å skille mellom indre og ytre motivasjonsfaktorer.

Forbrukeradferd

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Forbrukeratferd \(85384\)](#)



I Norge er vi rikere enn 98 % av verdens befolkning. Du og jeg er storforbrukere når vi sammenligner oss med folk i de fleste andre land. Både unge og eldre bruker mye tid og penger på fritid og fornøyelser. Vi reiser på ferie, går på kino og konserter og nyter andre former for underholdning. I garderoben finner vi dyre merkeklær og sko.

Merkevarer – dårlige og dyre?

Nøkternt sagt er en merkevarer et produkt som selges under et innarbeidet merke. Det sies at merkevarer er en konstruksjon opp i hodet på kunden. Den består av en fornuftmessig del (hva produktet brukes til) og en emosjonell del (det følelsesmessige forholdet mellom produktet og kunden).

Merkevarer med moteriktig omdømme (*image*) utgjør en stadig økende del av omsetningen av klær, sko, ur, hvitevarer, brunevarer, bilmodeller og dagligvarer. Ved hjelp av markedsføring og bevisst merkevarabygging har kjente produkter skaffet seg solide markedsandeler i vår del av verden.

Som forbrukere blir vi påvirket av samfunnet vi lever i. Samtidig er vi selvstendige individer med spesielle ønsker og behov.

Det sies at enkelte unge ser ut til å ha merkevarer på hjernen, mens andre ikke bryr seg det minste. Hvor står du?

Min favoritt-foundation

En kvinnelig blogger skrev følgende (personer og produkter er anonymisert):

«Jeg får veldig ofte spørsmål om hvilken foundation jeg bruker, og jeg har tidligere anbefalt dere en ganske billig en fra X som jeg har vært veldig fornøyd med. Men nå har jeg funnet min absolute favoritt, den er virkelig helt fantastisk! Den er fra Y og heter Y-1. Jeg bruker fargen som heter Z. Alle som er på jakt etter en god foundation, må gå innom et parfymeri og prøve denne. Prisen er sikkert litt varierende, men jeg betalte 400,-.»

Bloggeren fikk blant annet denne kommentaren:

«Du skriver jo ingenting om den? Hvilen hudtype passer den for? Er den lett eller dekkende? Oljefri? Hvor lenge sitter den på? Ikke mye man vet av å se et navn og at du sier den er 'bra'.»

Forbrukeratferd

I et rikt land som Norge har hver enkelt forbruker mulighet til å dekke sine spesielle ønsker, behov, interesser og så videre. Forbrukeratferd dreier seg om forbrukernes tanker og handlinger når de søker, vurderer, kjøper og bruker produkter.

«Vis meg hva du kjøper, og jeg skal si deg hvem du er!»

Når vi ser hva en person handler, sier det mye om personens livsstil og sosiale tilknytning.

Forbruket er viktig for identiteten vår og understrekner hvilken posisjon vi har i samfunnet.

Allerede på 1800-tallet ble det hevdet at kjøpsvaner henger sammen med sosial status. Det gjelder særlig produkter og merkevarer som får oss til å tenke på tilhørighet og status, for eksempel kostbare sportsartikler, bilmerker, digitale produkter, eksotiske reisemål og merkeklær. Norske

Stikkord

- merkevarer
- image
- verdisyn



Nike-sko

Fotograf: [LUCY NICHOLSON](#)



Coca-Cola

Fotograf: [Kim Riddle](#)

boliger er utstillingsvinduer for smak, status og posisjon.

Verdisyn og kjøpsatferd

Våre verdier påvirker vår kjøpsatferd, det vil si hva vi tenker og gjør når vi planlegger og foretar innkjøp. Mange valg skjer på bakgrunn av kulturelle og individuelle verdier.

Med verdier mener vi det som er grunnleggende verdifullt for oss. Noen kaller det ledestjerner. I norsk dagligtale brukes *verdi* ofte i betydningen «et udiskutabelt gode», noe som det er riktig å leve etter. Verdiene er forholdsvis stabile over tid og nokså upåvirkelige av dagligdagse hendelser.

Når vi stilles overfor konkrete valg, er verdiene rettesnorer for å vurdere hva som er best. Jo mer bevisst vi er våre verdier, jo mer opptatt er vi av å etterleve dem.

En person kan signalisere sine verdier ved bruk av klesdrakt, hårfryse eller andre ytre tegn. Klesplagg blir også brukt som politisk symbol. Det såkalte palestinaskjerfet (*kefje*) har lenge vært brukt for å vise sympati med palestinerne i Midtosten-konflikten.

For en som skal jobbe innenfor salg og service, er det viktig å forstå og respektere kundenes verdier.



Fretex kuppet

Jernbanetorget T-

banestasjon i Oslo en fredag

ettermiddag og lot

intetanende passasjerer

presentere det som kanskje

blir neste års Fretex-mote:

klærne de selv gikk i.

Publikum var motefolk,

bloggere og så videre.

Fotograf: [Linn Cathrin Olsen](#)

Fretex og loppemarkeder

- Bruktbutikker og loppemarkeder kan på mange måter sies å representere det stikk motsatte av dyre merkevarer.
- Fretex selger et stort spekter av brukte klær, møbler og andre varer.
- Loppemarked har i mange år vært en viktig inntektskilde for blant annet lokale lag, foreninger og skolekorps.

Lenke:

www.fretex.no

Jakten på det gode liv

Forfatter: Kjell Rosland, NKL Forlaget, Amendor AS

[Jakten på det gode liv \(85397\)](#)



Er det sant at det gode liv består av god økonomi, mye fritid og godt samhold? Ifølge Norsk Monitor går det viktigste skillet i Norge i dag mellom en moderne og en tradisjonell verdiorientering, som igjen er delt inn i en materialistisk og en idealistisk orientering. Slike kjennetegn påvirker hva vi foretrekker av varer og tjenester.

Nordmenn og det gode liv

Ifølge Statistisk sentralbyrå mener nordmenn at det gode liv består av god økonomi, mye fritid og godt samhold.

For noen år siden gikk en norsk tv-serie som het «Jakten på det gode liv». Ikke overraskende viste serien at det er stor variasjon i synet på hva som er et godt liv. Noen mener at penger og rikdom er viktigst, andre satser på velvære og god helse, og etter andre legger mest vekt på familie og gode venner.

Individuell test

Hvilken gruppe tilhører du?

Vi har laget en interaktiv test der du kan finne ut hva som kjennetegner de verdiene som påvirker din atferd som forbruker og kunde.

Ta testen nedenfor.



Opphavsmann: [Amendor AS](#)

Testen er basert på et spørreskjema i boka *Nordmenn og det gode liv* av Ottar Hellevik og er gjengitt med forfatterens tillatelse.



Fotograf: [Gunnar Lier](#)



Hove-festivalen

Fotograf: [Henrik Hanselmann](#)

Tok du testen?

- Hva ble ditt resultat? Tenk over hvordan testen stemmer med din egen selvoppfatning.
- Gå gjerne sammen i grupper og del resultater fra testen med de andre i gruppa.
- Drøft hvordan dere oppfatter hverandre – sett i forhold til testresultatene.

Tenk over

Er det viktigere med materielle goder enn å realisere og utvikle seg selv som menneske?



Hva er det gode liv for deg?

Fotograf: [Lise Åserud](#)

Gjennom mange år har Norsk Monitor prøvd å gi et bilde av våre verdier, hva vi ønsker å få ut av livet, hvordan vi ser på forbruk, og hvordan dette påvirker måten vi lever på. Mange tusen kvinner og menn er blitt intervjuet.

Ifølge Norsk Monitor går det viktigste skillet i Norge i dag mellom en moderne og en tradisjonell verdiorientering, som igjen er delt inn i en materialistisk og en idealistisk orientering.

Materialistiske mennesker er opptatt av eiendeler og økonomisk vekst, og de setter egne behov foran hensynet til andre.

Idealistiske mennesker er opptatt av nærhet, omsorg, miljø og helse.

Vi kan trygt slå fast at synet på hva som er det gode liv, varierer fra menneske til menneske. Synet på det gode liv avhenger av hvem vi spør. Her er vi ikke ute etter å finne svar på hva som gir livet mening, men hvordan grunnleggende faktorer påvirker privat forbruk. Det kan være utgangspunktet for en spennende oppdagelsesferd. Hvem er du?

Fire hovedgrupper av nordmenn

Sosiologen Ottar Hellevik tegner et bilde av fire hovedgrupper av nordmenn. Inndelingen kan hjelpe oss til å se at folk er forskjellige, og hvordan dette igjen påvirker forbruksmønsteret.

1 Moderne materialist

Kjennetegn: lovforakt, frigjorhet, forbruk, risiko, materialisme, anti-helse, status, følelser, ikke-religiøs, urban

Stikkord: eie og nytte

Andre navn: jappekultur, konsumkultur

Typisk representant: ung, ugift mann under utdanning eller arbeider

2 Tradisjonell materialist

Kjennetegn: fornuft, tradisjonelle kjønnsroller, ikke selvrealisering, konformitet, tradisjoner, trygghet, materialisme, avstand, antiteknologisk, autoritær

Stikkord: eie og trygge

Andre navn: gammel arbeiderklassekultur, industriell kultur

Typisk representant: mann over 50 år med lav utdanning, arbeider eller trygdet/pensjonist

3 Moderne idealist

Kjennetegn: likestilling, selvrealisering, antiautoritær, individualitet, toleranse, altruisme (velvilje, nestekjærlighet), antimaterialisme, miljøvern, følelser, nyhet

Stikkord: yte og mestre

Andre navn: «sekstiåtter»

Typisk representant: kvinne i 40-årene med høy utdanning, ansatt i det offentlige

4 Tradisjonell idealist

Kjennetegn: sparing, respekt for lov og orden, puritanisme, trygghet, fornuft, antimaterialisme, religion, helse, patriotisme, intoleranse

Stikkord: yte og ofre

Andre navn: gammel bondekultur, førindustriell kultur

Typisk representant: kvinne over 60 år med middels utdanning, pensjonist

Folk er forskjellige

Forfatter: Kjell Rosland, NKL Forlaget, Amendor AS

[Folk er forskjellige \(85414\)](#)



Folk er forskjellige. For å lykkes med produksjon og salg må produktene tilpasses bestemte kundegrupper. Produsentene må derfor bestemme seg for hvilke kundegrupper de ønsker å nå, og hvilke behov i denne gruppa tilbaketaket skal dekke. Dette er en grunnleggende oppgave innen salg og service.

Til lags å alle kan ingen gjera

Det hører til unntakene at en produsent klarer å utforme et produkt som alle mennesker faller plads for. Produsentene må derfor bestemme seg for hvem de vil selge til. De må spørre seg: Hvilke kundegrupper ønsker vi å nå? Hvilke behov i denne gruppa skal tilbaketaket vårt dekke? Å stille slike spørsmål er en grunnleggende oppgave i salg og service.



Folk er forskjellige

Fotograf: [Corbis](#)

Svarene vi får, gir oss grunnlag for å dele en stor gruppe inn i undergrupper. Skal det være til hjelp i markedsføring og salgsarbeid, må vi ordne undergruppene ut fra hva de har felles. For eksempel kan vi dele inn befolkningen etter alder eller bosted. Å foreta en slik inndeling kalles å *segmentere et marked*.

En grundig segmentering gir oss kunnskap om kundene, og vi får et grunnlag for å bestemme hvilke målgrupper vi ønsker å satse på.

Det finnes mange systemer for segmentering. I forbrukermarkedet har man tradisjonelt brukt disse fire kriteriene:

- geografi
- demografi
- psykografi
- atferd

Nedenfor gir vi en kort presentasjon av hvert kriterium.

Hva menes med *segment*?

Ordet *segment* stammer fra det latinske *segmentum*, som betyr «avskåret stykke, del av noe». Å segmentere et marked er å dele en stor gruppe inn i flere mindre grupper.

Demografi

Ordet *demografi* er satt sammen av de greske ordene *demos*, som betyr «folk», og *graphein*, som betyr «tegne, beskrive», og kan på norsk oversettes med *folkebeskrivelse*.

Stikkord:

- geografi
- demografi
- psykografi
- atferd

Geografi

Handelsområde, by eller landdistrikt, befolkningstetthet (by, tettsted, landdistrikt), klima (innland, kyst). Visse produkter har et bredt geografisk marked, for eksempel nasjonale eller internasjonale attraksjoner. For en lokal dagligvarehandel kan det være greit å satse på det geografiske nærområdet.

Demografi

Alder, kjønn, familiestatus, inntekt, yrke, utdanning. Visse produkter – for eksempel feriereiser – øker med økende inntekt og utdanning. Ulik familiestatus og alder påvirker gjerne ønsker og behov. Et problem med å segmentere ut fra demografiske kriterier er at bostedet ikke forteller noe om folks reisemotiver, ønsker og behov.

Psykografi

Brukes når vi ønsker å dele inn etter livsstil, hvordan folk lever, hvordan de bruker fritida si, hva de liker å bruke penger på, og så videre. Grundige og regelmessige norske undersøkelser, som Norsk Monitor, gir et godt grunnlag for å dele inn befolkningen etter livsstil og verdier. Sannsynligvis er denne metoden egnet innenfor store deler av reiselivet.

Aftferd

Lojalitet til en leverandør eller et varemerke, anledninger (kjøper hver gang, kjøper ved spesielle anledninger). Mange leverandører ønsker å ta vare på gode og lojale kunder, for det er dyrt å skaffe helt nye kunder. Å dele markedet inn i nåværende og nye kunder kan derfor være fornuftig. Vi kan også dele inn eksisterende kunder etter hvor mye de kjøper.

TIPS

Krav til målgruppene – segmentene – vi satser på, kan formuleres i følgende fire punkter:

1. **Tilgjengelige.** Det må være mulig å nå medlemmene i segmentet med informasjon og andre markedsaktiviteter på en kostnadseffektiv måte.
2. **Identifiserbare.** Det må være mulig å beskrive hva som kjennetegner medlemmene i segmentet, og tallfeste materialet.
3. **Passende** for vårt tilbud og vår virksomhet. Produktet vårt må være tilpasset prioriterte segmenter, og vice versa.
4. **Stort nok.** Segmentet må kunne bli lønnsomt.

Vi ser at de fire punktene kan forkortes **TIPS**. For hvert segment må alle fire punktene være oppfylt.

Forslag til øving

Finn eksempler på segmenter som oppfyller TIPS-kravene.

Videobasert salgsopplæring

Forfatter:

[Videobasert salgsopplæring - Behov og motiv \(110002\)](#)



«Hva tror du at du vil bruke telefonen mest til? Hvordan pleier du å høre på musikk?» Slik stiller selgeren spørsmål for å finne ut hva slags telefon Anne har behov for. Vi kan nå tilby fire undervisningsopplegg der videoeksempler står sentralt. Dette videokippet handler om hvordan selgeren avdekker kundens behov og motiv for å kunne tilby kunden det beste produktet.

Ressursknipper om kjøp og salg

Fire knipper med undervisningsressurser ligger under de respektive kompetanse målene på Vg1 og Vg2. Ressursene kan selvfølgelig benyttes på tvers av trinn og programområder. Hvert knippe tar for seg et sentralt tema fra læreplanen og består av filmer, oppgaver og klasseromsaktiviteter.

Følgende fire kompetanse mål blir behandlet:

- Behov og motiv (Vg1) [Videobasert salgsopplæring - Salgsprosessen](#)
- Salgsprosessen (Vg1) [Videobasert salgsopplæring - Salgsprosessen](#)
- Kjøpsatferd (Vg2) [Videobasert salgsopplæring - Kjøpsatferd](#)
- Den kunnskapsrike selgeren (Vg2) [Videobasert salgsopplæring - Den kunnskapsrike selgeren](#)

Behov og motiv

Dette videokippet handler om behov og motiv. Her får vi først en introduksjon til temaet i form av et kort



Behov og motiv - videoforedrag / video

<http://ndla.no/nb/node/110330>

på cirka fem minutter. Foredraget gir en god innføring i Maslows behovspyramide, og de tre motivgrunnene som ligger bak et kjøp, blir også behandlet.

I et



Behov og motiv – case / video

<http://ndla.no/nb/node/110329>

får vi være vitne til en iscenesatt salgssamtale der Anne er på jakt etter ny mobiltelefon. Klarer selgeren å stille de riktige spørsmålene for å avdekke kundens behov? Gjør selgeren en god jobb? Hvilke behov skal mobiltelefonen dekke hos kunden?

Filmen brukes til å illustrere poengene fra foredraget og kan også være et godt utgangspunkt for klassediskusjon.

Klasseromsaktiviteter

Tilleggsressursene presenterer [aktiviteter](#) som kan brukes i klasserommet, der elevene kan velge mellom én eller flere kreative oppgaver som tar for seg temaet behov og motiv. Her er det også plass for



Egenvurderingsskjema- Behov og motiv / fil

<http://ndla.no/nb/node/131105>

og refleksjon.

Ressursknippet inneholder også forslag til prosjektoppgaver og en interaktiv test der elevene kan vise hva de har lært.

Høy teknisk og pedagogisk kvalitet

Det er Mediesenteret ved Høgskolen i Bergen som produserer læringsressursene i samarbeid med Hans Michael Wade, som er lærer ved Bjørgvin videregående skole.

«Vi trenger materiale som kan supplere det tekstbaserte stoffet», sier han og er glad for å kunne sette undervisningsideer ut i livet sammen med profesjonelle videoprodusenter. Til lærerveiledingene har han plukket sine beste opplegg for klasseromsaktiviteter.

Behov og motiv - Aktiviteter i klasserommet

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Behov og motiv - Aktiviteter i klasserommet \(110345\)](#)



Læreplanmål:

bruke behovsteori og motivasjonsbegrepet til å avdekke og tilfredsstille kunders behov.

Konkretisering av mål:

- kjenne til grunnleggende behovsteori (Maslow)
- kjenne til motivasjon og ulike motiver for kjøp
- kunne kjenne igjen behov og plassere dem i pyramiden
- kunne følge opp forståelsen med relevante forslag til å tilfredsstille behovet

Innledning til læreren:

Oppgavene under er tenkt som felles praksisorienteerte aktiviteter i klassen. Vi kaller dem aktiviteter for å vise at aktiviteten i klassen er lærerstyrte – i motsetning til en oppgavesamling elevene skal jobbe med på egen hånd.

Aktivitetene er beskrevet så konkret som mulig, slik at du kan velge å bruke dem som de er. De kan forhåpentlig også fungere som inspirasjon og hjelp slik at du kan lage egne aktiviteter som passer din klasse og situasjon bedre.

[Aktivitet 1 -Trening i Maslows behovspyramide](#)

[Aktivitet 2 - Bilder av behov](#)

[Aktivitet 3 - Reklame spiller på behov](#)

Det er knyttet observasjon til alle aktivitetene. Tanken bak dette er å etablere observasjon som et læremiddel på linje med for eksempel NDLA eller en lærebok og med det ta et lite skritt mot mesterlæring og mer yrkesbasert opplæring. Da trenger selvsagt elevene trening i observasjon – vårt bidrag er et enhetlig observasjonsskjema som brukes med små endringer gjennom flere aktiviteter.

De tre første aktivitetene er uavhengige av hverandre og kan brukes om hverandre. Det er likevel lagt opp til en slags progresjon fra ord til bilde til bruk i reklame. Den fjerde aktiviteten bygger på den første ved at læreren bruker elevenes forslag til behov og løsninger på en ny måte.



Egenvurderingsskjema- Behov og motiv / fil

<http://ndla.no/nb/node/131105>

kan med fordel brukes etter hver enkelt delaktivitet. Her er det selvsagt også mulig å ta i bruk egne metoder og skjema – vårt formål har

vært å presentere et sett med verktøy.

Lykke til med arbeidet!

Aktivitet 1 -Trening i Maslows behovspyramide

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Aktivitet 1 -Trening i Maslows behovspyramide \(110346\)](#)



Læreplanmål:

Bruke behovsteori og motivasjonsbegrepet til å avdekke og tilfredsstille kunders behov.

Konkretisering av mål:

- kjenne til grunnleggende behovsteori (Maslow)
- kjenne til motivasjon og ulike motiver for kjøp
- kunne kjenne igjen behov og plassere dem i pyramiden
- kunne følge opp forståelsen med relevante forslag til å tilfredsstille behovet

Forarbeid (gjelder alle tre):

1. Finn fram materiell (se nedenfor).
2. Del klassen inn i fem grupper (aktivitet 3 kan kjøres individuelt).
3. Forklar aktiviteten.
4. Se gjennom introduksjonsvideoen om behov og motiv gruppevis eller i plenum.
5. Se gjennom dramatiseringen (case-videoen) gruppevis eller i plenum.
6. Sett i gang.

Materiell:

papirrull eller papplater til å lage plakater på

tusjer i ulike farger

post-it-lapper i ulike farger

limstifter

stifter eller annet til å henge opp plakatene med

blyant eller penn

Forslag til tidsbruk:

Forslaget er basert på bruk av 2 x 2 timer.

Forarbeid: 30 min (8 min introduksjon, 12 min video, 10 min spørsmål og igangsetting)

Fase 1: 20 min

Fase 2: 20 min

Fase 3: 20 min

AKTIVITET 1: Ett behov om gangen

Fase 1: Del klassen i fem grupper. Hver gruppe får ett av nivåene i Maslows pyramide (kroppslige behov, trygghet og så videre). Gruppen skal så komme på flest mulig konkrete behov som passer innenfor dette nivået (minst 10), og skrive dem opp på en plakat.

Fase 2: La gruppene bytte plakater. Nå skal den nye gruppen ta for seg behovene på plakaten og finne en måte å tilfredsstille hvert enkelt behov på. Skriv løsningen på gule lapper (på en leseelig måte), og lim den gule lappen på behovet.

Fase 3: Gå gjennom behovene og løsningene som en samtale i plenum.

Aktivitet 2 - Bilder av behov

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Aktivitet 2 - Bilder av behov \(110347\)](#)

Fase 1: Del klassen i fem grupper, og gi hver gruppe ett av nivåene i Maslows pyramide. Gruppen skal deretter finne så mange bilder av behovet som mulig og sette dem sammen til en plakat. Bruk gamle blader og aviser hvor elevene kan klippe ut bilder og lage kollasj på gammelmaßen.

Fase 2: Heng plakatene opp i tilfeldig rekkefølge, og gi elevene utfordringen å kjenne igjen de enkelte behovene. Plakatene kan for eksempel nummereres, og hver elev kan skrive på hvilket behov vedkommende tror de ulike plakatene beskriver. (Her kan eleven gjerne legge til en setning der han begrunner hvorfor.) Her er det mulighet for en vurderingssituasjon.

Dere kan også ha gjennomgangen muntlig i plenum som en ren øvelse.

Fase 3: Heng plakatene i riktig rekkefølge. Dersom dere har gjort øvelsen «Ett behov om gangen», kan dere gjerne henge ordene og bildene om hvert behov sammen. Lærer går gjennom behovene som oppsummering, gjerne i samtale med elevene.

Variant: Dersom dere ikke har blader tilgjengelig, kan dere gjøre nettsøk, laste ned bilder og sette dem sammen til en PowerPoint-presentasjon eller et stort sammensatt bilde. I så fall kan hver gruppe finne eksempler på flere behov, presentere bildene i plenum og la resten av klassen gjette hvilket behov det er bilde av. Her vil det fungere fint med en PPT-presentasjon med bilde på første slide, navnet på behov på andre slide og så videre.

Aktivitet 3 - Reklame spiller på behov

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Aktivitet 3 - Reklame spiller på behov \(110348\)](#)

Fase 1: Del klassen i fem grupper eller flere. Eventuelt kan dere gjøre øvelsen individuelt. (Den individuelle varianten er spesielt aktuell dersom dere allerede har gjennomført den ene eller begge de andre aktivitetene.) Hver gruppe (eller elev) får ett eller flere ukeblader. Oppgaven er å bla gjennom ukebladet, finne en annonse og bestemme hvilket behov annonsen spiller på. Elevene skal klippe ut annonsen og forklare hvorfor de mener den spiller på det aktuelle behovet. De kan også få i oppgave å skrive en liten tekst til plakaten.

Ofte vil det være mulig å se at annonsen spiller på to ulike behov, oftest et av de nederste kombinert med et av de øverste. For eksempel dekker yoghurt sultbehov, men også et sosialt eller statusbehov dersom yoghurten presenteres som for eksempel sunn. Her kan man utfordre elevene til å finne begge behovene.

Fase 2: La gruppene presentere for resten av klassen.

Fase 3: Ha oppsummering i plenum. Igjen kan det være fint å henge opp plakatene.

Variant: Dersom dere ikke har blader tilgjengelig, kan dere gjøre nettsøk, laste ned bilder og sette dem sammen til en PowerPoint-presentasjon eller et stort sammensatt bilde. I så fall kan hver gruppe finne eksempler på flere behov, presentere bildene i plenum og la resten av klassen gjette hvilket behov det er bilde av. Her vil det fungere fint med en PPT-presentasjon med bilde på første slide, navnet på behov på andre slide og så videre.

Oppgaver

Dine siste innkjøp

Forfatter: Kjell Rosland

[Dine siste innkjøp \(134725\)](#)



Som norsk ungdom tilhører du en kjøpesterk gruppe. Det vet du, og det vet selgeren. Her skal vi se nærmere på hvordan du opplevde dine siste innkjøp.

Oppgave

Tenk over dine siste innkjøp.

- a. Hva kjøpte du?
- b. Hvor handlet du?
- c. Handlet du alene eller sammen med noen?
- d. Hvilkens betydning og nytte har dette kjøpet hatt for deg?
- e. Hvordan vil du beskrive selgerens måte å være på overfor deg?
- f. Ble du behandlet bra?
- g. Hvordan følte du deg som kunde?
- h. Beskriv med egne ord hvordan du ønsker å bli behandlet som kunde.

Gå sammen i grupper og diskuter forskjeller.

Norsk Kundebarometer

Forfatter: Kjell Rosland

[Norsk Kundebarometer \(85343\)](#)

I denne oppgaven skal du bruke nettsidene til Norsk Kundebarometer for å lære mer om kundetilfredshet.

Gå inn på Norsk Kundebarometer her: [Norsk kundebarometer 2014](#)

1. Gi eksempler på bedrifter som har kunder med høy grad av tilfredshet. Er du kunde hos noen av dem?
2. Drøft hva som skaper tilfredse kunder.
3. Gi eksempler på bedrifter som har kunder med høy grad av lojalitet. Er du en av dem?
4. Drøft hva som skaper lojale kunder.
5. Drøft forholdet mellom kundetilfredshet og gjenkjøp.

Grunnleggende behov

Forfatter: Gro Nedberg Grønlid, Guri Bente Hårberg, Trine Merethe Paulsen, Kjell Rosland

[Grunnleggende behov \(134736\)](#)



Vi bruker den amerikanske psykologen Abraham Maslows behovspyramide som grunnlag for å forstå hva ulike behov kan bety i forbindelse med kjøp og salg. I denne oppgaven skal du vurdere din egen situasjon med utgangspunkt i Maslows behovsteori.

Oppgave

1. For bedre å kunne forstå hva Maslow mente med behovspyramiden, kan du prøve å tenke på dine egne behov.
Hva skjer f.eks. med ditt humør eller din energi viss du er veldig sulten eller trøtt? Hvor opplagt er du da til å være sammen med venner? Eller hvordan er dine sjanser til å yte noe i gymmen? Hvilke behov må være dekket hos deg for at du skal kunne klatre i Maslows behovspyramide?
2. Tegn og forklar Maslows behovspyramide.
3. Hva er et behov?
4. Lag en liste over dine behov. Tenk deg at du skal tilbringe et år på en øde øy. Hva må du ha tilgang til eller ha med deg til øya? Del dine behov inn i tre grupper: livsnødvendige, nødvendige og slike som er kjekke å ha. Hvor i Maslows behovspyramide vil du plassere de ulike behovene du har?
5. Mange vil si at de må ha mobiltelfon og datamaskin. Dette er behov som ikke fantes for 50 år siden. Hvordan har disse behovene oppstått?
6. Tenk deg at du skal begynne på en ny arbeidsplass. Bruk Maslow til å forklare hvilke behov du har i forbindelse med arbeid.
7. Ta for dere trinn for trinn i behovspyramiden. Drøft hvordan ulike behov kan motivere til kjøp av ulike varer og tjenester.

Hva betyr mest for deg?

Forfatter: Kjell Rosland

[Hva betyr mest for deg? \(134737\)](#)



Det kan være spennende å tenke over hva som betyr mest for deg selv og vennene dine. Hva har vi felles? Hva skiller oss? Her skal du svare på spørsmål om hva som betyr mest for deg og så sammenligne med dine klassekamerater etterpå.

Oppgave

- a. Hva stimulerer innsatsen din mest på skolen? (ros fra lærer, samhold i klassen, selvstendighet eller lignende)
- b. Hva gjør deg mest tilfreds på skolen? (vennskap, trygghet, gode karakterer, egenutvikling eller lignende)
- c. Hva tror du vil bety mest for deg når du skal velge jobb? (interessante arbeidsoppgaver, respekt fra kollegaer, samhold, trygghet eller lignende)
- d. Hva betyr mest for deg når det gjelder skolearbeidet? (samarbeid, å kunne arbeide selvstendig, stabilitet eller lignende)
- e. Hva får deg til å yte mest i skolearbeidet? (klare regler, nye oppgaver, anerkjennelse, innflytelse, gruppertilhørighet eller lignende)

Valg av ferie

Forfatter: Kjell Rosland

[Valg av ferie \(134797\)](#)



Ferie og fritid gir oss frihet til å komme bort fra våre daglige gjøremål. De fleste forbinder ferie med lystbetonte aktiviteter og avkobling sammen med familie og gode venner. I denne oppgaven skal du drøfte hva som avgjør valg av ferieform.

Oppgave 1

Gå sammen 2–4 elever.

Hver enkelt elev forteller kort om en spesielt vellykket ferie. Etter hver fortelling drøfter gruppa hvilke motivasjonsfaktorer som var med på å bestemme at den aktuelle ferieformen ble valgt.

Oppgave 2

Tenk dere at to venner skal ha en ukes ferie. Den ene vil helst på fisketur, den andre vil på sydentur.

- Drøft hvilke motiver som kan være drivkraft ved valg av fisketur og sydentur.
- Prøv å skille mellom indre og ytre motivasjonsfaktorer.

Produkt og merkevare

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Produkt og merkevare \(86412\)](#)



Som forbrukere blir vi påvirket av samfunnet vi lever i. Samtidig er vi selvstendige individer med spesielle ønsker og behov. Det sies at enkelte unge ser ut til å ha merkevarer på hjernen, mens andre ikke bryr seg det minste. Hvor står du?

Gruppeoppgave

Gå sammen i grupper med to til fire deltakere.

Hvert medlem i gruppa gir et eksempel på et favorittprodukt. I presentasjonen prøver hver enkelt å vurdere sitt eget produkt ut fra følgende spørsmål:

- Er dette en merkevare?
- Hvordan vil du beskrive produktet?
- Hvilke tanker og følelser har du rundt produktet?

Deretter slipper resten av gruppa til i tur og orden med sine kommentarer til produktet.

(NB: Dette skal ikke være noen rangering av produkter. Hensikten er å få fram ulike syn på merkevarer.)

Produktreklame fra privat blogger

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Produktreklame fra privat blogger \(86416\)](#)



Som forbrukere blir vi påvirket av samfunnet vi lever i. Samtidig er vi selvstendige individer med spesielle ønsker og behov. Det sies at enkelte unge ser ut til å ha merkevarer på hjernen, mens andre ikke bryr seg det minste. Hvor står du?

Gruppeoppgave

Ta utgangspunkt i teksten «Min favoritt-foundation» eller finn et annet eksempel på reklame fra en privat blogger. Drøft følgende spørsmål:

1. Hvor nyttig er produktreklame fra private bloggere?
2. Hvilken tillit har du/dere til slik reklame?
3. Bør bloggeren informere om økonomiske fordeler han eller hun får av å anbefale bestemte produkter?

Hvilken gruppe tilhører du?

Forfatter: Amendor AS

[Hvilken gruppe tilhører du? \(134800\)](#)



Hvilken gruppe tilhører du? Vi har laget en interaktiv test der du kan finne ut hva som kjennetegner de verdiene som påvirker din atferd som forbruker og kunde.

Testen er basert på et spørreskjema i boka *Nordmenn og det gode liv* av Ottar Hellevik og er gjengitt med forfatterens tillatelse.

Ta testen her: Hvilken gruppe tilhører du? / flashnode <http://ndla.no/nb/node/86887>



Tok du testen?

- Hva ble ditt resultat? Tenk over hvordan testen stemmer med din egen selvoppfatning.
- Gå gjerne sammen i grupper og del resultater fra testen med de andre i gruppa.
- Drøft hvordan dere oppfatter hverandre – sett i forhold til testresultatene.

Tenk over

Er det viktigere med materielle goder enn å realisere og utvikle seg selv som menneske?

Salgs- og kjøpsprosessen

Salgs- og kjøpsprosessen

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Salgs- og kjøpsprosessen \(86247\)](#)



Det er vanlig å tenke seg at selgeren kan styre salget gjennom en systematisk prosess i flere faser eller trinn – en såkalt salgsprosess. Selgere kan bli så opphengt i å selge at de glemmer at kunden følger sin egen rytme.

Kjenn dine kunder

Før i tida møtte produsentene kundene sine ansikt til ansikt – på markedet eller i nærbutikken. Her kunne kunden se nærmere på produktene, ta og føle på dem, smake og prøve dem.

Å møte kundene ansikt til ansikt gir mulighet til å forstå hvilke ønsker og behov de har. En god salgsmedarbeider anstrenger seg for å finne ut mest mulig om sine typiske kunder. Vi kan starte med å vise interesse for de kundene vi møter, spørre dem hva de er interessert i, lytte til svarene de gir.



Fotograf: [Alf Øystein Støtvig](#)

Salgsprosess eller kjøpsprosess?

Forbrukermarkedet omfatter oss alle. Du og jeg, familie, venner og naboer – vi er alle forbrukere. Vi kjøper mange slags varer og tjenester. Salget foregår oftest fra en butikk eller et annet fast utsalgssted, men det kan også skje over telefon, på Internett eller på gata.

En salgsmedarbeider konsentrerer seg – naturlig nok – om å selge. Det er en fordel å ha en plan for å selge, men vi må heller ikke glemme at kunden også vil ha et ord med i laget.

Salgsprosessen

Husk at foran enhver selger står et ganske vanlig menneske!



Demonstrasjon av sykkel

Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Enkelte selgere blir så opphengt i å gjennomføre en nøye innstudert salgsprosess at de glemmer at kunden følger sin egen rytme. Det kan lett føre til at selgeren prøver å selge produkter han har, men ikke ser at han mangler det produktet kunden virkelig trenger eller ønsker seg.

Det er vanlig å tenke seg at en selger kan styre salget gjennom en systematisk prosess i flere faser eller trinn – en såkalt salgsprosess. En planlagt salgsprosess må tilpasses kundens tanker og vurderinger. Derfor er det nyttig å være forberedt på hvordan kunden tenker før han eller hun handler.

Salgsprosessen starter i det øyeblikket salgsmedarbeideren møter kunden, enten det er i butikken, på gata eller i telefonen. Nedenfor følger de vanligste fasene i salgsprosessen:

- **Åpning og kontakt:** Selgeren hilser på kunden og prøver å få i gang en samtale.
- **Behovsundersøkelse:** Selgeren undersøker hvilke ønsker og behov kunden har.
- **Demonstrasjon og argumentasjon:** Selgeren finner et produkt som kan dekke kundens behov, demonstrerer produktet og argumenterer for at produktet dekker det behovet kunden har.
- **Møte innvendinger:** Selgeren lytter til innvendinger kunden har mot å kjøpe produktet.
- **Avslutte salget:** Kunden kjøper produktet.
- **Følge opp salget:** Selgeren tar kontakt med kunden for å forsikre seg om at produktet er tilfredsstillende.

Salgsprosessen

Åpning og kontakt

Ua ønsker en salgsprosess med 6 opprinnelige trinn i med Kunden. Du må ikke høye og næring, men god servicebygning og mye tøy. Det er viktig at Kunden kan vite om du ikke har noe annet. Kvinnen kan ikke være her fordi hun ikke har noe annet. Denne salgsprosessen er ikke for å gi en god forståelse og sikre tilgang til

1. Åpning og kontakt
2. Behov
3. Demonstrasjon
4. Innvendinger
5. Avslutte
6. Følge opp

Opphavsmann: [Amendor AS](#)

Salgsprosessen. Klikk på bildet.

Opphavsmann: [Amendor AS](#)

Kjøpsprosessen

Forfatter: Kjell Rosland, Amendor AS, NKI Forlaget
[Kjøpsprosessen \(86266\)](#)



En god selger prøver å sette seg inn i kundens tankegang. Selgeren har mer bruk for innsikt i kunsten å kjøpe enn i kunsten å selge. Da blir kundens kjøpsprosess viktigere enn salgsprosessen.

«Folk liker å kjøpe, men ikke å bli solgt til»

Det sies at folk liker å kjøpe, men ikke å bli solgt til. Hvis det stemmer, betyr det at pågående og innpåslitne selgere risikerer å miste salg. Vi kan lure på hvorfor de anstrenger seg for å selge. Er det ikke mye enklere å la kunden selv bestemme seg for å kjøpe? Da blir opplevelsen bedre for begge parter.

Noen kunder vil ha størst mulig kontroll, de vil selv bestemme tempoet for en mulig handel og hva de skal legge vekt på. Før de bestemmer seg, vil de gjerne se nærmere på varene og vurdere dem i ro og mak. Argumenter fra selgeren lytter de ikke til.

Fra salgsprosess til kjøpsprosess

Gjennom forskning på forbrukeratferd og kjøpsatferd er det laget modeller over hva forbrukeren tenker før, under og etter et kjøp. Det kalles kjøpsprosess. En god salgsmedarbeider prøver å sette seg inn i kundens tankegang og hvor i kjøpsprosessen han eller hun befinner seg. Det er en av nøklene til god kundebehandling.

Noen kunder kjøper på impuls – veien fra tanke til handling er kort. Andre tenker nøye gjennom innkjøpene sine. Jo dyrere en anskaffelse er, desto grundigere blir den planlagt. En selger som forstår hvordan kunden tenker, lar kunden velge løsning. Det gir kunden en opplevelse av å kjøpe i stedet for å bli solgt til. En salgsmedarbeider har altså mer bruk for innsikt i kunsten å kjøpe enn i kunsten å selge. Poenget er at selgeren må tilpasse aktivitetene sine etter kundens tankegang, ikke omvendt. Det kaller vi å selge på en kjøpsorientert måte. Den viktigste grunnen til at selgere bør sette seg inn i kjøpsprosessen, er at den gir innsikt i kundens tankegang.

Tre faser i kjøpsprosessen



Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Gruppeoppgave

Medlemmene i gruppa gir eksempel på et innkjøp de nylig har gjort.

- Prøv å beskrive kjøpsprosessen: Hvor grundig tenkte du gjennom hva du kjøpte?
- Drøft også om selgeren oppfattet behovet ditt.

Tenk over

Kjøpsorientert salg bygger på kundens premisser. Det er ikke dermed sagt at du som selger skal være passiv, men at du må ta utgangspunkt i hvordan kunden kjøper – ikke i hvordan du skal selge.

Fase 1: Oppdag ønsker og behov

I denne fasen opplever kunden en form for mangel (se Maslows behovspyramide), eller han ønsker en bedre løsning enn dagens.

Fase 2: Vurdere produkter som dekker behovene

I denne fasen søker kunden etter produkter og vurderer om de kan dekke den opplevde mangelen eller andre ønsker og behov.

Fase 3: Bestemme kjøp

I denne fasen bestemmer kunden om han skal kjøpe eller ikke.

Salgsaktiviteter

Les mer om hvilke salgsaktiviteter som er aktuelle i de tre fasene i kjøpsprosessen.

Fase 1: Oppdag ønsker og behov

Hensikten er

- å klarlegge kundens ønsker og behov

Salgsaktiviteter kan være

- spesielle tilbud og kampanjer i butikken
- samtale med kunden for å avklare ønsker og behov

Fase 2: Vurdere produkter

Hensikten er

- å veilede på kundens premisser

Salgsaktiviteter kan være

- å finne og presentere mulige behovsdekende produkter
- dersom butikken har aktuelle produkter – å argumentere for at de produktene butikken har, dekker kundens ønsker og behov
- dersom butikken ikke har aktuelle produkter – å gjøre kunden oppmerksom på at butikken ikke har det kunden etterspør

Fase 3: Bestemme kjøp

Hensikten er

- å selge et produkt som dekker kundens behov

Salgsaktiviteter kan være

- å lytte til kjøpssignaler, eventuelt mangel på slike
- å be kunden om å kjøpe
- hvis kunden kjøpte – å takke for en god handel og ønske kunden velkommen tilbake og eventuelt prøve å oppfordre til mersalg
- hvis kunden ikke kjøpte – å takke for interessen, prøve å avtale tid for oppfølging, avslutte med en hyggelig kommentar og ønske velkommen tilbake ved en seinere anledning

Åpning og kontakt

Forfatter: Kjell Rosland, Amendor AS, NKI Forlaget
[Åpning og kontakt \(86290\)](#)



Hvis du ønsker å få god kontakt med et nytt menneske, er førsteintrykket viktig. Her gir vi noen tips om hva en selger kan gjøre for skape god kontakt og få tillit hos nye kunder.

Hvordan få kontakt?

Førsteintrykket er viktig både når man skal ta kontakt med noen i privat sammenheng, og når man jobber med salg og service.

Selgeren har kort tid på seg for å få kunden til å føle seg velkommen og skape et godt inntrykk av butikken og salgsmedarbeideren.

Innøvd ordbruk og væremåte skaper lett en kunstig atmosfære. Vær naturlig, vær deg selv.

Enkel «oppskrift» når du ønsker å få god kontakt med nye mennesker:

- vær oppmerksom – hils høflig
- vær vennlig
- bruk speiling
- vis interesse, skap troverdighet og tillit
- ta høflig farvel

Vær oppmerksom – hils høflig

Et viktig råd

Vis interesse for kunden, ikke prat om deg selv!

Tenk deg følgende:

Du kommer inn i en butikk. To ekspeditører står og snakker ivrig sammen. De ser deg ikke, hilser ikke og fortsetter samtalen sin. Mye tyder på at de ikke er interesserte i deg. Hvordan opplever du det?



Fotograf: [NKI Forlaget](#)



Elektroforhandler

Ophavsmann: [NKL](#)

[Forlaget](#)

Stikkord:

- oppmerksomhet
- høflighet
- vennlighet
- velvilje
- humor
- kroppsspråk
- mimikk
- speiling
- gester

Rollespill

Elevene gir eksempler på kjøpssituasjoner de har vært i. Noen elever velges til å spille rollen som kunde, andre til å være salgsmedarbeider.

Rollespill 1: Enkle åpningssituasjoner

Rollespill 2: Åpning med flere kunder samtidig

Beskriv hvordan vi kjapt kan etablere kontakt med nye mennesker.

Stikkord:

- tillit
- troverdighet
- interesse
- «velkommen tilbake»
- høflighet
- godt humør

«**Klær skaper folk**», heter det i reklamen. Kanskje er det riktigere å si at klær forteller noe om hvem vi er eller

Oppmerksomhet mot kunden er første bud for å få kontakt. Dersom det er to eller flere kunder i butikken samtidig, må vi prøve å gi oppmerksomhet til alle.

Vanlig skikk og bruk tilsier at vi møter nye mennesker med å hilse. I vår tid er det vanlig med et vennlig nikk, et høflig «god dag og velkommen til oss». Blikket bør være festet på den vi snakker med, men vi må unngå å stirre. I noen situasjoner kan det være naturlig å håndhilsje.

Kjenner dere hverandre, kan dere snakke om kjente emner og felles interesser. Hvis dere ikke kjenner hverandre, kan dere snakke litt om «vær og vind» for å opprette kontakt. Er du salgsmedarbeider, bør du prøve å pense samtalens over på det kunden er ute etter. Still enkle, åpne spørsmål, som «Hva kan jeg hjelpe deg med?» eller «Hva ser du etter?». Unngå spørsmål som kan besvares med ja eller nei.

Vær vennlig

Å være vennlig vil si å være blid og hyggelig, imøtekommende og velvillig. Vi merker temmelig raskt om det er en vennlig atmosfære i en butikk.

Noen mennesker utstråler vennlighet. Andre må kanskje ta seg litt sammen. Vennlighet må være naturlig, ikke påtatt og kunstig. Humor kan bidra til å skape en avslappet stemning. Selvironi, ordspill og uskyldig, tøysete humor – som ikke gjør narr av noen eller noe – virker avvæpnende på folk flest.

Men sansen for humor varierer sterkt. Religiøse forskjeller, ulike lokale tradisjoner og forskjellig personlig smak gjør at ikke alle ler av det samme. Unngå ironi, spydigheter, grove vitser og fleip med livssyn og seksuell legning.

Bruk speiling

Noen mennesker føler seg tryggest når de er sammen med andre som ligner på dem selv og oppfører seg på samme måte. Kroppsspråket – det vi kan se, men ikke høre – blir ofte tillagt vel så stor vekt som ordene.

Mer eller mindre bevisst bruker vi et bredt register av gester og mimikk. Når beslektet er verbet *mime*, som betyr «å etterligne». Når vi iakttar folk som snakker sammen, er det ikke uvanlig at de inntar samme positur og bruker samme kroppsspråk. Hvis jeg for eksempel legger beina i kors, gjør du det samme. Stemmeleie, mimikk og ordvalg kan også ligne.

Denne formen for likhet skaper trygghet og gjør at vi føler oss vel. Når vi etterligner en annen person, kalles det speiling. Ved å etterligne kunden får du han/henne til å føle seg trygg. Du må vokte deg for å bruke speiling på en måte som gir inntrykk av at du gjør narr av andre.

Vis interesse, skap troverdighet og tillit

Når kunden kommer inn i en butikk, vet vi at han/hun er ute for å handle. Dersom det er selgeren som oppsøker kunden, kan vi ikke gå ut fra at kunden ønsker å kjøpe noe.

Ta høflig farvel

Når kunden oppsøker oss, for eksempel i en butikk, er det naturlig å spørre hva vi kan hjelpe med. Hvis svaret er positivt, går det vanligvis greit å få den videre samtalen til å flyte lett og uanstrengt. Vi må respektere kunder som sier at de ønsker å se seg omkring. La dem få ro til å finne seg til rette.

Men dersom det er selgeren som oppsøker kunden, kan vi ikke regne med at kunden ønsker å kjøpe noe. Kan hende er vedkommende uinteressert eller direkte negativ? Denne situasjonen er mer krevende for selgeren. For ikke å virke påtrengende må vi nærme oss mer forsiktig. Hvis kunden er avvisende, må vi respektere det og finne en naturlig måte å avslutte på. Hvis kunden er positiv, kan den videre samtalen følge samme mønster som når kunden har oppsøkt selgeren.

Uansett om det ble en handel eller ikke, er det viktig å beholde humøret og være høflig.

Av og til er avstanden mellom starten og slutten på en salgssamtale svært kort. Kanskje har vi ikke det produktet kunden er ute etter, kanskje finner kunden ut at han/hun vil se seg om andre steder. Bli ikke skuffet om en kunde vender deg ryggen. Tenk heller på at kunden kan komme tilbake til deg seinere. Gi alltid kunden en høflig hilsen med på veien ut av butikken. Pass på å takke for besøket og ønske velkommen tilbake når det måtte passe.

Klær skaper folk

Klær sier mye om hvem vi er. Vi kommer ikke utenom at påkledning og personlig hygiene har betydning for førsteinntrykket. Påkledningen forteller noe om hvem vi identifiserer oss med eller ønsker å høre til. Hvordan vi skal kle oss, avhenger av situasjonen. Klærne bør være tilpasset det som er vanlig hos kundene. Store kontraster skaper avstand.



Klær sier mye om hvem vi er

Fotograf: [Mattis Sandblad](#)

Hva ønsker kunden?

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hva ønsker kunden? \(86301\)](#)



Alle kjøp er forankret i det kunden opplever som mangler, ønsker eller behov. Her gir vi tips om hvordan en selger kan finne ut hva kunden ønsker, som for eksempel spørre- og samtaleteknikker.

Hvilke ønsker og behov har kunden?

Stikkord:

- ønsker
- behov
- mangel
- kjøpsmotiv

Kunder har ulike behov og svært forskjellig kjøpsatferd. Noen kjøp er grundig planlagt, andre skjer på impuls. Store kjøpesentre regner med at opptil to tredeler av kjøpsavgjørelsene ikke er planlagt.

Et behov kan beskrives som en mangel mellom den nåværende situasjonen og en ønsket situasjon. Kunden håper å fylle et tomrom ved å kjøpe et produkt eller en tjeneste. Det kan være et klesplagg, sportsutstyr, en ferietur, et hotellopphold, programvare til en pc og så videre.



Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Ikke sjeldent støter vi på selgere som skryter av gode produkter, lave priser, dagens tilbud og så videre. Det kan godt tenkes at de har mye fint å tilby, men kunden er kanskje ute etter noe helt annet.

En god selger prøver å finne ut hva kunden ønsker og har behov for. Dette er kjernen i et godt salg. Hvis vi ikke finner ut hva kunden er ute etter, er det umulig å finne et passende produkt. Vi står også uten argumenter.

Samtaleteknikk

Behovene kan klarlegges gjennom en samtale mellom kunden og salgsmedarbeideren. Hvis kunden har behovet klart for seg og vet hva hun vil ha, er det naturlig at hun beskriver behovet. Er behovet uklart, kan selgeren begynne samtalen med å stille spørsmål.

I samtalen opplever vi at noen lytter til det vi har å si, og vi opplever at det vi sier, er betydningsfullt. Salgsmedarbeideren må ta samtalen med kunden på alvor, lytte nøyde og stole på at kunden vet sitt eget beste.

Tre grunnleggende kjøpsmotiver kan bli avdekket i behovsanalysen:

- **Ønsker og interesser** – det vil si om kunden skal erstatte et produkt eller kjøpe noe nytt og annerledes. Herunder hører også ønsker om siste møte, nyeste tekniske vidunder og så videre.

Rollepill – behovsundersøkelse

To og to elever går sammen. Den ene spiller kunde, den andre skal være salgsmedarbeider. De forbereder seg hver for seg.

Temaet er kjøp av typiske forbruksvarer, for eksempel klær eller sko.

Samtale

Å samtale betyr bokstavelig talt å tale sammen. Ordet *dialog* kommer av det latinske *dialogus*. Hensikten med en dialog er å utveksle synspunkter og prøve å forstå hverandre.



Lytt til kunden!

Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Språket – vårt viktigste kommunikasjons-middel

God kommunikasjon er blant annet preget av klar tale, åpenhet og evne til å skape og opprettholde tillit. Det kan gjøres på mange måter. Vi kan skrive eller snakke. Eller vi kan tie stille, for taushet kan være talende.

- **Grunnleggende behov** – og i tilfelle hvilken behovstype, hvor det kan plasseres i Maslows behovshierarki.
- **Problem** – for eksempel om kunden har en løsning (et produkt) i dag som er uøkonomisk eller ineffektiv.

Spørre – lytte – følge opp

Salgsmedarbeideren har stor nytte av å stille spørsmål til kunden. Svarene gir nyttig informasjon, og vi unngår misforståelser. Spørreteknikk er derfor viktig for en salgsmedarbeider.

Ønsker og interesser regnes som det svakeste motivet for kjøp, mens et problem er det sterkeste.

Spørsmål kan stilles på mange måter. Begynn med spørsmål som det er lett å svare på. Spørsmålene kan være åpne eller lukkede.

Åpne spørsmål begynner med ord som hva, hvem, hvor, hvordan, hvilken, når.

Åpne spørsmål er egnet til å få informasjon om situasjonen, til å høre om ønsker og behov. Kunden kan svare fritt, og spørsmålene passer derfor tidlig i en kundesamtale. Det enkleste er: «Hva kan jeg hjelpe deg med?»

Lukkede spørsmål gir kunden valget mellom to svar, ja eller nei, eller to andre alternativer.

Vi begrenser kundens muligheter til å svare fritt, og i stedet «tvinger» vi vedkommende til å ta et valg. Vi kan for eksempel spørre: «Vil du ha gul eller rød farge?»

Før vi spør, må vi vite hva vi vil oppnå med spørsmålet, og vi må stå klar til å følge opp svaret.

- Hvis vi er ute etter kundens ønsker og behov, spør vi om det.
- Hvis vi vil ha greie på fakta, spør vi om fakta.
- Hvis vi vil finne ut hvilket produkt kunden liker best, spør vi om det.
- Hvis vi ønsker å avklare kundens kjøpsvillighet, spør vi om det.

Aktiv lytting

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget

[Aktiv lytting \(86307\)](#)

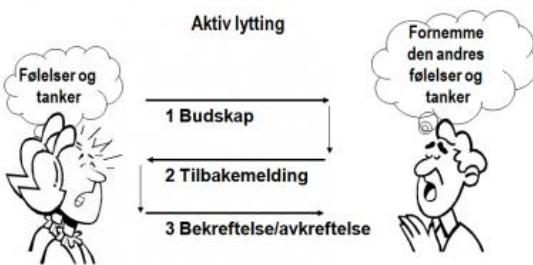


En god samtale mellom salgsmedarbeider og kunde forutsetter aktiv lytting. Selgeren må gjøre sitt beste for å høre og forstå hva kunden egentlig mener – også hvilke følelser som ligger bak ordene. ØNSKE-modellen egner seg godt når vi vil undersøke behovene grundig, spesielt i forbindelse med kostbare innkjøp.

Aktiv lytting

Salg og service krever evne til både å lytte og å tale. For å lytte er det ikke nok å ha god hørsel. En ting er å høre hva samtalepartneren sier, noe helt annet er det å virkelig forstå meningen med det som blir sagt.

Aktiv lytting vil si at avsenteren av et budskap blir hørt og forstått, at følelser som ligger til grunn for ordene, er forstått og akseptert. Aktiv lytting hjelper oss til å forstå hva kunden egentlig ønsker, tenker og mener.



Aktiv lytting er en form for lytting der mottakeren av et budskap går inn for å avklare (bekrefte/avkrefte) om avsenterens budskap er korrekt oppfattet.

Aktiv lytting. Klikk på bildet for større versjon

Opphavsmann: [Kjell Rosland](#)

Nøkkelen til gode ferdigheter i aktiv lytting ligger i ordet *aktiv*. Aktiv lytting vil si at mottakeren lytter til tonefall, mimikk og kroppsspråk for å forstå hvilke følelser som ligger bak ordene.

Noen tips for den som ønsker å bli en aktiv lytter:

– Vær tillitsfull.



Ikke trakk på kundens ømme tær!

Fotograf: [Johnny Madsen](#)

Tenk etter

Hvilke forskjeller kan du se på ønsker og behov?

Gruppeoppgave

Gå sammen i grupper og drøft ønsker og behov ved kjøp av personbil.

Ved større innkjøp kan det være aktuelt å gjøre grundige økonomiske beregninger og undersøke tekniske innretninger og lignende.
Se

[www.euroncap.com](#).

De personene vi samtaler med, tar vi på alvor. Vi prøver å forstå hva samtalepartneren egentlig søker å formidle. En god lytter bruker ikke tida til å forberede sitt neste innlegg.

– Ta imot følelser.

I tillegg til ordene som blir sagt, prøver vi også å få tak i underliggende følelser, holdninger og verdier. Stemmeleie og ansiktsuttrykk kan fortelle mer enn mange ord. Å avvise følelser skaper avstand. Når vi forstår at det ligger sterke følelser bak, kan vi nikke og komme med små bemerkninger for å vise at vi forstår og godtar det.

– Vær positiv.

Alt kunden sier, prøver vi å ta i beste mening. For å unngå misforståelser oppsummerer vi hva vi er enige om. Vi bør også unngå å tråkke på eventuelle «ømme tær».

– Ikke avbryt.

Vi lar kunden snakke ferdig uten å avbryte. Avbrytelser er en av de største «folkesykdommene». Husk at mange mennesker kan ha problemer med å uttrykke hva de mener. La dem få rikelig med tid til å forklare seg.

– Få med deg kroppsspråket.

Det gjelder både kundens og vårt eget kroppsspråk. Vi kan søke øyekontakt, nikke med hodet, komme med lyder og bemerkninger som bekrefter at vi er interessert.

Avdekke behov med ØNSKE-modellen

Ved større og kostbare innkjøp er det vanlig å undersøke behovene grundig. Selgeren kan for eksempel bruke ØNSKE-modellen:

- Økonomi
- Nytteverdi
- Sikkerhet
- Kvalitet
- Effektivitet

Vi ser at ØNSKE-modellen har fått navnet sitt fra forbokstavene i de fem ordene.

Eksempel på bruk av ØNSKE-modellen

Hva bør vi legge vekt på ved kjøp av personbil? Tenk over hva som ville bety noe for deg:

1 Økonomi

- Hvor viktig er det at innkjøpsprisen er lav?
- Hvor viktig er det at verditapet per år er lavt?
- Hvor viktig er det at drivstoffforbruket er lavt?
- Hvor viktig er prisen på forsikringspremien?

2 Nytteverdi

- Hvilke krav har du til antall sitteplasser?
- Hvor viktig er det å ha stor plass til bagasje?
- Hvor viktig er det at bilen kan brukes som trekkvogn for karavan eller lignende?

3 Sikkerhet

- Er det viktig at bilen har et godt resultat i kollisjonstesten EuroNCAP?
- Er det andre sikkerhetsdetaljer du synes er viktige?

4 Kvalitet

- Er det viktig at bilen har stor slitestyrke?
- Er det viktig med god passasjerkomfort?
- Er det viktig med fin design?

5 Effektivitet

- Hvor viktig er framkommelighet? Har du for eksempel behov for en bil med firehjulsdrift?

Demonstrere og argumentere

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Demonstrere og argumentere \(86317\)](#)



Noen selgere er opptatt av å finne unike argumenter for produktet sitt. Vi legger vekt på at argumentene kan bidra til å bevise at produktet dekker kundens ønsker og behov.

Har vi det produktet kunden etterspør?

Vi tenker oss en ekspeditør i en dagligvarebutikk. Butikken er velassortert – den har et stort utvalg av varer. Den har frukt og grønnsaker, kjøtdisk og fiskedisk med ferske varer. Utpå ettermiddagen kommer en kunde og ber om to kilo fersk torsk som skal være til en bursdagsmiddag.

«Du skjønner, vi er så glade i fisk», sier kunden. Butikken er utsolgt for torsk, noe ekspeditøren beklager. «Dessverre har vi ikke mer fersk torsk i dag», sier han. Vi kan fastslå at butikken ikke akkurat har det kunden etterspør.

Hva kan salgsmedarbeideren gjøre? Bør han henvise kunden til konkurrenten, som kanskje har torsk? Etter å ha tenkt seg raskt om sier ekspeditøren:

«Vi har akkurat fått inn breiflabb og kveite. Se så fin og hvit kveita er! Kanskje du kan bruke den i stedet?»

Det var klokt av ekspeditøren å tenke at det kunden vil ha, er en god fiskemiddag, men ikke nødvendigvis torsk.

Demonstrere og argumentere

Når vi selger varer, kan vi vise fram produktet og demonstrere hvilke egenskaper det har. Det er en stor fordel at kunden kan ta og føle på produktet. Men det er viktig at selgeren har det produktet kunden spør etter, eller et lignende produkt (substitutt) som gjør samme nytten.

Demonstrasjon av produkt

Vi tenker oss at en fotobutikk får besøk av en kunde som ser etter et nytt digitalkamera. Kunden forteller at hun har et tre år gammelt kamera. Det er ikke noe i veien med det, men flere av vennene hennes har fått nye kamera som har mange flere piksler og bedre mulighet for lange videoopptak. Behovsanalysen viser at kunden ikke er en avansert fotograf, snarere en amatør som stort sett bruker kameraet til å fotografere venner og kjente i sammenheng med ferier og selskapsliv.

Selgeren viser fram et kamera og sier: «Dette er en helt ny modell. Det har mange nye funksjoner sammenlignet med ditt gamle kamera. Du kan ta fine portretter, det er flott til nærbilder av blomster og nattfotografering, og det har 16 ganger optisk zoom. Og prisen, bare 2800 kroner – spesialtilbud som varer ut denne uka. Bedre kamera får du ikke til den prisen.»

Vi ser at selgeren forteller hvor bra dette kameraet er, og hvor billig det er i forhold til kvaliteten. Uten å tenke på hva kunden har etterspurt, kjører selgeren på med alle salgsargumentene han har lært seg. Salgsargumenter kan bli din verste fiende.

Rollespill

Presenter og demonstrerer et produkt, for eksempel et kamera eller en mobiltelefon.



Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Argument kommer av det latinske *arguere*, som betyr «vise, bevise».

Å argumentere betyr å føre bevis.

Tenk deg denne situasjonen:

Du skal kjøpe nye jeans. Ekspeditøren bruker argumentene «Alle kjøper den» og «Det er siste nyt».

Velkjente argumenter

Ofte hører vi selgere som med velkjente argumenter prøver å overbevise oss om at deres produkt er det beste:

- «Alle kjøper det.»
- «Produktet har unike fordeler.»
- «Det er siste nyt.»
- «Det er billig.»
- «Det er topp kvalitet.»

Alt dette er til liten nytte hvis produktet ikke dekker behovet vårt.

Behovsorientert argumentasjon

Når kunden har beskrevet sine ønsker og behov, har selgeren et godt utgangspunkt for å finne et passende produkt. Hvis kunden har vært ærlig i beskrivelsen av sine behov, vet selgeren hva kunden legger vekt på ved beslutning om kjøp. Gode salgsargumenter tar utgangspunkt i det som er til nytte for kunden.

Hvis vi ikke vet hva kunden er ute etter, står vi uten argumenter. Et *sterkt argument* beviser at produktet dekker kundens behov. Hvis vi har et produkt som helt klart dekker behovet, vet vi hvordan vi skal argumentere på en overbevisende måte.

Fordelen med produktet må ses i forhold til kundens ønsker og behov. Hvis kunden ikke ser fordelen, er det ingen fordel – uansett hvor mye selgeren påstår at det er det.

Drøft i gruppe:

Hvordan virker argumentene på deg?
Hva mener vi med et sterkt argument?



Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Håndtere innvendinger

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Håndtere innvendinger \(86327\)](#)



Erfarne salgsmedarbeidere er vant til å få innvendinger, og de vet at de oftere får et nei enn et ja fra kundene. Her skal vi se på hva som ligger bak innvendingene, og at de ikke nødvendigvis betyr manglende kjøpsinteresse. Hvilke innvendinger må du regne med å møte? Hvordan kan du håndtere dem?

Lær deg å elske et nei

Et kjent uttrykk blant selgere er: «Lær deg å elske et nei.» Det betyr ikke at selgerne ønsker eller liker å bli avvist av kundene. Et nei trenger ikke være slutten på salgssamtalen, det kan like gjerne være starten på den. Erfarne selgere vet at de oftere vil møte et nei enn et ja. Derfor må salgsmedarbeidere være mentalt forberedt på at kunder sier nei. Optimistiske selgere tenker at jo flere nei de har hørt, desto kortere er veien til neste ja.



Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Innvendinger

Når kunden kommer med innvendinger, kan en uerfare salgsmedarbeider lett bli forskrekket eller motløs. Men det er sjeldent grunn til å la innvendinger sette en stopper for å gå videre i kjøpsprosessen. De fleste kunder kommer med innvendinger i løpet av en salgssamtale.

Vi må prøve å forstå hva som ligger bak en innvending. Det kan være

- et signal om at kunden ikke har forstått det selgeren sier
- et forhandlingsknek eller et forsøk på å forhandle på pris
- et ønske om å høre flere eller bedre salgsargumenter, for eksempel fordi de må overbevise ektefellen eller andre om at de har gjort et godt kjøp
- et behov kunden har for å få bekrefte på at han gjør en god handel

Håndtering av innvendinger

Tenk over

Hva kan ligge bak kundens innvendinger?

Eksempler på innvendinger

1. «Jeg må tenke litt over tilbuddet ditt.»
2. «Prisen ligger en del over det jeg hadde tenkt meg.»
3. «En nabo fikk samme produkt 10 % billigere i forrige uke.»
4. «Hvor sikker er du på at dette produktet er solid og kommer til å vare lenge?»

Eksempler på svar

1. «Jeg forstår at du trenger betenkningstid. Kanskje du må spørre ektefellen?»
2. «Jeg forstår det slik at du synes at denne bilen er dyr. Er det korrekt oppfattet?»
3. «Er du klar for å kjøpe varen hvis du får 10 % rabatt?»
4. «Varen kommer fra en gammel, solid fabrikk, og jeg kjenner flere i ditt nablag som har god erfaring med denne varen.»

Salgsmedarbeideren må regne med å møte seriøse innvendinger. Uansett hva som ligger bak en innvending, må selgeren ta den på alvor, prøve å forstå den og håndtere den på en konstruktiv måte.

Selgeren bør bekrefte at innvendingen er registrert og forstått. Hvis kunden bekrefter at innvendingen er korrekt oppfattet, har vi et sikkert utgangspunkt for å behandle den.

Avslutte et salg

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Avslutte et salg \(86332\)](#)



Målet med alt salg er å få kundene til å kjøpe produktene våre. Veien dit er noen ganger kort, andre ganger svært lang. Her skal vi se nærmere på kjøpssignaler og hva selgeren kan gjøre for å avslutte et salg.

Vanskelig å bestemme seg

Noen kunder har vanskelig for å bestemme seg. De vurderer alle saker grundig og trenger mer tid enn andre. En selger må ikke mase på kunder som signaliserer at de ikke er klare for å kjøpe. I stedet må vi prøve å finne årsaken til ubeslutsomheten. Kunden kan ha ubesvarte spørsmål som krever svar.

Kjøpssignaler

Når kunden kommer med signaler som tyder på kjøpsinteresse, gjelder det for selgeren å oppfatte signalene og omskape interessen til kjøp. Slike signaler kan ta mange ulike former, og det kan være vanskelig å oppfatte dem som kjøpssignaler.

Tydelige kjøpssignaler

- Kunden står og vurderer to produkter og spør: «Hva anbefaler du?»
- Kunden spør: «Har du denne i lys bjørk også?»
- Kunden sier: «Jeg tror jeg foretrekker den i børstet stål.»
- Kunden ber om beskrivelse av detaljer ved produktet.
- Kunden spør: «Er det mange som kjøper denne modellen?»

Utydelige kjøpssignaler

- Kunden børster støv fra produktets overflate.
- Kunden endrer kroppsstilling, tar for eksempel et skritt tilbake for å få bedre overblikk over produktet.
- Kunden blir mer positiv og inntar en mer fortrolig holdning til selgeren.
- Kunden kommer med innvendinger eller spørsmål om detaljer ved produktet.



Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Hvis kunden ikke kommer med noen kjøpssignaler, kan selgeren prøve å lokke dem fram. Det kan man gjøre med forsiktige hentydninger og spørsmål, som for eksempel:

Rollespill / drøfting i gruppe

- Drøft og gi eksempler på kjøpssignaler.
- Drøft hvordan selgeren kan håndtere disse kjøpssignalene.

Rollespill / diskusjon i gruppe

To og to elever spiller henholdsvis kunde og selger. Resten av gruppa kan være (konstruktive) kritikere.

- Ta for dere eksemplene på kjøpssignaler.
- Hva kan selgeren gjøre for å avslutte salget?

Gi aldri mer enn to valgmuligheter!

- «Har du plass i bilen til en så stor tv?»
- «Skal jeg sjekke hvor mange vi har igjen på lager?»
- «Når vil du eventuelt ha sofaen levert?»

Hvis kunden svarer positivt på slike spørsmål, prøver vi å avslutte salget.

Avslutte et salg

Å fullføre et kjøp er den vanskeligste delen av salget for mange salgsmedarbeidere. Ikke sjeldent går salgssamtalen i sirkelgang rundt kundens kjøpsinteresse. Det kan virke som om selgerne unnviker å be om orden fordi de er engstelige for å få nei fra kunden. Risikoen for at kunden går trøtt og mister interessen, er da overhengende.

Her er noen teknikker for å undersøke hvilket alternativ kunden er mest interessert i:

- **Delbeslutning:** Få kundens aksept for mest mulig av det som hittil har passert i kjøpsprosessen, for eksempel aksept for ønsker og behov, aksept for at produktet er behovsdekkende, aksept for garantier, service og pris. For hver aksept fra kunden er vi nærmere et kjøp!
- **Oppsummering** av kundefordeler for et bestemt produkt – med utgangspunkt i kundens uttrykte ønsker og behov – med avsluttende spørsmål: Er vi enige om at du går for dette produktet?
- **Alternative valg:** Vil du ha den svarte eller den i stål? Foretrekker du den røde eller den blå? Mener du at den dyreste eller den billigste varen best dekker dine ønsker?
- **En serie spørsmål** som vi antar kunden vil svare ja på. For hvert ja er vi nærmere en kjøpsbeslutning.

Be kunden om kjøp

Det er viktig at salgsmedarbeideren er mentalt og praktisk innstilt på å avslutte salget. Rollen som selger krever at du spør kunden om han eller hun vil kjøpe produktet. Avslutningen er et naturlig punktum på en god salgssamtale. Kunder flest synes ikke det er påtrengehende at du spør om kjøp hvis tida er moden for det. Hvis du ikke spør, reduserer du muligheten for et salg.

Skal det være noe mer?

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Skal det være noe mer i dag? \(86333\)](#)



Når kunden har bestemt seg for å kjøpe et produkt av oss, er det ikke sjeldent at det åpner seg muligheter for å selge mer. Et godt sisteinntrykk er viktig enten kunden har kjøpt noe eller ikke.

Mersalg, plussalg

Mersalg er primært rettet mot produkter eller tjenester som sammen med hovedproduktet antas å kunne gi en bedre totalløsning for kunden. I en aktiv dagligvarebutikk legger man til rette for mersalg ved å sampassere varer som naturlig hører sammen, legge fram brosjyrer, gi tips til middager og så videre.

Svært mange produkter gir slike muligheter for mersalg. Det er en utfordring for alle salgsmedarbeidere å finne produkter som hører sammen, og veilede kunden til å kjøpe mer.

Finn eksempler på hva selgeren kan foreslå som plussalg når kunden har kjøpt

- sykkel
- lommelykt
- dress
- jeans
- skjorte
- sofa
- lampe
- kjøkkeninnredning

Tenk over

Situasjon 1:

Kunden har kjøpt.

Situasjon 2:

Kunden kjøpte ikke noe.

Drøft begge situasjonene. Hva kan en salgsmedarbeider gjøre for at kunden skal få et godt sisteinntrykk?

Husk

Takk for besøket og interessen, og ønsk kunden velkommen tilbake!

Både førsteinntrykk og sisteinntrykk er viktig!



Fotograf: [Science Photo Library](#)



Mange butikker er flinke til å plassere varer som «hører sammen», i nærheten av hverandre. På den måten sørger de for plussalg eller mersalg.

Opphavsmann: [IKEA](#)

Et godt sisteinntrykk

Vi har lært at førsteinntrykket i kundekontakten er viktig. Et godt sisteinntrykk er like viktig – det kan være avgjørende for om kunden kommer tilbake for å handle.

Enten kunden har kjøpt noe eller ikke, er sisteinntrykket viktig for kundens oppfatning av salgsmedarbeideren og butikken. På samme måte som vi bare får én sjanse til å gjøre et godt førsteinntrykk, får vi aldri en tilleggssjanse til å gjøre et godt sisteinntrykk.

For kunder som har kjøpt

Tenk langsiglig. Om vi tenker på forholdet til kunden som livslangt, er det viktig å innkassere ethvert salg som betydningsfullt, og som på sikt kan bli noe stort.

Hvis kunden kjøper, må vi alltid takke høflig for handelen – uansett hvor lite kunden har kjøpt. Kunden skal forstå at vi setter stor pris på hver eneste handel. En liten kunde i dag kan bli en stor kunde i morgen!

For kunder som ikke har kjøpt

Hvis kunden ikke kjøpte noe, kan vi prøve å få til en avslutning som gjør at kunden får lyst til å komme tilbake til butikken vår seinere. Hvis det er helt klart at kunden ikke vil kjøpe, bør vi raskest mulig avslutte samtalen på en hyggelig måte. Ved avslutningen kan du si at du forstår at det ikke er aktuelt for kunden å handle akkurat nå.

Rettigheter og plikter

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kjøp og salg – rettigheter og plikter \(86337\)](#)



Salget er ikke ferdig før kunden sier seg fornøyd med handelen. Ikke sjeldent oppstår det uenighet i forbindelse med reklamasjoner, garantier, bytterett og angrerett. Her skal vi se hvilke rettigheter og plikter forbrukere og selgere har.

Rettigheter og plikter

Et kjøp bygger alltid på en avtale mellom en selger og en kjøper. Avtalen trenger ikke være skriftlig. Forbrukeren har både rettigheter og plikter, og både selger og kjøper bør kjenne til lover og regler for kjøp og salg. Dette gjelder spesielt når kunden er misfornøyd med kjøpet.

Garanti

Garantiordninger kan bidra til å skape trygghet. Usikre kunder spør gjerne: «Hva slags garanti har dere?»

Noen garantiordninger er lovhjemlet, andre er bestemt av butikken eller bransjen.

Markedsføringsloven § 5e har bestemmelser om bruken av ordet *garanti*, og at det skal opplyses om garantivilkårene.

Mange produkter blir markedsført ved at det følger med en garanti. En garanti er et løfte som skal gi forbrukeren rettigheter i tillegg til forbrukerkjøpsloven. Garantier kan også rette seg mot annet enn feil og mangler. For eksempel kan selgeren garantere laveste pris.

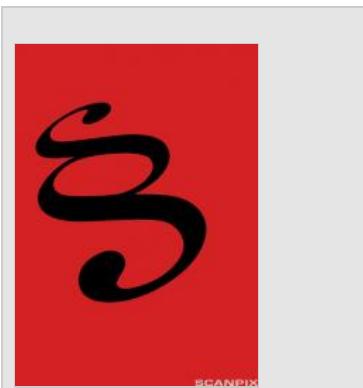
En garanti som setter en kortere frist enn forbrukerkjøpslovens reklamasjonsfrist, er ikke i strid med loven hvis garantien i denne perioden gir deg bedre rettigheter enn det loven gjør.

Reklamasjonsrett

Reklamasjonsretten som følger av forbrukerkjøpsloven, gir kunden rett til å klage på mangler ved en vare innen en bestemt tidsfrist – normalt to år. For gjenstander som er ment å være vesentlig lengre, for eksempel radio- og tv-apparater, mobiltelefoner og komfyre, er fristen fem år.

Mer informasjon om reklamasjonsrettigheter og hvilke krav du kan stille til varen, finner du på Forbrukerrådets temaside om forbrukerkjøpsloven:

- [forbrukerportalen.no - Garanti og reklamasjonsrett](#)



Fotograf: [Michael Daugaard](#)

Forbrukerkjøpsloven

gjelder salg av ting til en forbruker når selgeren eller selgerens representant opptrer i næringsvirksomhet. Med forbruker menes en fysisk person som ikke hovedsakelig handler som ledd i næringsvirksomhet.

Håndverkertjenesteloven



Bytterett er ingen selvfølge.

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)

Bytterett er ingen selvfølge

Bytterett vil si at du kan returnere en vare mot å få en annen tilbake. Det er ikke noe vilkår at varen har en mangel for å kunne bytte den. Bytteretten er ikke regulert ved lov, men kan enten avtales med selgeren eller følge av sedvane/bransjepraksis. Som følge av sedvane kan du blant annet få byttet klær og andre tekstiler, bøker og gullsmedvarer. Har du kjøpt en vare med mangel, har du klagerett etter forbrukerkjøpsloven. Har du kjøpt varen utenfor fast utsalgssted (butikk), har du rett til å angre på kjøpet etter angreretsloven.

Noen råd:

- Retten til å bytte kan du avtale ved kjøpet, eller den kan følge av sedvane eller annen praksis i bransjen.
- Ta vare på kvitteringen.
- Gå tilbake til butikken så snart som mulig hvis du ønsker å bytte.
- Varen må være ubrukt og uten skader.
- Som hovedregel må varen byttes i samme butikk som den er kjøpt.
- Kjøpsloven gir deg ingen rett til å bytte en vare som ikke er mangelfull.
- Er det mangler ved varen, har du krav på avslag i prisen, heving av kjøpet, erstatning, ny vare eller reparasjon av varen.

gjelder avtaler eller oppdrag om bestemte tjenester (som reparasjoner, vedlikehold, installasjoner, ombygging og så videre) som inngås mellom tjenesteytere i deres næringsvirksomhet og forbrukere.

Angrerettloven

gir forbrukeren minst 14 dagers angrerett når selgeren eller tjenesteyteren opptrer i næringsvirksomhet og avtalen inngås ved fjernsalg eller salg utenfor fast utsalgssted.

Sedvane betyr «skikk og bruk».

Videobasert salgsopplæring

Forfatter:

[Videobasert salgsopplæring - Salgsprosessen \(103055\)](#)



«Da skal jeg vise deg en sykkel som jeg tror vil passe perfekt for deg! Bli med meg.» Slik finner Anne sin drømmesykkel, og selgeren kan notere seg et vellykket salg. Vi kan nå tilby fire undervisningsopplegg der videoeksempler står sentralt. Dette videokippet handler om salgssamtalen og salgsprosessen.

Ressursknipper om kjøp og salg

Fire knipper med undervisningsressurser ligger under de respektive kompetanse målene på Vg1 og Vg2. Ressursene kan selvfølgelig benyttes på tvers av trinn og programområder. Hvert knippe tar for seg et sentralt tema fra læreplanen og består av filmer, oppgaver og klasseromsaktiviteter.

Følgende fire kompetanse mål blir behandlet:

- Behov og motiv (Vg1) [Videobasert salgsopplæring - Behov og motiv](#)
- Salgsprosessen (Vg1)
- Kjøpsatferd (Vg2) [Videobasert salgsopplæring - Kjøpsatferd](#)
- Den kunnskapsrike selgeren (Vg2) [Videobasert salgsopplæring - Den kunnskapsrike selgeren](#)

Salgssamtalen

Dette videokippet handler om salgssamtalen. Her får vi først en introduksjon til temaet i form av et kort



A small video thumbnail showing a man with glasses and a blue shirt, sitting in what looks like a shop or office environment. The thumbnail has a caption at the top right that reads "Salgssamtalen". Below the thumbnail, there is a caption that reads "Hans Michael Wæde Antenne".

Salgssamtalen – case.

Salgssamtalen - videoforedrag / video

<http://ndla.no/nb/node/103049>

på cirka fem minutter. Salgssamtalen deles i fire stadier, og vi får forklart hva som kjennetegner hver fase.

I et



Salgssamtalen - case / video

<http://ndla.no/nb/node/103045>

får vi være vitne til en iscenesatt salgssamtale. Kjenner vi igjen de fire stadiene? Gjør selgeren en god jobb? Hvilke teknikker bruker hun? Filmen brukes til å illustrere poengene fra foredraget og kan også være et godt utgangspunkt for klasesamtale.

Klasseromsaktiviteter

Elevene får også prøve seg: Tilleggsressursene presenterer [aktiviteter](#) som kan brukes i klasserommet, der elevene gjennom rollespill kan trenе på å bli gode selgere. Her er det også plass for



Egenvurderingsskjema - Salgssamtalen / fil

<http://ndla.no/nb/node/110297>

og refleksjon.

Ressursknippet inneholder også forslag til prosjektoppgaver og en interaktiv test der elevene kan vise hva de har lært.

Høy teknisk og pedagogisk kvalitet

Det er Mediesenteret ved Høgskolen i Bergen som produserer læringsressursene i samarbeid med Hans Michael Wade, som er lærer ved Bjørgvin videregående skole.

«Vi trenger materiale som kan supplere det tekstbaserte stoffet», sier han og er glad for å kunne sette undervisningsideer ut i livet sammen med profesjonelle videoprodusenter. Til lærerveiledningene har han plukket sine beste opplegg for klasseromsaktiviteter.

Aktiviteter i klasserommet

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Aktiviteter i klasserommet \(110265\)](#)



Oppgavene under er tenkt som felles praksisorienterte aktiviteter i klassen. Vi kaller dem aktiviteter for å vise at aktiviteten i klassen er lærerstyrt – i motsetning til en oppgavesamling elevene skal jobbe med på egen hånd.

Læreplanmål:

Gjennomføre et salg med aktiviteter før, under og etter et forbrukerkjøp

Konkretisering av mål:

- kjenne de fire fasene i en salgssamtale
- kjenne til åpne og lukkede spørsmål og kunne lage slike spørsmål selv
- kunne bruke kunnskapen om de fire fasene og om åpne/lukkede spørsmål til å stille relevante spørsmål i en salgssamtale
- kunne sette seg i kundens posisjon og forstå hvilke behov kunden ønsker å få tilfredstilt

Innledning til læreren:

Aktivitetene er beskrevet så konkret som mulig, slik at du kan velge å bruke dem som de er. De kan forhåpentlig også fungere som inspirasjon og hjelp slik at du kan lage egne aktiviteter som passer din klasse og situasjon bedre.

Det er knyttet observasjon til alle aktivitetene. Tanken bak dette er å etablere observasjon som et lærermiddel på linje med for eksempel NDLA eller en lærebok og med det ta et lite skritt mot mesterlæring og mer yrkesbasert opplæring. Da trenger selvsagt elevene trening i observasjon – vårt bidrag er et enhetlig observasjonsskjema som brukes med små endringer gjennom flere aktiviteter.

Aktivitet 1 er en strukturert trening i å lage spørsmål knyttet til de ulike fasene i salgssamtalen og gjennomføring av en rollespillaktivitet hvor spørsmålene brukes. Det er knyttet observasjon og egenvurdering til aktiviteten.

Aktivitet 2 er et klassisk opplegg for rollespill, hvor elevene selv forbereder både selgerens og kundens roller. Også her er det med et observasjonsskjema.

Aktivitet 3 handler i sin helhet om hvordan butikker jobber med forbrukerkjøp. Oppgaven er å intervjuere selgere i butikker om hvordan de jobber, og deretter observere salgssamtaler i de samme butikkene. Resultatene presenteres for resten av klassen.

Egenvurderingsskjemaet til aktivitet 1 kan med små endringer også brukes i de andre aktivitetene. Her er det selvsagt også mulig å ta i bruk egne metoder og skjema – vårt formål har vært å presentere et sett med verktøy.

Lykke til med arbeidet!

Aktivitet 1: Forberede og gjennomføre salg

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Aktivitet 1: Forberede og gjennomføre salg \(110266\)](#)



Aktivitet 1 inneholder trening i å lage spørsmål innenfor de forskjellige fasene, bevisst bruk av åpne og lukkede spørsmål og gjennomføring av salgssamtale.

Tips: Aktiviteten kan deles opp – det er for eksempel fullt mulig å bare gjennomføre fase 1 og 2 som en øvelse. Tidsbruk: 2 x 2 skoletimer.

Læreplanmål:

Gjennomføre et salg med aktiviteter før, under og etter et forbrukerkjøp

Konkretisering av mål:

- kjenne de fire fasene i en salgssamtale
- kjenne til åpne og lukkede spørsmål og kunne lage slike spørsmål selv
- kunne bruke kunnskapen om de fire fasene og om åpne/lukkede spørsmål til å stille relevante spørsmål i en salgssamtale
- kunne sette seg i kundens posisjon og forstå hvilke behov kunden ønsker å få tilfredstilt

Forarbeid:

1. Del klassen inn i grupper på tre (3).
2. Orienter kort om opplegget. Beskriv hvert punkt i detalj senere, når dere setter i gang med aktiviteten.
3. Se gjennom introduksjonsvideoen om salgssamtalen gruppevis eller i plenum.
4. Se gjennom dramatiseringen (case-videoen) gruppevis eller i plenum.
5. Sett i gang fase 1.

To varianter for gjennomføring:

FRI – gruppene bruker den tiden de trenger, og lærer følger opp hver gruppe for seg.

Denne metoden kan være nyttig særlig den første gangen man gjør en slik aktivitet.

TVUNGEN – hver fase blir startet og avsluttet likt etter et tidsskjema. Denne metoden legger større press på gruppen, gir mer effektiv tidsbruk – og i mange tilfelle også bedre resultat.

Forslag til tidsbruk:

Forslaget er basert på bruk av 2 x 2 timer.

Forarbeid: 30 min (8 min introduksjon, 12 min video, 10 min spørsmål og igangsetting)

Fase 1: 5–10 min

Fase 2: 30 min (5 min per fase i salgssamtalen, det vil si 20 min pluss veiledningstid)

Fase 3: 15–20 min (10 min skriving pluss tid til veiledning)

Fase 4: 50 min (introduksjon av ny arbeidsøkt, gjennomføring av dramatiseringer i gruppene)

Fase 5: 30 min

Fase 5: 10 min

Forklaring

FASE 1: VALG AV PRODUKT (SALGSSITUASJON)

Her skal gruppen velge ut et produkt (en salgssituasjon) som de ønsker å arbeide med, og som krever samtale i butikken. Eksempler: sykkel, mobiltelefon, pc, ytterjakke, moped, festklær. Hensikten er å finne et utgangspunkt for en salgssituasjon de kan jobbe med. Fasen avsluttes med at lærer godkjenner produktet gruppen har valgt, og deretter setter gruppen i gang med fase B. Her kan lærer velge å kjøre gruppene hver for seg eller å ha en felles avslutning av hver fase (gjerne knyttet til en tidsbegrensning).

FASE 2: TRENING I Å LAGE SPØRSMÅL

I denne fasen skal gruppen lage flest mulig spørsmål (inganger) knyttet til de ulike fasene i salgssamtalen: Kontakt, behovsanalyse, argumentasjon, avslutning. Gruppene skriver spørsmålene på gule lapper og henger dem opp på veggen – ett spørsmål på hver lapp.

Lærer gir veiledning i hvordan elevene skal bruke åpne og lukkede spørsmål, og forklarer innholdet i de ulike fasene.

FASE 3: FORBEREDE SALGSTRENING

Gruppen overfører spørsmålene til cue cards – ett spørsmål på hvert kort. Her kan det være lurt med en fargekode på de ulike fasene, slik at det er lett å se forskjell (for eksempel blå = kontakt, rød = behovsanalyse, oransje = argumentasjon, gul = avslutning). Gruppen sorterer kortene i de ulike fasene.

Lærer gir veiledning i hvordan man bruker oppfølgingsspørsmål.

FASE 4: DRAMATISERING

Gruppene gjennomfører salgssamtalen ved at en elev spiller selger, en spiller kunde, og den tredje observerer. Kunden får en forberedt oppgave, mens selgeren trekker et kort med et spørsmål som han stiller kunden. Alle går gjennom alle rollene. Det er også en mulighet for å utvide aktiviteten slik at selgeren får prøvd seg på de ulike kundetypene – det vil si at man går gjennom alle rollene to ganger.

Beskrivelse av de ulike kunderollene og observasjonsskjema er lagt ved.

FASE 5: FELLES EVALUERING, GJENNOMGANG AV OBSERVASJONSSKJEMAER

Hva har elevene opplevd? Hva forteller observasjonsskjemaene om bruken av spørsmål og svar? Hva er lærerens observasjoner? Samtal i plenum.

FASE 6: VURDERING

Elevene svarer på et spørreskjema med spørsmål knyttet til opplevelse av seg selv og de andre (på en skala fra en til seks, hvordan vurderer du ...). På bakgrunn av dette skjemaet vurderer elevene sin egen og de andres innsats (karakter). Spørreskjemaet er vedlagt

[Manus kunderoller](#)



Rollespill salgssamtale – Observasjonsskjema / fil

<http://ndla.no/hb/node/110269>

Manus kunderoller

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Manus kunderoller \(110268\)](#)

En rolle per ark

Kunde 1: Den positive

Du har ønsket deg dette produktet lenge, og nå har du spart penger fra sommer- og ekstrajobben din slik at du ikke bare behøver å være opptatt av prisen når du skal handle. Du vil ha det beste!

Du er en positiv og nysgjerrig person, og når du er heldig og treffer en selger på omtrent din egen alder, synes du det er grådig kjekt å kunne prate litt om produktet og det du skal bruke det til. Du stiller mange spørsmål, ikke fordi du vil være vanskelig, men fordi du er nysgjerrig. Og du vil veldig gjerne at selgeren gir deg flere alternativer å velge mellom, for da får du både en morsommere opplevelse i butikken og et bedre produkt til slutt.

Du har bestemt deg for at du kommer til å kjøpe noe, men du er veldig i tvil om akkurat hvilket produkt du skal kjøpe. Du skal jo ha det beste! Det er tross alt det viktigste.

Kunde 2: Den skeptiske

Du har bestemt deg for at du trenger et nytt produkt. Det gamle du hadde, er rett og slett brukt opp. Men du er ikke sikker på hvordan det nye produktet ditt skal være, eller om du har kommet til rett butikk. Du vil jo ikke virke dum heller – du vil ikke bli lurt – så du er opptatt av å få vite mest mulig om produktet du skal kjøpe. Helst vil du ikke si så mye, men tvinge selgeren til å overbevise deg uten at du hjelper til. Du vet godt at det du sier, vil bli brukt for å overbevise deg, derfor sier du minst mulig!

Men noe må du jo si, og du kan ikke stole på at selgeren forteller om de viktige tingene. Derfor stiller du noen spørsmål om hvordan produktet virker, om hvor det er laget, om det har gode garantier, om hvorfor det er så dyrt i denne butikken – for du er sikker på at det er mye billigere et annet sted. Det er, som reklamen sier, ingen vits i å betale for mye.

Du har ikke bestemt deg for om du skal kjøpe noe. Bare så det er helt klart!

Kunde 3: Den pratsomme

Du er slett ikke sikker på om du har lyst på produktet, men du synes det er kjempegøy å gå i butikker og høre hva selgerne har å si. Hvem vet, kanskje du oppdager at dette er noe du ikke kan klare deg uten. Uansett så blir det gøy!

Du blir glad når du ser at selgeren er omtrent på din egen alder, for da får du automatisk muligheten til å snakke om mange andre ting enn det å kjøpe noe. Jo mer dere kan snakke om andre ting, jo mindre sjanse er det for at du plutselig står der og har kjøpt noe. Ja, for det har skjedd. Litt for ofte, om du skal være ærlig ...

Hvis du skulle oppdage at dette er noe du bare *må* ha, så er det faktisk ikke sikkert at du har råd til det. Du er derfor forsiktig med å gi altfor konkrete svar når selgeren spør deg, og du svarer litt svevende, som «kanskje det» og «det kan jo tenke seg». Du er kort sagt ikke kommet for å kjøpe noe, men for å bli underholdt av en selger.

Aktivitet 2: Rollespill med observatør

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Aktivitet 2: Rollespill med observatør \(110271\)](#)



Denne aktiviteten er en forenklet og kortere versjon av aktivitet 1. I aktivitet 1 blir selve salgssamtalen prioritert, mens elevene her skal koncentrere seg om å utvikle spørsmål.

Læreplanmål:

Gjennomføre et salg med aktiviteter før, under og etter et forbrukerkjøp

Konkretisering av mål:

- kjenne de fire fasene i en salgssamtale
- kjenne til åpne og lukkede spørsmål og kunne lage slike spørsmål selv
- kunne bruke kunnskapen om de fire fasene og om åpne/lukkede spørsmål til å stille relevante spørsmål i en salgssamtale
- kunne sette seg i kundens posisjon og forstå hvilke behov kunden ønsker å få tilfredstilt

Forarbeid:

1. Del klassen inn i grupper på tre (3).
2. Orienter kort om opplegget.
3. Se gjennom introduksjonsvideoen om salgssamtalen gruppevis eller i plenum.
4. Se gjennom dramatiseringen (case-videoen) gruppevis eller i plenum.
5. Sett i gang.

Forslag til tidsbruk:

Forslaget er basert på bruk av to timer.

Forarbeid: 30 min (8 min introduksjon, 12 min video, 10 min spørsmål og igangsetting)

Rollespill: 60 min (forberedelse og gjennomføring)

Forklaring:

Klassen organiseres i grupper på tre elever. En har rollen som selger, en som kunde, og en som observatør. Selgeren og kunden skal improvisere en salgssamtale. Observatøren skal følge godt med i salgssamtalen og gi selgeren tilbakemeldinger på hvordan han gjennomfører samtalene.

Planlegg rollespillet:

1. Gruppen velger salgssituasjon (type butikk/avdeling/vareutvalg og sesong). Eventuelt kan lærer gi gruppen en konkret oppgave (for eksempel kjøp av mobiltelefon).
2. Gruppen velger noen kjennetegn ved kunden (alder, kjønn, og så videre). Eventuelt kan gruppen benytte rollebeskrivelsene fra aktivitet 1.
3. Kunden bestemmer seg for hvilke interesser og behov han har, og dette vil styre hvordan han svarer på de spørsmålene selgeren stiller. Eventuelt kan kunden sette seg inn i rollebeskrivelsene fra aktivitet 1 og forberede seg på rollen ut fra det.
4. Selger forbereder noen spørsmål til kunden og tenker gjennom hvordan han kan improvisere med oppfølgingsspørsmål ut fra det kunden svarer.
5. Observatøren forbereder seg på hva han skal være oppmerksom på (se observasjonsskjema):

- I) Er selgeren flink til å stille åpne spørsmål (spørsmål der kunden kan svare mer enn bare ja eller nei)?

II) Går selgeren gjennom alle de fire fasene (kontakt, behovsanalyse, argumentasjon, avslutning) på en god måte?

III) Er selgeren flink til å følge med på det kunden sier, og kommer selgeren med oppfølgingsspørsmål?

IV) Framstår selger som en sympatisk person som kunden får tillit til?

Gjennomfør rollespillet:

Gjennomfør improvisasjonen, og legg vekt på at den skal ligne mest mulig på en reell situasjon.

Tilbakemeldinger og diskusjon:

1. Observatøren legger fram vurderingene sine: Trekk fram positive sider ved den jobben selgeren gjorde, og gi noen råd om hvordan selgeren kunne håndtert situasjonen enda bedre.
2. Hele gruppene diskuterer den improviserte salgssamtalen: Hva var bra, og hva kunne vært gjort annerledes? Er alle enige i observatørens kommentarer?

Bytt roller:

Planlegg en ny improvisert salgssamtale der elevene i gruppen har byttet roller.

Gjennomfør salgssamtalen med de nye rollene.



Rollespill salgssamtale – Observasjonsskjema / fil

<http://ndla.no/nb/node/110269>

Aktivitet 3. Salgsarbeid i butikk (prosjektoppgave)

Forfatter: Høgskolen i Bergen

[Aktivitet 3. Salgsarbeid i butikk \(prosjektoppgave\) \(110274\)](#)



Denne aktiviteten er et prosjektarbeid for to elever og handler om å beskrive og vurdere salgsarbeid ute i butikk. Prosjektarbeidet har en intervjudel, der elevene intervjuer selgere i ulike butikker, og en observasjonsdel, der de observerer i de samme butikkene. Elevene kan også skrive logg om en egen salgsopplevelse. Resultatet presenteres for klassen.

Læreplanmål:

Gjennomføre et salg med aktiviteter før, under og etter et forbrukerkjøp

Konkretisering av mål:

- kjenne de fire fasene i en salgssamtale
- kjenne til åpne og lukkede spørsmål, og kunne lage slike spørsmål selv
- kunne bruke kunnskapen om de fire fasene og om åpne/lukkede spørsmål til å stille relevante spørsmål i en salgssamtale
- kunne sette seg i kundens posisjon og forstå hvilke behov kunden ønsker å få tilfredstilt

Aktiviteten steg for steg:

1. Orienter kort om opplegget.
2. Del elevene inn i grupper på to (2).
3. Velg butikk (emne) og forbered intervju.
4. Innhent informasjon: gjennomfør intervju.
5. Innhent informasjon: observer salgssamtaler.
6. Sammenstill materialet og lag presentasjon.
7. Hold presentasjon og ha oppfølgingssamtale.
8. Gjør egenvurdering (eventuelt).

Forslag til tidsbruk:

Forslaget er basert på bruk av 4 x 2 timer. Tidsbruken kan reduseres om dere velger å redusere observasjon fra 3 samtaler til 1, eller ved å droppe enten intervju eller observasjon i oppgaven.

Forarbeid: 45 min (aktivitet A–C)

Intervju: 45 min (aktivitet D)

Observasjon: 90 min (aktivitet E)

Etterarbeid: 90 min (aktivitet F)

Fase 4: 90 min (aktivitet G + H)

Oppgavetekst for elevene:

Hvordan foregår salg i en butikk?

I denne oppgaven skal dere jobbe to og to sammen. Når dere har gjort oppgaven, skal dere presentere resultatene for klassen, slik at vi kan sammenligne resultatene fra forskjellige butikker.

Dette skal dere gjøre:

Velg en butikk dere vil jobbe med. Det kan være lurt å avtale med butikken på forhånd, siden dere skal gjøre flere ting der.

1. Den første delen av oppgaven er å intervju en selger i butikken. Da må dere først forberede dere! Målet med intervjuet er å finne ut hvordan selgerne i butikken bruker de fire fasene i salgssamtalen når de jobber.
2. Den neste delen er å observere hvordan selgerne i butikken jobber. Dere skal observere minst tre salgssamtaler. Bruk det vedlagte observasjonsskjemaet – det er et poeng at alle bruker det samme, slik at vi kan sammenligne resultatene.
3. Så skal dere lage en presentasjon i PowerPoint og presentere resultatene deres for klassen.

Aktuelle læreplanmål:

- gjennomføre et salg med aktiviteter før, under og etter et forbrukerkjøp
- lage og framføre presentasjoner ved bruk av digitale verktøy



Rollespill salgssamtale – Observasjonsskjema / fil

<http://ndla.no/nb/node/110269>



Egenvurderingsskjema aktivitet 3 / fil

<http://ndla.no/nb/node/110276>

Oppgaver

Kjøpsprosessen

Forfatter: Kjell Rosland

[Kjøpsprosessen \(134804\)](#)



Gjennom forskning på forbrukeratferd og kjøpsatferd er det laget modeller over hva forbrukeren tenker før, under og etter et kjøp. Det kalles kjøpsprosess. Her skal du beskrive din kjøpsprosess for et nylig innkjøp.

Gruppeoppgave

- a. Medlemmene i gruppa gir eksempel på et innkjøp de nylig har gjort.
- b. Prøv å beskrive kjøpsprosessen: Hvor grundig tenkte du gjennom hva du kjøpte?
- c. Drøft også om selgeren oppfattet behovet ditt.

Rollespill om kjøpssituasjoner

Forfatter: Kjell Rosland

[Rollepill om kjøpssituasjoner \(134806\)](#)



Førsteinntrykket er viktig både når man skal ta kontakt med noen i privat sammenheng, og når man jobber med salg og service. Ved hjelp av rollespill skal dere gi eksempler på kjøpssituasjoner dere har vært i.

Rollespill

Elevene gir eksempler på kjøpssituasjoner de har vært i. Noen elever velges til å spille rollen som kunde, andre til å være salgsmedarbeider.

Rollespill 1: Enkle åpningssituasjoner

Rollespill 2: Åpning med flere kunder samtidig

Med kunden i sentrum

Forfatter: Kjell Rosland

[Med kunden i sentrum \(134808\)](#)



Kunder har ulike behov og svært forskjellig kjøpsatferd. Kunden håper å fylle et tomrom ved å kjøpe et produkt eller en tjeneste. En god selger prøver å finne ut hva kunden ønsker og har behov for. I oppgavene under skal du trenere på å gi kunden en best mulig kjøpsopplevelse.

Oppgave 1 Rollespill – behovsundersøkelse

To og to elever går sammen. Den ene spiller kunde, den andre skal være salgsmedarbeider. De forbereder seg hver for seg. Temaet er kjøp av typiske forbruksvarer, for eksempel klær eller sko.

Oppgave 2 Ønsker og behov

Gå sammen i grupper og drøft forskjeller på ønsker og behov ved kjøp av personbil.

Oppgave 3 Presentere og demonstrere

Rollespill: Presenter og demonstrerer et produkt, for eksempel et kamera eller en mobiltelefon.

Oppgave 4 Argumentere

Tenk deg denne situasjonen:

Du skal kjøpe nye jeans. Ekspeditøren bruker argumentene

«Alle kjøper den» og

«Det er siste nytt».

Drøft:

Hvordan virker argumentene på deg?

Hva mener vi med et sterkt argument?

Oppgave 5 Avslutte et salg

- Drøft og gi eksempler på kjøpssignaler.
- Drøft hvordan selgeren kan håndtere disse kjøpssignalene.

Oppgave 6 Kjøpssignaler - rollespill

To og to elever spiller henholdsvis kunde og selger. Resten av gruppa kan være (konstruktive) kritikere.

- Ta for dere eksemplene på kjøpssignaler.
- Hva kan selgeren gjøre for å avslutte salget?

Mersalg og sisteinntykk

Forfatter: Kjell Rosland

[Mersalg og sisteintrykk \(134812\)](#)



Mersalg er primært rettet mot produkter eller tjenester som sammen med hovedproduktet antas å kunne gi en bedre totalløsning for kunden. I denne oppgaven er mersalg og sisteintrykk viktige tema.

Oppgave 1 Mersalg

Finn eksempler på hva selgeren kan foreslå som mersalg når kunden har kjøpt

- scooter
- telt
- dress
- PC
- håarklipp
- flyreise
- solbriller

Oppgave 2 Sisteintrykk

Drøft begge situasjonene. Hva kan en salgsmedarbeider gjøre for at kunden skal få et godt sisteintrykk?

Situasjon 1: Kunden har kjøpt.

Situasjon 2: Kunden kjøpte ikke noe.

Oppgaven egner seg til gruppearbeid eller til felles gjennomgang i klassen.

Reiseliv og turisme

Se hva vi kan tilby!

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Se hva vi kan tilby! \(88113\)](#)



Reiseliv og turisme er viktige arbeidsplasser og har mye å si for den lokale økonomien. Norske myndigheter har pekt på reiselivet som et satsingsområde de siste årene. Her skal vi se på hva vi mener med reiseliv og reiselivstilbud – med utgangspunkt i hjemstedet.

Det er her jeg hører til

Mange steder er reiseliv og turisme viktig for arbeidsplasser og økonomi. Tilstrømmingen av folk gir jobber som hjelper på økonomien i hele området. For å forstå reiselivets betydning kan det være greit å ta utgangspunkt i hjemstedet. De fleste er glade i hjemstedet sitt og har noe de er stolte av å vise til besökende.

Hva er attraktivt på hjemstedet ditt? Hva kan du tenke deg å vise fram til turister?

Tenk først på hvordan du vil avgrense nærområdet geografisk. Hvis du bor på stedet *Reine*, hører du til *Moskenes kommune* i regionen *Lofoten*. Men kanskje er *Moskenesøya* en naturlig avgrensing?

Tenk deg at du får besøk av en jevnaldrende som ikke har vært på hjemstedet ditt før. Lag en kort presentasjon av hjemstedet og kommunen. Legg gjerne presentasjonen ut på Internett, for eksempel på Facebook, en blogg, på [Wikipedia](#) eller nettstedet www.viddi.no.

Ordet *reise* er avledet av det tyske ordet *ríisan*, som betyr «oppbrudd, krigstog». Å reise vil si å dra bort fra noe eller dra ut i krig – å være i bevegelse og borte hjemmefra.

[Statistisk sentralbyrå](#)

utarbeider statistikker som viser hvordan reisevirksomheten fordeler seg på ferie- og fritidsreiser og yrkesreiser.
Yrkesreisene utgjør om lag en firedel av alle reiser.



Vigelands parken i Oslo er en av Norges mest populære turistattraksjoner

Fotograf: [Olav Urdahl](#)

Tenk over

Hvor godt kjent er du i din egen kommune? Kan du forklare veien til en attraksjon i kommunen hvis du får spørsmål om det? Og hvordan skal man komme seg dit?

NACE er en internasjonal standard for gruppering av næringer og gir en oversikt over hva som inngår i reiselivet.

Bruk eventuelt



NACE - skjema / fil
<http://ndla.no/nb/node/88736>

På www.norge.no
finner du oversikt og
kontaktinfo til alle
kommuner i Norge.



Med Hurtigruta langs norskekysten

Fotograf: [Heiko Junge](#)

Reiseliv – hva er det?

Reiser skjer i forbindelse med jobben eller i ferien og på fritida. Reiseliv er det livet vi lever når vi er på reise. Jobbreiser har et nyttig formål, mens ferie- og fritidsreiser (turisme) tar sikte på hygge og rekreasjon.

Norske myndigheter har beskrevet reiselivet slik:

«Reiselivsnæringene er en fellesbetegnelse på næringer som i større eller mindre grad er avhengige av reisendes konsum (forbruk). Det er naturlig å regne deler av transport-, overnatnings-, serverings- og opplevelsesnæringen, reisebyrå og formidlingsvirksomhet som reiselivsnæringer.»

Moderne reiseliv har eksistert i Norge i mer enn hundre år. Nordmenn reiser mer enn noen gang. Både *yrkesreiser* og *turisme* er i rivende utvikling.

Reisen starter når du forlater hjemmet. Hvis du tegner en helårs reiseforsikring, er du forsikret fra du forlater hjemmet – enten du skal på skolen, en snartur på butikken eller på ferietur til Syden.

Reiselivsproduktet

Reiselivet består av en rekke selvstendige næringer som til sammen dekker etterspørsmålet fra reisende. Når vi er på reise, trenger vi transport, et sted å overnatte, mat og drikke. Reiselivet kan deles i fire grupper etter hva som skjer på reisen:

- transport – å reise
- overnatting – å bo
- servering – å spise og drikke
- attraksjoner og severdigheter – å se, oppleve og gjøre

Reisende etterspør ofte et komplett tilbud som gjelder alle sider ved reisen. For å gjøre det enkelt for oss tilbyr reiseoperatørene pakketurer som tar sikte på å dekke alle behov vi har på reise.

Reiselivstilbud på hjemstedet mitt

De fleste steder satser på reiseliv og turisme. Konkurransen om å trekke til seg turister er stor. Gode reiselivsprodukter tar utgangspunkt i stedets egenart og tilbud.



Fra utendørsforestillingen «Peer Gynt» ved Gålåvatnet i Gudbrandsdalen, med Mari Maurstad som «den grønnkledde» og Svein Sturla Hungnes som Peer

Fotograf: [Heidi Voss-Nilsen](#)

Hvis du går inn på nettportalen til hjemkommunen din, finner du informasjon om reiselivstilbudene. Hvilke reiselivstilbud finnes på hjemstedet ditt / i kommunen der du bor?

- overnattingsssteder (hotell, motell, campingplass)
- servering (kafé, restaurant, gatekjøkken)
- transport (fly, båt, buss, tog)
- formidling (reisebyrå, turistkontor)
- attraksjoner (museum, friluftsaktiviteter, natur, festival)

Veikart for reiseliv

Når vi kommer til et nytt sted, er det praktisk å ha et godt kart. Det er viktig å kunne bruke kart både når vi selv skal finne fram på fremmede steder, og når vi skal vise andre veien i nærområdet.

På Internett finner du informasjon om nærområdet ditt. Du kan starte med å finne informasjon om reiselivet i kommunen du bor i.

For å bli kjent med tilbudene i kommunen kan du gå inn på Internett. Finn et kart over kommunen og plasser alle reiselivstilbudene på kartet. Dersom du ikke har tilgang til et kommunalt kart på Internett, kan du tegne et enkelt kart selv.

Turistgeografi

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Turistgeografi \(88127\)](#)



Turistgeografi handler om å beskrive samfunn og kultur og sammenhengen med mennesker i et område. Her skal vi gi geografisk innsikt og øve oss praktisk i bruk av kart – både papirbaserte kart og kart vi finner på Internett.

Hva ser turistene etter?

Geografi er studiet av mennesker, samfunn og natur og sammenhengen mellom dem. Det handler om mye mer enn høyden på fjell, lengden på elver og størrelsen på byer.

Med *turistgeografi* mener vi en beskrivelse av klima, natur, kultur, religion og folk. Turistgeografien skal framstille virkeligheten på en nøktern måte. Men den skal også presentere severdigheter som virker tiltrekksende på turister. Det gjelder spesielt attraksjoner som har et sær preg – naturmessig eller kulturelt.

Turistgeografi er en systematisk beskrivelse av områder, steder og severdigheter som er av interesse for turister.

I kartspillet nedenfor skal du plassere kjente turistattraksjoner på riktig sted på norgeskartet. Kanskje du har besøkt noen av stedene?

[Turistattraksjoner](#)

Hvordan kan du reise til stedene på kartet?
Hvor langt er det fra hjemstedet ditt?

Lenker

[Trollstigen](#)

www.peergyntvegen.no



Fosser og elver er populære turistmål. Her fra Føysa i Ottadalen i Oppland
Fotograf: [Nina Eirin Rangøy](#)

Mye informasjon ligger bare et tastetrykk unna. På Internett finner du store mengder gratis informasjon om reisemål – både i Norge og over hele verden.



Holmenkollbakken i Oslo
Fotograf: [Knut Erik Knudsen](#)

Norske områder med stor tiltrekning skraft er blant annet vestlandsfjordene, Lofoten og Nordkapp. Høye fossefall som Vøringsfossen er populære reisemål. Holmenkollen har i mange år blitt regnet som et symbol på skiidrett. Den dramatiske Flåmsbana fra Myrdal til Flåm gir en kombinasjon av naturopplevelser og ingeniørkunst. De siste årene har det også vært populært å vandre på taket av Operabygningen i Oslo.



Nordkapp i midnattssol

Fotograf: [Rune Stoltz Bertinussen](#)

Systematisk turistgeografi

Turistgeografi er en systematisk beskrivelse av et område som er interessant for de reisende. Turistgeografien har mange kilder, temaer og innfallsvinkler og kan bidra til å vise turistene nye og ukjente sider ved et område, for eksempel fakta om stedet, transport, servicetilbud, miljø, attraksjoner, aktiviteter og arrangementer.

Fakta om stedet

Den geografiske avgrensingen kan være landet, landsdelen, fylket, regionen eller kommunen. Opplysningene kan gjelde areal, topografi, flora, fauna, befolkning og bosettingsmønster, næringsliv og sysselsetting, historie og styresett. De fleste norske kommuner har slik informasjon tilgjengelig i brosjyrer og på Internett.

Transport

For turistene er det viktig å kjenne til hvilke muligheter for transport som finnes til og innenfor et område – informasjon om fly, tog, buss, båt og bil. Visse veistrekninger, broer og tunneler kan være en attraksjon i seg selv, som Trollstigen og Peer Gynt-vegen.

Servicetilbud, miljø og så videre

Overnatnings- og serveringstilbud, butikker, bensinstasjoner, post, bank, bilverksted og sykehus.

Attraksjoner og severdigheter

Natur – dramatiske fosser, fjell og fjorder – og menneskeskapte attraksjoner som museer og spesielle byggverk. Dersom attraksjonene ligger samlet, blir det enklere for turistene å rekke over flere ting på kort tid. Et eksempel er alle museene som ligger samlet på Bygdøy i Oslo: Folkemuseet, Vikingskipmuseet, Sjøfartsmuseet, Kon Tiki- og Ra-museet.

Aktiviteter

Friluftsliv – muligheter for jakt og fiske, fotturer, turskigåing, slalåm, bading i sjø og innsjø, golf, ridning, fiske, sykling, tennis, squash, bordtennis, båtleie, kano, rafting og paragliding. Tema- og fornøyelsesparker i tillegg til badeland er populære reisemål for småbarnsfamilier.

Arrangementer

Festivaler, konserter, utstillinger, markeder, historiske bygdespill, handelsmesser, fiskekonkurranser, show og revyer. Arrangementer som er beregnet på lokalbefolkningen, viser seg ofte å være av interesse også for folk som kommer utenfra.

Praktisk bruk av turistgeografin

Praktisk nytte av turistgeografien får vi først når vi kan bruke kunnskapen til konkret informasjon for mennesker på ferie- og fritidsreiser. Det kan skje muntlig eller skriftlig av reisebyråer, turistkontorer og på Internett.

Reisehåndbøker er eksempler på målrettet tilpasning av turistgeografien. De gir informasjon om et geografisk område, et turistmål eller en reiserute. Ofte inneholder de kart og opplysninger om historie, lokalkultur, severdigheter og attraksjoner, dessuten prisene på ulike varer og tilbud. Reiselivsstoff er også populært i aviser, ukeblad, radio, fjernsyn og Internett. Artikler og reportasjer fra mer eller mindre fjerne reisemål blir lest av mange.

Du store verden

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Du store verden! \(88139\)](#)



Vi kan ha stor nytte og glede av å planlegge en ferietur. Her skal vi øve oss i å bruke kart og annen tilgjengelig informasjon om reisemål *utenlands*.

Du store verden!

God økonomi og bedre transportmuligheter har gjort det mulig for mange nordmenn å dra utenlands på ferie. Det er blitt mer og mer vanlig å reise langt av sted. De fleste oppsøker sol og varme. Reiseselskapene tilbyr stadig nye fjerne reisemål, både pakketurer og «skreddersydde» opplegg for par eller mindre grupper.



Snorkling på Maldivene

Fotograf: [Knut-Erik Mikalsen](#)

Pakkereiser

Ferdigpakke turer til Syden gikk i starten stort sett til landene rundt Middelhavet. Særlig Spania og Hellas var viktige reisemål for pakketuristene. Men stadig flere er interesserte i å oppleve fjernere folk og kulturer, andre religioner og å teste eksotisk mat. Nordmenn reiser i dag på ferie til alle verdensdeler. En rekke reiseoperatører tilbyr ferdigpakke turer.

Interrail

Gruppeoppgave

Gå sammen i grupper og velg et reisemål utenlands. Bli enige om hvor dere vil reise. Velg ferdigpakket tur eller «skreddersøm». Grunngi valget av reisemål og reisemåte.

Visit

Søk på «visit». Mange land har informasjon om reisemål på et «visit»-nettsted, for eksempel

India:

www.visitindia.com

USA:

www.visitusa.com

Pakkereiser

www.startsiden.no

Interrail

www.nsb.no

[www.interrail-](http://www.interrail-guide.com)

guide.com

www.trillebag.com

Med interrail kan du reise i Europa med tog. Ordningen ble lansert i 1971 og gjaldt først ungdommer under 21 år. I dag gjelder interrailpasset for ungdom, barn, voksne og seniorer. Interrail er særlig populært blant ungdom.



Ryggsekkturister i Hellas

Fotograf: [Mads Jensen](#)

«Skreddersydd» turer

Verden ligger åpen hvis du og vennene dine har lyst på en spesiell ferie. Dere kan planlegge turen på egen hånd eller kontakte et selskap som kan tilrettelegge spesielle turer – med eller uten reiseleder.

Inspirasjon til og informasjon om spesialturer finner du blant annet i reisemagasiner og på ulike nettsteder. Du kan også google land og steder du ønsker å vurdere som reisemål.

Se drømmestedet akkurat nå

Hvis du har funnet et sted du kunne tenke deg å reise til, kan du få et direkte inntrykk av stedet ved hjelp av Googles kartjeneste Google Maps. Tjenesten dekker hele verden med kart, flyfoto og satellittbilder.

Tilfredse turister?

Turisme er reiser for hyggens skyld. Stadig ser vi kåringer av verdens beste ferieland, de beste øylene og badestrendene. Feriedrømmen og forventningene til en ferie varierer. For å bli en tilfreds turist må ferieopplevelsen overstige forventningene våre.

Men en god reiseopplevelse for én person er ikke nødvendigvis god for alle andre. Hva skal til for å innfri forventningene fra ulike målgrupper?

Reisemagasiner

på Internett

[www.vagabond.no](#)

[Reisemagasiner](#)



På gruppetur med guide til Colosseum i Roma

Fotograf: [Jørgen Braastad](#)

Beskriv dine
forventninger til en
utenlandsferie.

Hva er feriedrømmen?

Hva må til for at du
skal bli en tilfreds
turist?

Vårt lille land

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Vårt lille land \(88134\)](#)



Vi kan ha stor nytte og glede av å planlegge en ferietur. Her skal vi øve oss i å bruke kart og annen tilgjengelig informasjon om reisemål *innenlands*.

Hvor skal vi reise?

Mange drar utenlands til sol og varme i ferien. Men hvis vi fritt kunne velge et feriemål i hjemlandet – uten å tenke på hva det koster – ville vi kanskje oppdage spennende reisemål?



En reise med Hurtigruta: transport, overnatting, opplevelse og attraksjon!

Fotograf: [Heiko Junge](#)

Jo bedre du kjenner ditt eget land, desto lettere er det å finne et fristende feriemål. Det er enkelt å finne informasjon om Norge som ferieland. Vet du om et sted du har lyst til å besøke, kan du søke informasjon om dette stedet. Hvis du ikke vet hvor du vil reise, kan du bruke Internett til å finne informasjon om norske feriesteder.

Du kan for eksempel bruke søkestrenget «Norge som ferieland», eller du kan gå inn på en nettportal:

Attraksjoner og kultur (<http://www.visitnorway.com>)

Her finner du fyldig informasjon om steder og attraksjoner over hele landet.

«Rutebok for Norge» (<http://www.rutebok.no>)

På denne siden finner man fylkesvis informasjon om aktiviteter, severdigheter og begivenheter. Egen liste over turistkontorer, turoperatører og guider, kart og annen reiseinformasjon.

«Norge er ditt nærmeste ferieland» er et slagord som er mye brukt av norsk reiseliv.

Gruppeoppgave

Velg et feriemål utenfor landsdelen dere bor i. Dere kan velge et feriemål helt fritt eller ta utgangspunkt i «Kjente reise- og touristmål».

Bli enige om hvor dere vil reise, og begrunn valget.



Fotograf: [Sverre Chr. Jarild](#)

Den reisende har fire grunnbehov:

- transport – å reise
- overnatting – å bo
- servering – å spise og drikke
- attraksjoner og severdigheter – å se, oppleve og gjøre

Du kan selv finne andre nettsteder som inneholder nyttig informasjon når du skal velge et feriemål.



Dalen hotell i Telemark – overnatningssted og turistattraksjon

Fotograf: [Marianne Løvland](#)

Tenk over

Hva er viktig for deg for å få en god ferieopplevelse? Spør venner og skolekamerater hva de legger vekt på. Be dem beskrive hva de venter seg av en ferie, og hva som er feriedrømmene deres. Drøft likheter og ulikheter i hva dere mener er en god reiselivsopplevelse.

Hvordan kommer vi dit?

Ta fram et norgeskart. Se hvor de mulige feriemålene ligger i forhold til hjemstedet ditt. Hvilke muligheter for transport finnes?

Når du har funnet et reisemål, kan du spørre:

- Hvordan kommer du deg til reisemålet?
- Hvilken form for transport foretrekker du: fly, tog, bil eller båt? Hva er prisene for de ulike transportmålene?

Når du kommer fram til reisemålet, har du behov for lokal transport. Hvordan kommer du deg rundt på reisemålet? Du må sjekke lokale transporttilbud. Bruk for eksempel «Rutebok for Norge».

- Finner du andre attraktive steder på veien mellom hjemstedet og reisemålet?
- Hvilke tilbud om transport finner du på selve reisemålet?

Hva finner vi på reisemålet?

Når du har funnet et feriemål, har du et godt utgangspunkt for en god ferieopplevelse og kan oppfylle feriedrømmen din.

En måte å sjekke ut om feriedrømmen kan gå i oppfyllelse, er å finne ut hvordan det aktuelle feriemålet kan dekke grunnbehovene til den reisende. For at en reiselivsopplevelse skal bli god, må ferien være tilpasset forventningene og dekke behovene. Som ungdom har du kanskje andre ønsker og behov enn småbarn og eldre. Men også blant jevnaldrende kan ønskene variere.

Natur og kultur

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Natur og kultur \(88148\)](#)



Mange turister søker opplevelser innenfor lokal natur og kultur. Her skal vi prøve å øke forståelsen av hva vi mener med *kulturturisme*, *økoturisme* og *geoturisme*.

Ut på tur

«Jeg gikk en tur på stien og søkte skogens ro», heter det i sangen. Mulighetene er mange for å finne naturens stillhet og ro: friluftsliv, jakt og fiske, fottur, seiling, rolig sjøliv, hytteliv på fjellet og ved sjøen.

Jakt- og fisketurter til spennende villmarksområder har lenge vært populært. Etter hvert har vi fått mange former for naturturisme.



Med Lars Monsen på tur (fra Finnmarkslopet 2010)

Fotograf: [Terje Mortensen](#)

På [GodTur.no](#) kan du studere og skrive ut flotte turkart over hele Norge. GodTur.no er et samarbeid mellom Friluftsrådenes Landsforbund og Statskog.



Friluftsliv for alle

Hele Norges turplanlegger, [Ut.no](#), er et samarbeid mellom Den Norske Turistforening og NRK.

Gruppeoppgave

Lag en minihåndbok med beskrivelse av natur- og kulturturisme for et valgt reisemål.

[Norges Jeger- og Fiskerforbund](#) er en organisasjon for alle som er interesserte i jakt og fiske.

Økoturisme har som mål at turismen ikke skal påvirke natur eller kultur negativt. Begrepet ble skapt av The International Ecotourism Society i 1990.

Lenke: [Innovasjon Norge](#)



Den Norske Turistforening (DNT) er landets største friluftsorganisasjon. DNTs røde T er velkjent for norske fotturister – langs foreningens sommer- og vinterruter.

Hva er kulturturisme?

Kulturturisme blir regnet som motstykket til masseturisme med soling og bading. Kulturturisten ønsker kontakt med lokale mennesker og oppsøker blant annet museer og kulturinstitusjoner. Weekendbesøk til en storby er en typisk aktivitet for kulturturisten.



Operahuset i Bjørvika i Oslo (Den Norske Opera og Ballett)

Fotograf: [Nils Bjåland](#)

Kultur- og naturturisme vandrer ofte hånd i hånd. Etter hvert er det kommet mange former for turisme som legger vekt på natur og kultur, for eksempel økoturisme, geoturisme, grønn turisme – og også gårdsturisme og bygdeturisme.

Økoturisme

Norge har naturliggit fortrinn for et miljøriktig reiseliv. I 2004 kåret magasinet «National Geographic Traveler» de norske fjordene til verdens beste naturbaserte reisemål, foran blant annet Yellowstone nasjonalpark i USA og Krügerparken i Sør-Afrika.

Økoturisme er berikende natur- og kulturopplevelser, tilrettelagt av reiselivsbedrifter med omsorg for gjestene, miljøet og det lokalsamfunnet de er en del av.

Resirkulering, gjenbruk og størst mulig reduksjon av forbruket er viktige sider ved økoturismen. Norsk økoturisme bygger på FNs prinsipper. Bedriftene i Norge som tilbyr økoturisme, er samlet i et nettverk som administreres av Innovasjon Norge.

Geoturisme

Geoturismen legger vekt på å framheve et steds lokale egenart, og betegnelsen blir brukt om alt som gjør stedet unikt. Det kan være plante- og dyreliv (flora og fauna), historie, vakkert landskap, tradisjonell arkitektur, lokal kultur og mat. Som et av de første land i verden har Norge forpliktet seg til å satse på geoturisme.

I geoturismen er det viktig

Geoturisme ivaretar, forsterker og framhever et steds lokale egenart – miljø, estetikk, kulturarv – og kommer lokalsamfunnet til gode.

Lenke: [Wikipedia](#)



Urnesh stavkirke i Luster i Sogn og Fjordane er fra 1100-tallet. Den er en av de eldste og best bevarte stavkirkene i Norge og står på Unescos verdensarvliste.

Fotograf: [Knut Olav Åmås](#)

Tenk over

Hva mener vi med naturturisme og kulturturisme?

Hva er det som kjennetegner økoturisme, geoturisme og grønn turisme?

å framheve stedets egenart

Tanken er å utvikle og forbedre stedet på en slik måte at lokalmiljøet gjenspeiler og bygger opp under lokal natur, kulturarv, fremmer lokal tilhørighet og viser de unike særtrekene ved stedet i markedsføringen.

å engasjere lokalmiljøet

Det er et viktig aspekt å gjøre seg nytte av de lokale kreftene, stimulere lokale foretak og grupper til å bygge partnerskap tuftet på lokalt sær preg og egenart, og markedsføre dette utad. Man ønsker også å stimulere til prosjektutvikling som er forankret i stedets natur, historie og kultur, medregnet kulinariske tradisjoner, brukskunst, bildekunst og annen utøvende kunst.

å bevare ressurser

Man arbeider for å støtte foretak og tiltak som reduserer unødig energibruk, og man søker å redusere miljøforurensning – inkludert støy, visuell forsøpling i form av uestetisk skilting, belysning og så videre. Et viktig ledd i arbeidet er å kommunisere slike tiltak utad for å appellere til miljøbevisste besökende.

å arbeide med formidling og historiefortelling

I geoturismen motiverer man både fastboende og gjester til å lære mer om stedet. Man søker å finne måter å gi lokale krefter mulighet til å vise fram naturattraksjoner og kulturarv, både for å berike opplevelsen for turisten og for å forsterke lokalbefolkningens tilhørighet til og kunnskaper om reisemålet.

Oppgaver

Presentasjon av hjemstedet ditt

Forfatter: Kjell Rosland

[Presentasjon av hjemstedet ditt \(134835\)](#)



For å forstå reiselivets betydning kan det være greit å ta utgangspunkt i hjemstedet. De fleste er glade i hjemstedet sitt og har noe de er stolte av å vise til besøkende. Hva er attraktivt på hjemstedet ditt? Hva kan du tenke deg å vise fram?

Oppgave

Hvor godt kjent er du i din egen kommune?

- a. Forklar veien til en eller flere attraksjoner i kommunen din. Forklar også hvordan man skal komme seg dit.
- b. Tenk deg at du får besøk av en jevnaldrende som ikke har vært på hjemstedet ditt før. Lag en kort presentasjon av hjemstedet og kommunen. Legg gjerne presentasjonen ut på Internett, for eksempel på Facebook, en blogg, på Wikipedia eller nettstedet www.viddi.no.

Kartspill - turistattraksjoner (interaktiv)

Forfatter: Amendor AS

[Kartspill - turistattraksjoner \(134849\)](#)



I kartspillet nedenfor skal du plassere kjente turistattraksjoner på riktig sted på norgeskartet. Kanskje du har besøkt noen av stedene?

Oppgave

Norge har mange flotte turistattraksjoner. I dette spillet skal du flytte dem til riktig sted på kartet.

Spillet finner du her: [Turistattraksjoner](#)

- Hvordan kan du reise til stedene på kartet?
- Hvor langt er det fra hjemstedet ditt?

Diverse oppgaver om reiseliv

Forfatter: Kjell Rosland

[Diverse oppgaver om reiseliv \(134857\)](#)



Vi kan ha stor nytte og glede av å planlegge en ferietur. Her skal dere øve dere i å bruke kart og annen tilgjengelig informasjon om reisemål utenlands.

Oppgave

Gå sammen i grupper.

1. Beskriv dine forventninger til en utenlandsferie. Hva er feriedrømmen? Hva må til for at du skal bli en tilfreds turist?
2. Velg et reisemål utenlands. Bli enige om hvor dere vil reise. Velg ferdigpakket tur eller «skreddersøm». Grunngi valget av reisemål og reisemåte.
3. Velg et feriemål i Norge, men utenfor landsdelen dere bor i. Dere kan velge et feriemål helt fritt. Bli enige om hvor dere vil reise, og begrunn valget.
4. Hva er viktig for deg for å få en god ferieopplevelse? Spør venner og skolekamerater hva de legger vekt på. Be dem beskrive hva de venter seg av en ferie, og hva som er feriedrømmene deres. Drøft likheter og ulikheter i hva dere mener er en god reiselivsopplevelse.
5. Hva mener vi med naturturisme og kulturturisme? Hva er det som kjennetegner økoturisme, geoturisme og grønn turisme?
6. Lag en minihåndbok med beskrivelse av natur- og kulturtilbud for et valgt reisemål.

Etikk

Etiske klær og bananer?

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Etiske klær og bananer? \(86729\)](#)



Hva betyr rettferdig handel for deg? Tenker du over hvor varer er produsert, og hvem som har laget dem? Hvor er joggeskoene dine laget? Hvordan er de framstilt, og hvilke materialer er de laget av?

Etisk og rettferdig handel

Frukt og kjente merkeklær har vært i søkerlyset på grunn av de dårlige forholdene varene blir produsert under. Det er påstander om barnearbeid, lange arbeidsdager, dårlig arbeidsmiljø, forurensning og elendig lønn.

Testing av klesplagg fra flere butikker i Europa har påvist rester av det giftige kjemikaliet nonylfenol i mange plagg. Nonylfenol er et restprodukt fra stoffet nonylfenoletoksilat, et stoff som brukes til å vaske overskuddsfarge ut av klær.

Nonylfenoletoksilat er forbudt både i EU og Norge. Stoffet er billig, men det finnes langt mindre miljøskadelige måter å vaske ut overskuddsfarge på.

Les mer om [Miljøgifter i klær](#) her.

Eksempler på miljømerker:



Gå inn på [Okologisk.Wordpress.com](#) og finn ut mer om miljømerkingen og hva den betyr.

Bananer med bismak?

Bananer finnes i alle norske hjem. Hvilke forhold blir bananer produsert under? På nettoportalen til Forbrukerrådet kan vi lese:

«12 timer hver dag står kvinnene med armene konstant nedsenket i tanker med giftige kjemikalier for at bananene skal være pene og rene innen de når norske butikker. Konsekvensene ses oftest først når de skal føde barn. Da er det ikke lenger en selvfølge at barna blir født med ti fingre og ti tær.

Initiativ for Etisk Handel (IEH)

Stiftet av Handels- og servicenæringens Hovedorganisasjon (HSH) og samvirkebevegelsen (Coop). Mange importerskap er nå medlemmer av IEH og har forpliktet seg til å bidra til varige forbedringer i arbeids- og miljøforhold i globale leverandørkjeder.



Fotograf: [Stein J. Bjørge](#)

Rico er åtte år gammel og løper barbeint mellom bananplantene. Jorden er glatt av sprøytemidler og gjør det tungt å løpe. Men kurven er tom, og et nytt lass bananer skal hentes og fraktes til pakkelageret. Solen står midt på himmelen, og selv om ryggen verker, vet Rico at han fortsatt skal gå mange turer frem og tilbake før han kan gå i seng.»

Historien om Rico er oppdiktet, men situasjonen er reell for mange.

Utfordring

Ta stilling til påstandene nedenfor og diskuter i grupper:

1. Jeg har god kunnskap om hvor varene jeg kjøper, er produsert. (ja/nei)
2. Jeg ønsker ikke å kjøpe varer som er produsert av barn. (ja/nei)
3. Jeg ønsker ikke å kjøpe varer som er produsert av folk som har lav lønn og lang arbeidsdag. (ja/nei)
4. Jeg ønsker ikke å kjøpe varer som er produsert av folk som har et utrygt og dårlig arbeidsmiljø. (ja/nei)
5. Jeg ønsker ikke å kjøpe varer fra produsenter som forurenser miljøet eller slipper ut giftige stoffer. (ja/nei)

Rett og galt

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Rett og galt \(86784\)](#)



Etikk dreier seg om å tenke over hva som er rett og galt, og hvordan vi kan begrunne de valgene vi gjør. Etikk handler om forhold mellom mennesker, om vi er flinke til å stimulere og anerkjenne hverandre, hjelpe og støtte hverandre og vise omsorg.

Hva er rett, og hva er galt?

Hva er gode og dårlige handlinger? Dette er sentrale etiske spørsmål.

Etikken gir oss rammer til å tenke gjennom hva vi legger vekt på når vi skal gjøre valg. Hva er viktigst: handlingen eller resultatet av handlingen?

Verdier

Verdier kan handle om penger og materielle ting, frihet, trygghet og sikkerhet, helse, tilhørighet, menneskeverd og muligheter til selvrealisering.

Når vi blir stilt overfor konkrete valg, virker verdiene som en rettesnor for å finne ut hvilket alternativ som er best. Det gjelder enten det dreier seg om de store spørsmålene i tilværelsen eller små, dagligdagse spørsmål.

Etikk kommer av det greske *ethos*, som kan oversettes med «morallære».

Konsekvensetikk: Et godt utfall er viktigere enn den rette handlemåten.

Pliktetikk: Den rette handlemåten er viktigere enn det gode utfallet.



Piratkopiering av beskyttede varemerker, for eksempel kjente klokker, er en form for organisert kriminalitet som stadig øker. I mange land er det nå nulltoleranse for denne typen handel.

Fotograf: [Sandro Campardo](#)

Rettferdighet og samvittighet er viktig i etikken. Hvis en handling er lovlig, rettferdig og gir oss god samvittighet, øker sannsynligheten for at handlingen også er etisk høyverdig.

Rollespill

Ta utgangspunkt i en hverdagssituasjon, for eksempel på hjemvei fra skolen, på bussen, i en hotellresepsjon eller i kø før en koncert. Lag et rollespill der dere tar opp etiske problemstillinger som kan melde seg.

Tenk over

Hvis vi forventer å finne svar på alle etiske spørsmål i lover og regler, kan det lede til tanken om at alt som ikke er forbudt, er tillatt.

Tenk over

Hvilke verdier er viktige for deg? Ta utgangspunkt i punktene nedenfor og reflekter over hvilke verdier som er aller viktigst for deg. Diskuter gjerne i grupper.

1. være ansvarlig
2. ha penger og materielle ting
3. ikke jukse
4. ikke diskriminere mennesker
5. være hjelpsom
6. være lovlydig
7. lytte til andre mennesker
8. være omtentksom
9. være pliktoppfyllende
10. være rettferdig
11. være trofast mot venner
12. være ærlig

Hverdagssituasjoner

Vi kan ikke unngå å komme opp i situasjoner som er etisk utfordrende: juks på skolen, rettferdig handel, kjøp og salg av piratkopier, sosial dumping, varsling om ulovlige forhold.



Napster var lenge en populær byttetjeneste for piratkopierte musikkfiler. Tjenesten ble kjent ulovlig etter påtrykk fra musikkindustrien.

Opphavsmann: [Tobias Röstlund](#)

Eksempel

I lagidrett er det dommeren som dømmer. En norsk landslagsspiller i fotball fikk for noen år siden godkjent en skåring på klubblaget sitt, til tross for at ballen ikke var i mål. Fotballspilleren henvendte seg til dommeren og ba han annullere skåringen. Målet ble annullert.

Etisk dilemma

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Etisk dilemma \(86785\)](#)



Et etisk dilemma er en situasjon som er preget av tvil og usikkerhet.

Etiske valgsituasjoner og dilemmaer

Vi står overfor et etisk dilemma

- når ulike verdier er i konflikt med hverandre
- når det som er rett for én, er galt for en annen
- når alle tenkelige løsninger har minussider

Når du står overfor et etisk dilemma, må du spørre deg selv:

- Hva skal jeg legge mest vekt på?
- Skal jeg gjøre min plikt og følge skrevne og uskrevne lover og regler?
- Skal jeg velge den løsningen som gir minst dårlige følger for meg selv og andre?

En pliktetiker mener at menneskeverd og respekt står over hensynet til følgene av handlingene våre. En konsekvensetiker vil sette utfallet (det gode) over handlemåten (det rette).

Etikk krever øving

For å finne ut om en avgjørelse er etisk forsvarlig, kan vi stille oss selv noen kontrollspørsmål:

- Er det lovlig?
- Er det i samsvar med verdiene våre?
- Er det riktig?
- Beholder vi vår troverdighet?
- Lønner det seg?
- Lar det seg forsvare?

Et nøkkelspørsmål for å kontrollere valgene våre er dette: Tåler handlingene dagslys?

Måten å tenke på, og standpunktet vi tar, avhenger også av hvilken type etikk vi legger til grunn – pliktetikk eller konsekvensetikk.

Dilemma – et valg mellom to like ubehagelige muligheter, en knipe.

Hva mener vi med hvit løgn? Er hvite løgner tillatt?



Opphavsmann: [Nina Ruud](#)

Tenk over

En klassekamerat skulker noen skoletimer og ber deg lyve for læreren. Hva gjør du?



Er det greit å jukse til eksamen?
Fotograf: [Corbis](#)



Er det greit å bryte
fartsgrensen?
Fotograf: [Bjørn Frostad](#)

Drøft disse spørsmålene:

- Er det greit å jukse til eksamen hvis det er liten sjanse for å bli oppdaget?
- Er det greit å snyte på skatten?
- Er det greit å bryte fartsgrensen i visse situasjoner?

Det er ikke viktig at dere blir enige om et svar, men at dere øver dere i etisk tenkning.

Tenk over om du vil grunngi svarene ut fra pliktetikk eller konsekvensetikk.

Etiske utfordringer på jobben

Forfatter: Kjell Rosland, NKI Forlaget, Amendor AS

[Etiske utfordringer på jobben \(86792\)](#)



De fleste av oss kommer opp i situasjoner på jobben der det er viktig å vurdere hva som er rett og galt. Her gir vi eksempler på hjelpemidler som kan være til nytte når vi står i valgsituasjoner som krever etisk overveielse.

Hva er yrkesetikk?

Uansett hvilken jobb vi har, kommer de fleste opp i situasjoner der det er viktig å vurdere hva som er rett og galt. Etikken viser seg i holdningene og handlingene våre. For en ekspeditør, en resepsjonist og en bussjåfør er det god etikk å behandle alle kunder med samme respekt. Det er dårlig etikk å la kundebehandlinga bli påvirket av hudfarge, funksjonshemning, religion, kjønn eller legning.

Noen yrkesgrupper og firmaer har utarbeidet egne etiske regler. Reglene gjør oss ikke mer etiske, men gjennom etiske øvinger kan vi bli mer bevisste og ansvarlige når vi skal velge mellom rett og galt.

Etiske utfordringer

I arbeidslivet og på skolen støter vi på mange situasjoner og spørsmål som har en etisk side. Hva er det gode? Hva er det rette? Hvor går grensen mellom rett og galt?

Vi kan tenke oss mange spørsmål som krever etiske overveielser:

- Kan vi investere penger i noe som gir stor økonomisk gevinst på kort sikt, selv om vi handler i strid med vanlige normer?
- Kan vi ta den prisen markedet er villig til å betale for et spesielt produkt, selv om denne prisen blir betraktet som urimelig høy?
- Er det greit å snakke nedsettende om konkurrentenes produkter for å framheve våre egne produkter?
- Kan vi stilltrende godta at arbeidsplassen vår slipper ut forurensende stoffer hvis vi vet at det er lite sannsynlig at det blir oppdaget?

Smøring

En gave kan være en hyggelig oppmerksomhet. Men i arbeidslivet er det kort overgang til smøring for å oppnå fordeler. Stadig flere medarbeidere blir utsatt for smøring. Undersøkelser viser at forsøk på smøring er vanlig i mange bransjer.

Hva er det greit å gi til forretningsforbindelser? Når er det greit å bli med en leverandør på tur – eller å invitere en kunde? Hva bør jeg tenke på hvis det blir aktuelt å dekke utgifter for mulige kunder? Hva er greit og hva er ikke greit når det gjelder smøring?

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) tilbyr heftet [...over streken? En veileder fra NHO](#) for å hjelpe bedrifter til å tenke over hvordan de bør håndtere gaver, representasjon og dekning av utgifter.

Korrupsjon

Tenk over

Hva mener vi med etiske retningslinjer? Søk på Internett og finn eksempler på etiske eller yrkesetiske retningslinjer for ansatte i reiselivsbedrifter, hoteller, butikkjeder, IT-firmaer, transportfirmaer og lignende.



Alle passasjerer skal behandles med respekt!

Fotograf: [Volvo Norge AS](#)

Oppgave

Beskriv og diskuter veitransportens innvirkning på helse, miljø og trafiksikkerhet. Hvilke etiske spørsmål dukker opp?

Korrupsjon er ikke bare uetisk, det kan straffes med fengsel i inntil tre år – og inntil ti år for grov korrupsjon.

Hvorfor er det så viktig å bekjempe korrupsjon?

- Korrupsjon er en trussel mot rettsstaten, demokratiet og menneskerettighetene fordi korrupsjon svekker etiske og moralske verdier.
- Korrupsjon er det største hinderet for sosial og økonomisk utvikling i den tredje verden.
- Korrupsjon skaper forskjellsbehandling og hindrer sosial rettferdighet.
- Korrupsjon undergraver redelig konkurranse og fører til konkurransevriddning.
- Korrupsjon kan påføre bedrifter direkte økonomiske tap og tap av omdømme.

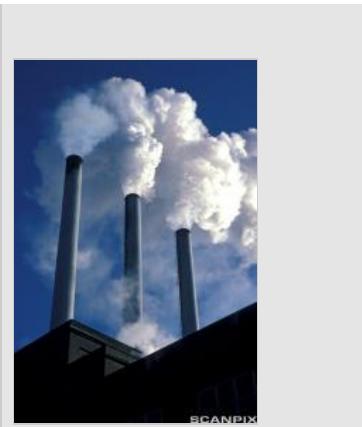
Etisk sjekkliste

Enkle sjekklister og spørsmål kan være til stor hjelp hvis vi er i tvil om hva som er rett og galt, klokt og uklokt. Mange organisasjoner og bedrifter har etiske sjekklister for medlemmer og ansatte. De skal stille høye etiske krav til seg selv i yrke og i samfunnsliv.

Organisasjonen Rotary anbefaler fire spørsmål som kontroll på at det medlemmene sier og gjør, er etisk forsvarlig:

- Er det sannhet?
- Er det rettferdig overfor alle det angår?
- Vil det skape bedre forståelse og bedre vennskap?
- Vil det være det beste for alle det angår?

(Kilde: Et Rotary-program for etisk bevisstgjøring, 1998)



Er det greit med utslipps av forurensende stoffer dersom det er lite sannsynlig at det blir oppdaget?

Fotograf: [Jørgen Schytte](#)

I straffeloven er *korrupsjon* definert som «å gi/tilby eller kreve/motta/akseptere en utilbørlig fordel i anledning stilling, verv eller oppdrag».

Gruppeoppgave

Lag utkast til en etisk sjekkliste, for eksempel for et idrettslag, for skolen eller en organisasjon du/dere kjenner.

Konsekvenser av god og dårlig etikk

Forfatter: Kjell Rosland, NIKI Forlaget, Amendor AS

[Konsekvenser av god og dårlig etikk \(86826\)](#)



Tap i form av svinn i handels- og servicenæringen er beregnet til mellom to og fem milliarder kroner i året. Det hevdes at de ansatte i bedriftene står for 50–70 % av dette.

Etikk er lønnsomt

To bransjer kommer ofte i et negativt sørkelys når det gjelder svinn og snusk: handels- og servicenæringen og håndverkere. Den første er kjent for svinn, den andre for snusk. Tapene blir store fordi begge bransjene er store.

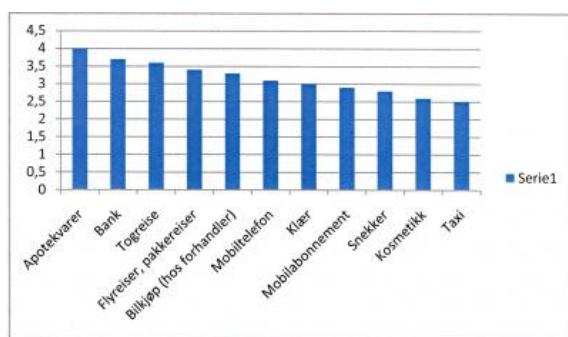
Lav yrkesetisk standard påfører samfunnet kostnader for milliarder av kroner årlig, skrev Aftenposten i slutten av oktober 2007.

Godt omdømme

De siste årene har det vært flere eksempler på ulovlig og uetisk atferd som har gitt bedrifter dårlig omtale. Dårlig omtale rammer ikke bare den bedriften det gjelder, men kan ramme en hel bransje.

I forbrukerundersøkelsen i 2008 ble publikum bedt om å rangere ulike bransjer etter lovlydighet.

Spørsmålet var: I hvilken grad har du tillit til at bransjen overholder de lovene og reglene som skal beskytte deg som forbruker?



Resultatet ble slik:

Bransjelovlydighet

Opphavsmann: [Statens institutt for forbruksforskning](#)

Mye negativ omtale i massemediene bidro til at taxinæringen kom dårligst ut. Selv om den dårlige omtalen er knyttet til enkeltpersoner og enkeltsaker, tenker mange at taxinæringen er useriøs og til dels kriminell. Slik har hele næringen fått et dårlig omdømme.

Tenk over

Hva synes du om at ansatte forsyner seg fra bedriften de jobber i?



Er det greit at en som er ansatt på et lager, tar med seg varer hjem?

Fotograf: [Ole Christiansen](#)

Gruppeoppgave

Finn eksempler på bedrifter eller næringer som har fått dårlig omdømme, og drøft:

- Hva er årsaken til det dårlige omdømmet?
- Hva kan gjøres for å forbedre omdømmet?



Drosjetaksameter

Fotograf: [Nouri Shahriar](#)

Hovedregel: God etikk gir godt omdømme – dårlig etikk gir dårlig omdømme.

Hvis vi er i tvil om hva som er det rette, kan svaret på følgende spørsmål være en enkel rettesnor:

Hvordan vil denne handlingen ta seg ut som førstesidestoff i avisas i morgen?

Tenk over

En servicemedarbeider representerer ikke bare seg selv og bedriften hun eller han er ansatt i, men en hel næring (bransje). I mange næringer innenfor service og samferdsel er medarbeiderne synlige for offentligheten. Når en buss- eller drosjesjåfør kjører aggressivt, bryter fartsgrensen eller behandler passasjerene uhøflig, er det lett for passasjerer og andre trafikanter å tenke at slik er denne bransjen.

Oppgaver

Etisk handel

Forfatter: Kjell Rosland

[Etisk handel \(134865\)](#)



Hva betyr rettferdig handel for deg? Tenker du over hvor varer er produsert, og hvem som har laget dem? Hvor er joggeskoene dine laget? Hvordan er de framstilt, og hvilke materialer er de laget av?

Oppgave

Ta stilling til påstandene nedenfor og diskuter i grupper:

- Jeg har god kunnskap om hvor varene jeg kjøper, er produsert. (ja/nei)
- Jeg ønsker ikke å kjøpe varer som er produsert av barn. (ja/nei) Jeg ønsker ikke å kjøpe varer som er produsert av folk som har lav lønn og lang arbeidsdag. (ja/nei)
- Jeg ønsker ikke å kjøpe varer som er produsert av folk som har et utrygt og dårlig arbeidsmiljø. (ja/nei)
- Jeg ønsker ikke å kjøpe varer fra produsenter som forurenser miljøet eller slipper ut giftige stoffer. (ja/nei)

Rollespill - etisk dilemma

Forfatter: Kjell Rosland

[Rolleespill - etisk dilemma \(134867\)](#)



Vi kan ikke unngå å komme opp i situasjoner som er etisk utfordrende: juks på skolen, rettferdig handel, kjøp og salg av piratkopier, sosial dumping, varsling om ulovlige forhold. Hvilke etiske problemstillinger melder seg i løpet av en hverdag?

Rolleespill

Ta utgangspunkt i en hverdagssituasjon, for eksempel på hjemvei fra skolen, på bussen, i en hotellresepsjon eller i kø før en konsert. Lag et rollespill der dere tar opp etiske problemstillinger som kan melde seg.

Hvilke verdier er viktige for deg?

Forfatter: Kjell Rosland

[Hvilke verdier er viktige for deg? \(134869\)](#)



Når vi blir stilt overfor konkrete valg, virker verdiene som en rettesnor for å finne ut hvilket alternativ som er best. Det gjelder enten det dreier seg om de store spørsmålene i tilværelsen eller små, dagligdagse spørsmål. Hva er viktige verdier for deg?

Tenk over

Hvilke verdier er viktige for deg?

Ta utgangspunkt i punktene nedenfor og reflekter over hvilke verdier som er aller viktigst for deg. Diskuter gjerne i grupper.

- være ansvarlig
- ha penger og materielle ting
- ikke jukse
- ikke diskriminere mennesker
- være hjelpsom
- være lovlydig
- lytte til andre mennesker
- være omtentksom
- være pliktoppfyllende
- være rettferdig
- være trofast mot venner
- være ærlig

Dårlig omdømme

Forfatter: Kjell Rosland

[Dårlig omdømme \(134873\)](#)



De siste årene har det vært flere eksempler på ulovlig og uetisk atferd som har gitt bedrifter dårlig omtale. Dårlig omtale rammer ikke bare den bedriften det gjelder, men kan ramme en hel bransje.

Gruppeoppgave

Finn eksempler på bedrifter eller næringer som har fått dårlig omdømme, og drøft:

- a. Hva er årsaken til det dårlige omdømmet?
- b. Hva kan gjøres for å forbedre omdømmet?

Etikk på arbeidsplassen

Forfatter: Kjell Rosland

[Etikk på arbeidsplassen \(134871\)](#)



I arbeidslivet og på skolen støter vi på mange situasjoner og spørsmål som har en etisk side. Hva er det gode? Hva er det rette? Hvor går grensen mellom rett og galt?

Oppgave

Etiske retningslinjer

1. Hva mener vi med etiske retningslinjer? Søk på Internett og finn eksempler på etiske eller yrkesetiske retningslinjer for ansatte i reiselivsbedrifter, hoteller, butikkjeder, IT-firmaer, transportfirmaer og lignende.
2. Beskriv og diskuter veitrafikkenes innvirkning på helse, miljø og trafikksikkerhet. Hvilke etiske spørsmål dukker opp?
3. Lag utkast til en etisk sjekkliste, for eksempel for et idrettslag, for skolen eller en organisasjon du/dere kjenner.

Yrkesetikk på arbeidsplassen

Forfatter: Tove Engesvik

[Yrkesetikk på arbeidsplassen \(128986\)](#)



I servicebransjen er jobben vår å yte service. I alle serviceyrker kan det oppstå situasjoner der vi må gjøre valg – valg som ikke alltid er like enkle. Hvordan skal vite hva som er riktig å gjøre? Oppgavene under ber deg drøfte ulike etiske problemstillinger med utgangspunkt i kjente situasjoner fra en arbeidsplass.

Oppgave 1

Pek på hverdagssituasjoner fra en arbeidsplass (eller flere) du kjenner, og som har med etikk å gjøre.

Hvilke etiske problemstillinger dukker opp? Ta utgangspunkt i punktene under, eller finn eksempler selv. Begrunn påstandene dine.

- komme for seint på arbeid
- holde orden i verktøy og instrumenter
- ta med seg småting fra lageret
- prøve å stoppe mobbing av en arbeidskamerat
- praktisere likelønn
- gå hjem en halv time før arbeidsdagen er over
- ta hensyn til arbeidsmiljøloven dersom en er leder
- gjøre godt arbeid
- ta litt for lang lunsjpause
- bruke jobbtelefon til private samtaler

Oppgave 2

Gå inn på nettet og velg en bedrift som gir en grundig beskrivelse av sitt yrkesetiske arbeid.

- a. Lag en liste over prioriterte plikter i denne bedriften.
- b. Hvilke plikter gjelder generelt i arbeidslivet?

Tekstbehandling

Tekstbehandling - en introduksjon

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Tekstbehandling – en introduksjon \(92698\)](#)



Tekstbehandling blir brukt til alle former for skriving og redigering av tekst. Tekstbehandling var også utgangspunktet for de første pc-ene. Det ser vi blant annet ved at plasseringen av tastene og utseendet på et datamaskintastatur er det samme som på en gammeldags skrivemaskin.

I tillegg til å lage alle typer tekstdokumenter har man også mulighet til å sette inn bilder i tekstbehandlingsprogrammene, og man kan bruke programmene til å lage skjemaer og flette brev. Brevfletting er en funksjon som gjør det mulig å skrive ut det samme brevet med forskjellige mottakere fra en adresseliste.



På 1970- og 80-tallet var skrivemaskinen fremdeles mye brukt.

Fotograf: [Oddbjørn Monsen](#)



Dagens unge har helt andre muligheter til å innhente informasjon på nettet og til å redigere tekster i tekstbehandlingssystemet på pc-en.

Fotograf: [NTB scanpix](#)

Tenk over

1. Tenk over hva du allerede vet om tekstbehandling, og hva du er usikker på.
2. Hvilket kompetanse mål i læreplanen sier at du skal lære om tekstbehandling?

Tekstbehandlingsprogram

Forfatter: Arne Jansen, NKİ Forlaget, Amendor AS

[Tekstbehandlingsprogram \(92699\)](#)



Tekstbehandlingsprogram finnes for alle typer datamaskiner. Selv om det kan være forskjeller i utseendet og hvilke muligheter programmene har, virker de stort sett på samme måte.

Eksempler på noen vanlige tekstbehandlingsprogram:

- **Word** (pc og Apple Mac)
- **OpenOffice Write** (pc, Apple Mac og Linux)
- **Pages** (iPad og Apple Mac)
- **Documents To Go** (smarttelefoner og nettbrett)
- **Google Dokumenter** (Internett)

Det finnes også flere enklere program som man bare kan skrive og redigere tekst i. Windows har for eksempel et enkelt program som kalles Notisblokk. Slike program er gjerne notatprogram eller tekstdredigerere. Forskjellen mellom et notatprogram og et tekstbehandlingsprogram er at notatprogrammene mangler muligheter til å formtere tekst og sider.

Det varierer litt hvilke filformater ulike tekstbehandlingsprogram bruker, men de fleste har mulighet for å åpne og lagre dokumenter i andre formater. Da kan et dokument som er laget i et program, åpnes og redigeres i et annet.

Våre eksempler og oppgaver bruker Word, men de fungerer i alle slags tekstbehandlere. Du kan derfor selv velge det som passer deg.

Om du ikke allerede har et tekstbehandlingsprogram, kan du laste ned [Open Office](#) gratis på Internett.

[Google Dokumenter](#) er også gratis å bruke, men da er du avhengig av å være koblet til Internett mens du jobber.



På en iPad kan du blant annet bruke tekstbehandlingsprogrammet Pages.

Fotograf: [Erlend Aas](#)

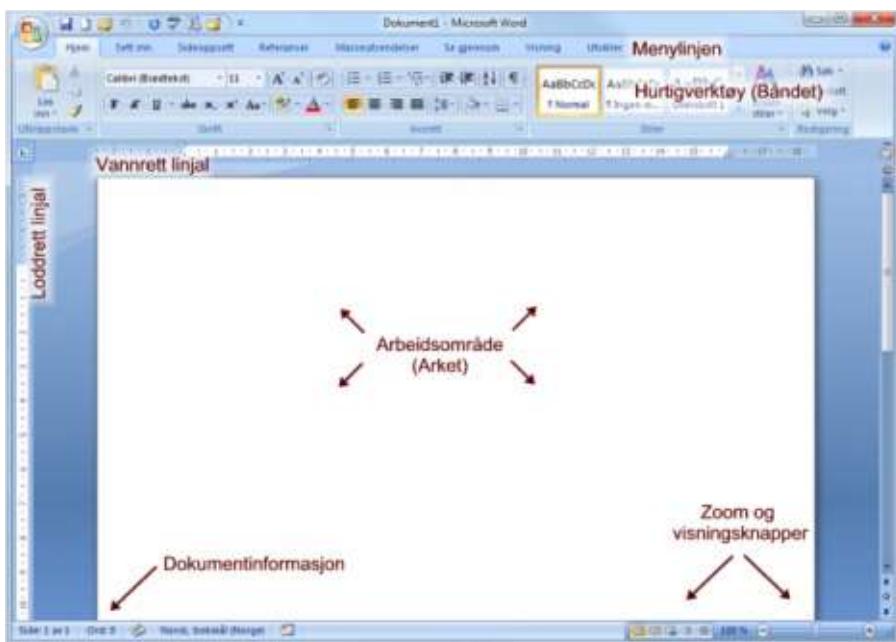
Programvinduet

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Programvinduet \(92705\)](#)



Før du kan bruke tekstbehandlingsprogrammet, må du vite litt om hva vi kaller de ulike delene av programvinduet.

Illustrasjonen nedenfor viser programvinduet i Word 2007, men med unntak av valgene på menylinja og utseendet på hurtigverktøyene fungerer alle tekstbehandlingsprogram i prinsippet på samme måte.



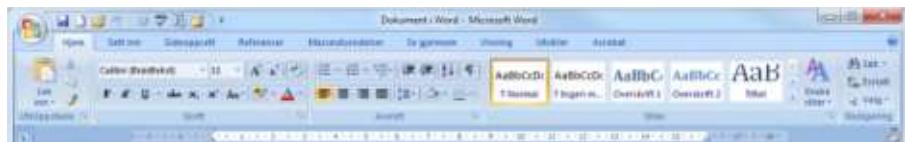
Programvinduet i Word 2007

Menyer

Det kan virke litt forvirrende med forskjellige menyer om du bruker flere program, men snart oppdager du at de fleste funksjonene og mulighetene i programmene er nokså like. Hvis du bare vet hva du skal gjøre, er det ikke så vanskelig å finne den riktige menyen eller verktøyet.

Illustrasjonene nedenfor viser menylinja og hurtigverktøyene i Word, Google Dokumenter og OpenOffice.

Selv om menyene i forskjellige program ser ulike ut, er funksjonene og mulighetene nokså like.



Menyer i Microsoft Word



Menyer i Google Dokumenter

Opphavsmann: [Google](#)



Menyer i OpenOffice

Å lage et nytt dokument

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å lage et nytt dokument \(92712\)](#)



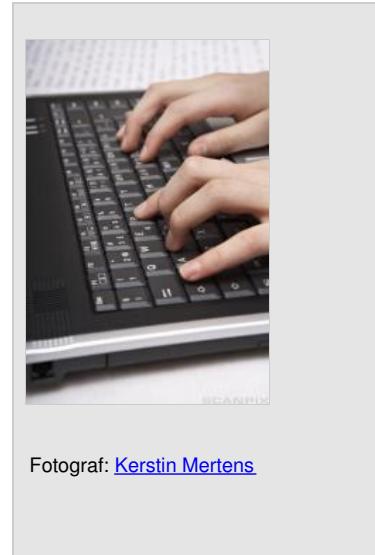
Når du starter et tekstbehandlingsprogram, får du opp et tomt ark i programvinduet. Arket er klart til bruk med en gang, slik at du kan begynne å skrive inn tekst.

Programmet har likevel valgt noen innstillinger som det regner med at du ønsker:

- **Størrelsen** på arket er satt til vanlig A4-format.
- Det finnes **marger** for venstre og høyre side og for topp og bunn, slik at teksten ikke går helt ut til kanten av arket.
- Det er valgt en **skrifftype** og en skriftstørrelse.
- Det er valgt **venstrejustert** tekst.

Disse standardinnstillingene kan du endre hvis de ikke passer til dokumentet du skal lage. Du lærer mer om det seinere.

Her finner du et minikurs: [Bli kjent med Word 2007 I: Opprette ditt første dokument](#)



Fotograf: [Kerstin Mertens](#)

Dokumentmaler

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Dokumentmaler \(92713\)](#)



Det er ikke alltid det er nødvendig å starte med et blankt ark. Mange av de oppgavene vi bruker tekstbehandling til, er vanlige i de fleste virksomheter, og det finnes derfor ferdige maler man kan bruke som utgangspunkt.

En **dokumentmal** er et ferdig dokument som kan åpnes og tilpasses eget bruk.

Hvilke maler som finnes, og hvordan de ser ut, varierer i de ulike programmene. Uansett er det mange maler å velge mellom.

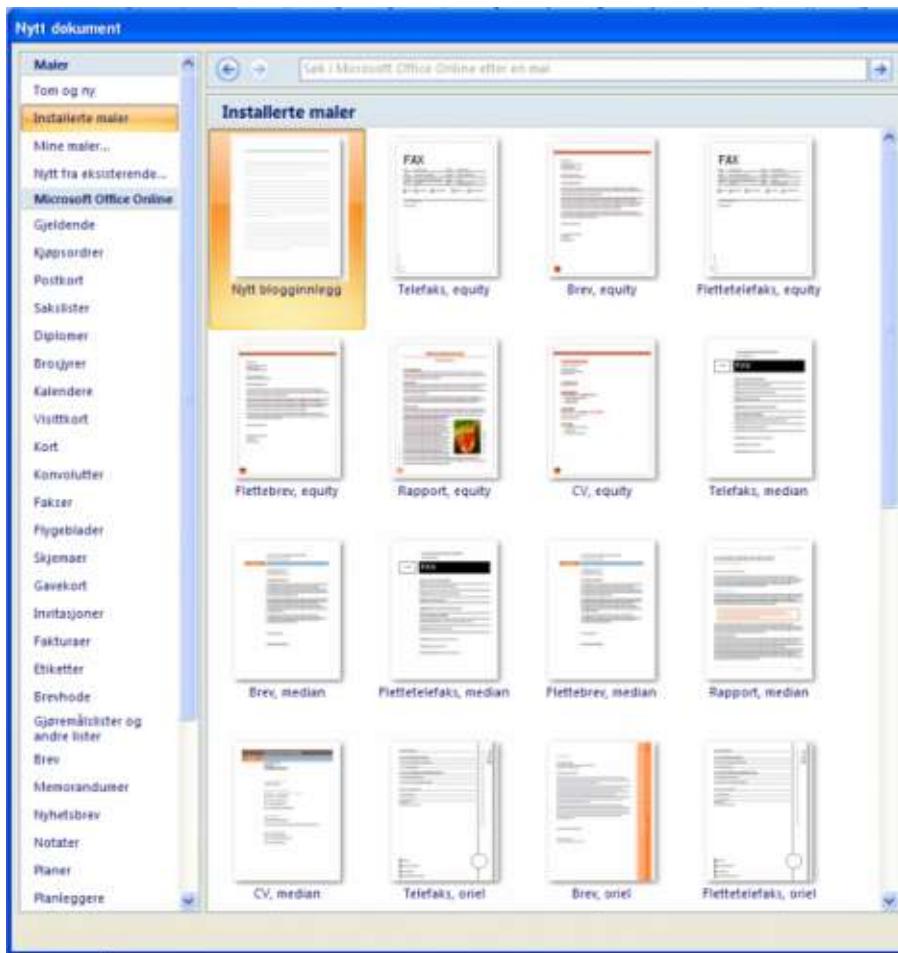
For å åpne en mal velger du Fil – Ny og deretter Maler. (I Google Dokumenter: Fil – Nytt og Fra mal)

Tekstbehandlingsprogram som er installerte på pc-en, har et begrenset utvalg av maler, men med Internett-tilkobling finnes det tusenvis av maler å velge mellom. Du kan hente maler direkte fra Internett i programmet.

Det blanke arket du får opp når du starter programmet, er egentlig også en mal. Det er malen for et tomt dokument. Og selv om dokumentet ikke inneholder tekst, er det gjort mange forhåndsinnstillinger.

I Office 2007 finner du filmenyene under Office-knappen helt øverst til venstre.

Øving – Maler
Start
tekstbehandlings-
programmet ditt og
finn fram til malene.
Åpne noen maler og
se hva de inneholder,
og hvordan de virker.



Valg av maler i Word

Å lagre et dokument

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å lagre et dokument \(92718\)](#)

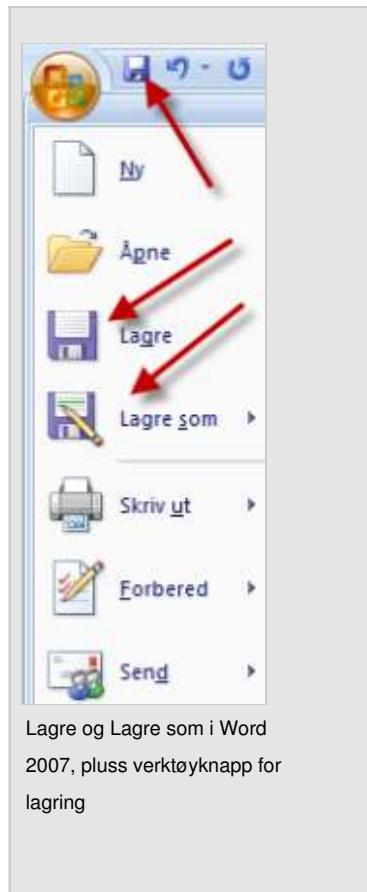


I program som Word og OpenOffice må du lagre dokumentet ditt ved å velge Lagre fra filmenyen eller klikke på Lagre-knappen.

Den første gangen du lager et nytt dokument, blir du bedt om å skrive inn et dokumentnavn. Nøn programversjoner foreslår også et navn ut fra det som står på den første tekstlinja. Du kan akseptere det som blir foreslått, eller lage navn på dokumentet selv.

Når dokumentet er lagret, vises navnet øverst i programvinduet. Du kan ikke endre navnet på et dokument inne i Word eller OpenOffice, men du kan lagre en kopi med et annet navn ved å velge Lagre som i filmenyen. Ønsker du å endre navnet på et lagret dokument, må du først lukke dokumentet og så endre navnet på dokumentfila i filbehandleren.

I Google Dokumenter fungerer det litt annerledes. Der velger du først navn på dokumentet. Deretter blir alt du skriver, automatisk lagret. Du kan også endre navn på dokumentet seinere eller lage en kopi fra filmenyen.



Å åpne et lagret dokument

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendord AS

[Å åpne et lagret dokument \(92722\)](#)



For å åpne et eksisterende dokument velger du Åpne fra filmenyen. Så blar du deg fram til den mappa dokumentet ligger i, og klikker på det.

Skal du åpne et dokument du nylig har brukt, kan det hende at det ligger i lista Nylig brukte dokumenter, som også finnes i filmenyen. I så fall kan du åpne dokumentet ved å velge det fra lista.



Nylig brukte dokumenter i Word

Lista over nylig brukte dokumenter i Word finner du ved å klikke på Office-knappen i Windows 2007 (som over), eller i filmenyen i andre operativsystem.

Du kan også åpne et dokument ved å dobbelklikke på dokumentfila eller på en snarvei til dokumentfila i operativsystemet. Da starter først tekstbehandlingsprogrammet, så blir dokumentet åpnet.

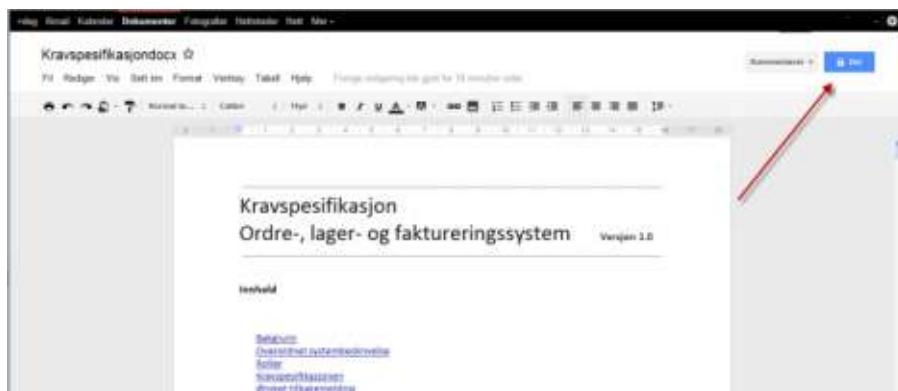
Å dele et dokument med andre

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Å dele et dokument med andre \(92728\)](#)



Et tekstbehandlingsprogram har funksjoner for å dele dokumentene slik at flere kan jobbe med det samme dokumentet.

I Google Dokumenter er deling svært enkelt fordi dokumentet allerede er lagret på Internett. Det eneste du trenger å gjøre, er å klikke på knappen Del. Da får du spørsmål om hvem du vil dele dokumentet med, og hva de skal få lov til å gjøre med det. De som skal ha tilgang til dokumentet, trenger en Google-konto for å kunne åpne det.



Knappen Del i Google Dokumenter

Opphavsmann: [Google](#)

I Word er det flere muligheter for å publisere og dele dokumenter med andre i filmenyen under valget Publiser. Men fordi et Word-dokument er lagret lokalt, må du ha tilgang til et lagringsområde på en nettverkstjener eller et nettsted for å kunne bruke publiseringsfunksjonen.

Å skrive inn tekst

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å skrive inn tekst \(92731\)](#)



Når du åpner et nytt dokument, er dokumentet klart til bruk. Skrivemerket står på første linje, og du kan derfor starte å skrive med en gang.

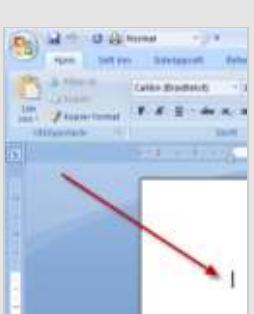
Den teksten du skriver, blir satt inn der skrivemerket er plassert. Skrivemerket vises som en utevet og blinkende loddrett strek på arket.

Når du plasserer musemarkøren din over arket, ser du at den vanlige pila blir endret til en loddrett strek. Til forskjell fra skrivemerket er ikke musemarkøren utevet, og den har en liten vannrett linje øverst og nederst.

Det er viktig å kunne se forskjell på dem. Når du skriver, blir teksten alltid satt inn der skrivemerket står, og ikke ved musemarkøren.

Skrivemerket kan flyttes ved å bruke pil tastene eller ved å peke og klikke med musemarkøren der du vil plassere teksten. Men skrivemerket kan bare flyttes til et sted på arket der det er skrevet tekst eller satt inn en ny linje (linjeskift).

Skal du plassere skrivemerket et sted på arket der det ikke er tekst fra før, må du bruke linjeskifttasten for å lage nye linjer og mellomromtasten eller tabulatortasten for å flytte deg inn på en linje.



Skrivemerket i et Word-dokument

Skrivemerket kan bare flyttes til et sted på arket der det er skrevet tekst eller satt inn en ny linje.

Mykt og hardt linjeskift

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Mykt og hardt linjeskift \(92948\)](#)



Tekstbehandlingsprogram har som oftest to typer linjeskift: mykt og hardt.

Det finnes to typer linjeskift i tekstbehandling. Det første kalles **mykt linjeskift** og settes inn automatisk av programmet når teksten kommer til høyre marg. Det vil si at teksten fortsetter på neste linje.

Den andre typen kalles **hardt linjeskift** og settes inn når du trykker på linjeskifttasten (Enter) på tastaturet. Et hardt linjeskift bryter teksten der linjeskiftet blir satt inn, og brukes for å lage avsnitt og sette inn blanke linjer.

Det er viktig å kjenne til forskjellen på myke og harde linjeskift. Det påvirker nemlig hva som skjer når du skal redigere teksten seinere. Myke linjeskift tilpasser seg teksten når den blir redigert, harde linjeskift gjør ikke det.

I Word og OpenOffice er det mulig å be om at linjeskift og andre skjulte tegn i teksten blir vist på skjermen. Knappen kalles Vis alt i Word og Kontrolltegn i OpenOffice.

La programmet sette inn myke linjeskift når du skriver sammenhengende tekst. Bruk harde linjeskift bare når du skal lage et nytt avsnitt eller sette inn en blank linje.



Knappen som viser hvor det er satt inn skjulte tegn og harde linjeskift
Opphavsmann: [Arne Jansen](#)

Å angre

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å angre \(92952\)](#)



Hvis du gjør en feil eller vil angre på en handling i tekstbehandleren, kan du klikke på angreknappen eller trykke Ctrl+z på tastaturet.

Ved å klikke på angreknappen eller trykke flere ganger på Ctrl+z kan du angre flere steg tilbake. Det er nyttig når du har gjennomført flere handlinger før du oppdager at du har gjort en feil.

Du kan angre på de fleste handlingene, men det finnes noen som ikke kan rettes opp. Det gjelder blant annet lagring. Hvis du er uheldig og lagrer et dokument slik at det eksisterende dokumentet blir overskrevet, er det ikke mulig å angre.



Angreknappen har bilde av en buet pil som peker mot venstre

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Ikke alle handlinger kan angres. Det kan være lurt å lagre en kopi av dokumentet før du gjør noe du ikke er helt sikker på.

Å sette inn og skrive over tekst

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å sette inn og skrive over tekst \(92734\)](#)



I tekstbehandlingsprogrammet kan du hele tida redigere den teksten du skriver. Du kan slette tekst, sette inn tekst og kopiere og flytte tekst.

Hvis du plasserer skrivemerket i en eksisterende tekst og begynner å skrive, vil den eksisterende teksten bli skjøvet mot høyre slik at den nye teksten settes inn i den eksisterende. Men det er mulig å skrive over eksisterende tekst ved å trykke på Insert-tasten på tastaturet.

Når Insert er slått på, blir den eksisterende teksten stående slik at den nye teksten skriver over den gamle. Insert fungerer altså som en av/på-bryter som skifter mellom å sette inn tekst og skrive over teksten.

I Word er det mulig å slå av funksjonen for å skrive over permanent. Det gjør du i menyen Alternativer for Word.



Insert-tasten på tastaturet

Fotograf: [Amendor AS](#)

Å slette tekst

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å slette tekst \(92756\)](#)



Det er flere måter å slette tekst på i et tekstbehandlingsprogram.

Vi kan slette tekst på tre måter:

- med slettetasten (Delete) på tastaturet
- med tilbaketasten (Backspace) på tastaturet
- ved å skrive over eksisterende tekst

Forskjellen mellom å sette inn og skrive over tekst forklarer vi nærmere her: [Å sette inn og skrive over tekst](#). Men den vanligste måten å slette tekst på er ved hjelp av slettetasten eller tilbaketasten. Det er noen små forskjeller på de to måtene.

Når du trykker på slettetasten, blir tegnet til høyre for merket slettet. Skrivemerket står i samme posisjon. Annen tekst som står til høyre for skrivemerket, blir flyttet mot venstre.

Når du trykker på tilbaketasten, flytter skrivemerket seg mot venstre og sletter tegnet som står der. Den teksten som står til høyre for skrivemerket, flyttes også mot venstre og følger etter merket.



Delete – slettetasten på tastaturet

Slettetasten sletter det som står til høyre for skrivemerket.

Tilbaketasten sletter det som står til venstre for skrivemerket.

For å slette et større tekstområde, for eksempel et helt avsnitt, merker du først den teksten du skal slette, så trykker du på slettetasten eller tilbaketasten.

Å flytte og kopiere

Forfatter: Arne Jansen, NKİ Forlaget, Amendor AS

[Å flytte og kopiere \(92963\)](#)

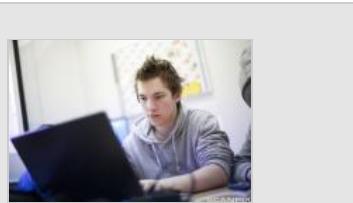


Du kan enkelt både klippe ut og lime inn tekst i et tekstbehandlingsprogram og på den måten flytte teksten rundt i dokumentet ditt.

Du kan flytte eller kopiere tekst i et dokument ved å bruke menyvalgene eller verktøyknappene for Kopier, Klipp ut og Lim inn på samme måte som i andre program. I Windows fungerer også hurtigtastene Ctrl+c, Ctrl+x og Ctrl+v på samme måte som i andre program.

Merk teksten du vil kopiere eller flytte. Velg Kopier eller Klipp ut. Plasser skrivemerket på det stedet du vil kopiere eller flytte teksten til, og velg Lim inn.

Du kan også flytte tekst ved å dra og slippe den med musemarkøren. Merk teksten du vil flytte. Pek og klikk på den merkede teksten. Hold venstre museknapp nede og dra teksten dit du vil ha den.



Fotograf: [Ilija Hende](#)

Minikurs

[Bli kjent med Word](#)
[2007 II: Redigere](#)
[tekst og revidere](#)
[dokumentene](#)

Å merke tekst

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å merke tekst \(92953\)](#)



Når du skal jobbe med deler av en tekst, må du kunne merke ord, linjer, avsnitt eller utsnitt av teksten.

Det er flere måter å merke tekst på, og du kan bruke både markøren og piltastene. I tabellen nedenfor finner du de vanligste metodene.

Hva skal merkes?	Hvordan gjør du det?
Et utsnitt av teksten	Enten: Pek og klikk der du vil starte merkingen. Hold venstre museknapp nede og dra musemarkøren over den teksten du vil merke. Slipp venstre museknapp når du ser at området er merket. Eller: Plasser skrivemerket der du vil starte merkingen. Hold Shift-tasten på tastaturet nede og bruk piltastene for å flytte skrivemerket til slutten av det området du vil merke.
Et ord	Dobbelklikk på ordet.
En linje	Pek og klikk i margen til venstre for linja.
Et avsnitt	Klikk tre ganger i avsnittet.
Flere avsnitt	Pek og klikk i margen til venstre for første linje i det første avsnittet. Hold venstre museknapp nede og dra musemarkøren nedover i margen.
Hele dokumentet	Klikk tre ganger i venstre marg.

Øving – Merk tekst

Åpne dokumentet



tekst.doc / fil

<http://ndla.no/nb/node/92956>

og øv deg på å merke tekst. Prøv alle de ulike måtene å merke teksten på. Fortsett til du føler deg sikker på at du klarer å merke den aktuelle teksten i dokumentet.

Formatering - en introduksjon

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Formatering – en introduksjon \(92966\)](#)



I tillegg til å skrive inn og redigere tekst må du også kunne noe om hvordan man formaterer tekst og dokumenter.

Med formatering mener vi hvordan teksten og dokumentet ser ut.

Formatering kan skje på tre nivåer:

- **Skriftformatering:** utseendet på skriften i dokumentet
- **Avsnittsformatering:** plasseringen av teksten
- **Dokumentformatering:** utseendet på sidene og hele dokumentet



Når du skal lage en rapport eller skrive en stil på skolen, er det nyttig å kjenne til hvordan du formaterer teksten.

Fotograf: [Bjørn Sigurdsøn](#)

Med formatering mener vi alt som påvirker hvordan teksten og dokumentet ser ut.

Skriftformatering

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Skriftformatering \(92969\)](#)



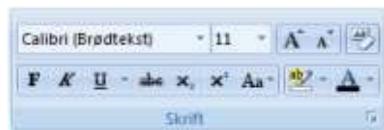
Skriften i et dokument kan formateres slik at den får det utseendet du ønsker.

Når du skal formatere teksten i et dokument, kan du bestemme

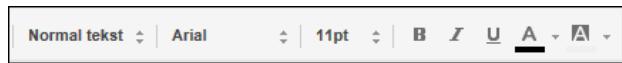
- skrifttype
- skriftstørrelse
- utseende (fet, kursiv eller understrek)
- skriftfarge
- bakgrunnsfarge

Noen program har i tillegg funksjoner for spesielle skrifteffekter, som for eksempel blinkende tekst, skriftskygge og lignende.

De vanligste formateringsmulighetene finnes som egne knapper på hurtigverktøylinja:



Knappene for skriftformatering i Word



Knappene for skriftformatering i Google Dokumenter

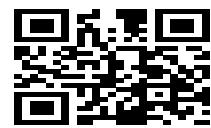
Opphavsmann: [Google](#)

Skriften kan formateres enten før du skriver teksten, eller etter at den er skrevet.

Skal du formatere teksten før du skriver den, plasserer du markøren der teksten skal starte, og velger de formateringsfunksjonene du vil bruke. Når du begynner å skrive, får skriften det utseendet du har valgt.

Ofte er det enklere å formatere skriften etter at du har skrevet teksten. Det gjør du ved å merke den teksten du vil formatere, og så velge de formateringsfunksjonene du vil bruke.

Øving –
Skriftformatering
Åpne dokumentet



*formatering.doc / fil
<http://ndla.no/nb/node/92971>*

, som inneholder en kort, uformatert tekst. Rett under står den samme teksten ferdig formatert.

Bruk funksjonene for skriftformatering til å formatere den øverste teksten slik at den får samme utseende som den nederste.

Vanligvis er det enklest å skrive teksten først og formatere skriften etterpå.

Stiler

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

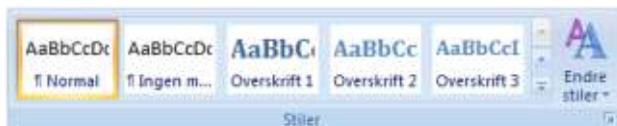
[Stiler \(92976\)](#)



En stil er et ferdig skriftformat som du velger for en del av teksten.

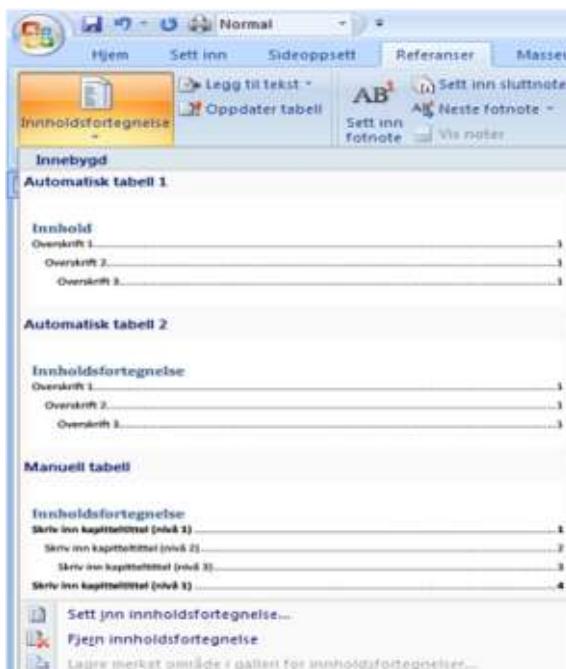
I tillegg til de vanlige mulighetene til å formtere skrift kan du også bruke stiler til å formtere teksten. Tekstbehandlingsprogrammene har ferdige stiler for en del vanlige bruksområder, blant annet overskrifter.

For å bruke en stil merker du først teksten og velger så den aktuelle stilens. I Google Dokumenter og OpenOffice velger du stil fra en nedtrekksmeny på hurtigmenyen, mens stilene i Word blir vist som bokser på båndet.



Stilboksene i Word 2007

Stilene har også en annen fordel i tillegg til å gjøre det enkelt å formtere overskrifter og andre tekstelementer. Hvis du bruker overskriftsstiler konsekvent for alle overskriftene i dokumentet ditt, kan du seinere be programmet om å lage en automatisk **innholdsfortegnelse** basert på overskriftene.



Innholdsfortegnelse i Word

Innholdsfortegnelser finner du i Word under menypunktene «Referanser» – «Innholdsfortegnelse». Du kan også velge ulike tabelloppsett fra menyen.

Minikurs

[Innholdsfortegnelse I:](#)

[Opprette en
automatisk
innholdsfortegnelse](#)

Hvis du bruker stiler på overskrifter, kan du lage en automatisk innholdsliste etterpå.

Avsnittsformatering

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Avsnittsformatering \(92981\)](#)



Med avsnittsformatering kan du bestemme hvor du skal plassere tekstavsnittene i dokumentet.

Mens skriftformatering bestemmer utseendet på skriften, brukes avsnittsformatering til å bestemme plasseringen av teksten. Det inkluderer funksjoner som

- tekstjustering
- innrykk
- punktlister og nummererte lister
- linjeavstand

Avsnittsformatering
bestemmer
plasseringen av
teksten.

På samme måte som ved skriftformatering finnes de mest brukte formateringsmulighetene som egne knapper på hurtigverktøylinja:



Knappene for avsnittsformatering i Word



Knappene for avsnittsformatering i Google Dokumenter
Opphavsmann: [Google](#)

I OpenOffice står knappene for skriftformatering og avsnittsformatering på samme knapperad:



Knappene for skriftformatering og avsnittsformatering i OpenOffice

Tekstjustering

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Tekstjustering \(92992\)](#)



Du kan selv bestemme om du vil at dokumentet ditt skal ha rette eller ujevne marger.

Teksten i et dokument kan være justert på fire måter:

- venstrejustert
- midtstilt
- høyrejustert
- blokkjustert

Venstrejustert tekst er den vanligste justeringen og er standard i nye dokumenter. Når teksten er venstrejustert, er venstre marg rett, mens høyre marg er ujevn.

Når teksten er **høyrejustert**, blir teksten skjøvet fra høyre mot venstre når du skriver. Høyre marg er rett, mens venstre marg er ujevn.

Når teksten er **midtstilt**, blir den plassert midt mellom margene på siden. Verken venstre eller høyre marg er rett. Legg merke til at teksten plasseres midt mellom margene og ikke midt mellom kantene på arket. Dersom venstre og høyre marg i dokumentet ikke er like store, blir heller ikke teksten plassert midt på arket.

Blokkjustert tekst vil si at både venstre og høyre marg er rette. Dette er den typen justering som brukes i mange bøker. For å få teksten til å passe til margene på begge sider lager programmet større mellomrom mellom bokstavene og ordene, slik at alle linjene blir like lange.



Øving – Tekstjustering

Åpne dokumentet



tekstjustering.doc / fil

. Det inneholder fire identiske tekstavsnitt som er venstrejustert. Bruk tekstjusteringsknappene til å gjøre

- det andre avsnittet midstilt
- det tredje avsnittet høyrejustert
- det siste avsnittet blokkjustert

Legg merke til hvordan teksten i de fire avsnittene er plassert i forhold til margene etter at avsnittene er justert.

Innrykk

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Innrykk \(92999\)](#)



Et avsnitt kan rykkes inn i forhold til venstre marg. Det er nyttig når du skal skille deler av teksten ut fra resten.

Det er to framgangsmåter for å rykke inn tekst:

- Klikk på **innrykksknappen**. Legg merke til at knappen har en liten pil som peker mot høyre.
- Trykk på **tabulatortasten** på tastaturet. På de fleste tastaturene er tabulatortasten plassert rett over Caps Lock-tasten.

I utgangspunktet kan det virke som om innrykksknappen og tabulatortasten fungerer på samme måte. Likevel er det noen viktige forskjeller:

- Når du klikker på innrykksknappen, blir alle linjene i avsnittet rykket inn uansett hvor i avsnittet skrivemerket står.
- Hvis du plasserer skrivemerket foran første linje i et avsnitt og trykker på tabulatortasten, rykkes bare den første linja i avsnittet inn. De andre linjene i avsnittet blir skrevet fra marginen.
- Hvis du plasserer skrivemerket inni avsnittet og trykker på tabulatortasten, blir teksten til høyre for merket rykket inn.

Innrykksknappen

Tabulatortasten

Forfatter: [Arne Jansen](#)

For å få større innrykk kan du klikke flere ganger på innrykksknappen eller trykke flere ganger på tabulatortasten.

Fjerne innrykk

Det er også forskjell på hvordan du fjerner et innrykk som er laget med innrykksknappen, og et som er laget med tabulatortasten:

- Skal du fjerne et innrykk som er laget med innrykksknappen, plasserer du skrivemerket et eller annet sted i det avsnittet som er rykket inn, og klikker på knappen for mindre innrykk. Den er plassert rett ved siden av innrykksknappen og ser nesten identisk ut, men pilen på knappen peker mot venstre i stedet for mot høyre.
- Skal du fjerne et innrykk som er laget med tabulatortasten, må du slette innrykket med slettetasten eller tilbaketasten. Plasser skrivemerket foran innrykket og trykk på slettetasten eller plasser skrivemerket bak innrykket og trykk på tilbaketasten.

Det er forskjell på et innrykk som er laget med innrykksknappen, og et innrykk som er laget med tabulatortasten.

Rykke inn tekst med linjalen

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Rykke inn tekst med linjalen \(93012\)](#)



Et tekstbehandlingsprogram har en linjal som viser hvor margene og tabulatorene er plassert.

For at du lettere skal kunne holde orden på plasseringen av teksten, vises en linjal øverst på arket. Hvis ikke linjalen vises i programmet ditt, må du slå den på i Vismenyen.



Linjalen i Word

Linjalen viser hvor margene står, og hvor eventuelle tabulatorer er plassert.

Symbolene som viser hvor margene står, kan også brukes til å lage innrykk. Det gjør du ved først å plassere markøren i det avsnittet du vil rykke inn, og så bruke musemarkøren til å dra margsymbolet på linjalen så langt som teksten skal rykkes inn.

Du kan fjerne innrykket ved å dra margsymbolet tilbake igjen eller ved å klikke på knappen for å redusere innrykk.

Linjalen viser hvor
margene og
tabulatorene står.

Tabulatorer

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Tabulatorer \(93014\)](#)



En tabulator er et stoppunkt som viser hvor stort et innrykk skal være når du klikker på innrykksknappen eller trykker på tabulatortasten.

På linjalen øverst i tekstbehandleren kan du også sette tabulatorer. Når det ikke står noen tabulatorer på linjalen, blir teksten rykket inn 1,25 centimeter for hver gang du setter et innrykk.

Tabulatorene gir deg bedre kontroll med plasseringen av teksten og mulighet til å lage noen spesielle innrykk.

En tabulator gjelder fra den linja skrivemerket står på når du setter den på linjalen. Hvis du skal sette inn tabulatorer i en eksisterende tekst, må du først merke den teksten som tabulatoren skal brukes på, og så sette tabulatoren på linjalen.

Vi har ulike typer tabulatorer. Du velger type ved å klikke på knappen til venstre for linjalen helt ute i kanten av programvinduet:

Venstretabulator er en tabulator som rykker inn tekst du skriver etter tabulatoren. Denne teksten blir plassert til høyre. Dette er standardtabulatoren når du trykker på tabulatortasten.

Midstillingstabulator brukes når du vil lage et innrykk til midten av teksten. Tekst du skriver fra tabulatoren, blir fordelt på venstre og høyre side slik at den blir midtstilt.

Høyretabulator brukes når du vil lage en tabulator som markerer høyre side av teksten. Tekst du skriver fra tabulatoren, blir plassert til venstre.

Desimaltabulator brukes til å justere tall rundt et desimaltegn. (Desimaltegnet er et komma når du skriver tall, for eksempel kroner 17,50.) Desimaltabulator er nyttig når du for eksempel skal skrive en prisliste, fordi desimaltegnet blir stående på samme sted hele tida uavhengig av antall siffer i prisen.

I Google Dokumenter velger du tabulator ved å klikke rett på linjalen. Google Dokumenter har ikke desimaltabulator.

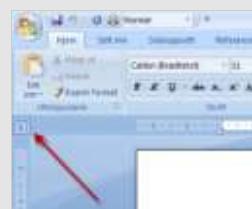
Å sette en tabulator

For å sette en tabulator gjør du slik:

- Plasser skrivemerket på den linja du vil at tabulatoren skal starte på, eller merk den teksten du vil at tabulatoren skal gjelde for.
- Velg tabulatortype ved å klikke på tabulatorknappen til du får riktig type.
- Pek og klikk på linjalen der du vil at tabulatoren skal settes inn.
- Sjekk at det tabulatorsymbolet du har valgt, vises på linjalen.

For å bruke den nye tabulatoren trykker du på tabulatortasten på vanlig måte når skrivemerket står på den linja der du har satt inn tabulatoren.

Bruk desimaltabulator når du skal lage lister med priser.



Tabulatorknappen i Word



Venstretabulator



Midstillingstabulator



Høyretabulator



Desimaltabulator

Lister

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Lister \(93025\)](#)



Når du skal lage et dokument i tekstbehandleren, har du ofte behov for å lage pene og oversiktlige lister.

En mye brukte funksjon i tekstbehandling er å lage lister. Vi har to hovedtyper av lister:

- punktlister
- nummererte lister

Du lager en liste ved å velge listetype fra en av listeknappene på hurtigmenyen. Du kan starte en liste før du skriver inn teksten, eller merke en eksisterende tekst og klikke på en av listeknappene for å lage en liste av teksten.

Når du lager en liste, vil hvert avsnitt (hardt linjeskift) bli et nytt punkt på lista.

Program som Word og OpenOffice prøver automatisk å lage en liste hvis du starter linja med et tall eller et symbol som programmet tolker som et listepunkt. La oss si at du starter linja med å skrive 1, 1), a) eller lignende. Programmet lager da en liste når du trykker linjeskift.

Dette er praktisk hvis du har tenkt å lage en liste. I motsatt fall må du bruke listeknappen på hurtigmenyen til å slå av listefunksjonen igjen.

For punktlister kan du velge ulike symboler for punktene. I Google Dokumenter og OpenOffice velger du listetyper eller punkter og nummerering i Format-menyen. I Word kan du klikke på den lille pilen ved siden av listeknappen.

For nummererte lister kan du velge nummereringstype på samme måte. Du kan for eksempel velge om du vil at lista skal nummereres med tall eller bokstaver. Du kan også bestemme hvilken verdi lista skal starte med. Det er nyttig når du skal fortsette på en liste som ikke er sammenhengende.

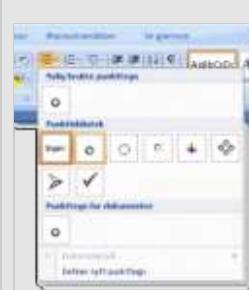
Lister med flere nivåer

Det er også mulig å lage lister med flere nivåer. Det kan skje på flere måter, men det enkleste er å lage en vanlig liste og så bruke innrykksknappen eller tabulatortasten til å rykke inn punktene som skal være på et lavere nivå. Tilsvarende bruker du knappen for å redusere innrykk for å flytte et punkt til et høyere nivå.

Eksempel på en nummerert liste med flere nivåer:

Minikurs

[Punktmarking,](#)
[nummerering og lister](#)



Symboler for punktlister i Word

- 1. Dette er første hovedpunkt
- 2. Dette er andre hovedpunkt
 - a. Dette er første underpunkt
 - b. Dette er andre underpunkt
 - i. Dette er et underpunkt til andre underpunkt
- 3. Dette er tredje hovedpunkt

Nummerert liste

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Dokumentvisning

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Dokumentvisning \(93034\)](#)



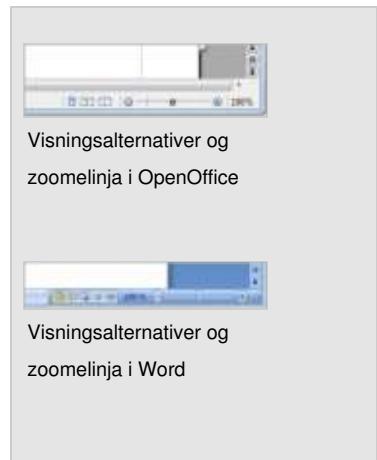
Det er mulig å se dokumentet på flere måter. Tekstbehandlingsprogrammet er derfor utstyrt med visningsalternativer og mulighet til å zoome.

Visningsalternativene finnes i Vis eller visningsmenyen. I tillegg har både Word og OpenOffice en zoomelinje nederst til høyre i vinduet. Den er merket med et minustegn på venstre side og et plussstegep på høyre. Ved å klikke på disse tegnene kan du forminske eller forstørre visningen av arket, slik at du ser mindre eller mer av dokumentet på skjermen.

Visningsalternativene varierer litt i ulike program.

- **Full skjerm** skjuler alle menyer og maksimaliserer vinduet slik at bare selve dokumentet vises på hele skjermen.
- **Utskriftsoppsett** viser dokumentet slik det vil se ut ved utskrift, inkludert marger, topp- og bunntekst, bilder og sideskift. Dette er standardvisningen i alle programmene, men i Google Dokumenter kalles utskriftsoppsettet **Paginert visning**.
- **Kladd** er det motsatte av utskriftsoppsett og viser teksten sammenhengende uten marger, topp- og bunntekst, bilder eller sideskift. Denne visningen er nyttig når du skal redigere et stort dokument og bla mye fram og tilbake. I OpenOffice velger du kladdevisning ved å slå av utskriftsvisningen. I Google Dokumenter kalles den **Kompakt visning**.
- **Weboppsett** eller **vevoppsett** viser dokumentet slik det vil se ut når det lagres som webside.

Dispositionsvisning er et visningsalternativ som bare finnes i Word. Det ligner på kladd, men i tillegg kan deler av teksten skjules. Det kan være nyttig når man skal redigere store dokumenter.



Dokumentformatering - en introduksjon

Forfatter: Arne Jansen, NIKI Forlaget, Amendor AS

[Dokumentformatering – en introduksjon \(93039\)](#)



Med dokumentformatering kan du redigere utseendet på hele dokumentet i tekstbehandleren.

Dokumentformatering er det siste av de tre formateringsnivåene (i tillegg til skriftformatering og avsnittsformatering). Det omfatter utseendet på sidene og hele dokumentet. Dokumentformatering inkluderer funksjoner som

- [sideskift](#)
- [marger](#)
- [topp- og bunntekst](#)
- [sidenummerering](#)

Mykt og hardt sideskift

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Mykt og hardt sideskift \(93465\)](#)



På samme måte som det blir satt inn mykt linjeskift når du skriver en tekst som er lengre enn en linje, blir det satt inn mykt sideskift når du skriver en tekst som er lengre enn en side.

Myke og harde sideskift fungerer på samme måte som myke og harde linjeskift, og du må derfor være klar over hva som skjer når du redigerer teksten.

Med myke sideskift blir sidene tilpasset teksten når du redigerer den, slik at det blir like mye tekst på hver side. Med harde sideskift slutter en side alltid der du har satt inn sideskiftet.

Bruk myke sideskift når du skriver sammenhengende tekst, og sett inn harde sideskift når du vil at neste avsnitt alltid skal begynne på toppen av en ny side.

Du setter inn et hardt sideskift ved å holde Ctrl-tasten nede mens du trykker linjeskift.

Knappen som viser hvor det er satt inn skjulte tegn og harde linjeskift, viser også hvor det er satt inn harde sideskift.

La programmet lage
myke sideskift når du
skriver
sammenhengende
tekst. Bruk bare harde
sideskift når du vil at
nestes avsnitt alltid skal
starte på toppen av en
ny side.



Knappen som viser skjulte
tegn, linjeskift og sideskift

Opphavsmann: [Arne Jansen](#)

Marger

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Marger \(93467\)](#)



Et dokument må ha marger for å unngå at teksten går helt ut til kanten av arket når det skrives ut.

Et dokument har fire marger som kan justeres uavhengig av hverandre. De kalles venstre-, høyre-, topp- og bunnmarg.

Venstre- og høyremargene bestemmer hvor langt ut mot kanten av arket teksten skal kunne skrives, mens topp- og bunnmargene bestemmer hvor øverste og nederste linje skal stå på arket.

Når du åpner et nytt dokument, bruker programmet malen for et tomt dokument der margene alt er satt. Størrelsen på margene varierer litt mellom ulike program og programversjoner, men er vanligvis på 2 eller 2,5 centimeter.

I de fleste tilfeller kan du bruke de margene programmet foreslår, men noen ganger må du endre dem. Det skjer for eksempel hvis du skal skrive et brev eller dokument som følger Norsk Standard.

Et annet eksempel er dokumenter som skal settes inn i en perm eller plastmappe. Her må venstremargen ofte være litt bredere enn de andre margene.

Sette marger

I Word setter du margene ved å klikke på knappen Marger i sideoppsettmenyen. Du kan velge mellom en del ferdigdefinerte marger, eller du kan definere størrelsen på margene selv.

I OpenOffice og Google Dokumenter endrer du margene direkte i linjalen med musemarkøren. Linjalen viser margen som grå og dokumentbredden som hvit. Pek på det punktet der de møtes, hold venstre museknapp nede og gjør margen større eller mindre ved å dra musemarkøren bortover linjalen. Du kan endre topp- og bunnmargene på samme måte.

Husk også at når du endrer margene i et eksisterende dokument, vil linjer med mykt linjeskift og sider med mykt sideskift automatisk bli justert til de nye margene. Linjer med hardt linjeskift og sider med hardt sideskift blir derimot ikke justert.

Når du endrer margene, gjelder det i utgangspunktet for alle sidene i dokumentet. Men program som Word og OpenOffice gir deg også mulighet til å lage dokumenter med forskjellige marger på ulike sider. For å få til det må dokumentet deles opp ved at du setter inn inndelingsskift.

Husk å beregne bred nok marg på dokumenter som skal settes i en perm

Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Når du endrer margene i et dokument, vil tekstu med mykt linjeskift bli justert automatisk slik at den passer til de nye margene.

Endring av marger i Google Dokumenter

Opphavsmann: [Google](#)

Sidetall

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sidetall \(93503\)](#)



Når et dokument har flere sider som skal skrives ut, bør det være sidetall slik at det er enkelt å holde styr på arkene.

Sidetall bør settes inn i topp- eller bunnteksten slik at de blir stående på samme sted på alle sider og ikke flytter seg når dokumentet redigeres.

Men fordi alt som skrives inn i topp- og bunnteksten, blir gjentatt på alle sidene i dokumentet, kan du ikke bare skrive inn sidetallet som vanlig tekst. Da får alle sidene det samme sidetallet. Du må sette inn en egen kode for sidetall. Koden sørger for at alle sidene får riktig sidetall på utskriften, og du slipper selv å passe på at sidetallene er oppdatert etter at du har redigert, endret marger og slettet eller lagt til nye sider.

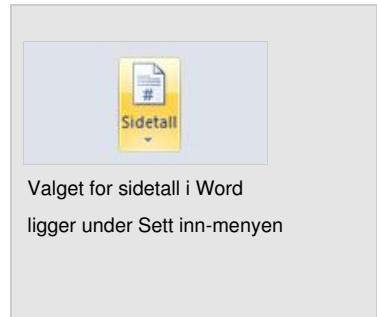
Framgangsmåten for å sette inn en kode for sidetall:

- Åpne topp- eller bunntekst ved å dobbelklikke på topp- eller bunnmargen.
- I Word vises utformingsmenyen for topp- og bunntekst automatisk.
- Klikk på knappen for sidetall i båndet og velg plassering og type sidetall.

I Google Dokumenter og OpenOffice må du først plassere skrivemerket der du vil at sidetallet skal stå:

- Åpne topp- eller bunntekst og plasser skrivemerket der du vil at sidetallet skal stå. (Bruk midtstilt justering for å plassere det mellom margene eller høyrejustering for å plassere det på høyre side av arket.)
- Velg Sidetall fra Sett inn-menyen i Google Dokumenter eller Felter og Sidetall fra Sett inn-menyen i OpenOffice.

Koden viser straks sidetallet for den siden du står på. Er det flere sider i dokumentet, kan du kontrollere at alt blir riktig ved å bla deg gjennom sidene og se at hver side har fått korrekt sidetall.



Valget for sidetall i Word
ligger under Sett inn-menyen

Sidetall bør ikke
skrives inn som vanlig
tekst, men settes som
en kode slik at de blir
oppdatert automatisk.

Topp- og bunntekst

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Topp- og bunntekst \(93498\)](#)



Informasjon som skal skrives ut på alle sidene i et dokument, plasseres i topp- eller bunnteksten.

Når et dokument skal skrives ut, er det ofte nyttig å ha med litt ekstra informasjon på utskriften, som for eksempel

- firmanavn og/eller logo
- sidetall hvis dokumentet har flere sider
- datoen dokumentet er laget eller skrevet ut
- dokumentnavnet (filnavnet), slik at det blir lettere å finne igjen dokumentet på datamaskinen

Denne informasjonen kan du plassere i det som kalles dokumentets topp- eller bunntekst.



Valg for topp- og

bunntekst i Word finner

du under menyen Sett

inn

Toppteksten er tekst og/eller bilder, som for eksempel en firmalogo, som plasseres i toppmargen over selve dokumentteksten.

Bunnteksten er tekst og/eller bilder som plasseres i bunnmargen under selve dokumentteksten.

Alt som blir satt inn i topp- eller bunnteksten på en side, gjentas på alle sidene i dokumentet.

For å lage en topp- eller bunntekst må du dobbelklikke på toppmargen eller bunnmargen. Deretter kan du skrive og redigere på samme måte som i resten av dokumentet.

Toppteksten vises her

Node 29: Topp- og bunntekst

Informasjon som skal skrives ut på alle sidene i et dokument, plasseres i topp- eller bunnteksten.

Når et dokument skal skrives ut, er det ofte nyttig å ha med litt ekstra informasjon på utskriften, for eksempel

Topptekst

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Utskrift

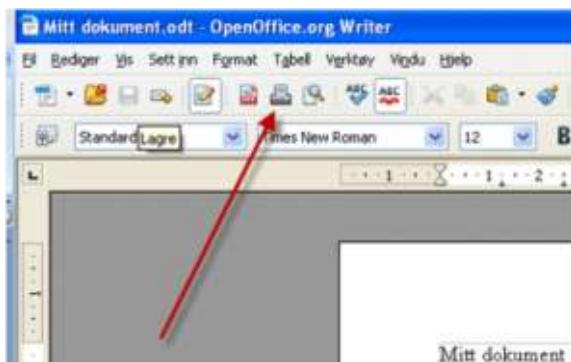
Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Utskrift \(93514\)](#)



Selv om dokumentene enkelt kan sendes som vedlegg i e-post eller overføres via nett, er det ofte behov for å skrive dem ut på papir.

Utskrift fra tekstbehandlingsprogram er enkelt fordi dokumentet allerede er ferdig formatert for vanlig stående A4-størrelse. Så lenge du ikke har behov for å gjøre noe spesielt med utskriften, kan du derfor bare klikke på knappen for utskrift eller Utskrift i filmenyen for å skrive ut dokumentet. Hvis du redigerer dokumentet i utskriftsvisning, skal utskriften bli lik den du ser på skjermen.



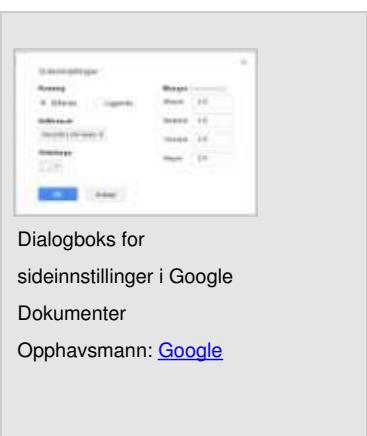
Ikonet for utskrift i Open Office

Det er også mulig å spesifisere at du vil skrive ut andre papirformater: A5 (halvparten av et vanlig A4-ark), A3 (dobbelt så stort som et vanlig A4-ark) eller andre formater som for eksempel konvolutter.

Du velger da papirformat i menyen Sideoppsett i Word, Side i formatmenyen i OpenOffice eller Sideinnstillinger i filmenyen i Google Dokumenter.

Du kan også velge om du vil ha liggende utskrift i stedet for stående.

Merk at når du endrer papirformatet eller utskriftsretningen, blir hele dokumentet justert slik at sidene passer til det valgte sideformatet. Det kan føre til at tekst og bilder ikke lenger står der det opprinnelig var plassert. Dersom du vet at du skal skrive ut dokumentet i et annet format enn vanlig stående A4, bør du derfor velge papirformat og utskriftsretning før du skriver teksten.



Utskriftsfletting

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Utskriftsfletting \(93521\)](#)



Utskriftsfletting er en spesiell utskriftsmulighet i tekstbehandling som brukes når du skal sende det samme brevet til mange mottakere.

Du kan bruke utskriftsfletting når du skal sende et standardbrev til mange mottakere og hvert brev skal ha mottakerens navn og adresse.

Til utskriftsfletting trenger du

- **hoveddokument**, som er det brevet du skal sende
- **datakilde** (adresseredokument), som inneholder navn og adresse og eventuelt annen informasjon om dem som skal motta brevet

Minikurs

[Utskriftsfletting I:
Bruke utskriftsfletting
til masseutsendelser](#)

Begynn med å lage datakilden (adresseredokumentet). Du bør lagre den som en tabell med en rad for hver mottaker og en kolonne for hver informasjon om mottakerne. For eksempel slik:

Fornavn	Etternavn	Adresse	Postnummer	Poststed
Anders	And	Storedammen	1313	Dammen
Kyrre	Kylling	Vaglegata 10	1402	Vaglen
Gustav	Gås	Dunveien 42a	5710	Vagge
...				

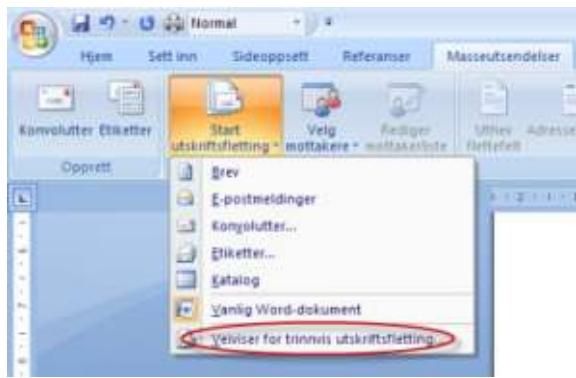
Har du allerede en adresseliste, kan du selvsagt bruke den. Det er også mulig å bruke adresselister fra andre program som regneark og databaseprogram.

Når datakilden er klar, skriver du selve brevet (hoveddokumentet). Pass på å sette av plass der navnet og adressen til mottakerne skal stå.

Når brevet er ferdig, setter du inn flettekoder der du har satt av plass til navn og adresse på mottaker. I praksis innebærer det at du lager en kobling mellom brevet og adresselista.

Til slutt ber du om å få utført flettingen. Programmet vil da hente en og en adresse fra adresselista di, sette den inn i brevet og skrive ut. Denne prosessen gjentar seg til det er skrevet ut brev til alle mottakerne i lista.

Både Word og OpenOffice har veivisere som tar deg gjennom hele prosessen steg for steg. I Word klikker du på knappen Start utskriftsfletting i menyen Masseutsendelser og velger Veiviser for trinnvis utskriftsfletting. I OpenOffice velger du Veiviser for brevfletting i verktøymenyen.



Veiviser for trinnvis utskriftsfletting i Word

Google Dokumenter har ikke mulighet for å flette utskrifter.

Utskriftsfletting er en avansert funksjon, så du må nok regne med å prøve noen ganger før du får det til. Men fletting kan være svært nyttig og spare deg for mye arbeid, særlig hvis du skal sende brev til de samme mottakerne med jevne mellomrom. For eksempel til alle kunder eller ansatte i et firma, eller til alle medlemmene i en forening.

Tabeller

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Tabeller \(93523\)](#)



Tabellene hører til de nyttigste og mest brukte funksjonene i tekstbehandlingsprogram.

Tabeller gjør det enkelt å plassere tekst nøyaktig i rader og kolonner, og du kan lage skjemaer for utskrift eller utfylling på skjerm.

Plasser skrivemerket der du vil sette inn tabell, og klikk på valget for tabell på Sett inn-menyen i Word eller på tabellmenyen i OpenOffice og Google Dokumenter.

Du bestemmer antall rader og kolonner i tabellen ved å dra musemarkøren over rutenettet som vises i tabellfunksjonen, mens du holder venstre museknapp nede. Når rutenettet viser det antallet rader og kolonner du vil ha, slipper du museknappen. Tabellen blir da satt inn på linja der skrivemerket står.

Er du usikker på hvor mange rader og kolonner du trenger, kan du legge til eller fjerne begge deler seinere.

Kolonnene i tabellen som blir satt inn, er like store, men du kan endre størrelsen på dem selv. Det gjør du ved å plassere musemarkøren på den loddrette streken mellom kolonnene og gjøre dem bredere eller smalere ved å holde venstre museknapp nede mens du drar streken til høyre eller venstre.

Det finnes også en rekke muligheter for å tilpasse og formatere en tabell slik du vil ha den. Disse valgene får du tilgang til ved å klikke på venstre museknapp mens musemarkøren står over tabellen. I Word og OpenOffice vises også en egen hurtigverktøy meny for tabeller når skrivemerket er plassert inni en tabell.

I tillegg til vanlig formatering av teksten i tabellen kan du

- sette inn nye rader eller kolonner
- slette rader eller kolonner
- dele eller slå sammen celler i tabellen
- sette en bakgrunnsfarge på hele eller deler av tabellen
- justere plasseringen av tekst i cellene
- bestemme høyden på rader
- bestemme marger inne i tabellen
- skjule eller vise kantlinjene i tabellen

Rutenett til å sette inn en tabell. I dette eksemplet blir det satt inn en tabell med fire kolonner og seks rader

Oppgave

1. Lag en tabell med navn, adresse og alder på minst ti personer du kjenner. Vet du ikke adressen til alle, kan du selv finne på noen adresser.
2. Tilpass bredden på kolonnene slik at de passer til innholdet.
3. Formater teksten i tabellen og prøv å skjule kantlinjene.

Å sette inn bilder i teksten

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å sette inn bilder i teksten \(93530\)](#)



Ofte har du behov for å sette inn bilder eller andre illustrasjoner i dokumentene dine, og det er flere måter å gjøre det på.

I Word og OpenOffice kan du helt enkelt dra et bilde fra en mappe eller fra skrivebordet og slippe det ned i dokumentet der du vil at bildet skal stå.

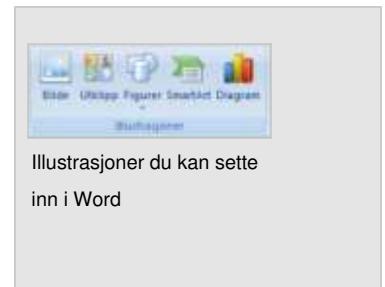
Siden Google Dokumenter er et nettbasert program, må du først laste opp bildet. Det gjør du ved å velge Bilde i Sett inn-menyen. Du kan bruke denne metoden også i Word og OpenOffice.

I tillegg til bilder kan du sette inn andre typer illustrasjoner og objekter, for eksempel tegninger (Clip Art), figurer, diagrammer og ligninger. Word og OpenOffice gir også mulighet for å sette inn lydfiler og video, men husk at det ikke er så lurt hvis dokumentet skal kunne skrives ut.

Plassere og redigere et bilde

Når bildet er satt inn på siden, må du bestemme hvor stort det skal være, og hvor i teksten det skal stå.

For å endre størrelsen på bildet klikker du på det en gang slik at skaleringspunktene vises rundt bildet. Skaleringspunktene er små firkanter eller sirkler som står i hvert hjørne og midt på hver side av bildet når du har klikket på det.



Skaleringspunkter som du kan dra i med musepekeren for å endre størrelsen på bildet

Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Plasser musemarkøren over skaleringspunktet i et av hjørnene, hold venstre museknapp nede og dra musemarkøren slik at bildet blir så stort du vil ha det.

For å plassere bildet på siden må du først bestemme om bildet skal stå på linje med teksten eller kunne plasseres fritt på siden.

Forskjellen er at et bilde som står på linje med teksten, blir stående alene på linja med tekst over og under. Når du redigerer teksten, flyttes bildet sammen med resten av teksten.

Et bilde som kan plasseres fritt, kan settes hvor som helst på siden, og teksten vil flyte rundt bildet. Ulempen er at det ikke alltid blir stående på riktig plass hvis teksten redigeres.

For å flytte på et bilde i dokumentet er det bare å peke på det og holde venstre museknapp nede. Da kan du dra og slippe bildet der du vil at det skal stå.

Et bilde som følger teksten, kan bare plasseres der det allerede står tekstu. Et bilde som kan plasseres fritt, kan settes hvor som helst på arket.



Stavekontroll

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Stavekontroll \(93534\)](#)



Tekstbehandlingsprogram har innebygd stavekontroll som kontrollerer rettskrivingen mens du skriver.

Det er fort gjort å overse en skriveau, og alle tekstbehandlingsprogram har derfor en innebygd stavekontroll som jobber i bakgrunnen mens du skriver.

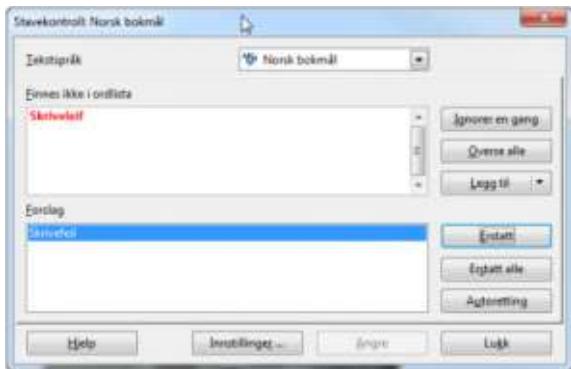
Når stavekontrollen oppdager et ord som den mener er feilstavet, markerer den ordet med en rød, bølget understreking for å varsle deg om at noe er galt. Når du retter feilen, blir markeringen borte.

Du kan også be stavekontrollen om forslag til hvordan et feilstavet ord skal skrives. Merk den teksten du vil kontrollere, og trykk på F7-tasten på tastaturet eller kikk på stavekontrollknappen i hurtigverktøylinja. Da åpnes dialogboksen for stavekontroll og den foreslår stavemåten for det ordet den tror du gjerne vil skrive.



Et tekstbehandlingssystem kan dekke behovet for ordlister på mange språk.

Fotograf: [Einar Solvoll](#)



Dialogboksen for stavekontroll i OpenOffice.

Hvis du starter stavekontrollen uten å merke tekst først, kontrollerer den hele dokumentet.

Du kan også få hjelp med andre språk. Program som Word og OpenOffice blir levert med ordlister for mange ulike språk. Skal du for eksempel skrive et brev på engelsk, vil stavekontrollen kunne hjelpe deg med det også.

Stavekontrollen vil vanligvis klare å finne ut hvilket språk teksten er skrevet på. Men hvis du bruker flere språk i samme dokument, for eksempel skriver en norsk tekst med en del engelske ord og uttrykk, kan det hende at du må fortelle stavekontrollen hvilke ord som er engelske.

Det gjør du ved å merke ordene og trykke på Angi språk-knappen i Se gjennommenyen i Word, eller på Språk i verktøy menyen i OpenOffice.

Grammatikkontroll

Husk at du ikke kan stole blindt på stavekontrollen.

I tillegg til stavefeil prøver programmet også å hjelpe deg med grammaikk, tegnsetting og setningsbygging. Grammatikkfeil, tegnsettingsfeil og ufullstendige setninger markeres med en grønn, bølget linje. På samme måte som for stavekontrollen kan du trykke F7-tasten på tastaturet for å få forslag til hva som bør rettes.

Begrensninger i stavekontrollen

Selv om stavekontrollen kan hjelpe deg med å rette opp mange slurvefeil og andre skrivefeil, er det mye den ikke forstår.

Størst problemer skaper ord som er feilstavet, men som ville vært riktig stavet i en annen sammenheng.

Eksempel: Du skal skrive «Tilbud på puter», men skriver i stedet «Tilbud på putter». Stavekontrollen varsler ikke om denne feilen fordi «putter» er et norsk ord som ville vært riktig i en annen sammenheng, for eksempel i «Vi putter penger på parkometer».

En annen vanlig feil som stavekontrollen ikke kan hjelpe deg med, er feil deling av sammensatte ord.

Eksempel: Du skriver «fotball bane» i stedet for «fotballbane». Dette synes stavekontrollen er greit fordi både «fotball» og «bane» er gode norske ord som er riktig stavet. Programmet forstår ikke at du egentlig prøver å skrive «fotballbane».

Du kan derfor ikke stole blindt på stavekontrollen eller være sikker på at ordet er riktig skrevet bare fordi det ikke er markert som feil.

Du kan også oppleve at ord som er riktig stavet, blir markert som feil. Det skjer når du bruker et ord som ikke står i den ordlista stavekontrollen bruker. De vanligste eksemplene er navn og faguttrykk.

Da må du fortelle stavekontrollen at den skal ignorere ordet. Hvis det er snakk om et ord du skriver ofte, kan du legge det til i ordlista slik at det blir gjenkjent neste gang.

Presentasjonsverktøy

Presentasjonsprogrammer

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Presentasjonsprogrammer \(94703\)](#)



Presentasjonsprogrammer brukes for å lage lysbilder til presentasjoner. Det vanligste bruksområdet er presentasjoner som skal vises ved hjelp av en projektor, men det er også mulig å lage presentasjoner som bare skal vises på dataskjermen eller skrives ut.

I en presentasjon kan du sette inn tekst, bilder, animasjoner, lyd og video. I tillegg kan du lage overganger mellom lysbildene og bestemme i hvilken rekkefølge tekst og bilder skal vises på hvert lysbilde.

Presentasjonsprogrammer

Presentasjonsprogrammer finnes for alle typer datamaskiner. Selv om det kan være forskjeller i utseende og hvilke muligheter programmet har, virker de stort sett på samme måte.

Eksempler på noen vanlige tekstbehandlingsprogrammer:

- **PowerPoint** (pc og Apple Mac)
- **OpenOffice Impress** (pc, Apple Mac og Linux)
- **Keynote** (iPad og Apple Mac)
- **Documents To Go** (smarttelefoner og nettbrett)
- **Google Dokumenter** (Internett)

Det er litt forskjell på hvilke filformater ulike presentasjonsprogrammer bruker, men de fleste har mulighet for å åpne og lagre dokumenter i andre formater. Det gjør at et dokument som er laget i et program, kan åpnes og redigeres i et annet.

Eksemplene og oppgavene her bruker PowerPoint, men de fungerer i alle typer presentasjonsprogrammer. Du kan dermed velge det som passer for deg.



Presentasjonsprogrammer
kan brukes både ved større
og mindre foredrag
Fotograf: [Trond J. Strøm](#)

Hvis du ikke allerede
har et
presentasjonsprogram
, kan du laste ned
[Open Office](#) gratis på
Internett.

[Google Docs](#)
[Presentations](#) er også
gratis å bruke, men da
er du avhengig av
tilkobling til Internett
mens du jobber.

Før du går i gang med presentasjonen

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Før du går i gang med presentasjonen \(94706\)](#)



Et presentasjonsprogram er ingen garanti for at presentasjonen blir interessant. En bra presentasjon er først og fremst avhengig av personen som holder den. Presentasjonsprogrammet er bare et hjelpemiddel.

For å lage en god presentasjon bør du først kunne svare på tre spørsmål:

- Hvem skal du presentere for?
- Hva er rollen din?
- Hvilket budskap skal du formidle?

Hvem skal du presentere for?

Du må tilpasse presentasjonen til publikum, for eksempel hva du skal legge vekt på, hvilke ord du bør velge, hva slags bilder du vil bruke, osv.

Det kan være stor forskjell på hvordan du bør presentere den samme saken for arbeidskollegaer, kunder eller klassekamerater. Du må derfor vite noe om dem du skal presentere for, før du begynner å lage presentasjonen.

Kanskje må du til og med lage flere presentasjoner om samme tema hvis du skal presentere det for ulike grupper.



Husk å tilpasse
presentasjonen din til
publikum

Fotograf: [Lise Åserud](#)

Husk

1. Hvem skal du presentere for?
2. Hva er rollen din?
3. Hvilket budskap skal du formidle?

Hva er rollen din?

Du bør også tenke over hva som er rollen din, og hvordan publikum oppfatter deg. Hvorfor skal du holde presentasjonen, og hvorfor skal publikum høre på deg? Hva vet de om deg, og hva tenker de om deg?

Hvilket budskap skal du formidle?

Til sist må du ha klart for deg hva du vil fortelle, og hva som er målet med presentasjonen. Skal du overbevise noen, og hva skal du i så fall overbevise dem om? Skal du selge noe, i så fall hva? Hvordan skal du forklare noe vanskelig på en enkel måte? Hva slags inntrykk vil du at tilhørerne skal få dersom du viser noe nytt?

Det du presenterer, og det du ønsker at deltakerne skal huske etterpå, kaller vi budskapet. En god presentasjon handler først og fremst om å få fram budskapet på en klar og tydelig måte.



Hvilken reaksjon tror du
denne eleven fikk på
presentasjonen sin?

Fotograf: [Corbis](#)

Forberede innholdet i presentasjonen

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Forberede innholdet i presentasjonen \(94710\)](#)



Når du vet hvem som er målgruppa, hvordan de oppfatter deg, og hvilket budskap du skal formidle, kan du begynne å forberede innholdet i presentasjonen.

Når du forbereder innholdet i presentasjonen, er det tre spørsmål du må besvare:

- Hva skal du ha med i presentasjonen?
- I hvilken rekkefølge skal informasjonen presenteres?
- Hvordan skal informasjonen presenteres?

Hva skal du ha med i presentasjonen?

For å forberede innholdet er det lurt å lage en disposisjon først. Det enkleste er å skrive en punktliste med stikkord.

I hvilken rekkefølge skal informasjonen presenteres?

Når du vet hva som skal være med i presentasjonen, må du ordne innholdet slik at det får en logisk rekkefølge som er forståelig for publikum. Da oppdager du også lettere om det er noe du har glemt da du laget stikkordlista.

Hvordan skal informasjonen presenteres?

Til slutt må du avgjøre hvordan du best kan presentere det innholdet du har bestemt deg for. Hva bør du skrive, og hva holder det at du bare sier? Kan noe av innholdet presenteres på andre måter, for eksempel med bilder, video, lydopptak eller annet?

Når du jobber med innholdet i presentasjonen, må du altså hele tida tenke på hva som er budskapet, og hvem du skal presentere for. Det kan være avgjørende for hva slags type informasjon du må ha med, i hvilken rekkefølge den skal presenteres, og hvordan.



God planlegging er viktig for at presentasjonen din skal bli god

Fotograf: [Iija Hendel](#)

Husk

1. Hva skal du ha med i presentasjonen?
2. I hvilken rekkefølge skal informasjonen presenteres?
3. Hvordan skal informasjonen presenteres?

Øving – Forberede innholdet i en presentasjon

Tenk deg at du skal lage en kort presentasjon av programfagene på Service og samferdsel Vg1 for elever i 10. klasse. Elevene kjenner deg ikke fra før. Hensikten med presentasjonen er at tiendeklassingene skal få vite hva de kommer til å lære i programfagene dersom de velger Service og samferdsel.

1. Lag en liste med punkter som du vil ha med i presentasjonen. (Bruk et tekstbehandlingsprogram slik at du kan redigere lista seinere.)
2. Ordne punktene i den rekkefølgen du mener de bør komme for at budskapet skal bli forståelig. Legg til flere punkter hvis du oppdager at det er informasjon som elevene bør få, men som du ikke har med på lista di.

Planlegge lysbildene

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Planlegge lysbildene \(94714\)](#)



Når du vet hva presentasjonen skal inneholde, kan du gå i gang med å planlegge lysbildene du skal bruke.

En god presentasjon må planlegges godt. Utgangspunktet er oversikten med innholdspunktene i [Forberede innholdet i presentasjonen](#) som vi gikk gjennom i forrige node.

Hvert hovedpoeng i presentasjonen bør få et eget lysbilde, men du bør heller ikke ha med for mange lysbilder, og det bør ikke være for mye tekst på hvert bilde. En presentasjon bør helst ikke romme mer enn 15–20 lysbilder, men dette er ingen absolutt regel.

Hvis lista din er på mer enn tjue punkter, bør du likevel se om det er mulig å stryke eller slå sammen noen av dem. Det kan også være at enkelte punkter ikke er så viktige, slik at det holder at du framfører innholdet uten å skrive det på et lysbilde.

En presentasjon vil typisk romme

- et **tittellysbilde**
- ett eller to **innledningslysbilder**, for eksempel en kort introduksjon av deg selv og temaet du skal presentere
- et **lysbilde for hvert hovedpoeng** som du vil at publikum skal huske
- et **oppsummeringslysbilde**

Du må også tenke på hvor lang tid du har til rådighet, hvor mye du skal si til hvert lysbilde. Hvis du viser det samme lysbilde for lenge, kan publikum miste interessen. Men det er enda mer frustrerende når lysbildene skifter så raskt at publikum ikke rekker å få med seg innholdet.

Du må derfor prøve å beregne hvor lenge du skal snakke om innholdet i hvert lysbilde. Legg opp til at hvert lysbilde vises i ett–tre minutter.

Husk

- ett poeng per lysbilde
- helst ikke mer enn 15–20 bilder
- ikke for mye tekst på hvert lysbilde
- hvert lysbilde bør vises i ett–tre minutter



Eksempel på et enkelt

lysbilde i PowerPoint

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Programvindu og menyer

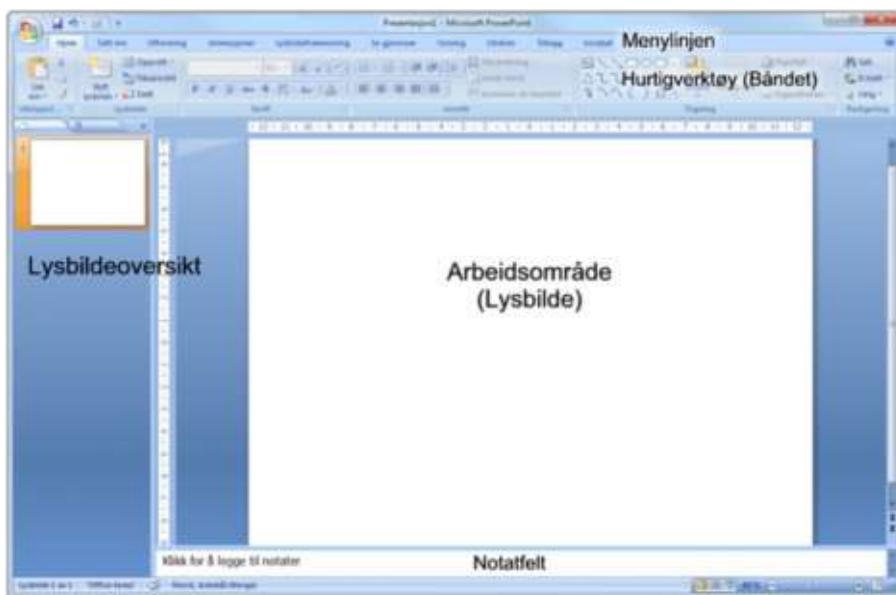
Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Programvindu og menyer \(94721\)](#)



Før du kan begynne å bruke presentasjonsprogrammet, må du vite litt om hva vi kaller de ulike delene av programvinduet. Selv om alle presentasjonsprogrammer er bygd opp på samme måte, er det litt forskjell på utseendet og de valgene som finnes på menylinja og hurtigverktøylinja øverst i programvinduet.

Illustrasjonen nedenfor viser programvinduet i PowerPoint 2007. Med unntak av valgene på menylinja og utseendet på hurtigverktøyene fungerer alle presentasjonsprogrammer i utgangspunktet på samme måte.



Programvinduet i PowerPoint 2007

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Menyer

Det kan virke forvirrende å bruke ulike programmer, men du oppdager fort at de fleste funksjonene og mulighetene i et presentasjonsprogram er nokså like. Om du bare vet hva du skal gjøre, er det ikke så vanskelig å finne den riktige menyen eller verktøyet.

Illustrasjonene nedenfor viser menylinja og hurtigverktøyene i PowerPoint, Google Dokumenter og OpenOffice Impress.

Selv om menyene i ulike programmer ser forskjellige ut, er funksjonene og mulighetene nokså like.



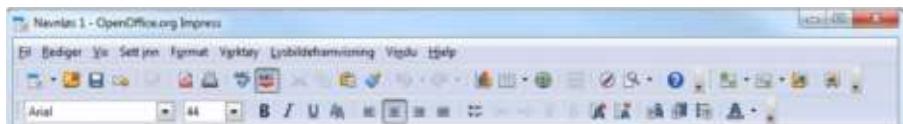
Menyer i Microsoft PowerPoint

Opphavsmann: [Microsoft](#)



Menyer i Google Dokumenter

Opphavsmann: [Google](#)



Menyer i OpenOffice Impress

Opphavsmann: [OpenOffice](#)

Lage en ny presentasjon

Forfatter: Arne Jansen, NKİ Forlaget, Amendor AS

[Lage en ny presentasjon \(94726\)](#)



Når du starter et presentasjonsprogram, viser programvinduet et tomt lysbilde. Programmet er klart til bruk med en gang, slik at du kan gå i gang med å skrive inn tekst eller legge inn bilder.

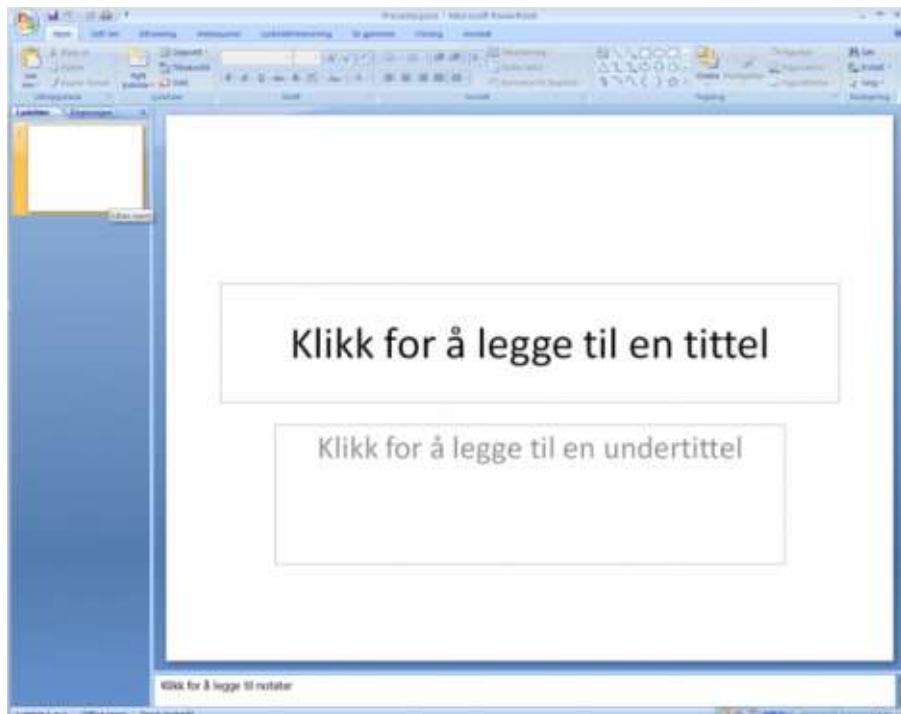
Programmet har likevel gjort noen innstillinger som det regner med at du ønsker:

- **Formatet** på lysbilde er satt slik at det passer til en standard pc-skjerm.
- **Tittellysbildet** er valgt som det første lysbilde, slik at du kan skrive inn en tittel og eventuelt undertittel.

Du kan endre disse innstillingene hvis de ikke passer med den presentasjonen du skal lage. Seinere lærer du mer om hvordan du gjør det.

Lenker til minikurs

- [Bli kjent med PowerPoint-arbeidsområdet](#)
- [Legge til, omorganisere og slette lysbilder](#)



Tittellysbilde i PowerPoint 2007

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Lagre og åpne en presentasjon

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Lagre og åpne en presentasjon \(94730\)](#)



I programmer som PowerPoint og OpenOffice Impress må du lagre presentasjonen din ved å velge «Lagre» fra filmenyen eller klikke på lagreknappen.

Første gang du lagrer en ny presentasjon, blir du bedt om å skrive inn et dokumentnavn. Noen programversjoner foreslår også et navn ut fra det som står på det første lysbildet. Du kan akseptere det eller skrive et selv.

I Google Dokumenter fungerer det litt annerledes. Der velger du navn på dokumentet først. Alt du skriver etterpå, blir lagret automatisk.

For å åpne en eksisterende presentasjon velger du «Åpne» fra filmenyen. Så blar du deg til den mappa presentasjonen ligger i, og klikker på den.



Hvis du skal åpne en presentasjon du nylig har brukt, kan det hende at den ligger i lista over «Nylig brukte dokumenter», som også finnes i filmenyen. I så fall kan du åpne presentasjonen ved å velge den fra lista.



Nylig brukte dokumenter i PowerPoint 2007

Du kan også åpne en presentasjon ved å dobbeltklikke på presentasjonsfila eller på en snarvei til presentasjonsfila i operativsystemet. Da starter først presentasjonsprogrammet, deretter åpnes dokumentet.

Sette inn et nytt lysbilde i presentasjonen

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sette inn et nytt lysbilde i presentasjonen \(94737\)](#)



I en presentasjon er hvert lysbilde som en side i et dokument, og du kan sette inn så mange lysbilder som du trenger.

Det er enkelt å sette inn nye lysbilder i en presentasjon:

- I PowerPoint: Klikk på knappen «**Nytt lysbilde**».
- I OpenOffice: Velg «**Lysbilde**» fra «**sett inn**»-menyen.
- I Google: Klikk på **plusstegnet** til venstre på verktøylinja.

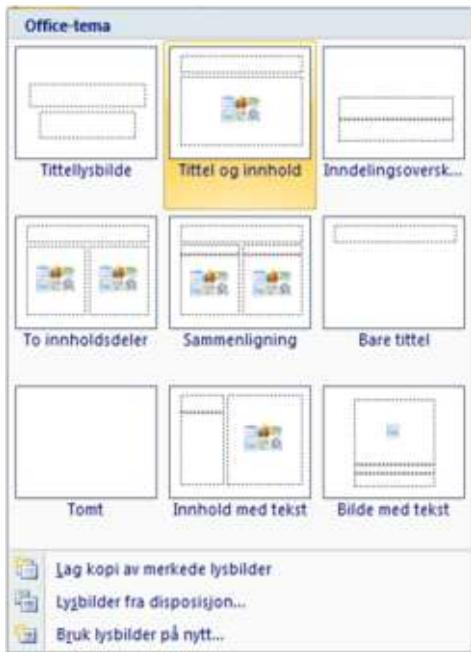
Før det nye lysbilde blir satt inn, må du velge et **lysildeoppsett**. Det er et ferdig oppsett som avhenger av hva lysbilde skal inneholde. Du kan endre oppsettet i etterkant hvis du ombestemmer deg.

Ønsker du selv å bestemme hvor tekst og bilder skal plasseres på lysbilde, velger du oppsettet «Tomt».

Du kan også velge en kopi av et eksisterende lysbilde dersom du allerede har laget et eget oppsett som du har lyst til å bruke på flere lysbilder.

Lenke

[**Endre rekkefølgen
på lysbildene**](#)



Lysildeoppsett i PowerPoint

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Når du setter inn et nytt lysbilde, vises det i **lysildelista** til venstre på skjermen. Du velger hvilket lysbilde du vil jobbe med i arbeidsområdet, ved å klikke på det i lysildelista.

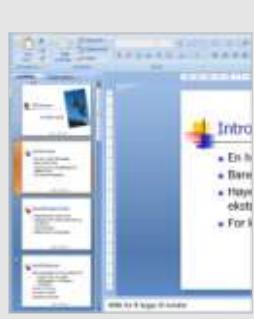
Lysbildelista bruker du også når du skal slette et lysbilde eller endre rekkefølgen på lysbildene i presentasjonen.

Slette et lysbilde

Klikk på lysbilde du vil slette, og trykk på slettetasten («Delete») på tastaturet.

Flytte et lysbilde

Klikk på det lysbilde du vil flytte, hold venstre musetast nede og dra lysbilde til den plasseringen du vil at det skal ha i lista.



The screenshot shows the Microsoft PowerPoint ribbon with the 'Bildelista' (Image List) feature selected. The left pane displays a list of images with their file names: 'Intro', 'En helse', 'Børne', 'Høyre', 'ekst', and 'For helse'. The right pane shows a slide with a blue background and some text.

Lysbildelista i PowerPoint
Opphavsmann: [Microsoft](#)

Bildelista brukes til å
slette eller flytte
lysbilder.

Skrive inn tekst

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Skrive inn tekst \(94740\)](#)



Å skrive inn tekst skjer på samme måte som i andre programmer, men teksten må plasseres i en egen tekstboks.

Innskrift og redigering av tekst skjer på samme måte som i tekstbehandlingsprogrammer, men det er en viktig forskjell. Lysbildene i presentasjonen har ikke marger, og teksten må derfor settes i en egen **tekstboks**.

Hvis du velger et lysbildeoppsett som er beregnet på tekst når du lager et nytt lysbilde, blir det automatisk satt inn en tekstboks som du kan begynne å skrive i. Ellers må du sette inn tekstboksen selv.

- I PowerPoint: Velg «**Sett inn**» i menyen og klikk på knappen «**Tekstboks**». Flytt så musemarkøren ned til lysbilde og klikk der du vil at tekstboksen skal settes inn.
- I OpenOffice: Trykk **F2** på tastaturet eller klikk på **tekstknappen (T)** på verktøymenyen. Flytt så musemarkøren ned til lysbilde og klikk der du vil at tekstboksen skal settes inn.
- I Google: Velg «**Tekst**» fra «**Sett inn**»-menyen.

A screenshot of the Microsoft PowerPoint ribbon. The 'Innlegg' tab is selected. Below the ribbon, there is a toolbar with various icons. One icon, labeled 'Tekstboks', is highlighted with a yellow background and a black border. A cursor arrow is pointing towards this button. To the right of the image, there is explanatory text.

Knappen «Tekstboks» i PowerPoint

Lysbildene i presentasjonen har ikke marger, og teksten må derfor settes i en egen tekstboks.

Flytte og endre størrelsen på tekstbokser

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Flytte og endre størrelsen på tekstbokser \(94745\)](#)

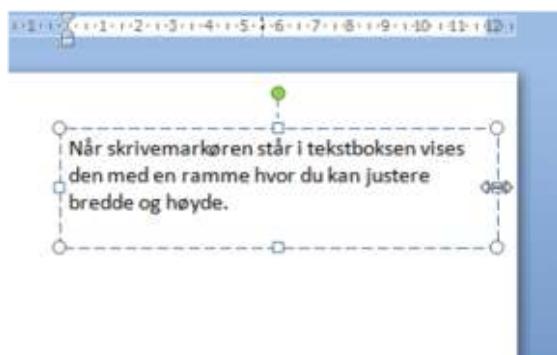


Når du har laget en tekstboks, kan du begynne å skrive i boksen på vanlig måte. Tekstboksen vil utvide seg etter hvert som du skriver.

For å unngå at tekstboksen blir så lang at den går på utsiden av lysbildet, må du enten ta et linjeskift når boksen er stor nok, eller bruke musemarkøren for å justere størrelsen på boksen.

Når skrivemarkøren står i tekstboksen, viser den med en ramme hvor du kan justere bredde og høyde.

Her kan du finne mer informasjon om å [Arbeide med tekst i PowerPoint](#)



Tekstboks i PowerPoint

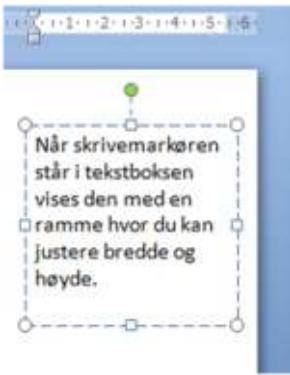
På figuren ovenfor: Legg merke til ramma som viser størrelsen på boksen, og punktene som brukes til å justere størrelsen ved hjelp av musemarkøren.

Hvis du gjør tekstboksen smalere eller bredere, vil teksten tilpasse seg den nye størrelsen.



Tekstboks i PowerPoint - bred

Ovenfor ser du samme tekstboks gjort bredere.



Tekstboks i PowerPoint - smal

Her er samme tekstboks gjort smalere.

Du kan også flytte tekstboksen hvor som helst i lysbildet ved å plassere musemarkøren på ramma, holde venstre musetast nede og dra boksen dit du vil ha den.

Du kan endre størrelsen på tekstboksen og flytte den hvor som helst i lysbildet ved å bruke musa.

Sette inn bilder

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sette inn bilder \(94812\)](#)



Du kan sette inn bilder og illustrasjoner i presentasjonen din.

Du setter inn bilder på samme måte som tekstbokser. Vælg «**Sett inn**» i menyen og klikk på «**Bilde**».

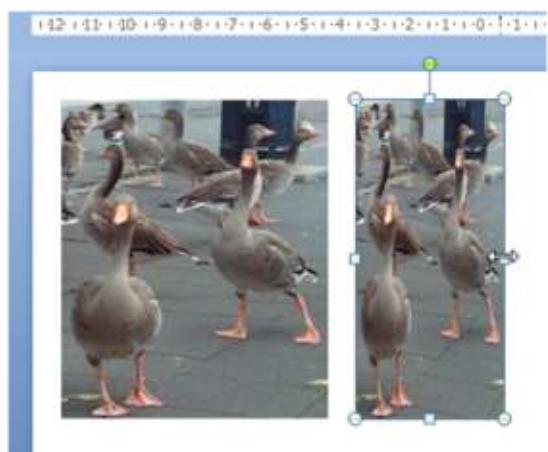
Mer informasjon om det å
[Arbeide med bilder](#)

I PowerPoint og OpenOffice kan du også sette inn bilder ved å dra og slippe dem på lysbildet ved hjelp av musa – enten fra en fil eller fra en nettside.

Endre størrelsen og plasseringen av bilder

Du kan endre størrelsen og plasseringen av bilder på samme måte som du gjør med tekstbokser. Plasser musemarkøren i punktet i et av hjørnene på bildet, hold venstre musetast nede og bruk musa til å gjøre bildet større eller mindre.

Merk at du skal bruke hjørnene og ikke et av punktene på sidene av bildet når du endrer størrelsen. Hvis du gjør et bilde større eller mindre ved å dra i sidene, ødelegger du proporsjonene i bildet slik at motivet blir strukket eller presset sammen.



To bilder i en PowerPoint-presentasjon

Opphavsmann: [Arne Jansen](#)

På bildet til høyre ovenfor er størrelsen endret ved hjelp av punktet på høyre side av bildet. Dermed blir motivet presset sammen.

I PowerPoint kan du også rotere et bilde ved å plassere musemarkøren på den grønne prikkene over bildet. Hold venstre musetast nede og roter bildet ved å bevege musa til høyre eller venstre.

Skal du flytte et bilde, plasserer du musemarkøren på bildet, holder venstre musetast nede og drar bildet dit du vil ha det.

Du kan sette inn bilder i presentasjonen ved å dra og slippe dem på lysbildet ved hjelp av musa, enten fra en bildefil eller direkte fra en nettside.

Sette inn figurer

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sette inn figurer \(94827\)](#)



I tillegg til tekstbokser og bilder kan du også sette inn ferdig tegnede figurer i presentasjonen.

Figurer settes inn på samme måte som tekst og bilder. Velg «**sett inn**» i menyen og klikk på knappen «**Figur**». Flytt så musemarkøren ned til lysbildet og klikk der du vil at figuren skal inn.

Du justerer størrelsen og proporsjonene på figurer på samme måte som for tekstbokser og bilder.

Her finner du mer informasjon om det å [Arbeide med figurer](#) i PowerPoint.



Figurer i PowerPoint

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Sette inn lyd og video

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sette inn lyd og video \(94834\)](#)



Presentasjonen din kan også inneholde lyd- og videoklipp.

Vi setter inn lyd- og videoklipp på samme måte som bilder. Klikk på «**Sett inn**»-menyen og velg «**Video**» eller «**Lyd**».

Når du velger video, dukker det opp et videovindu i presentasjonen. Du kan endre størrelsen og plasseringen av vinduet på samme måte som for tekstbokser, bilder og figurer.

Dersom du velger å sette inn lyd, får du valget mellom å sette inn lyd fra en fil (for eksempel en mp3-fil), spille et lydspor fra en cd eller ta opp lyd selv. Hvis du velger å ta opp lyden selv, bruker du mikrofonen i datamaskinen til å spille inn det du sier.

Lyd vises bare som et høyttalerikon i presentasjonen, men du kan flytte og endre størrelsen på det på samme måte som for et bilde.

Når du framfører presentasjonen, spiller du av lyden ved å klikke på høyttalerikonet.



Du kan selv lage lyd- og videoopptak til bruk i presentasjoner

Fotograf: [Corbis](#)

Lenker

- [Arbeide med filmer](#)
- [Arbeide med lyder](#)

Lage tabeller

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

Lage tabeller (94838)



I presentasjonen bruker du tabeller til å plassere tekst og tall nøyaktig i rader og kolonner.

Velg «**Sett inn**» i menyen, klikk på knappen «**Tabell**» og bruk musemarkøren til å velge antall rader og kolonner. Tabellen settes automatisk inn i lysbildet.

Hvis du er usikker på hvor mange rader og kolonner du trenger, kan du legge til eller fjerne begge deler seinere.



Fotograf: [Mimsy Møller](#)

Opphavsmann: [Samfoto](#)

Rutenett for tabell

I eksemplet ovenfor blir det satt inn en tabell med fire kolonner og seks rader.

Alle kolonnene i tabellen er like store, men du kan endre størrelsen på hver kolonne ved hjelp av musemarkøren. Plasser markøren på den loddrette streken mellom kolonnene og gjør dem bredere eller smalere ved å holde venstre musetast nede mens du drar streken til høyre eller venstre.

Du kan justere størrelsen og endre plasseringen av tabellen ved å bruke musa på samme måte som for tekstbokser og bilder.

Lenke

Arbeide med tabeller i PowerPoint

Formatering av objekter i presentasjonen

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Formatering av objekter i presentasjonen \(94846\)](#)



Tekstbokser, bilder, figurer, videoklipp, tabeller og annet som du setter inn i presentasjonen, kalles med et fellesnavn objekter. Presentasjonsprogrammene har en rekke funksjoner for å formaterere slike objekter.

PowerPoint er det programmet som har flest formateringsfunksjoner. For å formaterere et objekt i PowerPoint peker du på objektet og dobbeltklikker. Da vises alle formateringsverktøyene for det objektet du har klikket på.

Formatere tekst og tekstuarker

Tekstuarker har mange av de samme formateringsmulighetene som du finner i et tekstuarkningsprogram. Du kan endre skrifttype, skriftstørrelse og skriftfarge, bruke feit, kursivert og understrekket tekst. I tillegg kan teksten også ha skygge. Videre finnes det punktlister, nummererte lister og innrykk. Teksten kan også venstrejusteres, midtstilles eller høyrejusteres i tekstuarken.

Dobbeltklikk på et objekt for å se hvilke formateringsmuligheter objektet har.

Selve tekstuarken kan også formateres. Du kan lage rammer ved hjelp av funksjonen «**Figuromriss**» og legge inn bakgrunnsfarge med funksjonen «**Figurfyll**».

En rask måte å formaterere tekstuarker på er å bruke funksjonen «**Hurtigstiler**». Med den kan du velge et ferdig utseende som inkluderer både ramme, bakgrunnsfarge og tekstuarfarge.

Formatere bilder og figurer

For bilder har du mulighet til å justere lysstyrke, kontrast og farger i bildet. Videre kan du legge til kantlinjer eller andre effekter med funksjonen «**Bildeeffekter**» for bilder og «**Figureffekter**» for figurer.

På samme måte som for hurtigstilene i tekstuarker finnes det også en del ferdigdefinerte **bildestiler** og **figurstiler** som du kan velge mellom.

Bilder og figurer kan også kombineres slik at et bilde får samme fasong som en figur, ved hjelp av funksjonen «**Bildefigur**».

Den beste måten å lære hva de ulike formateringsverktøyene gjør, er å prøve dem. Lag en enkel presentasjon der du setter inn ulike objekter. Dobbeltklikk på dem og se hva som skjer når du velger ulike formateringsfunksjoner.



Bilde formatert med en ferdig bildestil i PowerPoint
Fotograf: [Arne Jansen](#)



Bilde formatert med funksjonen «Bildefigur» i PowerPoint
Fotograf: [Arne Jansen](#)

Bruke presentasjonsmaler og temaer

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget

[Bruke presentasjonsmaler og temaer \(94853\)](#)



På samme måte som tekstbehandlingsprogrammene har ferdige maler for ulike typer dokumenter, har mange presentasjonsprogrammer maler for forskjellige presentasjoner.

I presentasjonsprogrammer skiller vi mellom mal og tema.

E n mal er en ferdig presentasjon med innhold som du kan tilpasse til det du skal presentere. En mal kan ha ett eller flere lysbilder.

E t tema bruker vi for å gi en eksisterende presentasjon et profesjonelt utseende. Temaer er ferdige lysbildeoppsett med bakgrunn, farger og skrifttyper som passer sammen. Du kan skifte tema uten at innholdet i presentasjonen endrer seg, og prøve deg fram til presentasjonen har et utseende du er fornøyd med.

Vi bruker **temaer** for enkelt å gi presentasjonen et profesjonelt utseende.

[Forskjellen mellom maler og temaer i PowerPoint](#)



Eksempler på samme lysbilde formatert med ulike temaer i PowerPoint

Når du velger tema, bør du tenke på hvordan presentasjonen skal brukes. Hvis du skal skrive ut lysbildene, er det ikke så lurt å bruke et tema med en heldekkende bakgrunnsfarge.

Hvilke maler som finnes, og hvordan de ser ut, varierer fra program til program. Men det er alltid mange maler å velge mellom.

For å åpne en mal velger du «**Fil – Ny**» og deretter «**Maler**» (i Google Dokumenter: «**Fil – Nytt**» og «**Fra mal**»).

Lenker

- [Bruke en mal i presentasjonen](#)
- [Sju tips for å hjelpe deg til å lage bedre presentasjoner](#)

Presentasjonsprogrammer som er installert på pc-en, har et begrenset utvalg av maler. Dersom du har Internett-tilkopling, finnes det tusenvis av maler å velge mellom. Du kan hente maler direkte fra Internett i programmet.

Utforme presentasjonen

Når du utformer presentasjonen, bør du være konsekvent.

En presentasjon virker fort rotete hvis det blir for mange farger, bilder, skrifter og figurer. Prøv derfor å bruke de samme skrifttypene, skriftstørrelsene og skriftfargene på alle lysbildene, slik at det er tydelig at de hører sammen. Det samme gjelder for lysbildebakgrunnen og formateringen av objekter.

Du bør også prøve å være konsekvent når du plasserer ulike objekter på lysbildene. Hvis lysbildene for eksempel skal ha en firmalogo, bør logoen stå på samme sted i alle lysbildene.

En god framgangsmåte for å sørge for at presentasjonen blir konsekvent, er å bruke de ferdigdefinerte lysbildeoppsettene og velge et passende tema eller mal.

Øving – Maler

Start presentasjonsprogrammet ditt og finn fram til malene. Åpne noen maler og se hva de inneholder, og hvordan de virker.

Vær konsekvent når du utformer presentasjonen.

Topp- og bunntekst

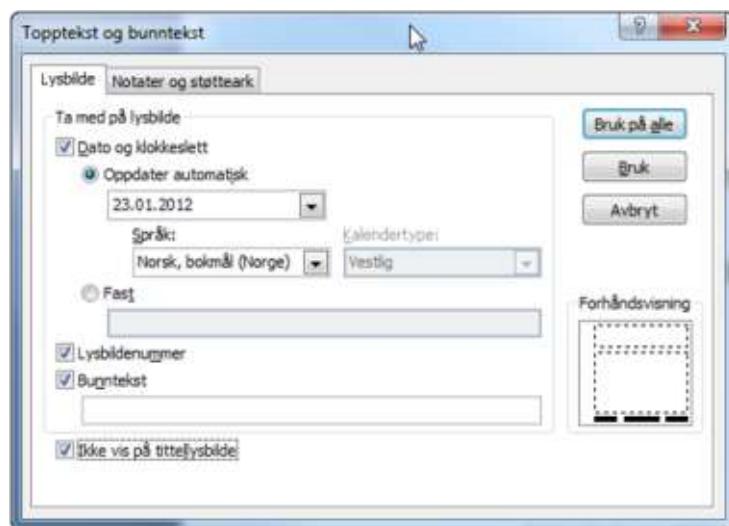
Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Topp- og bunntekst \(94858\)](#)



Informasjon som skal vises på alle lysbildene i presentasjonen, kan plasseres i topp- eller bunnteksten.

I tillegg til informasjon som skal vises på alle lysbildene i presentasjonen, finnes det egne funksjoner til å sette inn dato, klokkeslett og lysbildenummer.



Topptekst og bunntekst

Lage overganger (animasjoner) mellom lysbilder

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Lage overganger \(animasjoner\) mellom lysbilder \(94869\)](#)



En lysbildeovergang er en bevegelseseffekt som vises når du skifter fra et lysbilde til et annet.

I PowerPoint og OpenOffice kan du velge mellom en rekke ulike effekter og bestemme hvor fort overgangen mellom hvert lysbilde skal skje.

For å sette inn en overgang velger du først lysbildet som skal vises etter overgangen, deretter den overgangen (animasjonen) du vil bruke. Programmet viser deg hvordan overgangen ser ut, og du kan velge om den skal gå raskere eller saktere.

- [PowerPoint 2010 New Transitions Demo \(video\)](#)
- [Arbeide med overganger i PowerPoint](#)



Menypunktet «Animasjoner» i PowerPoint 2007. Her finner du også ulike valg av overganger mellom lysbilder

Du kan velge om overgangen skal skje automatisk etter en bestemt tid, eller når du klikker på museknappen for å skifte lysbilde.

Hvis du skal holde en presentasjon der du snakker mens du viser lysbildene, bør du velge det siste slik at du kan bestemme når neste lysbilde skal vises.

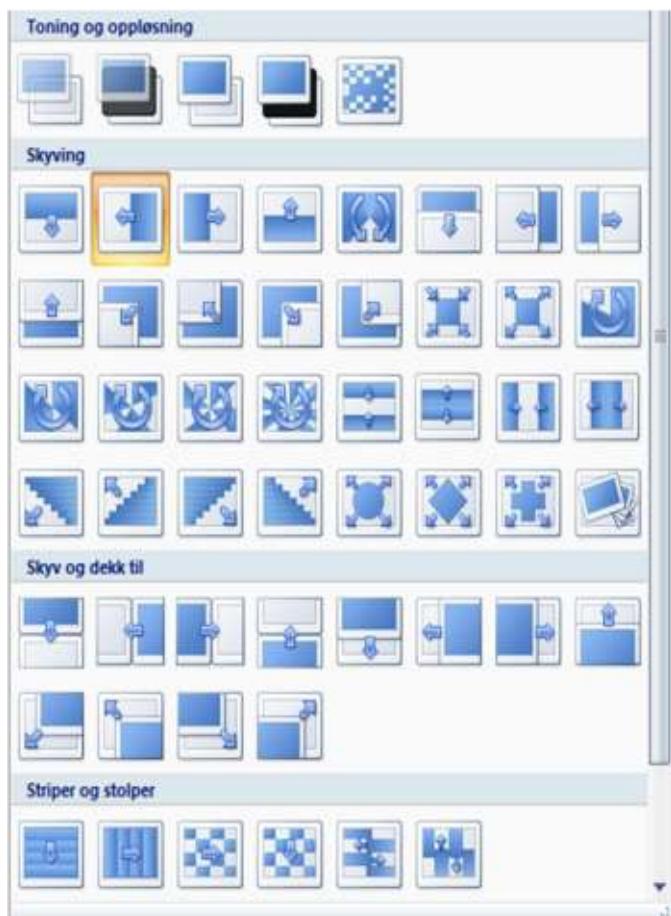
Lager du derimot en presentasjon der du har spilt inn det du skal si, og som andre skal kunne kjøre på sin egen pc, er automatisk overgang praktisk.

Automatisk overgang er også nyttig hvis du skal lage en presentasjon som skal kjøres kontinuerlig på en skjerm som for eksempel står i et utstillingsvindu.

Det er også mulig å lage egne animasjoner for tekst og bilder i det enkelte lysbilde.

Øving – Overganger

Lag en presentasjon med minst to lysbilder.
Prøv de forskjellige overgangene som finnes i presentasjonsprogrammet ditt.



Lysbildeoverganger i PowerPoint 2007

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Legge til notater

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Legge til notater \(94877\)](#)



Sammen med presentasjonen kan du også skrive notater til hvert lysbilde.

Muligheten for å skrive notater til lysbildene kan brukes til å lage et manus når du skal holde presentasjonen. Notatene vises ikke på skjermen under presentasjonen, men du kan skrive dem ut som egne notatsider.

En annen mulighet er å velge «**Presentasjonsvisning**». Da vises notatene på en skjerm (for eksempel skjermen på en bærbar pc) og lysbildene på en annen (for eksempel en projektor).

I PowerPoint finner du notatfeltet nederst i skjermbildet under lysbilde. Du kan gjøre notatfeltet større eller mindre ved å plassere musemarkøren på linja mellom notatfeltet og lysbilde, holde venstre musetast nede og dra musemarkøren opp eller ned.

I OpenOffice kalles notatene merknader. De vises når du velger fanen «**Merknader**» rett over det lysbilde du jobber med.

Notater kan brukes til
å skrive stikkord og
dermed lage et manus
for presentasjonen.

Lenker

- [Opprette og skrive notatsider](#)
- [Hva er presentasjons-visning?](#)

A screenshot of a Microsoft Word document. It shows a slide with the title 'Introduksjon' and a bulleted list: '■ En helt ny type BMX-sykkel', '■ Bane og off-road', '■ Høyere grad av slitasjestyrke for ekstrem bruk', and '■ For kresne freestylegere'. Below the slide, there is a section titled 'Notat' with the text: 'Forteil litt litt om hva som er spesielt med denne sykkelen. Legg ekstra vekt på at den er så ekstremt sittesterk.' The background of the slide has a decorative graphic of overlapping colored squares.

Eksempel på utskrift av en notatside fra PowerPoint

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Angre

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Angre \(94878\)](#)



Du kan angre på de fleste handlinger, men det finnes handlinger som ikke kan angres.

Hvis du gjør feil eller vil angre på en handling, kan du klikke på angrenknappen eller trykke **CTRL-Z** på tastaturet. Ved å klikke eller trykke flere ganger kan du angre flere steg tilbake. Dette er nyttig når du har gjort flere handlinger før du oppdager at det har skjedd en feil.

Angrenknappen har bilde av en buet pil som peker mot venstre

Forfatter: [Arne Jansen](#)

Ikke alle handlinger kan angres. Det kan være lurt å lagre en kopi av presentasjonen før du gjør noe du ikke er helt sikker på.



Fotograf: [Corbis](#)

Du kan angre på de fleste handlinger, men det finnes handlinger som ikke kan angres. Det gjelder blant annet lagring. Hvis du er uheldig og lagrer en presentasjon slik at en eksisterende presentasjon blir overskrevet, er det ikke mulig å angre.

Utskrift

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Utskrift \(94882\)](#)



Selv om en presentasjon er laget for å vises på en skjerm, hender det at du også har behov for å skrive ut lysbilder eller notater.

Presentasjonsprogrammer gir deg mulighet til å velge mellom ulike typer utskrifter. Du kan velge mellom

- **lysbildene** i presentasjonen, med et lysbilde på hver side
- **støtteark** med opp til ni lysbilder på hver side
- **notatsider** som viser det enkelte lysbilde og eventuelle notater som er knyttet til det
- **disposisjon** som bare inneholder teksten i presentasjonen

Støtteark er fine å bruke hvis du skal dele ut en papirkopi av presentasjonen til publikum. Du kan velge mellom to, tre, fire, seks eller ni lysbilder på hver side av utskriften. På den måten kan en presentasjon på 18 lysbilder få plass på to vanlige A4-ark.

Utskrift av notatsider kan brukes som et manus når du holder presentasjonen, og en disposisjon er fin å ha når du trenger en oversikt over alt du har skrevet i presentasjonen.



«Inkjet» skriver
Fotograf: [Science Photo Library](#)

Lenke

[Skrive ut lysbilder eller støtteark for presentasjoner](#)



Utskriftsvalgene i PowerPoint

Utskrift i svart-hvitt

En presentasjon som har heldekkende fargebakgrunn, kan være et problem når den skal skrives ut. Selv om du har fargeskriver, kan det bli dyrt og ta lang tid å skrive ut en stor presentasjon i farger – særlig hvis du trenger flere kopier.

Utskrift på en svart-hvitt-skriver blir ofte heller ikke særlig bra for alle fargene da blir omgjort til gråtoner. En rød tekst på blå bakgrunn kan se fin ut i farger, men være helt uleselig når den eneste fargen er grå.

Ta utskrifter i rent svart-hvitt når presentasjonen har mye farger.

Det finnes derfor et eget utskriftsvalg kalt «**Rent svart-hvitt**». Når du velger dette alternativet, blir alle bakgrunnsfarger fjernet, og all tekst blir skrevet ut i svart slik at den er leselig.

Holde presentasjonen

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Holde presentasjonen \(94884\)](#)



Endelig kommer tidspunktet da du skal holde presentasjonen.

Alle forberedelser skal til slutt ende i at du holder presentasjonen for et publikum. Selv om du har forberedt deg godt og laget en flott presentasjon, er det fortsatt mye du må passe på.

Når du skal holde en presentasjon for et publikum som ikke kjenner deg, er det viktig å gjøre et godt førsteinntrykk.

Du må også tenke på hvordan du bruker stemmen, og du må holde nervene under kontroll. Du får noen råd om dette i de neste nodene.

Ni presentasjonstips

1. **Øve, øve, øve:** Skal du bare bruke ett av disse tipsene, er det dette du skal velge.
2. **Mindre er mer:** Jo mindre informasjon du presser inn i presentasjonen, desto mer av det du sier og viser, vil bli husket. Ta bare med det som er virkelig viktig.
3. **Gjentakelser hjelper på hukommelsen:** Undervurder ikke hvor mange ganger du må gjenta et poeng før det blir husket.
4. **Gi publikum sjanse til å tenke over det du presenterer:** Ta korte pauser på to–tre sekunder hver gang du har sagt noe viktig.
5. **Tenk på det du ikke sier:** Ikke-verbal kommunikasjon, for eksempel kroppsspråket ditt, er viktig for hvordan publikum oppfatter deg og det du presenterer.
6. **Les ikke lysbildene høyt for publikum:** Publikum kan lese selv. Dersom alt du skal si, står på lysbildene, er det for mye tekst på dem.
7. **Gi publikum mulighet til å stille spørsmål underveis.**
8. **Ha eventuelle utskrifter klare slik at publikum kan få dem straks du er ferdig med presentasjonen.**
9. **Oppsummer hovedpunktene i presentasjonen din til slutt.**



Øving gjør mester – enten
du skal holde en
presentasjon eller bli
rappartist
Fotograf: [Simon D. Warren](#)

Det viktige førsteinntrykket

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Det viktige førsteinntrykket \(94886\)](#)



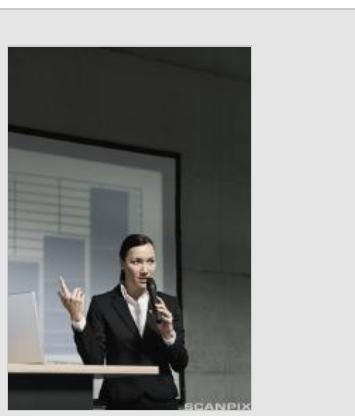
Når du skal holde en presentasjon for et publikum som ikke kjenner deg godt fra før, er førsteinntrykket svært viktig.

Du får bare én sjanse til å gjøre et godt førsteinntrykk. Selv om det kan virke urettferdig, er det et faktum at måten du kler deg på, snakker og oppfører deg, påvirker andres oppfatning av budskapet du skal presentere.

Hvis publikum får et godt inntrykk av deg, er det større sjanse for at de også er positive til budskapet ditt.

Viktig for førsteinntrykket

- Kom presis.
- Vær godt forberedt og pass på at du har med deg alt du trenger til presentasjonen.
- Tenk på hvem du skal presentere for, og hva de forventer, når du velger hvilke klær du skal ha på deg.
- Fortell hvem du er, hvor du kommer fra, og hva presentasjonen din handler om.
- Snakk rolig og tydelig slik at alle hører og forstår det du sier.
- Se på publikum når du snakker, slik at de føler at de har øyekontakt med deg.



En litt formell klesdrakt
skaper ofte et godt
førsteinntrykk
Fotograf: Daniel Koebe

Hvis publikum får et
godt inntrykk av deg,
er det større sjanse
for at de også er
positive til budskapet
ditt.

Nervøsitet

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

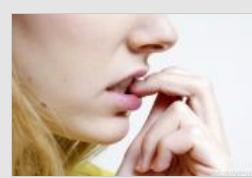
[Nervøsitet \(94887\)](#)



Det er helt vanlig å bli litt nervøs når du skal holde en presentasjon for et publikum.

Nesten alle mennesker blir nervøse når de står foran et publikum. Heldigvis finnes det mange teknikker for å takle nervøsitetten.

- **Vær godt forberedt.** Det beste midlet mot nervøsitet er gode forberedelser. Om du fortsatt er nervøs, er sjansen mye større for at du likevel klarer å holde en god presentasjon når du vet hva du skal si. Å lære innledningen på presentasjonen utenat kan være til god hjelp. Nervøsitetten er vanligvis størst i begynnelsen. Når du først er kommet i gang, går det gjerne bedre.
- **Ha noe å holde i.** Det hjelper å holde seg fast i noe. I et auditorium eller et annet lokale som er beregnet på presentasjoner, finnes det ofte en talerstol. Ellers kan en bordkant eller en stolrygg fungere like bra. Når du holder deg i et eller annet, er det også lettere å stå rolig. Hvis det ikke finnes noe i nærheten du kan holde deg i, kan en pekestokk, en penn eller et manus også fungere. Pass bare på at du ikke begynner å vifte med pekestokken eller klikke med pennens.
- **Pust rolig og smil.** Når du blir nervøs, øker pulsen og kroppen blir urolig. Hvis du tvinger deg selv til å puste rolig og smile, går pulsen ned, og kroppen blir roligere. Da føler du deg også mindre nervøs.
- **Fortell publikum at du er nervøs.** Hvis ikke noe annet hjelper, forteller du rett og slett publikum at du er nervøs. Be dem om å ha forståelse for at du ikke er så vant til å holde presentasjoner. De fleste vet hvordan det føles, og har ingen problemer med å forstå hvordan du har det.



Fotograf: [Science Photo Library](#)

Det er ikke bare hva du sier, men også hvordan du sier det

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Det er ikke bare hva du sier, men også hvordan du sier det \(94893\)](#)



Hva du sier under presentasjonen, er selvsagt viktig, men du bør også tenke på hvordan du sier det.

Prøv å variere stemmen

Når noen snakker i samme stemmeleie og i samme tempo hele tida, sier vi at stemmen er monoton. En monoton stemme blir en lett trøtt av å høre på. For å unngå å virke monoton kan du variere tempoet slik at du snakker litt fortare når du forklarer noe enkelt, og litt saktere når du forklarer noe viktig eller vanskelig. Det går også an å endre toneleiet.

Husk å ta pause

Siden du vet hva du skal si, og snakker om noe du har forberedt godt, er det fort gjort å bli litt for ivrig og snakke for fort. Dersom du ikke tar små pustepauser av og til, får ikke publikum mulighet til å oppfatte det du sier, eller til å tenke over det. Bruker du i tillegg et presentasjonsprogram med tekst og bilder, må publikum få sjansen både til å lese det som står på lysbildene, og til å se hva bildene forestiller.

Ulyder og uvaner

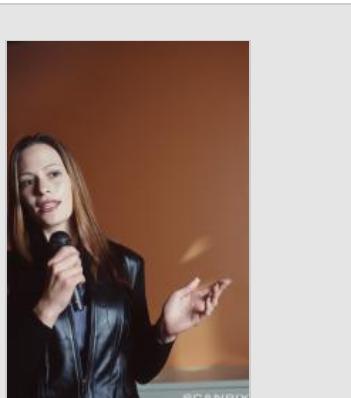
Mange legger seg til små uvaner når de snakker. Uvanene blir gjerne spesielt tydelige når de holder en presentasjon.

Et vanlig problem er å fylle mellomrommene mellom setninger med en lyd, for eksempel «eeeeeee».

En annen uvane er ord og fraser som gjentas for ofte, for eksempel «altså» eller «ikke sant».

Vanligvis er vi ikke engang klar over at vi har slike uvaner før vi hører eller ser et opptak av oss selv. Og selv om vi vet om uvanene våre, kan det være vanskelig å bli kvitt dem.

Be noen om å lytte til presentasjonen din og være spesielt oppmerksom på uvaner som virker forstyrrende på det du sier. Det er også god hjelp i å ta opp presentasjonen og høre på den selv.



Prøv å variere stemmen når
du snakker foran et
publikum
Fotograf: [Corbis](#)

Video

[Google Presentation](#)

Lenker

- [Hjelp og Slik gjør du det-artikler for PowerPoint 2010](#)
- [Hjelp og framgangsmåter for PowerPoint 2007](#)
- [OpenOffice.org 3: Lærebok og oppslagsverk](#)



Be om hjelp fra
klassekameratene dine når
du skal forberede en
presentasjon
Fotograf: [Ketil Bjørn](#)

Hvis du oppdager at du har en uvane, må du tenke litt over det når du holder presentasjonen. Da kan du bevisst unngå den. En løsning er å skrive en liten påminnelse til deg selv med jevne mellomrom i manus.

Oppgaver

Presentasjon av service og samferdsel

Forfatter: Arne Jansen

[Presentasjon av service og samferdsel \(134882\)](#)



Når du jobber med innholdet i presentasjonen, må du altså hele tida tenke på hva som er budskapet, og hvem du skal presentere for. Det kan være avgjørende for hva slags type informasjon du må ha med, i hvilken rekkefølge den skal presenteres, og hvordan.

Forberede innholdet i en presentasjon

Tenk deg at du skal lage en kort presentasjon av programfagene på Service og samferdsel Vg1 for elever i 10. klasse. Elevene kjenner deg ikke fra før. Hensikten med presentasjonen er at tiendeklassingene skal få vite hva de kommer til å lære i programfagene dersom de velger Service og samferdsel.

Lag en liste med punkter som du vil ha med i presentasjonen. (Bruk et tekstbehandlingsprogram slik at du kan redigere lista seinere.)

Ordne punktene i den rekkefølgen du mener de bør komme for at budskapet skal bli forståelig.

Legg til flere punkter hvis du oppdager at det er informasjon som elevene bør få, men som du ikke har med på lista di.

Planlegging

Forretningsidé

Hva er en forretningsidé?

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Hva er en forretningsidé? \(87418\)](#)



Har du noen gang fått en fantastisk idé til en vare eller tjeneste som du vil lage og tjene penger på? Det kan være så spennende at du gjerne vil starte med en gang! Samtidig vet du nok at det er lurt å planlegge og stille en del spørsmål først. For eksempel: Hvor mange kunder vil være interessert i å kjøpe varene eller tjenestene dine? Hvordan skal du selge dem?

Husk å planlegge!

Hvis du skal starte en bedrift, er det viktig å planlegge. Mangel på planlegging føre til at du mislykkes, og da kan du risikere å tape penger i stedet for å tjene dem.

Før du starter en ny bedrift, bør du derfor stille deg selv noen enkle spørsmål:

- Hva skal jeg selge?
- Hvilket behov hos kunden skal jeg dekke?
- Hvem skal jeg selge til?

Svarene på disse spørsmålene kalles en *forretningsidé*.

Forretningsideen din må du skrive ned. Av og til bør du hente ideen fra sjekke om det du arbeider med i bedriften fra dag til dag, faktisk er det forrøsier at du skal drive med.

Forretningsideen bør også være litt «vid», det vil si at den ikke må være for detaljert. Skal bedriften din selge mobiltelefoner, kan forretningsideen være at du skal «selge mobiltelefoner og tilleggsutstyr». Du bør ikke skrive at dere skal selge «mobiltelefonmodellene iPhone 5 og Nokia N9». På den måten kan bedriften gjøre endringer uten at du trenger å endre selve forretningsideen.

En forretningsidé – et eksempel

NetComs forretningsidé lyder slik:

«NetCom er en privat telefonoperatør som med utgangspunkt i GSM-lisensen tilbyr et bredt spekter av telekommunikasjons-produkter til det norske markedet. NetCom skal være et innovativt selskap som kjennetegnes av nyskapning og kundefokus.»

Hvorfor skal kunden handle hos deg?



Fotograf: [Lise Åserud](#)

Ikeas forretningsidé:

«[...] å tilby et stort utvalg form- og funksjonsriktige hjeminnredningsprodukter til så lave priser at så mange mennesker som mulig har råd til å kjøpe dem»

Oppgave

Kan du finne andre eksempler på forretningsideer ved å søke på nettet?

Det er også viktig at du tenker på hvorfor kunden skal velge å kjøpe akkurat din vare. Du må altså finne ut hvordan bedriften din eller varene dine skal skille seg ut fra konkurrentenes. Sagt på en annen måte: Hva er bedriften din best til?

Er du yrkessjåfør, skal du kanskje dekke kundens behov for rask og sikker transport av varer ut til kundene. Dersom du er bedre på dette enn konkurrentene dine (som kanskje ofte er forsinket eller leverer skadde varer), kan du dekke kundens behov bedre enn andre i markedet. Det vil være en *konkurransefordel* for firmaet ditt. Det vil si at du stiller stertere i konkurransen på markedet enn de andre bedriftene.

Når du har en konkurransefordel, har bedriften din en fordel eller styrke som konkurrentene dine ikke har. For eksempel har du kanskje funnet opp en helt ny teknologi som kan brukes i produksjonen din.

Tenk over

Hvorfor velger noen å kjøpe en iPhone-telefon framfor en Nokia-telefon?

Kundegrunnlag

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kundegrunnlag \(87438\)](#)



Når du skal selge en vare eller tjeneste, må du undersøke hvor mange kunder som kan være interesserte i å kjøpe av deg. Du bør med andre ord undersøke om det er et marked for varene eller tjenestene du vil tilby – om kundegrunnlaget er godt nok.

Dersom du skal starte ny bedrift, må du undersøke om det finnes nok kunder i markedet som ønsker å kjøpe produktene dine. Markedet må være stort nok til at du kan tjene penger og gå med overskudd. Dette kan du finne ut ved å gjøre en markedsundersøkelse.

Markedsundersøkelse

Det er flere måter å gjennomføre markedsundersøkelser på, men vi har to hovedmåter:

- praktiske undersøkelser (feltundersøkelser), der vi spør kundene direkte hva de synes om produktene våre
- mer teoretiske undersøkelser, der vi bruker markedsinformasjon som allerede er samlet inn (av oss eller andre)

Feltundersøkelser

I feltundersøkelser kan vi for eksempel intervjuje kundene våre og spørre hva de synes om en spesiell vare, og om de kunne tenke seg å kjøpe varen hvis de fikk tilbud om det. Dersom kunden allerede kjøper varen av en av våre konkurrenter, kan vi spørre hva de savner, og hva som skal til for at de skal begynne å kjøpe av oss i stedet.

En type feltundersøkelser er testsalg. Du kan teste salget av produktet ved å selge det i en kort periode til en viss kundegruppe.

Eksempel

Du skal starte din egen bedrift som skal drive IKT-support. Først tester du ut behovet for support og hjelp innenfor mobil og data. I en kort periode tar du lavere pris for å hjelpe skolekamerater og kjente. Du forteller kundene dine at dette er en markedsundersøkelse, du informerer om hvilket prisnivå du ønsker å legge deg på, og merker deg kundenes reaksjoner. Da har du fått informasjon om det finnes et behov i markedet du kan dekke, og hvilken pris du bør ta.

Teoretiske undersøkelser

Vi bruker begrepet *produkt* som en samlebetegnelse på varer og tjenester.



En travl handledag

Fotograf: [Jan Tomas Espedal](#)

To typer data

- primærdata – data som vi samler inn ved hjelp av feltundersøkelser
- sekundærdata – data som allerede er samlet inn, og som vi analyserer

Ved mer teoretiske undersøkelser gjør du bruk av informasjon fra tidligere gjennomførte kundeundersøkelser, salgsrapporter, offentlig tilgjengelige statistikker og lignende.

Konkurrentanalyse

Skal du etablere en ny bedrift, bør du kjenne konkurrentene dine.

Blant annet bør du vite:

- Hvem er konkurrentene til din egen bedrift?
- Hvilke produkter tilbyr konkurrentene?
- Hva det er som gjør at kundene kjøper akkurat deres produkter?

Dersom du ikke kan svare på dette, kan du heller ikke vite hvordan du kan tilby kundene noe som gjør at de foretrekker dine produkter i stedet.

Det kan være vanskelig å finne informasjon om konkurrentene, men offentlige registre, som Brønnøysundregistrene, og konkurrentenes eget markeds materiell og hjemmesider kan være til god hjelp.

Det er nok de opplysningene du får fra feltundersøkelser, som har størst verdi.



Markedsundersøkelsen kan foregå ved at du ringer opp kundene

Fotograf: [Lars Wittrock](#)



Fotograf: [Stein J. Bjørge](#)

Hoved- og tilleggsleveranser

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hoved- og tilleggsleveranser \(87447\)](#)



Det er en god opplevelse når vi som kunde opplever at produktet er bedre enn vi ventet. Det lille ekstra, «ekstraservice», setter vi ofte stor pris på.

I forretningsideen har vi beskrevet den typen varer eller tjenester vi skal levere til kunden. Men av og til oppdager vi at kunden også har behov for andre produkter. Dette kaller vi *tilleggsleveranser*, og det kan være avgjørende at bedriften også er i stand til å dekke dette behovet.

Hovedleveranse

Hovedleveransen er bedriftens viktigste produkter. Ofte snakker vi om *kjerneproduktet*.

Selger vi for eksempel IKT-produkter, er pc-er og annen maskin- og programvare gjerne hovedleveransen vår.

Tilleggsleveranse

En tilleggsleveranse kan være hva som helst som gjør leveransen mer fullstendig. Tilleggsleveransen kan faktisk være den avgjørende grunnen til at kunden velger vårt produkt, eller årsaken til at kunden handler hos oss også neste gang.

Tilleggsleveranser kan være produkter som bedriften tar seg betalt for, men de kan også være gratis.

For en IKT-bedrift kan tilbud om installasjon av programvare, kurs og opplæring, ekstra råd og veiledning, bytterett og ulike slags garantier være tilleggsleveranser.

Mange forbinder uttrykket *ekstraservice* med reklamen «Ekstraservice, det er Shell, det». Den ble allemannseie i det som sies å være en av norgeshistoriens mest vellykkete markedskampanjer.

Lenke

Her kan du finne en av Shells videoer om ekstraservice: [Shellda ma](#)

Filmen ble laget for mange år siden.
Synes du den fortsatt klarer å reklamere for ekstraservice fra Shell?



Du er her: Hjem > Produkter & tjenester > For privatkunder og biler > Butikker og tjenester > Shell Ekstraservice

Shell Ekstraservice

A/S NORSKE SHELL
Veg. last

Miljø & samfunn
Innovasjon
Produkter & tjenester
For privatkunder og
biler
Butikker og tjenester



På utvalgte Shellstasjoner kan du igjen få service ved pumpeben.

Under sen års liste overstasjoner der du melder til Fremsig på ditt bil kan oppleve Shell Ekstraservice. Ekstraservice er service som i gode, gjerne dager der du kan få kjøpt til å fylle drivstoff, vasker ruter i tillegg til kontroll- og etterfylling av lyseleddene og annen teknikk.

Shell Ekstraservice

Opphavsmann: [A/S NORSKE SHELL](#)

Oppgaver

Forretningsidé

Forfatter: Oddvar Torgersen, Hanne-Lisbet Løite

[Forretningsidé \(134966\)](#)



Før du starter en ny bedrift, bør du derfor stille deg selv noen enkle spørsmål: Hva skal jeg selge? Hvilket behov hos kunden skal jeg dekke? Hvem skal jeg selge til? Svarene på disse spørsmålene kalles en forretningsidé. Oppgaven trener deg i å vurdere forretningsideer ut i fra disse kriteriene.

Oppgave

Ikeas forretningsidé: «[...] å tilby et stort utvalg form- og funksjonsriktige hjeminnrednings-produkter til så lave priser at så mange mennesker som mulig har råd til å kjøpe dem»

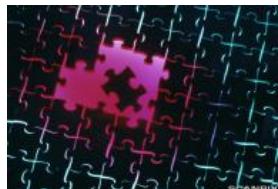
- a. Kan du finne andre eksempler på forretningsideer ved å søke på nettet?
- b. Tilfredsstiller disse kravene til en god forretningsidé? Hvis nei, skriv dem om slik at du blir fornøyd med dem.
- c. Gå inn på www.ue.no, velg fylket ditt og deretter UE-bedrifter. Vurder forretningsideene deres ut i fra de kriteriene dere har lært.
- d. Tenk deg at du skal starte egen bedrift. Formuler din egen forretningsidé og la resten av klassen vurdere den.

Forretningsplan

Forretningsplan

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Forretningsplanen \(88108\)](#)



Skal du starte opp en bedrift, er det mange ting å huske på. Du bør derfor planlegge nøye. Som hjelp bør du lage en forretningsplan. En slik plan kan brukes som et arbeidsredskap. Den hjelper deg til å huske hva du må gjøre før bedriften kan starte opp. Forretningsplanen er også viktig dersom du skal søke om lån til bedriften fra en bank.

En forretningsplan er en oversikt over hva som er viktig å tenke gjennom og planlegge før vi kan starte opp en ny bedrift. Planen fungerer som et arbeidsredskap og et styringsverktøy.

Forretningsideen er bærebjelken i forretningsplanen. Forretningsplanen bør derfor beskrive både forretningsideen, formålet med bedriften og hvordan du på beste måte skal gjennomføre forretningsideen med minst mulig risiko.

Hva skal forretningsplanen inneholde?

Forretningsplanen er et dokument som bør beskrive disse punktene:

Nr.	Innhold	Les mer
1	Sammendrag (resymé)	
2	Forretningsidé	Hva er en forretningsidé?
3	Målsettinger	Markedsmål
4	Arbeidsbetingelser (SOFT-analyse)	Markedsstrategi
5	Markedsgrunnlag (markedsanalyse)	Kundegrunnlag
6	Markedsstrategi (markedsplan)	Markedsstrategi
7	Produktbeskrivelse	Produktbeskrivelser
8	Lokaler og utstyr	Lokaler og utstyr
9	Organisasjonsplan	Organisasjonsplan
10	Finansiering	Finansiering

Dokumentet bør være presist og kortfattet. Det må likevel ikke være så kortfattet at det går utover innholdet. Planen må blant annet gi svar på spørsmål som banken stiller når den behandler lånesøknader.



Fotograf: [Rolf Øhman](#)

Å lage en forretningsplan er like viktig som å tegne et hus før en begynner å bygge det. De fleste tabbene bør du gjøre på papiret! Det koster deg ingenting, men kan spare deg for mange ergrelser, mye tid og penger seinere.

Lenke

Sjekk ut hjemmesiden til [Ungt Entreprenørskap](#).

Velg menypunktet Ungdomsbedrift (UB-løypa). Brukernavn og passord er «ue». Velg punkt 20 Forretningsplan.

Tenk over

Hva kan gründere få hjelp til på [Bedin Bedriftsinformasjon](#) ?

Lenke

Sjekk ut lenken til videofilmen om forretningsplanen [Tips til forretningsplanen](#)

Hvorfor er arbeidet med å lage en forretningsplan viktig?

Forretningsplanen er blant annet viktig

- for å planlegge oppstarten av bedriften
- som et kart å styre bedriften etter når den har startet

Selv prosessen med å lage forretningsplan er ofte viktigere enn dokumentet i seg selv.

Når du arbeider med å lage forretningsplanen, blir du nemlig klar over hvilke utfordringer bedriften din står overfor. Dette arbeidet sikrer derfor at forretningsplanen er gjennomtenkt.

Forretningsplanen skal ikke være et uforanderlig dokument. Planen må utvikles og endres i takt med at bedriften selv utvikler og endrer seg.

Gjør deg kjent med forretningsplanen

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Gjør deg kjent med forretningsplanen \(88109\)](#)

I denne oppgaven får du anledning til å gjøre deg kjent med forretningsplanen. På disse lenkene kan du lese mer om forretningsplaner:

- [Bedin: Forretningsplanen](#)
- [Innovasjon Norge: Lag en forretningsplan](#)

Gå inn på lenkene ovenfor og finn ut:

1. Hvilke punkter sier de to nettstedene at en forretningsplan skal inneholde?
2. Sammenlikn punktene med det du har lært i dette kapitlet. Hvilke punkter er felles?

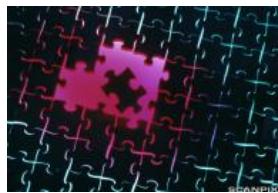


Fotograf: [Berit Roald](#)

Målsettinger

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Målsettinger \(88111\)](#)



Du er sikkert enig i at du bør ha et mål når du går i gang med et prosjekt. Hvis du for eksempel er på reise, vil stedene du besøker, være mål du har på reisen. På samme måte vil målsettingene du har for bedriften din, være en viktig del av forretningsplanen.

Mål

En bedrift må sette mål for arbeidet sitt. Målsettinger for bedriften kan for eksempel være

- et tidspunkt da bedriften skal begynne å gå med overskudd
- hvor mye penger du forventer at bedriften skal tjene
- hvor stor del av markedet bedriften skal ta

De planene du etter hvert legger for bedriften, skal føre fram mot disse målene.

Motiver for målene

Dersom du skal lede en gruppe mennesker som skal bestige et høyt fjell, bør du ha tenkt gjennom hvorfor du påtar deg et slikt risikabelt ansvar. Er du klar over motivene dine, kommer du trolig til å gjøre en bedre jobb.

Hva er så motivene dine for å starte egen bedrift?

- Ønsker du å bli rik?
- Ønsker du å bruke evnene dine fullt ut?
- Ønsker du frihet?
- Mener du at du er flink til å organisere og lede?
- Eller er det heller noe du vil bevise overfor andre?

Tenk gjennom motivene dine og sett deg passende mål.

Formuler og vurder målene

Skriv ned så klart og tydelig du kan, de målsettingene du har med bedriften din. Når du har laget en slik liste, bør du også vurdere målene. Det kan du gjøre ved å stille deg selv en del spørsmål:

- Er målene tallfestet? (for eksempel med overskudd i kroner)
- Er målene tidfestet? (med dato, måned, år)
- Er målene realistiske? (Er de bare en drøm, eller kan jeg virkelig nå dem?)
- Virker målene motiverende? (Får jeg energi og lyst til å jobbe videre med bedriften?)
- Er det sammenheng mellom målene?



Taulag på Folgefonna, Juklevassbreen i Hordaland
Fotograf: [Pål Hermansen](#)



Ski-VM 2011 Holmenkollen.
Therese Johaug og Marit
Bjørgen
Fotograf: [Helge Mikalsen](#)

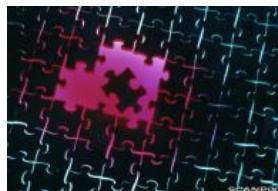
Skal du starte en liten IT-supportbedrift i nærmiljøet, kan du for eksempel sette deg som mål å skaffe minst ti faste kunder innen ett år eller å bli den beste supportbedriften i lokalmarkedet.

Når du har svart på disse spørsmålene, viser du for deg selv og andre hva du ønsker å oppnå med bedriften din. Sannsynligheten for å lykkes blir også større.

Produktbeskrivelser

Forfatter: Oddvar Torgersen, Amendor AS, NKI Forlaget

[Produktbeskrivelser \(88114\)](#)



I en forretningsplan skal du blant annet beskrive hvilke produkter bedriften din skal lage eller selge.

Hva er et produkt?

Ordet produkt bruker vi når vi snakker om alle slags varer og tjenester. En bedrift som selger varer av typen rullebrett, selger produkter. Det gjør også en bedrift som selger tjenester av typen telefonabonnement.

Produktbeskrivelsen i forretningsplanen

En forretningsplan bør inneholde en oversikt over de produktene eller produktgruppene bedriften ønsker å selge eller lage.

Valget av produkter bør selvsagt være i samsvar med forretningsideen din.

En omtale av produktene gir nyttig informasjon for den som leser forretningsplanen.

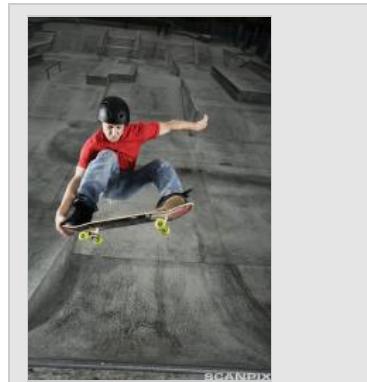
Hvis det er snakk om tjenester i form av rådgivning og konsulentarbeid, bør du beskrive dem i detalj. Du bør også fortelle hvilket faglig nivå tjenestene ligger på, og hvilken glede og nytte kundene kan ha av å bruke disse tjenestene.

Eksempel

Mona ønsker å starte en helsekostbutikk. I hennes forretningsidé kan vi lese:

«*Monas helsekost AS vil selge og markedsføre seriøse helsekostprodukter som er til nytte for kundenes helse og velvære.*»

I forretningsplanen bør hun også gi en oversikt over hvilke typer helsekostprodukter hun ønsker å selge. Det kan være snakk om produkter som er gunstige for vekta, for huden, for muskler og ledd osv. Hun kan gjerne også omtale hvilke leverandører som for tida er aktuelle.



Rullebrett

Se www.ue.no på forretningsplanen som ligger her:
[Bamboard: Forretningsplan](#)

Denne ungdomsbedriften produserer og selger miljøvennlige rullebrett av bambus.

Tips

I forretningsideen lager du en generell beskrivelse av produkter eller produkttyper som bedriften skal arbeide med. I forretningsplanen kan du godt beskrive produktene mer i detalj.

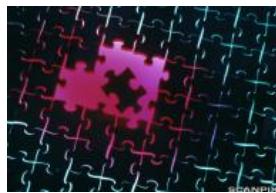


I forretningsplanen bør du beskrive hvilke typer produkter du skal selge

Lokaler og utstyr

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Lokaler og utstyr \(88115\)](#)



Skal du starte en bedrift, trenger du ofte lokaler og utstyr. Da må du vurdere hvilke lokaler som er best, og hvilket utstyr som er nødvendig. Er det viktig hvor bedriften ligger i forhold til kundene? Trenger du parkeringsmuligheter og mulighet til å utvide? Og ikke minst: Hvor dyr er husleia?

Skal du starte ny bedrift, må du vite hvor store lokaler du trenger, og hva slags utstyr som er nødvendig. Skal du drive en handelsbedrift, må du ha et lager for handelsvarene dine.

Lokaler

Dersom du skal åpne butikk, må du se etter gode butikklokaler som ligger et sted der kundene lett kan finne fram.

Trenger du produksjonslokaler eller verkstedlokaler, må du trolig lete andre steder, for eksempel på større industriområder.

Er du på jakt etter kontorlokaler, finner du dem ofte i spesielle kontorbygg.

I den første fasen etter at bedriften har startet opp, er det sikkert lurere å leie enn å eie lokaler. Da slipper du å ta opp store lån før bedriften er kommet godt i gang.

Hvorfor er lokalene viktige?

Lokaler og innredning er av stor betydning for hvordan kundene opplever bedriften. Størrelsen på lokalene og beliggenheten har mye å si for omsetningen til bedriften, men også for husleiekostnadene. Beliggenheten kan være avgjørende for om folk vet om deg, og derfor handler hos deg.

Vær nøyne med orden og renhold slik at bedriften framstår som tillitvekkende og seriøs.



Oslo, Bjørvika. Barcode-utbygningen av kontorbygg

Fotograf: [Trond J. Strøm](#)

Tenk etter

Hvorfor tror du butikker som selger samme slags varer (for eksempel klær), ofte ligger nær hverandre?



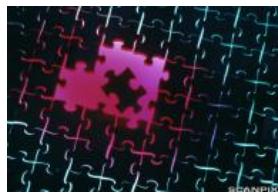
Tanum bokhandel i Oslo
åpnet nydesignete
butikklokaler i 2011

Fotograf: [Signe Dons](#)

Organisasjonsplan

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Organisasjonsplan \(88117\)](#)



Alle organisasjoner trenger en ledelse. I tillegg må ansvaret for bedriftens arbeidsoppgaver deles mellom de ansatte. Bedriftene er derfor ofte organisert i avdelinger med hver sine oppgaver og hver sine ledere. I tillegg har bedriften gjerne en ledergruppe som administrerer (leder) det hele. En slik oversikt over hvordan bedriften er organisert, kaller vi organisasjonsplan.

Hva er en organisasjon?

En organisasjon er en gruppe mennesker som arbeider under en felles ledelse mot felles mål.

Bedriften Statoil er en organisasjon. Det er også kioskkjeden Narvesen, miljøvernorganisasjonen Natur og Ungdom og flyselskapet SAS.

Arbeidsdeling

Som ansatt får du arbeidsoppgaver etter hvilke **kvalifikasjoner**? Kvalifikasjon: en utdanning eller opplæring som gjør deg egnet til å utføre en bestemt oppgave du har (hva du kan). Det vil si at dersom du er utdannet som resepsjonist i hotellfaget, er du kvalifisert til å arbeide i resepsjonen på de fleste hoteller.

Dette kaller vi «arbeidsdeling etter funksjon». Funksjonene er gjerne samlet i avdelinger: Vi har økonomer i økonomiavdelingen, selgere i salgsavdelingen og IKT-medarbeidere i IKT-avdelingen.

Vi kan også ha en arbeidsdeling etter produkter, tjenester, produksjonsprosess eller geografisk beliggenhet. Det vil for eksempel si at alle i bedriften som arbeider med å framstille, markedsføre og selge et bestemt produkt, er organisert i samme avdeling.

Organisasjonsplan

Det mønsteret som dannes i bedriften når vi deler inn de ansatte i grupper og avdelinger, kaller vi organisasjonsplan. Av planen går det fram hvordan arbeidsoppgavene er fordelt. Oversikten viser ofte avdelingenes navn og gjerne navnet på lederne.



Vektere fra Securitas på jobb i Oslo sentrum

Fotograf: [Lise Åserud](#)

Oppgave 1

Hvordan er skolen din organisert?

Lag et organisasjonskart over skolen.

I stedet for ordet organisasjonsplan bruker vi også ordet organisasjonskart.

Oppgave 2

Finn et eksempel på organisasjonskart fra en ungdomsbedrift. Bruk forretningsplanene på [Ungt Entreprenørskap](#).



Åpne kontorlandskap letter ofte samarbeidet mellom de ansatte

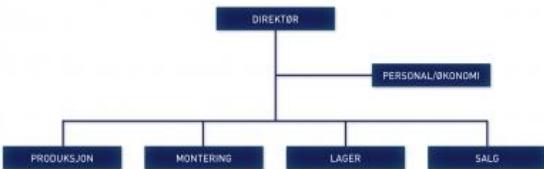
Fotograf: [Lise Åserud](#)

På tegningen nedenfor ser du et eksempel på organisasjonsplan. Bedriften er organisert slik at jo høyere opp i hierarkiet hierarki: en rangordning der de som er øverst, har mer ansvar og myndighet enn de lengre nede i hierarkiet du kommer, desto mer ansvar (plikter) og myndighet (rett til å bestemme) har du. Vi sier at strukturen er hierarkisk.



Linjeorganisasjon. Klikk på illustrasjonen for å forstørre bildet

Opphavsmann: [Lene Herføl-Johnsen](#)



Linje-/stabsorganisasjon. Klikk på illustrasjonen for å forstørre bildet

Opphavsmann: [Lene Herføl-Johnsen](#)

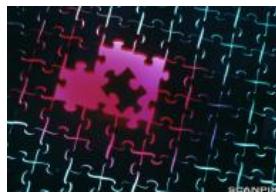
Trengs det en organisasjonsplan når du starter en bedrift?

Når du starter en ny bedrift, har du sjeldent mange partnere, kanskje bare en. Da trenger du ikke å lage noen stor organisasjonsplan.

Dere bør likevel beskrive hvilke arbeidsoppgaver som skal gjøres, og hvem som skal gjøre hva. Dette gjelder selv om du og partneren din er gode venner. Et vennskap er noe vi tar vare på. Hvis vi bare har muntlige avtaler, viser all erfaring at vi lett glemmer hva som er avtalt. Vi «husker» gjerne bare det som er til fordel for oss selv.

Finansiering

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Finansiering \(88118\)](#)



Skal du starte en bedrift, trenger du penger til å dekke utgiftene. Du skal kjøpe utstyr, leie lokaler og ta ut lønn. Hvordan skaffer du disse pengene? Finansiering dreier seg nettopp om dette.

Hvordan skal du skaffe pengene?

En ny bedrift må skaffe penger til for eksempel husleie, IKT-utstyr, råvarer og handelsvarer.

Når du har satt opp en liste over hvilke utgifter bedriften din vil ha i oppstartsfasen, må du vurdere hvordan du skal skaffe penger til å dekke disse utgiftene. Du må altså finne ut hvordan du skal finansiere bedriften din, hvordan du skal skaffe kapital.

Kapital

Med kapital mener vi rett og slett penger – penger som du kan bruke til å dekke utgifter til husleie, utstyr og lønn.

Hvordan skal du skaffe kapital til bedriften? Du kan

- bruke penger du selv eller forretningspartneren din har spart opp (egenkapital)
- låne penger i banken (fremmedkapital). Det kalles også gjeld, det vil si at du skylder penger

Når du søker om lån fra banken, er det viktig at forretningsplanen din forteller hvordan du har tenkt å tjene penger på bedriften. Forretningsplanen bør vise at det er sannsynlig at du klarer å tjene penger, slik at banken seinere får igjen pengene de har lånt deg – med renter.

Forsikring

Husk at du må tegne forsikring for bedriften din så snart du starter opp. Skulle du oppleve brann eller tyveri, kan du da få verdiene dine tilbake.



Fotograf: [Gorm Kallestad](#)

Tips

En bedrift bør tåle å tape penger i begynnelsen. Men hvis egenkapitalen er for lav, tåler den ikke det. Egenkapitalen bør derfor utgjøre minst 40 % av finansieringen.



Forretningsplanleggeren.

(Klikk på bildet)

Opphavsmann: [Amendor](#)

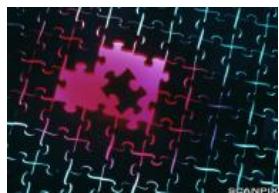
AS

Oppgaver

Organisering av skolen din

Forfatter: Oddvar Torgersen, Hanne-Lisbet Løite

[Organisering av skolen din \(134968\)](#)



Det mønsteret som dannes i bedriften når vi deler inn de ansatte i grupper og avdelinger, kaller vi organisasjonsplan. Av planen går det fram hvordan arbeidsoppgavene er fordelt. I denne oppgaven skal du finne ut hvordan skolen din er organisert.

Oppgave

- a. Hvordan er skolen din organisert? Lag et organisasjonskart over skolen.
- b. Er skolen organisert som en linjeorganisasjon eller som en linje-/stabsorganisasjon?
- c. Intervju rektor om fordeler og ulemper ved skolens organisasjonsform. Alternativt kan rektor inviteres til klassen for å holde et foredrag om dette.

Markedsplan

Markedsføring

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Markedsføring \(88173\)](#)



Mange knytter markedsføring til salg og reklame – ord som ofte er negativt ladede. Men salg og reklame er bare en liten del av markedsføringen.

Hvorfor bør vi markedsføre?

Markedsføringen skal sørge for at bedriften tjener penger, slik at den kan overleve i et marked der flere konkurrerer om de samme kundene.

Effektiv markedsføring blir derfor helt avgjørende for en eventuell suksess, mens feilslått markedsføring kan få katastrofale følger. Disse følgene er vanligvis økonomiske problemer eller i verste fall nedlegging av bedriften.

Gode produkter selger ikke lenger seg selv, for nesten alle bedrifter har gode produkter. Skal bedriften din overleve i den harde konkurransen, må bedriftens markedsføring være god. Markedsføringen spiller derfor en stadig viktigere rolle.

Hva er markedsføring?

Vi kan sammenligne markedsføring med en sykkel. Sykkelen er egentlig sammensatt av flere små og store deler. Tenk deg at bakhjulet er reklame, mens forhjulet er salg. Dette er uten tvil viktige deler av sykkelen, men vi får ingen sykkel uten ramme, styre, pedaler, sete og så videre.

Tilsvarende består markedsføring av salg og reklame, men den består også av deler som går på

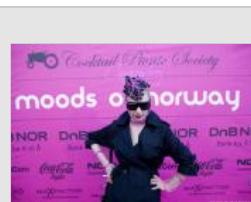
- å velge ut de produktene kundene ønsker og trenger
- å bestemme seg for hvilke kunder du vil satse på
- å finne ut hvordan produktet skal selges (i butikk, på Internett, fra dør til dør og så videre)
- å organisere service, varelager, fakturarutiner og så videre

De som arbeider med markedsføring i større bedrifter, har en finger med i alle aktivitetene, helt fra selve produktideen til produktet er solgt og tatt i bruk av kunden.

Kundens behov i sentrum

Når du driver et lite firma, kan du kjøpe inn og selge ferdige produkter som andre har utviklet, eller du kan utvikle nye produktideer og produkter selv. Uansett bør du alltid lytte til kundens ønsker og behov.

Du bør tenke slik: «Hvilket produkt er det markedet trenger og ønsker som jeg kan kjøpe inn for så å selge til dem?», og ikke slik: «Jeg har et produkt jeg ønsker å selge, la oss finne noen som vil kjøpe det.»



Moods of Norway,
moteoppvisning 2011

Fotograf: [Sara Johannessen](#)



Lue og jakke med Bjørn
Dæhlie-logo

Fotograf: [Tore Meek](#)

«Markedsføring er alle de fasene i et arbeid som går ut på å tilfredsstille kundens behov slik at vi tjener penger på det.»

Dette er en fri oversettelse av Philip Kotlers klassiske definisjon. Kotler regnes som dagens største autoritet innenfor markedsføring.

Bedriftens ansatte er viktige

Du må også sørge for at alle i bedriften blir lært opp til å hjelpe kundene på best mulig måte – de ansatte i bedriften spiller en viktig rolle i bedriftens markedsføring. Det gjelder ikke bare bedrifter som selger varer, men også de som selger tjenester.

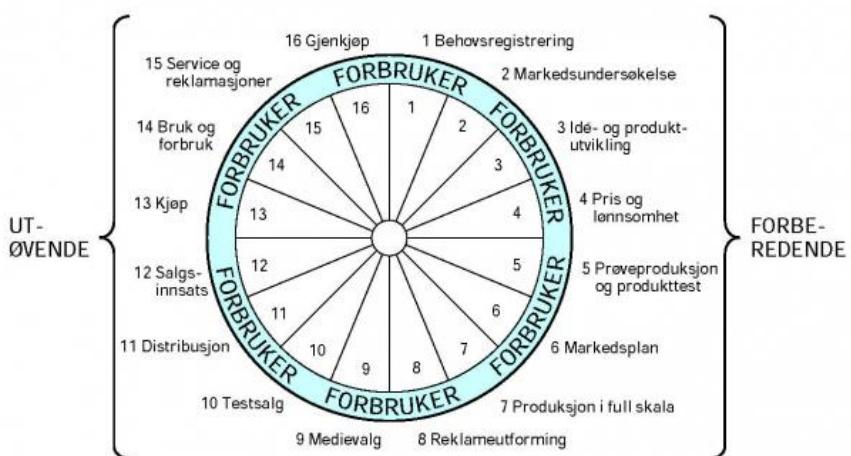
Tenk deg for eksempel en bedrift som selger alarmer. Her er det ikke selgere og markedsførere som snakker mest med kundene, men faktisk montøren som kommer hjem til kunden og utfører arbeidet. Da er det viktig at *han* gir et godt inntrykk – i tillegg til at han gjør en god jobb. Hvis kunden liker montøren og snakker om ham til sine venner, kan det ha større virkning enn mange tv-reklamer.

Markedsføringshjulet

Per Bustad laget i 1970 en modell for alle de aktivitetene som markedsføringsarbeidet bygger på. Denne modellen omtales som markedsføringshjulet.

Markedsføringshjulet illustrerer på en god måte hvilke aktiviteter som inngår i markedsføringen.

Se litt nærmere på markedsføringshjulet nedenfor. Start med punktet «Behovsregistrering» oppe til høyre og følg klokka rundt. Du forstår kanskje ikke alle begrepene ennå, men du ser at markedsføring består av mange aktiviteter, og at de kommer i en bestemt rekkefølge.



Markedsføringshjulet

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)

Hva er et marked?

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hva er et marked? \(88174\)](#)



Et marked er rett og slett de personene eller bedriftene som kan kjøpe produktene dine.

Du kan vanligvis ikke selge produktet ditt til alle mennesker i hele Norge. Du må bestemme deg for hva som er markedet ditt, og så dele markedet inn i mindre målgrupper som du kan henvende deg til på en effektiv måte.

Markeder og målgrupper

Først må du *segmentere* markedet. Det vil si at du deler inn markedet i den «typen» mennesker som produktet ditt passer for, og som du derfor ønsker å henvende deg til.

Den typen mennesker du tror har lyst til å kjøpe produktet ditt, er altså målgruppa di.

Hvis du for eksempel skal selge barneklær, bør du ikke henvende deg til alle kvinner og menn. Det er mye lurere å henvende seg til par som venter barn, og småbarnsforeldre.

Hvordan skal du velge ut kundene?

For å finne markedet ditt bør du derfor sette opp noen regler for hvordan du vil velge ut de kundene du skal selge til. Det kaller vi *segmenteringskriterier*. Slike kriterier kan være

- kjønn
- alder
- inntekt
- sivilstand
- familiesituasjon
- utdanning

Når du deler kundene inn i grupper, kan du bruke ett eller flere kriterier fra lista ovenfor.

Her er et eksempel der vi bruker alle kriteriene fra lista for å definere en målgruppe:

«Jeg ønsker å selge BMW stasjonsvogner til menn mellom 30 og 45 år som er gift og har barn, og som har høyere utdanning og inntekt over 400 000 kroner.»

Det finnes selvsagt kvinner og menn utenfor denne gruppa som ønsker å kjøpe en slik bil, men dette er eksempel på en målgruppe som tradisjonelt sett er svært aktuell som kunde for denne typen produkter.

Hvorfor bør vi dele opp markedet?

Hensikten med å dele opp markedet er blant annet å spare penger til reklame. På den måten kan du rette reklamen inn mot de menneskene du prøver å nå, og som du tror kan ønske å kjøpe produktet ditt.



Småbarnsforeldre har ofte samme ønsker og behov og utgjør et marked

Fotograf: [Ørn E. Borgen](#)

Typer markeder

Vi kan også segmentere markedet i følgende grupper: privatpersoner, bedrifter, det offentlige og organisasjoner. På nettsidene ser vi stort sett på privatmarkedet.



Fotograf: [Claudio Bresciani](#)

En kombinasjon av segmentering og geografisk avgrensning definerer markedet ditt.



Hvem tror du er målgruppa for dette produktet?

Fotograf: [Jens Sølvberg](#)

Dersom ungdommen er målgruppa di, er kanskje ikke aftenposten.no riktig hjemmeside å annonse på, men heller Facebook-grupper, Spotify og hjemmesider for festivaler og så videre. Poenget er å være synlig på de nettsidene, bloggene, bladene og så videre som målgruppa di bruker.

Geografisk inndeling av markedet

Når du har delt inn markedet i mindre grupper etter alder eller kjønn, kan du dele inn geografisk. Selv om vi definerte hvem vi ønsker å selge BMW stasjonsvogner til, kan vi sjeldent selge til alle som passer inn i dette segmentet i hele Norge.

Du må derfor bestemme deg for hvilket geografisk område du vil selge produktet ditt i. Det kalles *geografisk segmentering*.

Prøv å avgrense markedet til et geografisk område som er passe stort for deg. Det er viktig at det er stort nok til at du kan selge så mange produkter at du tjener penger på det. Det geografiske markedet ditt kan være hele Norge dersom du har forhandlere spredt over hele landet. Andre inndelinger kan være en landsdel, et fylke, en kommune eller kanskje bare en by eller bydel.

Når du vet hva som er det geografiske markedet ditt, blir det enklere å arbeide målrettet. Det er for eksempel ikke noe poeng i å betale 300 000 kroner for en uke med reklame på P4, som blir sendt over hele Norge, dersom markedet ditt bare er Oslo. Da er det mye bedre å få tolv måneder med reklame på to lokale radiokanaler som Radio 1 og Energy.



Markedsmål

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Markedsmål \(88180\)](#)



Det er viktig for en bedrift å sette seg mål, for det viser retningen bedriften skal gå i. Klare mål viser også de ansatte hva de skal arbeide for, og det hjelper dem til å gjøre en bedre jobb.

Markedsmål vil si de målene du setter deg, og poenget med å sette slike mål er at bedriften skal ha noe å strekke seg etter. Markedsmål kan for eksempel definere

- hvor stor bedriften din skal bli
- hvor stor markedsandel du skal ha
- hvor fornøyde kundene dine skal være

Her er noen markedsmål som det er viktig å tenke grundig gjennom dersom du skal tilby mobiltjenester:

Inntektsmål

Hvor stor skal omsetningen din være, og hvor stort overskudd vil du ha?

Markedsandel

Hvor stor del av markedet skal du ta? Skal du bli en gigant, som Telenor eller NetCom, eller nøyer du deg med å være en liten utfordrer, som OneCall eller Chess? Her dreier det seg om å slåss om de kundene som allerede er mobilbrukere.

Markedsvekst

Du kan også sette deg mål for hvor fort du ønsker at markedet ditt skal vokse. Her gjelder det å få enda flere til å begynne å bruke mobiltelefon – altså skaffe nye kunder som ikke bruker mobil i dag.

Kundetilfredshet

Tilfredse kunder skaper lojale kunder. Hvor fornøyde skal kundene dine være? Hvor viktig er det for deg at de faktisk er fornøyde? Og hvor fornøyde er kundene med konkurrentene – kanskje kan du bli bedre enn dem?

Kundelojalitet

Det er dyrt å skaffe seg nye kunder, og det kan derfor være lønnsomt å ha kunder som er lojale. Hvor lojale kunder ønsker du? Er det viktig for deg at en kunde som har handlet hos deg, kommer tilbake til deg neste gang, eller er det greit at han går til konkurrenten?



Hva tror du markedsmålene for Telenor er?

Fotograf: [Jan Djenner](#)



Fotograf: [AP](#)

Markedsstrategi

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Markedsstrategi \(88187\)](#)



Når du har satt deg mål for markedsføringen, må du finne ut hvordan du skal nå disse målene. Vi sier at vi legger en strategi.

Hva er en markedsstrategi?

En markedsstrategi er en nøyaktig plan for hvordan du skal nå dine markedsmål.

Når du skal legge en markedsstrategi, må du

- finne ut hva du er eller vil være best på
- bruke aktivt det du er best på, til å få kunden til å handle hos deg
- være klar over dine og bedriftens svake sider og prøve å forbedre dem (interne arbeidsbetingelser)
- danne deg et bilde av konkurrentene dine og det samfunnet du er en del av (eksterne arbeidsbetingelser)

Arbeidsbetingelser

Det er viktig at du gjør deg kjent med disse arbeidsbetingelsene. De forteller deg om du kan lykkes med den nye bedriften eller produktene dine. En måte å gjøre det på er å analysere arbeidsbetingelsene ved hjelp av en såkalt *SWOT-analyse*.

SWOT er en engelsk forkortelse som står for «Strengths» (sterke sider), «Weaknesses» (svake sider), «Opportunities» (muligheter) og «Threats» (trusler).

I SWOT er S og W knyttet til interne arbeidsbetingelser, siden de gjelder deg og din bedrift, mens O og T er knyttet til eksterne arbeidsbetingelser – de ligger «utenfor» bedriften din.

Ved å analysere sterke sider, muligheter, trusler og svake sider blir du kjent med din egen bedrift og markedet der ute. Det gjør det lettere for deg å lage en strategi for hvordan du skal nå dine markedsmål.

Strategi – krigsherrekunst

Strategi betyr egentlig «krigsherrekunst».

Ordet ble brukt av den kinesiske hærføreren Sun Zi ca. 500 f.Kr.: «Strategi er å manøvrere egne styrker slik at man kan utnytte terrengets fordeler, samtidig som fienden tvinges til å slåss i ufordelaktig tereng. En strateg velger slagmarken med omhu og lurer motstanderne til å møte ham der, slik at han kan føre kampen på sine betingelser!»



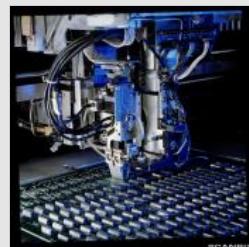
Sjakkspill har mye til felles med strategi – du må tenke framover og planlegge neste trekk
Fotograf: [Jan Tomas Espedal](#)

SWOT eller SOFT?

Noen lærebøker bruker begrepet SOFT i stedet for SWOT. Det er bare rekkefølgen som er annerledes, og «Weaknesses» er byttet ut med «Faults» (feil eller mangler).

Oppgave

Har du arbeidet for en bedrift i skoleferien eller i helgene? Prøv å lage en enkel SWOT-analyse for denne bedriften.



Høyteknologi kan gi store konkurransefordeler

Fotograf: [Science Photo Library](#)

Eksempler på eksterne arbeidsbetingelser

- antall og type konkurrenter i markedet
- nye lover og regler
- hvor kjøpesterke kundene våre er
- om det er mulig å hente inn mer kapital til bedriften
- om vi er inne i økonomiske nedgangstider nasjonalt eller internasjonalt

Eksempler på interne arbeidsbetingelser

- antall ansatte i bedriften
- de ansattes kompetansenivå
- bedriftens økonomi og kapital
- IKT-ressurser i bedriften

Eksempel

I andre eksempler og oppgaver på dette nettstedet har vi møtt de to elevene Morten og Minoo, som ønsker å starte sin egen IT-supportbedrift.



Fotograf: [Corbis](#)

Her er et enkelt eksempel på en SWOT-analyse som Morten og Minoo gjorde for bedriften sin:

Sterke sider

- Vi er veldig flinke på data og telefoni.
- Vi har mye tid å bruke på dette utenom skoletida.
- Vi kjenner mange på skolen som kan bli kunder, og som vet at vi er flinke.
- Vi trenger ikke å kjøpe inn mye utstyr eller ha lokale.

Svake sider

- Skal vi selge til flere enn dem vi kjenner, må vi annonsere, og det koster penger.
- Når noen trenger hjelp, kan vi ikke hjelpe dem med en gang, men må vente til etter skoletid.
- Vi er bare to personer, så det kan bli litt venting for kundene.
- Blir det mye å gjøre, kan det gå utover leksearbeidet og konsentrasjonen på skolen.
- Vi mangler erfaring med å drive forretning.
- Bedriften vår er ukjent i markedet.

Muligheter

- Nesten alle har mobil og datamaskin, og det er mange som trenger hjelp på andre skoler og der vi bor.
- Fungerer dette godt på vår skole, kan vi få andre elever på andre skoler til å starte en ny avdeling.
- Vi kan begynne med nye produkter som passer inn i det vi allerede gjør, og som vi kan selge til de kundene vi alt har, og til nye kunder.
- Vi kjenner lokalsamfunnet.
- Vi har få konkurrenter på privatmarkedet.

Trusler

- Andre på vår skole eller på andre skoler kan bruke forretningsideen vår.
- Det kommer stadig nye pc- og telefonmodeller, og det vil kreve mye tid å holde seg oppdatert.
- Når vi er på ferie, er det ingen som kan hjelpe kundene våre.
- Konkurrenter med mye kapital etablerer seg i distriktet.

Markedsmiks

For å kunne legge en god markedsstrategi bør du også analysere markedsmiksen for bedriften din. [Markedsmiks](#) kan du lese mer om her.

Markedsmiks

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Markedsmiks \(88188\)](#)



Markedsmiksen består av produkt, pris, plass, påvirkning og personale.

Som en hjelp til å nå markeds målene dine kan du bruke fem virkemidler eller verktøy.
De fem virkemidlene begynner med bokstaven p og står for

- produkt – «product»
- pris – «price»
- plass – «place»
- påvirkning – «promotion»
- personale – «people»

Kombinasjonen, eller *miksen*, av hvordan bedriften bruker disse p-ene, kan gi deg de konkurransefortrinnene du trenger for å vinne i markedet. Vi snakker altså om bedriftens markedsmiks.

Her ser vi litt nærmere på hver av de fem p-ene:

Produkt

Her dreier det seg om å velge riktige produkter for kundene dine. Det hjelper ikke å ha et fantastisk produkt hvis ingen vil ha det.

Bedrifter arbeider stadig med produktutvikling og er veldig nøyne når de vurderer nye produktideer. Svært få av de ideene en bedrift kommer opp med, blir faktisk produsert og lansert på markedet. Nye produktideer blir testet og analysert før de eventuelt slippes ut på markedet.

Konkurransefortrinn

Wikipedia forklarer begrepet konkurranse-fortrinn omtrent slik:
Et konkurransefortrinn er effekten du får ved å *ha* og *bruke* en ressurs eller en kompetanse som gir bedriften din fordeler i konkurransen med andre bedrifter.



Hvor prisbevisst er du når du handler mat?

Fotograf: [Kristian Helgesen](#)



Et innbydende butikklokale kan bety mye for salget.
Her fra kafeen og bakeriet
Fole Godt i Molde
Fotograf: [Bjarne Nygård](#)



Personalelets kunnskap og serviceinnstilling er viktig for kunden
Fotograf: [Goran Bohlin](#)

Å lage en markedsstrategi er en omfattende, men svært viktig jobb for at du og bedriften din skal lykkes. Husk at det er bedre med en «liten» markedsstrategi som du kan utvide etter hvert, enn ingen strategi i det hele tatt.

Stikkord: kvalitet, design, merkevarenavn, garantier, service, ekstrautstyr

Pris

Prisen er viktig for om kundene vil kjøpe produktene dine.

Er billig alltid best? Nei, i hvert fall ikke hvis du ønsker å selge kvalitetsprodukter. For å sette riktig pris må du ta hensyn til hva markedet er villig til å betale for produktet ditt.

Stikkord: prisnivå, rabatter, fortjeneste, betalingsbetingelser

Plass

Hvor varene selges, er selvsagt også viktig. Får kundene tak i varene dine?

Her er det mange hensyn å ta. Hvor mange produkter skal jeg ha? Skal jeg åpne egen butikk, eller skal jeg få varene mine inn i andres butikker slik at de kan selge dem for meg?

En stadig viktigere «plass» å selge produktene på er Internett. Flere og flere bedrifter selger produktene sine i nettbutikker. Mange bedrifter, for eksempel Komplett.no, MPX.no og PS.no, selger produktene bare på Internett og har ikke butikker som kunden kan besøke.

Stikkord: vareutvalg, lager, transport, lokaler, geografisk plassering

Påvirkning

Det hjelper ikke å ha gode produkter med riktig pris til salgs i en fin butikk hvis ingen vet om deg. Du må bruke påvirkning for å gjøre kundene oppmerksomme på produktet ditt.

Påvirkning er det vi kaller reklame og kommunikasjon – vi ønsker å påvirke folk til å kjøpe våre produkter.

Stikkord: annonsering, selgere, reklame, kampanjer, salgsfremmende tiltak

Personale

Over halvparten av alle produkter som selges i Norge, er tjenester. Tjenestene utføres av mennesker. Vi kan si at menneskene er en del av tjenesten, og derfor er det viktig å ansette de rette menneskene.

Stikkord: serviceinnstilling, kunnskap om varen, faglig dyktighet, positivitet, lojalitet

Markedsplan

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Markedsplan \(88193\)](#)



En markedsplan beskriver hvilke markedsaktiviteter bedriften planlegger, når aktivitetene skal utføres, hvor mye de skal koste, og hva målet med dem er.

Hva er en markedsplan?

Markedsplanen er en del av bedriftens forretningsplan og er et nyttig arbeidsverktøy for å sikre at du bruker ressursene i bedriften på en god måte.

Markedsplanen bør blant annet inneholde beskrivelser av

- hvilke markedsaktiviteter du skal gjennomføre
- når aktivitetene skal gjennomføres
- hvor mye markedsaktivitetene skal koste
- hvilke mål disse aktivitetene skal føre til

Markedsplandokumentet

Når du skal skrive en markedsplan, bør du ha med disse punktene:



Godt samarbeid er viktig både
i skole- og jobbsammenheng
Fotograf: [Kissen Møller Hansen](#)



Klikk på bildet for å åpne
«Markedsplanleggeren».

1 Sammendrag

I sammendraget gir du en kort oversikt over innholdet i planen, og du legger vekt på de viktigste punktene.

2 Målsetting

Her beskriver du de markedsmålene du har satt deg. Slike mål er beskrevet under [markedsmål](#).

3 Markedsstrategi

Her legger du fram de strategiene du har valgt for å nå markedsmålene dine. Se [markedsstrategi](#) og [markedsmiks](#).

For å kunne legge en god strategi er du avhengig av å se hvilken situasjon bedriften din er i – i forhold til konkurrenter, kunder og markedet. Derfor gjengir du konklusjonene fra [SWOT-analysen](#) her.

Du må også oppgi hva slags målgrupper du ønsker å selge produktene til. Det kalte vi segmentering og geografisk avgrensing under [Hva er et marked?](#).

4 Aktivitetsplan (markedsprogram)

Her beskriver du mer detaljert de aktivitetene du har planlagt å gjennomføre. Det kan dreie seg om annonsering, salgskampanjer, deltakelse på salgsmesser og så videre.

5 Kontroll

Vær alltid nøyne med å kontrollere om du når de målsettingene du har satt deg for de ulike aktivitetene.

I denne delen av markedsplanen beskriver du hvilke kontroller dere skal gjennomføre, hvem som skal stå for dem, og fristene for rapportering.

Med jevne mellomrom bør du kontrollere om du når målene dine, slik at det er mulig å justere underveis i perioden ved behov. På den måten kan du hele tida forbedre deg ved å lære av de feilene dere eventuelt har gjort.

Oppgaver

SWOT - analyse

Forfatter: Oddvar Torgersen, Hanne-Lisbet Løite

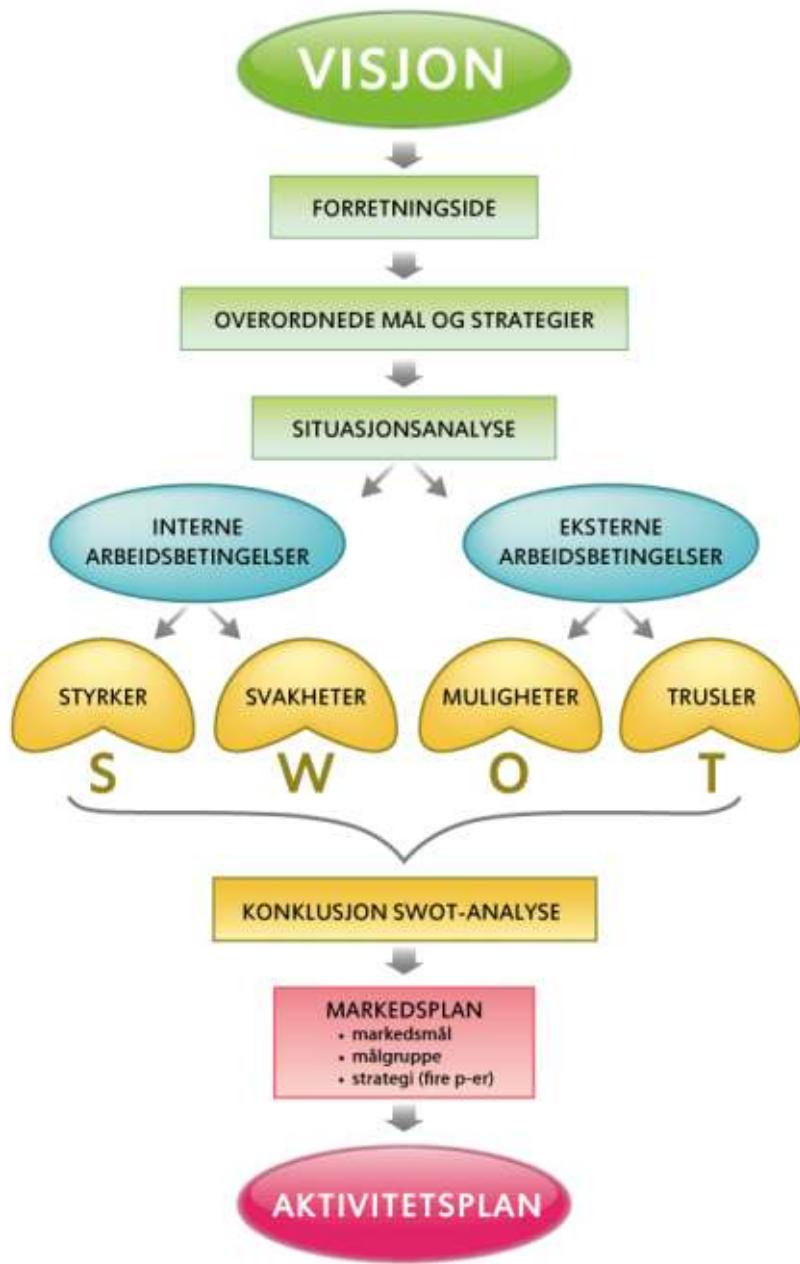
[SWOT - analyse \(134970\)](#)



Ved å analysere sterke sider, muligheter, trusler og svake sider blir du kjent med din egen bedrift og markedet der ute. Det gjør det lettere for deg å lage en strategi for hvordan du skal nå dine markeds mål. En SWOT - analyse er et slikt hjelpe middel.

Oppgave

1. Har du arbeidet for en bedrift i skoleferien eller i helgene? Eller er du utplassert i PTF-faget? Prøv å lage en enkel SWOT-analyse for denne bedriften.
2. Lag en enkel SWOT - analyse for skolen din. Presenter resultatet for ledelsen.



SWOT-skjema

Opphavsmann: [Hege Puntervill](#)

Morten og Minoos SWOT-analyse

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Morten og Minoos SWOT-analyse \(88191\)](#)

Vurder Morten og Minoos SWOT-analyse

Morten og Minoo vurderer å starte en bedrift der de vil tilby kundestøtte for data- og mobilutstyr til privatpersoner og bedrifter i lokalmiljøet.



Morten og Minoo

Fotograf: [Corbis](#)

De setter opp denne SWOT-analysen:

Interne arbeidsbetingelser	Eksterne arbeidsbetingelser	Vurder denne SWOT-analysen for Morten og Minoos support.
Sterke sider <ul style="list-style-type: none">Vi er veldig flinke på data og telefoni.Vi har mye tid å bruke på dette utenom skoletiden.Vi kjenner mange på skolen som kan bli kunder, og som vet at vi er flinke.Vi trenger ikke å kjøpe inn mye utstyr eller ha lokale.	Muligheter <ul style="list-style-type: none">Nesten alle har mobil og datamaskin, og det er mange som trenger hjelp på andre skoler og der vi bor.Fungerer dette godt på skolen vår, kan vi få andre elever på andre skoler til å starte en ny avdeling.Vi kan begynne med nye produkter som passer inn i det vi allerede gjør, og som vi kan selge til de kundene vi alt har, og til nye kunder.Vi kjenner lokalsamfunnet.Vi har få konkurrenter på privatmarkedet.	Bør Morten og Minoo starte opp denne bedriften? Har de tatt hensyn til alle de viktige eksterne og interne
Svake sider <ul style="list-style-type: none">Skal vi selge til flere enn dem vi kjenner, må vi annonse, og det koster penger.Når noen trenger hjelp, kan vi ikke hjelpe dem med en gang, men må vente til etter skoletid.Vi er bare to personer, så det kan bli litt venting for kundene.Blir det mye å gjøre, kan det gå ut over leksearbeidet og	Trusler <ul style="list-style-type: none">Andre på vår skole eller på andre skoler kan bruke forretningsideen vår.Det kommer stadig nye pc- og telefonmodeller, og det vil kreve mye tid å holde seg oppdatert.Når vi er på ferie, er det ingen som kan hjelpe kundene våre.Konkurrenter med mye kapital etablerer seg i distriktet.	

konsentrasjonen på skolen.

- Vi mangler erfaring med å drive forretning.
- Bedriften vår er ukjent i markedet.

arbeidsbetingelsene, eller savner du noen?

Satt på spissen

Forfatter: Live Marie Toft Mogstad

[Satt på spissen \(92442\)](#)



Debatt!

For å kunne sette ord på de ulike sidene ved en situasjonsanalyse må du trene på å snakke om dem! En situasjonsanalyse er ikke så aktuell å diskutere i seg selv, siden den er en metode man kan forstå en bedrift i et marked på. Men den vil være et nyttig utgangspunkt for å diskutere levende bedrifter i klassen. Ta utgangspunkt i de bedriftene og bransjene som er nevnt under, og diskuter problemstillingene.

Situasjonen for NAV og i treningsbransjen

1. NAV er en stor, statlig bedrift. Tror du en bedrift som NAV trenger å gjøre situasjonsanalyse? I så fall hvorfor? Hva tror dere er noen av de interne og eksterne arbeidsbetingelsene i NAV?
2. Ta for dere treningsbransjen. Dere kjenner kanskje noen av de største konkurrentene, som Elixia, SATS, Frisk, Friskis & Svettis og lignende? I senere tid har også den rimelige kjeden EVO kommet på markedet. Diskuter hva som skal til for å være en sterk konkurrent i dette markedet. Hva slags produkter må til for å lykkes, og hva slags kompetanse trenger de ansatte? Gå gjennom alle faktorene i en situasjonsanalyse og diskuter hva som er forutsetningene for en sterk bedrift i denne bransjen. Det er lov å bruke egen erfaring også, kanskje trener du på et slikt senter og har meninger om hva som er bra og dårlig? Velg dere et treningscenter nær skolen dere går på, og gjør en rask SWOT-analyse av det.

Ut på tur!

Forfatter: Live Marie Toft Mogstad

[Ut på tur! \(92436\)](#)



Ut for å bruke kunnskapene

En ting er å sitte på skolen og gjøre ting i teorien, en helt annen ting, som for mange kanskje er mer givende, er å gå ut og se og observere den virkelige verden. Dette gjelder i høyeste grad i faget markedsføring, der vi kan lære en masse av å komme oss ut og se hvordan det vi lærer om på skolen, faktisk fungerer i praksis.

Analyser favorittbutikken din

Ta med deg penn og papir og gå på besøk til favorittbutikken din. Beskriv de interne arbeidsbetingelsene og deretter de eksterne arbeidsbetingelsene. Dersom du synes det er vanskelig å «se» all den informasjonen du trenger, kan du kanskje spørre betjeningen eller få kontakt med lederen?

Lag en SWOT-analyse der du tar med minst tre punkter på hver bokstav i prioritert rekkefølge.

Lag til slutt en konklusjon om bedriftens ståsted i dag, og hva du mener bedriften bør gjøre for at den skal hevde seg i konkurransen i markedet sitt.

Moods of Norway

Forfatter: Hanne-Lisbet Løite

[Moods of Norway \(129474\)](#)



Moods of Norway er en av Norges mest suksessfulle bedrifter med en sterk merkevare i Norge og utlandet. De er kjent for sine sprø markedsføringspåfunn, og flere kjendiser elsker å vise seg i tøyet deres.

I denne oppgaven skal dere gi en vurdering av Moods of Norways markedsmixs. For å kunne svare på oppgaven må dere bruke tid på å sette dere inn i hvordan Moods of Norway markedsfører seg. Dere finner mye interessant og artig ved å lete etter eksempler på Internett samt sjekke hjemmesiden deres: [Moods of Norway](#)

På YouTube fins det også mye relevant.

Dere skal svare på følgende spørsmål:

- a. Gi en kort presentasjon av bedriften Moods of Norway.
- b. Hvordan bruker Moods of Norway de fem p-ene i sin markedsføring? Kom med konkrete eksempler. Dere husker de fem p-ene? Produkt, pris, plass, påvirkning og personale.
- c. Hvilke virkemidler (p-er) mener dere er de viktigste og som Moods of Norway legger mest vekt på? Kom med konkrete eksempler og begrunn svarene deres.

Oppgaven kan løses individuelt, men egner seg godt til gruppearbeid med framføring.

Se under for lenker til aktuell teori.

Informasjonsinnhenting

Informasjon - en introduksjon

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Informasjon – en introduksjon \(88916\)](#)



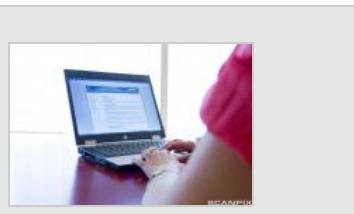
Kompetansemålet for opplæringen sier at du skal kunne bruke relevante digitale verktøy til informasjonsinnhenting. I praksis betyr det å bruke en datamaskin, en mobiltelefon, et nettbrett eller annet digitalt utstyr til å finne informasjon som du trenger i en arbeidssituasjon.

Forkortelsene IT og IKT står for henholdsvis *informasjon* og *kommunikasjonsteknologi*. Men datamaskiner og nettverk er viktige verktøy for å finne, lagre og behandle informasjon. Selve informasjonen kan også være viktig for å ta beslutninger.

Å kunne bruke en datamaskin til å finne informasjon er viktig, men det kan også være i stand til å vurdere kvaliteten på informasjonen og til å ta rette beslutningene.

Video

Selv om de fleste vet hva informasjon betyr, blander vi ikke alltid informasjonen inn i informasjonsmedium. Det amerikanske firmaet MAYA har laget en video som forklarer dette på en enkel måte.



Søknad om opptak til videregående utdanning kan også skje ved hjelp av pc

Fotograf: [Berit Roald](#)



Det er svært enkelt å bruke Internett fra SMART-telefoner

Fotograf: [Svend Ole Kvilesjø](#)

Informasjon – en introduksjon / fagstoff

<http://ndla.no/nb/node/88916>



iPad – nettbrettet til Apple

Fotograf: [Erlend Aas](#)

Betydningen av god informasjon

Forfatter: Arne Jansen, NIKI Forlaget, Amendor AS

[Betydningen av god informasjon \(88917\)](#)



Det finnes mange definisjoner og forklaringer på hva informasjon er, men vi skal begrense oss til informasjon som gir oss mulighet til å gjøre et valg eller ta en beslutning.

Siden informasjon er utgangspunktet for både små og store avgjørelser, er alle virksomheter avhengige av god og oppdatert informasjon. Du må derfor kunne vurdere kvaliteten på den informasjonen du finner.

Informasjonskvalitet

Virksomheter risikerer å tape penger eller få et dårlig rykte hvis de baserer seg på feilaktig informasjon. Tilgang til informasjon som vi kan stole på, er blitt så viktig for alle slags virksomheter at kvalitetssikring av informasjon er et eget fagområde.

Det er særlig Internett som har skapt et slikt behov. En av de store fordelene med Internett er at alle kan legge ut informasjon på en enkel måte. Det gjør at vi har rask tilgang på informasjon om nesten alt. Men enkel publisering av informasjon skaper også en del problemer:

- Det er ikke alltid noen kontrollerer at informasjonen er korrekt.
- Det kan være vanskelig å skille mellom meninger og fakta.
- Foreldet informasjon blir ikke oppdatert eller fjernet.

I trykte bøker er det en redaktør og et forlag som har ansvaret for å kontrollere informasjonen som blir publisert. Men når det gjelder informasjonen vi finner på nettet, er det gjerne den som skal bruke informasjonen, som selv må ta ansvaret for å kontrollere kvaliteten.

Det er ikke alltid så lett å vite hva vi mener med kvalitet, men vi kan si at informasjonen har god kvalitet hvis den er *korrekt, nøytral og oppdatert*.

En annen måte å måle informasjonskvalitet på er å kontrollere at du har riktig informasjon til riktig tid.

Informasjonsalder

Et av kriteriene for god informasjon er altså at den er oppdatert. Et problem med Internett er at ingen er ansvarlig for at informasjonen blir oppdatert eller fjernet når den er foreldet.

Foreldet informasjon kan føre til mye irritasjon og ekstra arbeid. Et viktig kvalitetskriterium for informasjon på Internett er derfor at den er datert slik at du selv har mulighet til å vurdere om den er foreldet.

I tillegg til å sørge for at informasjonen du henter fra Internett er riktig og oppdatert, må du også tenke på den informasjonen du selv eventuelt publiserer på Internett. Hvis du publiserer uriktig informasjon eller glemmer å fjerne eller oppdatere informasjon som du har lagt ut på nettet, kan du skape problemer både for deg selv og andre. Husk at rykter og vandrehistorier lever lenge på nettet.



Har du opplevd at informasjon du har funnet på nettet, har vært feilaktig?

Fotograf: [Corbis](#)

Spørsmål

1. Hva mener vi med informasjon av god kvalitet?
2. Kan du gi eksempel på en situasjon der foreldet informasjon kan skape problemer?

Informasjon i arbeidslivet

Tilgang til riktig og oppdatert informasjon er viktig i alle yrker. Her er noen eksempler:

- En salgs- eller butikkmedarbeider må ha riktig og oppdatert informasjon om produkter og tjenester for å kunne svare på spørsmål fra kunder.
- En reiselivsmedarbeider må ha riktig og oppdatert informasjon om destinasjoner, hoteller og forsinkelser for å kunne gi anbefalinger eller hjelpe reisende på andre måter.
- En yrkessjåfør må ha riktig og oppdatert informasjon om stengte veier og trafikksituasjonen for å kunne velge korrekt rute.
- En IKT-servicemedarbeider må ha riktig og oppdatert informasjon om maskiner og programmer for å kunne rette feil og løse dataprosblemer.



Rafting i Sjoa. Hvor viktig er det at opplysninger om vannføringen i denne elva er oppdatert når du skal bestemme om du vil rafte i dag eller ikke?

Fotograf: [Espen Bratlie](#)

Tenk over

1. Hva kan bli konsekvensene dersom en reiselivsmedarbeider anbefaler et hotell basert på en omtale han eller hun har lest på Internett uten å sjekke hvem som har skrevet omtalen, eller hvor gammel informasjonen er?
2. Hvordan reagerer du hvis du spør en ansatt i en butikk om et produkt du er interessert i, og vedkommende ikke kan svare eller gir deg informasjon som viser seg å være feil?
3. Hvilke problemer kan det føre til hvis et buss-selskap endrer rutetidene, men glemmer å oppdatere nettsidene med de nye tidene?

Bruk av informasjon i praksis

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Bruk av informasjon i praksis \(88919\)](#)



Det er ikke tilstrekkelig bare å *finne* informasjon. Du må også vite hvordan du skal *bruke* den. Det høres kanskje innlysende ut, men ofte er det nødvendig å tenke grundig gjennom hvilken informasjon du trenger, hvordan du skal skaffe den, og hvordan du skal bruke den.

Vi kan dele bruken av informasjon i tre: før, under og etter.

Før

Før du går i gang med å skaffe informasjon, må du tenke gjennom hvordan du skal bruke informasjonen. Det vil si at du må kunne svare på spørsmål som:

- Hva slags informasjon trenger jeg?
- Hvorfor trenger jeg informasjonen?
- Hvor kritisk er informasjonen?
- Hvor kan jeg finne informasjonen?
- Hvilke alternative informasjonskilder har jeg?

Dersom du ikke tenker gjennom hva du skal bruke informasjonen til, risikerer du å overse viktige punkter.

Under (beslutning)

Å bruke informasjon betyr at du tar beslutninger og gjør valg. Da må du tenke gjennom konsekvensene hvis du baserer beslutningen på den informasjonen du har funnet.

Det varierer hvor stor og viktig en beslutning er, og selvsagt er det ikke alltid vi trenger å tenke like grundig gjennom all bruk av informasjon. Men i mange tilfeller er resultatet avhengig av god informasjon, og feilaktig informasjon kan få store konsekvenser.

Etter (resultat)

Det er først når du ser resultatet av den beslutningen du har tatt, at du kan vurdere kvaliteten på informasjonen du fant. Da bør du stille spørsmål som:

- Hadde jeg all informasjonen jeg trengte?
- Var informasjonen pålitelig?
- Var informasjonen oppdatert?

Dermed unngår du å bruke upålitelige kilder neste gang du trenger informasjon til en beslutning.

Eksempel

En yrkessjåfør skal kjøre et vogntog fra Norge til Sør-Europa. Før avreise har han eller hun behov for å finne en hel del informasjon om kjøreruter, lover og bestemmelser i de landene han skal kjøre gjennom, hvilke papirer og tillatelser han må ha med seg, osv.

Han må derfor tenke grundig gjennom hvilken informasjon han trenger, og hvor han kan finne pålitelig informasjon.

De beslutningene han tar basert på den informasjonen han finner fram til, kan være kritisk for resultatet av turen. Velger han feil rute, kan lasten komme for sent fram, og transporten blir dyrere enn forutsatt. Hvis han ikke er kjent med lover og regler, risikerer han problemer med politiet eller tollvesenet. Mangler han nødvendige papirer og tillatelser, risikerer han i verste fall at han ikke får lov til å passere en grense eller levere lasten ved ankomst. Informasjonen må derfor være riktig og oppdatert.

Når han kommer tilbake, er det viktig å vurdere resultatet slik at han kan unngå eventuelle problemer neste gang. Gikk turen som planlagt? Var det noe av informasjonen som ikke var pålitelig, eller som var foreldet? Fantes det informasjon han burde hatt, men som han ikke hadde tenkt på eller ikke fant før turen?

Hver vinter kan vi i norske medier høre om utenlandske yrkessjåfører som får problemer og skaper trafikkaos eller må snu ved grensen fordi de ikke har med seg kjettinger. Dette kunne vært unngått hvis sjåførene hadde funnet fram til korrekt og oppdatert informasjon om kjøreforholdene i Norge før avreise.



Store Norske Leksikon på nett

Fotograf: [Berit Roald](#)

Tenk over

Kan du tenke deg situasjoner der det er viktig å finne korrekt informasjon og vurdere kvaliteten på informasjonen i det yrket du har tenkt å utdanne deg til?



Når du skal velge framtidig yrke, er det viktig at du har god informasjon, for eksempel hvis du har tenkt å starte ditt eget reisebyrå

Fotograf: [Knut Snare](#)



Tror du denne sjåføren sjekket værmeldingen før han dro?

Fotograf: [Johan Nilsson](#)

Informasjonskilder på internett

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Informasjonskilder på Internett \(88921\)](#)



Vi har mange ulike kilder for informasjon: bøker, blad, aviser, tv, radio, venner, familie, lærere, arbeidskollegaer og selvsagt Internett.

Selv om Internett bare er en av mange mulige informasjonskilder, kan vi dele nettet inn i flere underkilder.

Generelle søkesider

Vi bruker søkesider for å finne fram til nettsider som inneholder informasjon om det vi leter etter eller lurer på.

Den mest kjente og mest brukte søkesiden er Google sök (www.google.no). Her kan du søke etter nettsider, bilder og nyheter fra hele verden.

Men Google er ikke den eneste søkesiden. Det finnes mange alternativer både for generelle og spesialiserte søk:

- bing.no (www.bing.no) er Microsofts søkeside. Den gikk tidligere under navnet Live Search og MSN Search.
- [Kvasir](http://Kvasir.no) (nyhetssok.kvasir.no) er en norsk søkeside som særlig fokuserer på norske nettsider. Kvasir har også søkemuligheter for sosiale medier og blogger, dessuten en egen søkeside for barn: [Kvasir Junior](http://Kvasir.Junior) (www.kvasir.no/jr).

Når du bruker søkesider som Google, er det viktig å være klar over at resultatene av et søk blir sortert etter hvor relevante og populære nettsidene er. En nettside med mange besøk, og som andre sider er lenket til, kommer høyere opp på lista enn mindre populære sider.

Selskaper som driver søkemotorer, skal også tjene penger. Det gjør de blant annet ved å selge søkeord. Et firma eller en organisasjon betaler for å bli vist øverst på resultatlista når noen søker på et bestemt ord.

Hvis du for eksempel søker på ordet «kurs» i Google, vil de øverste resultatene på lista være privatskoler. De betalte treffene er markert på farget bakgrunn.

Spesialiserte søkesider

Selv om de generelle søkesidene er mest brukt, er de fleste søkesider på Internett spesialiserte. Det vil si at de blir brukt til å søke etter en bestemt type informasjon eller informasjon innenfor et avgrenset tema.

Det finnes spesialiserte søkesider for nesten alle bransjer og tema, for eksempel:

- På [Gule sider](http://Gule.sider) (www.gulesider.no) kan du søke etter adresse og telefonnummer til firma og personer i Norge.
- På Hotell.no (www.hotell.no) og Hotels.com (www.hotels.com) kan du søke etter ledige rom på hoteller over hele verden.
- På [Vis veg](http://Vis.veg) (www.visveg.vegvesen.no) kan du søke på steder og reiseruter i Norge.
- På yr.no (www.yr.no) og Storm.no (www.storm.no) kan du finne været for de fleste steder i verden.
- På FINN.no (www.finn.no) kan du søke etter hus, biler, båter og annet som er til salgs.



Googles hovedkvarter i California
Fotograf: [Paul Sakuma](#)



Hovedkvarteret til Yahoo – også i California
Fotograf: [Paul Sakuma](#)



Kvasir
Opphavsmann: [Eniro Norge AS](#)



Gule sider
Opphavsmann: [Gule sider](#)

Lista over spesialiserte søkesider kan gjøres lang, og du kan sikkert finne mange gode eksempler selv.

Digitale oppslagsverk

Digitale oppslagsverk er nettsteder som har samlet og ordnet informasjon på samme måte som i et leksikon. De fleste digitale oppslagsverk har også en innebygd søkefunksjon som gjør det enkelt å finne informasjonen.

Eksempler på digitale oppslagsverk:

- [Språkrådet](http://www.sprakrad.no) (www.sprakrad.no) har ordbøker, rettskriving og ordlister.
- [Lovdata](http://www.lovdata.no) (www.lovdata.no) inneholder alle Norges lover og regler.
- [Wikipedia](http://www.wikipedia.no) (www.wikipedia.no) er et nettleksikon som blir skrevet og oppdatert av dem som bruker det.
- [Store norske leksikon](http://www.snl.no) (www.snl.no) er et norsk leksikon fra Kunnskapsforlaget. Her finnes også Norsk biografisk leksikon og Store medisinske leksikon.
- [Statistisk sentralbyrå](http://www.ssb.no) (www.ssb.no) har tall og statistikk om det meste som skjer i Norge.
- CIA – The World Factbook (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>) er et amerikansk nettsted med informasjon om alle verdens land.

Nettaviser

Nesten alle aviser og stadig flere magasiner publiseres på Internett i tillegg til papirutgaven. En del finnes også bare på Internett. Nettstedet [Onlineaviser.no](http://www.onlineaviser.no) (www.onlineaviser.no) har en oversikt over de fleste nettsteder, magasiner og fagtidsskrifter som blir publisert på nett i Norge. I tillegg finner du også lenker til tilsvarende svenske og danske medier.

Aviser og fagtidsskrifter er ofte en god informasjonskilde fordi de har redaktører som er ansvarlige for at innholdet blir kontrollert og er riktig.



Nettavisa adressa.no

Opphavsmann: [Adresseavisen AS](#)

Offentlige nettsteder

Myndigheter og offentlige institusjoner har egne nettsteder med informasjon. Lenkene til disse stedene er samlet på en portal som heter [norge.no](http://www.norge.no) (www.norge.no).

Myndighetene arbeider aktivt for at den informasjonen som publiseres på offentlige nettsteder, skal være så tilgjengelig som mulig og ha best mulig kvalitet. Blant annet har de innført en egen kvalitetsmerking av offentlige nettsider.



Nettavisene har vært populære i lang tid, men mange leser fortsatt avis på papir

Fotograf: [Stian Lysberg Solum](#)

Bokmål | Nynorsk | Sámeieella | English

din veiviser i det offentlige

Aktuell | Temaoverikt | Ditt nærområde | Finn myndighet | Spør oss | Mønslide | Om Norge.no

Søk etter myndighet

Adopsjon Adresseendring Bostedsattest Dødsfall Eiendomsregister
Ektekap Fastlege Flyttemelding Folkeregister
Fødselsattest Fødselspermisjon Kart Kommuner
Namsmann Navneendring Notarius publicus Omsorgslønn
Pass og legitimasjon Personnummer Samboerskap Skåsmisse
Skjøte Tinglysing Visum Vrakpart

Tema A-Å
A B C D E F G
H I J K L M
N O P R S T
U V Y Ø Å

Spør Norge.no
» Telefon 800 30 301
» Nettoplat
» E-post
» SMS
» Taleportal
» Ofte stilte spørsmål

Tid for vinterdekk?
I Sør-Norge kan du bruke piggdekk fra 1. september til 15. oktober. Du kan bruke plattdekk opptil sju dager utenom disse datoene dersom føret krever det. Krevet om tilstrekkelig veggrep viser tyngre enn fristene.
Oslo og Bergen har innført piggdekkobligatorier. Les om dette på kommunenes nettsider.

Det er ingen frister eller geløyser knyttet til brukten av piggfrie vinterdekk.

» Dekk og kjellinger - Vegvesen.no
» Informasjon om luftkvalitet - Klim.no
» Temaseite om piggdekk - Norge.no


» Spør os direkte på nettoplat/chat



norge.no

Opphavsmann: [Direktoratet for forvaltning og IKT](#)

Bedriftenes nettsider

De fleste bedrifter har egne nettsider med informasjon om hva de driver med, og hvordan de kan kontaktes. Etter hvert har mange også fått egne profiler på Facebook og andre sosiale medier.

Selv om de fleste virksomheter prøver å gi så riktig informasjon som mulig, er de også interessert i å framstille seg selv og produktene sine i mest mulig gunstig lys. Med unntak av fakta, for eksempel kontaktinformasjon, må du alltid tenke på at den informasjonen du finner på bedriftenes nettsider, også er en form for reklame. Bedriftene legger sjeldent ut informasjon om sine svake sider eller problemer.

Fag- og bransjesider

I tillegg til fagtidsskrifter (se avsnittet om nettavis) finnes det også mange nettsteder for de enkelte bransjene. Det kan være fagorganisasjoner, arbeidsgiverorganisasjoner eller interesseorganisasjoner.

Selv om slike organisasjoner også har interesse av å framstille bransjen så positivt som mulig, er informasjonen gjerne mer nøytral enn den du finner på bedriftenes nettsider.

Noen eksempler på fag- og bransjesider:

- Reiseliv: [Innovasjon Norge – Reiseliv](#) (www.innovasjonnorge.no/reiseliv)
- Logistikk: [Logistikkforeningen](#) (www.logistikkforeningen.no)
- Transport: [Norges Lastebileier Forbund](#) (www.lastebil.no)
- Transport og logistikk: [Transportalen](#) (www.transportalen.no),
- [Logistikk- og Transportindustriens Landsforening](#) (www.ltl.no)
- Handel og kontor: [Handel og Kontor Norge](#) (www.handelogkontor.no)

Blogger og private nettsider

Private nettsider, blogger og forum er også en kilde til informasjon, men her må du være forsiktig. Det kan være vanskelig å vite om den informasjonen du finner, er skrevet av en erfaren fagperson eller en skoleelever. Det er ingen som er ansvarlig for å kontrollere informasjonen som legges ut på private nettsider, og det er sjeldent feil blir rettet opp. Bloggene er gjerne også preget av eierens personlige meninger, følelser og erfaringer.

Men noen ganger er det nettopp personlige meninger og erfaringer vi er ute etter, for eksempel når vi ønsker informasjon om hva andre synes om et produkt eller en tjeneste.



Digitale søkeverktøy

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Digitale søkeverktøy \(88924\)](#)



I tillegg til å finne informasjon på Internett bør du også kunne bruke søkefunksjoner i dokumenter, i programmer og i filsystemet.

Du bør vite hvordan du søker i digital informasjon, slik at du raskt og effektivt kan finne det du leter etter. Vi har tidligere sett på søkesider på Internett, men det finnes søkefunksjoner også i andre programmer.

Søking i programmer

De fleste tekstbehandlingsprogrammer, regneark og presentasjonsprogrammer har en innebygd søkefunksjon som du kan bruke til å søke i et åpent dokument.

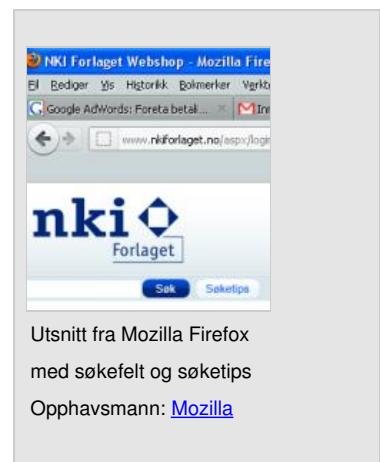
Illustrasjonen viser dialogboksen for søk i Microsoft Word:

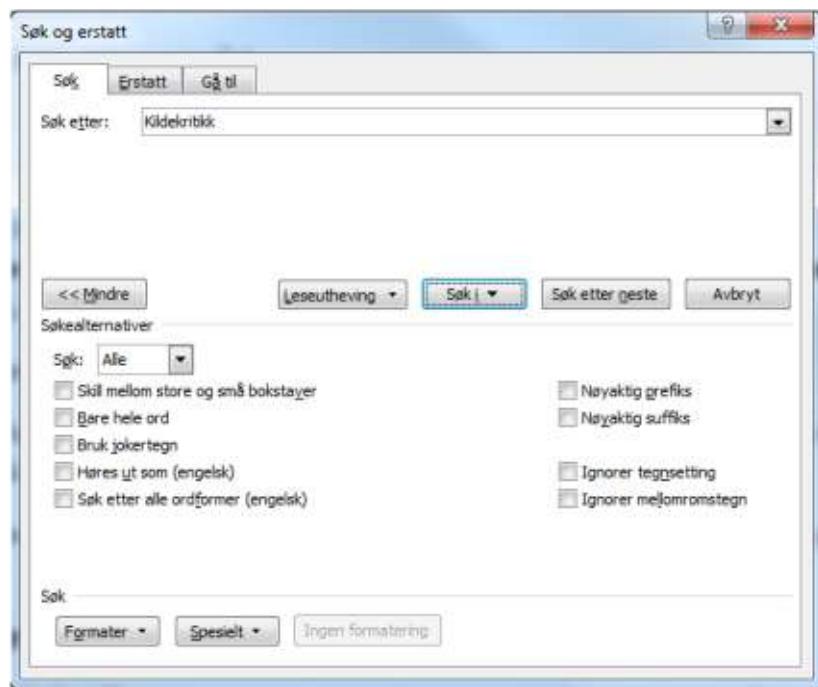


Dialogboks for «Sök» i MS Windows

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Når du klikker på tasten Mer >>, får du mulighet til å spesifisere flere søkealternativer.





Dialogboks for «Søk mer» i MS Windows

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Søking i filsystemet

Du kan også søke etter filer eller programmer som ligger lagret på datamaskinen din eller på en nettverksstasjon.

I Windows finnes det for eksempel søkefelt når du klikker på startknappen og øverst til høyre i filbehandleren.



Søkefelt på startknappen i Windows

Opphavsmann: [Microsoft](#)

Søking på nettsteder

Store nettsteder som nettavis, digitale oppslagsverk, offentlige nettsteder og flere andre har en egen søkefunksjon som bare søker i den informasjonen som finnes på nettstedet. Det kan være nyttig hvis du gjerne vil finne alle artikler en nettavis har skrevet om et bestemt tema.

Søking på nettsider

Selv om du har funnet den nettsiden som inneholder informasjonen du trenger, er det ikke alltid like lett å finne igjen informasjonen på selve siden. Nettsiden kan inneholde mye annen informasjon som du ikke er interessert i.

Nettlesere har derfor også en søkefunksjon som kan søke gjennom teksten på den siden som er oppe. I de fleste nettlesere åpnes et søkefelt eller en dialogboks for å søke i teksten på siden hvis du trykker «**Ctrl+F**» på tastaturet.

Søkemuligheter både i programmer og på nettsider er ofte illustrert med et forstørrelsesglass eller en kikkert.



Innovasjon Norges hjemmeside. Her kan du søke etter informasjon om innovasjon
Opphavsmann: [Innovasjon Norge](#)

Søkestrenger

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Søkestrenger \(88925\)](#)



I tillegg til å finne informasjon på Internett bør du også kunne bruke søkefunksjoner i dokumenter, i programmer og i filsystemet.

Det du skriver inn i søkerfeltet på en nettside eller i et program, kalles *søkestreng*.

De fleste søkerverktøy følger en standard som kan gjøre søkeret mer presist. Fordelen med det er at du får færre og bedre resultater av søkeret. Dermed slipper du å lete gjennom mye unødvendig informasjon for å finne det du er ute etter.

A screenshot of a search interface. At the top, there is a search bar with the placeholder "Produktnr." and the number "678" entered. Below the search bar is a dropdown menu labeled "Søk med bruk av *". Underneath the dropdown, the text "Opphavsmann: [NKI Forlaget](#)" is displayed.

Anførselstegn ("")

Når du skal søker etter en tekst som består av flere ord, kan du skrive søkerordene i anførselstegn. Da leter søkerverktøyet bare etter treff som stemmer med hele uttrykket.

Eksempel: Søkestrengen «"service og samferdsel Vg1"» finner resultater som inneholder hele teksten mellom anførelstegnene.

Pluss- og minustegn (+/-)

Hvis du vil finne flere ord, men ikke nødvendigvis i en bestemt rekkefølge, kan du bruke plussstegn.

Eksempel: Søkestrengen «service + samferdsel» finner treff som inneholder både ordet «service» og ordet «samferdsel», men de trenger ikke stå sammen eller i den rekkefølgen.

Skal du finne et ord, men ikke et annet, kan du bruke minustegn.

Eksempel: Søkestrengen «service – samferdsel» finner treff som inneholder ordet service, men ikke ordet samferdsel.

Jokertegn (*/?)

Jokertegn er tegn som brukes for å erstatte en del av et ord i en søkereng. Vi har to jokertegn: * og ?.

* brukes for å erstatte et helt ord eller uttrykk eller deler av det.

Eksempel: Søkestrengen «samf*» finner resultater som inneholder ord som begynner med samf: samferdsel, samfunn, samfunnshus osv.

? brukes for å erstatte en enkelt bokstav i et ord.

Eksempel: Søkestrengen «?jære» finner resultater som inneholder ordene kjære og tjære, men ikke skjære, for det er en bokstav mer.

Alle søkeverktøy er ikke like avanserte, så du bør undersøke hvilke muligheter du har på det enkelte nettsted.

Kildekritikk

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kildekritikk \(88926\)](#)



Siden informasjon blir brukt til å ta beslutninger, må du kunne vurdere om informasjonen du finner på nettet og andre steder, er så god at du er villig til å stole på den. Det kalles kildekritikk.

Det kan være vanskelig å vurdere kvaliteten på informasjonen du finner. Der er derfor viktig at du stiller noen kritiske spørsmål.

Hvor er informasjonen publisert?

Hvor informasjonen er publisert, kan si mye om kvaliteten. Vanligvis kan du for eksempel stole mer på informasjon som finnes på offentlige nettsider, i digitale oppslagsverk, fagtidsskrifter og bransjesider enn på bedriftssider og private nettsider.

Hvem har skrevet og publisert informasjonen?

Hvem har skrevet informasjonen? Har nettsiden noen ansvarlig redaktør eller utgiver som går god for innholdet? Hvis det ikke er tydelig hvem som står bak informasjonen og nettsiden den er publisert på, bør du være forsiktig med å stole på den.

Wikipedia og liknende oppslagsverk som alle kan redigere, er et spesielt problem i denne sammenhengen. Selv om det er et kjent nettsted, og informasjonen stort sett er både oppdatert og riktig, vet du ikke hvem som har skrevet den, og det er heller ingen som er direkte ansvarlig for at innholdet er korrekt. Det kan derfor være nyttig å kryssjekke informasjonen mot andre kilder.

Hvor kommer informasjonen opprinnelig fra?

Mange nettsider gjengir bare informasjon de har funnet andre steder. Selv om den opprinnelige kilden er troverdig, kan informasjonen være redigert, eller det kan ha sneket seg inn feil når den ble kopiert. Prøv derfor alltid å finne fram til den opprinnelige kilden for informasjonen. Da unngår du også problemer med at kildeinformasjonen kan være oppdatert etter at den ble kopiert.



Du bør alltid vurdere
kildene dine nøyde
Fotograf: [Mimsy Møller](#)

Tenk over

Det er ikke all informasjon på Internett som er riktig eller sann. Hva tror du kan være årsaken til at noen publiserer uriktig informasjon på nettet?



Josef Stalin og Nikolai
Yezhov – før retusjering
Fotograf: [Ukjent](#)

Hvorfor er informasjonen publisert?

Å skrive og publisere informasjon på nettet krever tid og arbeid. De fleste har derfor et mål med den informasjonen de legger ut. Mange virksomheter, organisasjoner og privatpersoner har interesse av å legge ut informasjon som er fordelaktig for dem som støtter deres sak. Reklame er et godt eksempel, men det er ikke alltid like lett å se at den informasjonen du finner på en nettside, egentlig er reklame.

Du må derfor vurdere om hensikten med informasjonen er å informere eller påvirke, og om den består av fakta eller meninger.



Virker informasjonen troverdig?

Er informasjonen nøytral eller ensidig? Stemmer den med det du vet om emnet fra før?

Virker informasjonen overdrevet?

Hvordan ser siden ut?

Se på design, rettskriving og språk. Virker nettsiden amatørmessig eller profesjonell? Finnes det kontaktinformasjon til forfatteren eller den som har laget siden? Inneholder siden reklame eller annonser som virker useriøse?

Kildehenvisninger

Forfatter: Arne Jansen, NKL Forlaget, Amendor AS

[Kildehenvisninger \(88929\)](#)



I mange tilfeller skal du bruke informasjonen du finner, til å gjengi den i andre sammenhenger, for eksempel på en egen nettside eller i oppgavebesvarelser mens du går på skolen. Da er det viktig at du er nøyde med å oppgi kildene for informasjonen korrekt.

Kildehenvisninger til informasjon du finner på Internett, følger de samme reglene som kildehenvisninger til andre skrevne og trykte tekster. Det vil si

- navnet på forfatteren
- dato eller årstall for når informasjonen ble publisert
- navnet på publikasjonen
- navnet på utgiveren

For eksempel slik:



Oppgave

Bruk en søkeside og
søk etter «riktige
kildehenvisninger».
Hva finner du av
informasjon om dette
for elever i
videregående skole?

Ottesen, Lars (2009): *Service og samferdsel Vg1*, Fagbokforlaget.

Legg merke til at vi skriver årstallet i parentes, mens navnet på publikasjonen står i kursivskrift.

For informasjon som du finner på Internett, skriver du kildehenvisningen på samme måte, men i tillegg tar du med web-adressen til nettsiden.

Eksemplet nedenfor viser en kildehenvisning til den siden du leser nå:

Jansen, Arne (2011): Kildehenvisninger, NDLA
<http://ndla.no/nb/node/88929>. Lastet ned 21.9.2012

Å vise til informasjonskilden som du finner på nettet, er ikke alltid så lett. Det finnes kanskje ikke opplysninger om hvem som har skrevet informasjonen, eller når den ble skrevet. Det kan også hende at informasjonen i utgangspunktet er kopiert fra en annen kilde uten at det er oppgitt.

I slike tilfeller må du oppgi den informasjonen du har tilgjengelig, for eksempel slik:

Ukjent (Ukjent): Kildehenvisninger, NDLA
<http://ndla.no/nb/node/88929>. Lastet ned 21.9.2012

Du kan lese mer om riktig kildebruk her: [Digital kompetanse - kildehenvisning](#)

Opphavsrett

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Opphavsrett \(88932\)](#)



Det er lett å kopiere fra Internett og andre digitale medier, men det er ikke alltid lovlig. Kunnskap om opphavsrett er viktig for å unngå å bli lovbrøter ved et uhell.

Hva er opphavsrett?

Ifølge lov om opphavsrett til åndsverk kan vi definere opphavsretten slik:

«Den som skaper et åndsverk, har opphavsrett til verket.»

Opphavsrett vil si at man har rettighetene til hvordan et åndsverk brukes. Men hva er åndsverk?

Et åndsverk er alle former for kunst og litterære arbeider som er unike, for eksempel

- bøker, artikler, dikt og andre skrifter
- foredrag og taler
- skuespill, hørespill og koreografert dans
- musikk og sanger
- film og fotografier
- malerier, tegninger, grafikk, plakater og kart
- skulpturer og bygningskunst
- kunsthåndverk og klesdesign
- datamaskinprogrammer
- oversettelser og bearbeidinger av det ovennevnte

Denne lista er ikke fullstendig, men den gir en god pekepinn om hva som er typiske åndsverk.

Betingelsen for at det skal være et åndsverk, er at det er unikt. Det er det som ligger i at åndsverket er skapt.

Hva mener vi så med at noe er skapt? Her kan vi bruke musikk som eksempel. En komponist som skriver en sang, har opphavsretten til sangen. Dersom en annen artist framfører sangen eller spiller den inn, er det fortsatt komponisten som har opphavsrett til sangen, men artisten har opphavsretten til sin egen framføring av sangen.

Legg også merke til at opphavsrett ikke er noe som må registreres eller meldes fra om. Opphavsretten oppstår i det øyeblikket åndsverket blir skapt.

Økonomiske og ideelle rettigheter

I praksis innebærer opphavsretten at den som har skapt et åndsverk, har økonomiske og ideelle rettigheter til åndsverket sitt.

De økonomiske rettighetene gir skaperen av åndsverket enerett til eksemplarfremstilling (å lage kopier av verket) og til å gjøre verket offentlig tilgjengelig.



Det er ulovlig å kopiere eller videreforske bilder, bøker, musikk eller filmer uten at dette er klarert med rettighetshaverne. På nettet finnes det forskjellige tjenester der vi kan se filmer på lovlige måte, enten mot betaling eller med reklame. Bildet ovenfor er fra filmen «Max Manus» og er brukt med tillatelse fra produsenten

Fotograf: [Filmkameratene AS, Erik Aavatsmark](#)



Kjenner du til dette merket?
Hva innebærer det at noe er merket slik?

Ophavsmann: [Amendor AS](#)

Lenke

[Lov om opphavsrett](#)

Ideelle rettigheter er delt i to: *navneretten* og *respektretten*. Navneretten innebærer at opphavspersonen har krav på å bli navngitt på eksemplarer av verket eller når verket vises eller framføres. Respektretten vil si at dersom andre bruker eller offentliggjør verket, må det ikke skje på en måte som er krenkende for opphavspersonen eller verkets anseelse.

De økonomiske rettighetene til et åndsverk kan selges videre, men ikke de ideelle. En komponist kan for eksempel selge de økonomiske rettighetene til en sang, men den nye «eieren» må fortsatt respektere navneretten og ikke bruke sangen på en måte som er krenkende for komponisten.

Unntak og tidsbegrensning

Opphavsretten gjelder i utgangspunktet alle åndsverk, men det finnes noen få unntak. En del offentlige dokumenter som lover, forskrifter og rettsavgjørelser er ikke beskyttet.

De økonomiske rettighetene har en tidsbegrensning på 70 år etter at opphavspersonen er død, men retten kan i noen tilfeller forlenges, for eksempel til fordel for etterkommerne. De ideelle rettighetene har ingen tidsbegrensning. Vanligvis sier vi likevel at når det er gått 70 år eller mer etter at opphavsmannen døde, er verkene hans «falt i det fri».

Hva betyr opphavsretten i praksis?

I praksis innebærer opphavsretten at du ikke har lov til å bruke eller kopiere andres åndsverk uten at opphavspersonen eller den som eier de økonomiske rettighetene, har gitt deg lov til det.

Det er for eksempel ikke lov til å laste ned fra Internett (fildeling) musikk, filmer, tv-serier, bøker, spill eller dataprogrammer som noen har opphavsrett til, selv om det bare er til privat bruk. Slik nedlasting kalles ofte piratkopiering og er forbudt fordi nedlastingene regnes som en eksemplarframstilling. Opphavspersonen har som nevnt enerett på all eksemplarframstilling.

Du har heller ikke lov til å laste opp verk som er opphavsrettslig beskyttet, fordi det regnes som offentliggjøring av verket.

Hvis du derimot har kjøpt en cd, har du lov til å overføre musikken til for eksempel din egen mp3-spiller eller iPod så lenge det er snakk om privat bruk.

Sitatrett

Du har heller ikke lov til å kopiere bilder eller tekst fra Internett og bruke det for eksempel på din egen nettside eller i en blogg.

Her finnes det likevel et unntak som kalles sitatretten. Den gir deg lov til å sitere fra et åndsverk så lenge du respekterer de ideelle rettighetene og oppgir navnet på forfatteren og verket du siterer fra. Det er en av grunnene til at det er viktig med riktige kildehenvisninger. (Du kan lese mer om det her: [Kildehenvisninger](#))

Men sitatretten har også begrensninger. Lengden på sitatet må stå i forhold til lengden på teksten du siterer fra. Det er ikke greit å sitere det meste av en tekst eller hele teksten.

Konsekvenser av å bryte opphavsretten

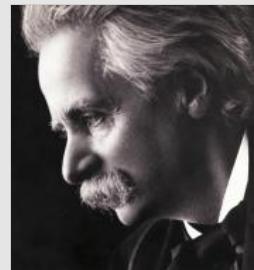
Det er straffbart å bryte opphavsretten, og det gjelder også ulovlig fildeling.

Brudd på opphavsretten og ulovlig fildeling kan straffes med bøter eller fengsel i inntil tre måneder. I ekstra alvorlige tilfeller kan det gis fengsel i inntil tre år. Også uaktsom fildeling kan være straffbart.



Artistene Tshawe Baqua og Yosef Wolde Mariam i «Madcon»

Fotograf: [Berit Roald](#)



Når døde komponisten Edvard Grieg? Betyr det at musikken hans har «falt i det fri»?

Fotograf: [Corbis](#)

Tenk over

Har du selv brutt loven om opphavsrett?

Du kan lese mer om ulovlig fildeling på Ansvarlig Internett:
[Konsekvenser av ulovlig fildeling](#)

I tillegg til straff fra rettsvesenet kan opphavspersonen eller den som eier de økonomiske rettighetene, kreve erstatning fra den som har brutt opphavsretten.

Ved ulovlig fildeling er det også vanlig at datautstyret som er brukt, blir inndratt av politiet.

Som du ser, kan brudd på opphavsretten og ulovlig fildeling ha svært alvorlige konsekvenser. Det er derfor lurt å sette seg inn i reglene.

Åpne lisenser

Forfatter: Arne Jansen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Åpne lisenser \(88933\)](#)



Selv om alt i utgangspunktet er beskyttet av opphavsretten, kan opphavspersonen si fra seg de økonomiske rettighetene. På Internett finnes det en rekke ressurser med åpen lisens som fritt kan brukes på visse vilkår.

Creative Commons

Creative Commons (CC) er en internasjonal organisasjon som har som mål å gjøre det mulig for opphavspersoner å dele eneretten til et åndsverk med andre. Til det formålet har Creative Commons laget et sett lisenser for tilgjengeliggjøring, framføring og bearbeiding av åndsverk.

Med en Creative Commons-lisens kan opphavspersonen gi personer rett til å bruke et åndsverk på visse betingelser uten at det må inngås en egen avtale med opphavspersonen.

Det er fire såkalte lisenselementer som opphavspersonen kan utstyre åndsverket sitt med. Hvert element har et eget symbol.



Creative Commons
Opphavsmann:
CreativeCommons.org

Lenke
[Creative Commons Norge](http://CreativeCommons.org/Norge)

De fire lisenselementene settes sammen til seks forskjellige lisenser:

1. navngiving
2. navngiving og del på samme vilkår
3. navngiving og ingen bearbeiding
4. navngiving og ikke-kommersiell

 <p>Creative Commons Navngiving Opphavsmann: CreativeCommons.org</p>	<p>Navngiving – innebærer at opphavspersonen til verket må navngis. Siden navngiving er en av de ideelle rettighetene, kan den ikke velges bort og er derfor med i alle Creative Commons-lisenser.</p>
 <p>Creative Commons Ingen bearbeiding Opphavsmann: CreativeCommons.org</p>	<p>Ingen bearbeiding – betyr at du har lov til å bruke åndsverket i uendret tilstand. Bearbeiding eller endring av verket er forbudt. Det samme gjelder framstilling av såkalte avleddete verk, for eksempel «remix» eller «mashups».</p>
	<p>Ikke-kommersiell – innebærer at verket ikke kan brukes kommersielt, for eksempel i reklame eller i andre sammenhenger der brukeren tjener penger på verket.</p>



Creative Commons Ikke-kommersiell
Opphavsmann: CreativeCommons.org



Creative Commons Del på samme vilkår
Opphavsmann: CreativeCommons.org

Del på samme vilkår – betyr at bearbeidinger av verket bare kan spres på samme vilkår som det opprinnelige verket. Hvis du for eksempel lager en «remix» av en sang, må du gjøre den tilgjengelig igjen med samme Creative Commons-lisens.

navngiving, ikke-kommersiell og del på samme vilkår

6. navngiving, ikke-kommersiell og ingen bearbeiding

5.

Creative Commons kan brukes for alle typer åndsverk, men det vanligste er tekst, fotografier, video og musikk. Alt innholdet her på NDLA er publisert med Creative Commons-lisens.

Open Source

Open Source eller åpen kildekode er en fellesbetegnelse på frie lisenser for dataprogrammer. Åpen kildekode vil si at selve programkoden til et dataprogram er gjort tilgjengelig for alle.

I tillegg til at vi kan bruke programvaren gratis, har vi ofte også lov til å gjøre tilpasninger og endringer i programmet selv.

Mange kjente programmer distribueres som åpen kildekode, for eksempel nettleseren FireFox, kontorpakken OpenOffice, bildebehandlingsprogrammet GIMP og operativsystemet Linux.

Det finnes flere lisensyper for åpen kildekode, men den vanligste er GNU General Public License.

Freeware

Freeware er den engelske betegnelsen på gratis programvare der kildekoden ikke er tilgjengelig, og der det ikke er lov til å modifisere programmet.

Freeware er gjerne en begrenset versjon av et kommersielt program. Freeware-versjonen kan brukes gratis, men ønsker vi tilgang til alle funksjonene i programmet, må vi betale for en fullversjon.

I andre tilfeller kan programmet være gratis for privatpersoner (hjemmebruk), men ikke for virksomheter. Et eksempel her er antivirusprogrammet Avast.

```
public static void main (String args[]) throws IOException {
    String name = "Amendor";
    String surname = "AS";
    String file = "Amendor AS";
    Session session = Session.get("Amendor Properties");
    File file1 = new File(file);
    Properties properties = new Properties();
    properties.setProperty("name", name);
    properties.setProperty("surname", surname);
    properties.setProperty("file", file);
    session.openFile(file1, "Amendor Properties");
    session.write(properties, Integer.parseInt("30000"));
    session.close();
}
```

Utsnitt av en åpen kildekode fra www.planet-source-code.com

Opphavsmann: Amendor AS

Oppgaver

Hva er god informasjon?

Forfatter: Arne Jansen

[Hva er god informasjon? \(134974\)](#)



Virksomheter risikerer å tape penger eller få et dårlig rykte hvis de baserer seg på feilaktig informasjon. Tilgang til informasjon som vi kan stole på, er blitt så viktig for alle slags virksomheter at kvalitetssikring av informasjon er et eget fagområde. Hva er god informasjon?

Oppgave

1. Hva mener vi med informasjon av god kvalitet?
2. Kan du gi eksempel på en situasjon der foreldet informasjon kan skape problemer?
3. Kan du tenke deg situasjoner der det er viktig å finne korrekt informasjon og vurdere kvaliteten på informasjonen i det yrket du har tenkt å utdanne deg til?
4. Det er ikke all informasjon på Internett som er riktig eller sann. Hva tror du kan være årsaken til at noen publiserer uriktig informasjon på nettet?
5. Bruk en søkeside og søk etter «riktige kildehenvisninger». Hva finner du av informasjon om dette for elever i videregående skole?
6. Har du selv brutt loven om opphavsrett?

Selskaps- og organisasjonsformer

Valg av selskapsform

Forfatter: Oddvar Torgersen, Amendor AS, NKI Forlaget

[Valg av selskapsform \(94602\)](#)



Det er interessant å skape en forretningsidé og utvikle en forretningsplan. Da blir en ivrig etter å komme i gang. Men bedriften må først registreres. Vi skal her se på lover og regler som myndighetene har satt for registrering av forretningsdrift, og vi skal se på ulike selskapsformer.

Registrering av bedriften

Mange føler registreringsarbeidet som et uoverstigelig hinder, og de har lyst til å gi opp. Men myndighetene har nå forenklet denne prosessen, og de arbeider med ytterligere forenklinger.

Uansett lønner det seg å bruke en regnskapsfører eller en annen kompetent person som hjelp i dette papirarbeidet. Det koster penger, men du blir spart for mange ergrelser og forsinkelser. Særlig gjelder det hvis det er et aksjeselskap du skal registrere. Innsatsen kan dermed koncentreres om det som skal gi inntekter.

Det er en stor fordel at du kjenner til det grunnleggende før du søker hjelp. Dermed kan du ha en mer meningsfull kontakt med den som skal hjelpe deg, og spare tid.

For tips til valg av selskapsform, se denne videofilmen [Valg av selskapsform](#)

Valg av selskapsform

Du må nå velge *selskapsform* (foretaksform), og valget står vanligvis mellom disse alternativene:

- enkeltpersonforetak (EF)
- ansvarlig selskap (ANS og DA)
- aksjeselskap (AS)
- samvirkeselskap/andelslag (BA)

Det alternativet du velger, vil i første rekke få betydning for eierens/eiernes ansvarsforhold, handlefrihet og skatteforhold. Selskapsformen bør være tilpasset til bedriftens situasjon. Vær oppmerksom på at det som oftest er lettere å gjøre om et enkeltpersonforetak eller et ansvarlig selskap til aksjeselskap enn omvendt.

Brønnøysundregistrene



Søk profesjonell hjelp til
papirarbeidet

Fotograf: [Corbis](#)



Du må velge selskapsform

Fotograf: [Arne Ove Bergo](#)

Brønnøysundregistren
e: [www.brreg.no](#)

Brønnøysundregistrene er et statlig foretak og spiller en nøkkelrolle i arbeidet for å forenkle næringslivets forhold til det offentlige. Her finnes mange viktige registre der selskaper og foretak registrerer seg og får organisasjonsnummer, firmaattest o.l. Mest kjent er Enhetsregisteret og Foretaksregisteret.

Enhetsregisteret sørger for at alle offentlige etater kan samarbeide og utveksle data gjennom et felles *organisasjonsnummer*. I stedet for at hver etat sender ut et eget skjema til bedriftene, sørger Enhetsregisteret for at opplysningene blir samlet på ett sted.

Foretaksregisteret har ansvaret for å registrere alle norske og utenlandske foretak i Norge. Registeret skal sikre rettsvern og økonomisk oversikt, og er en viktig kilde for alle som trenger korrekte opplysninger om aktørene i norsk næringsliv. Det samme gjelder enkeltpersonforetak som driver handel med innkjøpte varer eller har mer enn fem ansatte i full stilling. Andre enkeltpersonforetak kan registrere seg på frivillig basis.

Register	Oppgaver
Foretaksregisteret	sentralregisteret over norske selskaper
Enhetsregisteret	samordner opplysninger i ulike offentlige registre
Regnskapsregisteret	økonomisk informasjon om norske virksomheter
Løsøreregisteret	gir rettsvern for rettigheter/pant i løsøre
Konkursregisteret	oversikt over konkurser og tvangsavviklinger etter 1992
Oppgaveregisteret	oversikt over informasjonsplikter for næringslivet



Brønnøysundregistrene

Fotograf: [Arnt Ragnar](#)

[Arntsen](#)



Foretaksregisteret gir

korrekte opplysninger om
aktører i norsk næringsliv

Fotograf: [Mimsy Møller](#)

Enkeltpersonforetak

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Enkeltpersonforetak \(94629\)](#)



Som navnet tilsier, eies et enkeltpersonforetak av en enkeltperson. I et slikt foretak driver du for egen regning og risiko. Vi skal her se litt på hva det innebærer å drive et enkeltpersonforetak.

I et enkeltpersonforetak står innehaveren ansvarlig for alt i forbindelse med næringsvirksomheten. Det er med andre ord ikke skille mellom innehaverens og virksomhetens formue og inntekter.

Enkeltpersonforetak er ikke regulert av noen lov, og det kan ikke firmaet organiseres og styres. Du har stor personlig frihet i et enkeltpersonforetak.

Virksomheten blir registrert i Enhetsregisteret, og regnes til et selskap. Det vil få tildelt et organisasjonsnummer. Hvis foretaket har mer enn én eier må det registreres i Føretaksregisteret.

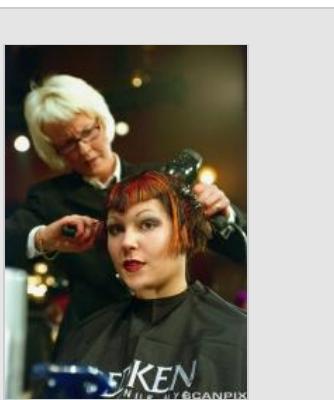
Foretakets navn må inneholde eierens etternavn, for eksempel
Snekkerjenester Leif Snekkerbakken

For de fleste nyetablerere vil det være naturlig å velge denne selskapsformen. Det skyldes ofte begrensete ressurser i oppstartsfasen, og det er få formaliteter (skjemaer og papirer) knyttet til å starte enkeltpersonforetak. Heller ikke er det noe krav til egenkapital.

Du kan gjerne ha lønnet arbeid i tillegg til denne driftsenheten, men du må opplyse likningskontoret om at du også har *næringsinntekt*. Næringsinntekt vil si at du oppgir antatt inntekt og betaler *forskuddsskatt*. Du må også levere *næringsoppgave* i tillegg til vanlig selvangivelse. Næringsoppgaven viser bedriftens økonomi.

Når du starter et enkeltpersonforetak, må du være klar over den økonomiske risikoen du tar. Du risikerer å miste alle dine personlige eiendeler. Denne farens og all sunn fornuft tilsier at du alltid må gå forsiktig fram med hensyn til økonomi. Når virksomheten vokser, kan det være lurt å omregistrere seg til en annen type foretak, for eksempel aksjeselskap.

Ønsker du firmavern og firmaattest, må du



Et enkeltpersonforetak eies av en enkeltperson

Fotograf: [Mikael Jonsson](#)



For de fleste nyetablerere er det naturlig å velge enkeltpersonforetak

Fotograf: [Øystein Søbye](#)

registrere deg i Føretaksregisteret. Firmavernet innebærer blant annet at firmanavnet er beskyttet, og firmaattesten er nyttig å ha som bevis overfor banker og leverandører. Ønsker du også disse fordelene for et mindre enkelpersonføretak, koster det 2127 kr ekstra.



Du må være klar over den

økonomiske risikoene

Fotograf: [Kerstin Mertens](#)

Ansvarlig selskap

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Ansvarlig selskap \(94631\)](#)



Ansvarlig selskap kalles en virksomhet som drives av to eller flere personer for felles regning og risiko. Vi skal her se hvilke forpliktelser det innebærer å velge denne selskapsformen.

Selskapsavtale

Eierne av et ansvarlig selskap omtales gjerne som *kompanjonger*. Hver av dem har et personlig ansvar for selskapets samlede forpliktelser.

Ansvarlige selskaper er regulert av *selskapsloven*. Den inneholder blant annet regler om at det skal opprettes en selskapsavtale mellom deltakerne, i tillegg til regler om selskapsmøte, eierskifte, oppløsning og avvikling.

Det må holdes et *selskapsmøte* ved stiftelsen av et ansvarlig selskap. Her lager en protokoll og utarbeider en skriftlig *selskapsavtale* som må underskrives av alle kompanjonene. Protokollen og selskapsavtalen sendes til Foretaksregisteret. Formålet med selskapet og verdien av innskuddene skal komme fram. Det skal også opplyses hvordan overskudd skal fordeles og underskudd dekkes.

Registrering av selskapet

Selskapet skal registreres i Enhetsregisteret og Foretaksregisteret, og man må betale et gebyr.

Foretaksnavnet for ansvarlige selskap skal inneholde ordene ansvarlig selskap eller forkortelsen ANS. Har deltakerne i det ansvarlige selskap delt ansvar, skal foretaksnavnet inneholde ordene selskap med delt ansvar eller forkortelsen DA. Et foretaksnavn må som minimum bestå av en sammenstilling av tre bokstaver fra det norske alfabetet.

Navnet må ikke være villedende eller kunne forveksles med andre registrerte foretak.

Sjekk [Foretaksnavneloven](#) for mer informasjon.

Selv om det ikke kreves noe *styre* i et ansvarlig selskap, bør du sørge for å ha en gruppe som i praksis fungerer som styre. Det kan være en garanti både for deg selv og for dem som har skutt inn penger i bedriften din. Det er krav om styre dersom de ansvarlige deltakerne ikke er aktive i selskapet.



Kompanjonger

Fotograf: [Anders Wiklund](#)



En selskapsavtale må underskrives

Fotograf: [Berit Roald](#)

I praksis finnes det to hovedformer for ansvarlige selskaper, ANS og DA. I et ANS har deltakerne ansvaret for hele bedriftens gjeld. Dersom en kompanjong ikke kan betale, må kravet dekkes fullt ut av de andre. Det kalles *solidarisk ansvar*.

I et DA er ansvaret delt, og hver kompanjong er ansvarlig for en gjeld som står i forhold til vedkommendes eierandel.

Alle ansvarlige selskaper har *bokføringsplikt*. De har også full regnskapsplikt dersom salgsinntektene er større enn 5 millioner kroner, og dersom de har mer enn fem ansatte eller mer enn fem deltagere.



Fotograf: [Corbis](#)

Aksjeselskap I

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Aksjeselskap I \(94632\)](#)



Aksjeselskap er den vanligste selskapsformen i Norge. Det er nok med én aksjonær. Her skal vi først se litt på aksjekapital og ta for oss oppstarten og aksjeloven.

Aksjekapital

Aksjekapitalen har lenge vært på minst 100 000 kr. Dette kravet er nå redusert til 30 000 kr. Aksjekapitalen må settes inn på bedriftens konto. En *aksje* er et eierbevis for den enkelte aksjonær.

Et aksjeselskap er et selskap med begrenset ansvar. I et slikt selskap hefter ingen av eierne for mer enn den innskutte aksjekapitalen.

Vær likevel oppmerksom på at det særlig i etableringsfasen kan være nødvendig for aksjonærerne å stille personlig garanti for lån til selskapet. Da hefter en også for beløpet en står som garantist for.

For å kunne registrere et aksjeselskap må det holdes [stiftelsesmøte](#) og en konstituerende [generalforsamling](#). Generalforsamlingen er et møte for eierne.

Aksjeloven

Aksjeloven gjelder for aksjeselskaper. En ny aksjelov trådte i kraft 1. januar 1999. Loven gjelder også for selskaper som er stiftet før denne datoен.

Siden ansvaret i et aksjeselskap er begrenset, er det naturlig at lovgivningen i høy grad ivaretar *kreditorenes* interesser, altså de som har lånt til selskapet eller gitt kreditt. Dersom selskapet går konkurs eller blir oppløst av annen grunn, skal selskapets kreditorer ha full dekning før det eventuelt utbetales noe til aksjonærene.

Den som inngår en avtale med selskapet, skal i størst mulig grad kunne gjøre det i tillit til at aksjekapitalen ikke er «spist opp» av underskudd. Underskudd tærer på aksjekapitalen. Derfor er det naturlig at aksjeloven legger stor vekt på at aksjekapitalen ikke er «brukt opp».

Aksjeloven tar også sikte på å verne aksjeeierne i selskapet mot å bli svindlet og lurt. Loven krever derfor stor åpenhet om selskapets forhold.

Rettigheter



Fotograf: [Mimsy Møller](#)

Lenke

[Oppstart av aksjeselskap](#)

[Aksjeloven](#)



Aksjeloven

Opphavsmann: [Cappelen](#)

[Damm Akademisk](#)

Det er naturlig å velge aksjeselskapsformen når bedriften alt fra starten har en viss størrelse, eller ved etablering i en risikobransje. Du blir lønnsmottaker i bedriften og drar nytte av sykepengeordningen, ferieloven og arbeidsmiljøloven.

Du vil også komme inn under ordningen med yrkesskadeforsikring og dagpenger ved arbeidsledighet. Du har dermed langt større trygghet ved å etablere et aksjeselskap enn ved å drive et enkeltpersonforetak.

Skal du involvere venner og bekjente i etableringen, er det viktig for vennskapet at dere gjør skikkelige avtaler. Her er det åpenbart store fordeler ved å drive et aksjeselskap. Selskapet kan bare etableres og drives i samsvar med lovverket, noe som er et godt grunnlag for å ivareta den enkeltes interesser og rettigheter. Ved å velge denne selskapsformen kan mange unødvendige diskusjoner unngås.

De største aksjeselskapene kalles ASA, *allmennaksjeselskap*. Når de når en viss størrelse, må aksjekapitalen økes til minst én million kroner. Det finnes om lag 600 slike selskaper i Norge.



Fotograf: [Dag G.](#)

[Nordsveen](#)



Du må være myndig (18 år) for å kunne kjøpe aksjer

Fotograf: [Kerstin Mertens](#)

Aksjeselskap II

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Aksjeselskap II \(94665\)](#)



Vi skal se mer på aksjeselskapet som selskapsform. Vi skal lære litt om generalforsamlingen, litt om styret og om daglig leder.

Styrets organer

Ettersom aksjeselskapet er et selskap og ikke en person, må det handle gjennom etablerte organer.

Generalforsamlingen

Generalforsamlingen består av selskapets eiere og er øverste myndighet i selskapet. Det holdes årlig generalforsamling, innen seks måneder etter utgangen av regnskapsåret. Da fastsetter en blant annet resultatregnskapet, disponering av overskudd og utdeling av utbytte, og andre saker som etter lov og vedtekter hører inn under generalforsamlingen.

Generalforsamlingen må velge en *revisor*, ettersom aksjeselskaper har revisjonsplikt. Foretak med en omsetning under 5 millioner kroner kan etter nye regler søke om fritak for å ha revisor.

Styret

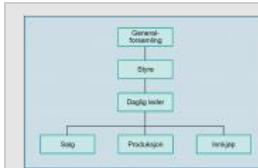
Styret velges av generalforsamlingen og skal bestå av minst tre medlemmer og en leder. Styret kan selv ha den daglige ledelsen, men vanligvis blir det ansatt en egen leder. Styret er blant annet ansvarlig for at det føres ordentlig regnskap. Styremedlemmene er ikke ansatt i firmaet.

Styret bør møtes minst fire ganger i året. Ofte holdes det styremøte annenhver måned for blant annet å gå gjennom resultatutviklingen de siste to månedene.

Etter den nye aksjeloven har styret et mye større ansvar. Hvis styret unnlater å gjøre noe som er pålagt etter loven, kan styremedlemmene bli erstatningsansvarlige. Det er spesielt viktig å følge opp likviditeten og den lovbestemte størrelsen på egenkapitalen.

Styret er virksomhetens øverste ledelse. Styret skal ta seg av viktige oppgaver og bidra til utvikling av selskapet. En bør derfor unngå at styret blir en forsamlings av venner og familie.

Administrasjonen, som er ansatt, skal iverksette og gjennomføre styrets vedtak.



Selskapsorganer
Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)



Generalforsamling
Fotograf: [Olav Olsen](#)



Styret
Fotograf: [Corbis](#)

Lenker

[Kvinner gjør styrene mer effektive](#)

[Kvinner beriker styrene](#)

Går du inn på lenkene i margen, kan du lese om hva kvinnene har å tilføre styrene.

Daglig leder

Styret bør lage en *instruks* for daglig leder. Den kan inneholde:

Mål for stillingen

Hva styret ønsker å oppnå ved å ansette daglig leder.

Organisasjon og plassering

Ved hjelp av et organisasjonskart kan en vise at daglig leder står mellom styret og organisasjonen ellers.

Ansvar, myndighet, fullmakter og økonomiske rammer for beslutninger

Det ansvaret og den myndigheten som daglig leder er gitt av styret, må spesifiseres. Det kan være at styret setter grenser for bruken av større pengebeløp o.l. I slike tilfeller må vedkommende hente tillatelse fra styret.

Generelle arbeidsoppgaver for daglig leder

Daglig leder kan også ha tittelen disponent eller administrerende direktør. Vedkommende tar hånd om den daglige driften etter styrets retningslinjer.



Fotograf: [Katrine Nordli](#)



Daglig leder

Fotograf: [Corbis](#)

Aksjeselskap III

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Aksjeselskap III \(94667\)](#)



Vi skal se mer på aksjeselskapet som selskapsform. Nå skal vi ta for oss en del nødvendig kontorarbeid i forbindelse med oppstart av et aksjeselskap. Blant annet skal vi se på ulike skjemaer, organisasjonsnummer og navn.

Stiftelsesdokument

Skjemaet *Stiftelsesdokument for aksjeselskap* er et standarddokument utarbeidet av Justisdepartementet og kan brukes ved enkle selskapsstiftelser. Dokumentet inneholder utkast til vedtekter, aksjebeløp og en rekke andre momenter som aksjeloven krever.

Etter at aksjekapitalen er tegnet i selve stiftelsesdokumentet, det vil si at størrelsen på beløpet er blitt bestemt, og stiftelsesdokumentet er underskrevet, kan det straks holdes en konstituerende generalforsamling som vedtar selve stiftelsen.

Det føres møteprotokoll med blant annet opplysninger om sted og dato. Deretter velger en selskapets styre og revisor. Protokollen skal underskrives av aksjonærene.

Stiftelsesdokumentet, sammen med kopi av møteprotokollen og erklæring fra revisor, sendes så Enhetsregisteret som vedlegg til selve registreringsskjemaet (se nedenfor).

Registreringsskjemaet

Myndighetene har samordnet all nødvendig registrering til Enhetsregisteret. Alle opplysninger som går igjen på offentlige spørreskjemaer, er derfor samlet på ett sted.

Du forholder deg altså bare til én registrering ved å fylle ut de aktuelle feltene for den selskapsformen du velger. Som oftest er det relativt få felt som skal fylles ut. Det er laget en god veiledning til utfyllingen, med illustrerende eksempler.

Registreringsskjemaet består av to hoveddeler, men den andre delen er bare aktuell for dem som skal starte virksomhet som faller inn under merverdiavgiftslovens bestemmelser. Denne delen må fylles ut hvis merverdiavgiftspliktig omsetning i virksomheten overstiger 50 000 kr i løpet av en periode på tolv måneder.

Underskriften må bekreftes av advokat eller to myndige personer. Registreringsskjemaet sendes til Enhetsregisteret i Brønnøysund.

Ved å gå inn på «Samordnet registermelding» (se lenke) kan du registrere bedriften din elektronisk uten å gå veien om papirformat. Dette skjemaet er selve «nøkkelen» i registreringen og består av 200–300 felt. Noen få dokumenter må fortsatt sendes på papir. Foreløpig må du også sende nødvendige underskrifter og fullmakter i posten, men det jobbes med en løsning med digital signatur.

Organisasjonsnummer



Stiftelsesmøte

Fotograf: [Anders Wiklund](#)



Brønnøysundregistrene

Fotograf: [Johannes Haugan](#)

Alle virksomheter får tildelt et organisasjonsnummer. Dette nummeret erstatter etter hvert mange andre nummer. Organisasjonsnummeret skal være med på alle dine forretningsdokumenter. Det sikrer trygghet og troverdighet mellom samarbeidspartnere og i forhold til myndighetene.

NO 987 654 321 MVA er et eksempel på organisasjonsnummer for en bedrift som har kontakt med kunder og leverandører i utlandet, er registrert i merverdiavgiftsmanntallet og i Føretaksregisteret.

Bedrifter som er registrert i Føretaksregisteret, får i tillegg firmavern og firmaattest. Firmavernet innebærer blant annet at firmanavnet er beskyttet. Firmaattesten er nyttig å ha som bevis overfor banker og leverandører.

Ettersom alt er offentlig registrert, vil en del av opplysningene være tilgjengelige for andre interesserte, alt etter hvilket register det er snakk om.

Å registrere et selskap i Føretaksregisteret koster 5320 kr. Det er ikke anledning til å begynne selve driften før registreringen er gjort og organisasjonsnummeret er mottatt.

Navn på aksjeselskap

Et aksjeselskap har gjerne et upersonlig navn etterfulgt av forkortelsen AS, for eksempel MultiMedia AS. Noen større selskaper setter forkortelsen foran firmanavnet, for eksempel AS Hafslund.



Utfylling av
registreringsskjema
Fotograf: [Jens Sølvberg](#)

Lenke

[Samordnet
registermelding](#)



Fotograf: [Bjørn Frostad](#)

Ryddigere med AS?

Kommentaren nedenfor stammer fra en ung og suksessrik gründer og ble gjengitt i magasinet Kapital i serien «Gründerguiden»:



Fotograf: [Corbis](#)

«Jeg startet med et enkelpersonforetak, men innen fire år registrerte jeg et aksjeselskap. Dette ga meg to helt atskilte økonomier, min egen og bedriftens. Alt ble mye ryddigere. Jeg visste 100 % sikkert hvem som betalte hver enkelt regning.

Det å føre samtlige utgifter over samme konto ble for rotete og skapte mer stress overfor likningsmyndighetene når selvangivelsen skulle fylles ut. Jeg kunne også se klarere hva bedriften tjente. Valget var ikke skattemotivert ettersom jeg som aktiv eier i mitt eget AS betaler den samme skatten som før. Det hele ble bare ryddigere.»

Samvirkeselskap

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Samvirkeselskap \(94674\)](#)



Vi skal se på selskapsformen *samvirkeselskap* ved å vise en del eksempler og ta for oss ulike krav som stilles.

Eksempler på norske samvirkeselskap er Samvirke (skogeiere), Norsvin (svineprodusenter) og Nortura (kjøtt- og eggprodusenter).

Krav til samvirkeselskap

Denne selskapsformen passer når to eller flere ønsker begrenset personlig ansvar og risiko. De gjør det for å ivareta sine forbruksmessige eller yrkesmessige interesser, eller for å skaffe seg arbeidsplasser. Det er en forutsetning at investeringene ikke er større enn at deltakerne selv makter å stille nødvendig egenkapital.

For å få selskapet registrert som samvirkeselskap, også kalt andelslag (BA), må det framgå av vedtekten at deltakerne i tillegg til å eie selskapet også skal bruke selskapet.

Selskapet skal registreres i Føretaksregisteret, og gebyret er

5320 kr. Det er ingen krav til minimumskapital ved etableringen. Først ved en omsetning på over 5 millioner kroner inntrer full regnskaps- og revisjonsplikt.

Selskapsformen er også aktuell for interesseorganisasjoner som ikke driver næringsvirksomhet. Slike selskaper skiller seg fra andre selskapsformer ved at de er eid og styrt av brukerne.

Lenker

Coop: www.coop.no

Norske Skog:

www.norskeskog.com

Norsvin:

www.norsvin.com

Nortura:

www.nortura.no



Fotograf: [Tore Wuttudal](#)



Fotograf: [Gorm Kallestad](#)

Oversikter

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Oversikter \(94675\)](#)



Her skal vi ta for oss en oversikt som hjelper oss med å sammenlikne de ulike selskapsformene. Vi skal også se på en oversikt som viser rettigheter du har som selvstendig næringsdrivende og som ansatt.

Ulike selskapsformer

Organisasjonsform/ foretakstype	Antall eiere	Nødvendige dokumenter	Ansvar	Firmanavn	Forkort.	Register og kostnad
Enkeltpersonforetak	en	under fem ansatte og ikke salg av innkjøpte varer, forenklet register-melding eller samordnet register-melding	ubegrenset ansvar	må inneholde eierens etternavn		Enhetsregisteret, gratis Foretaksregisteret, 2127 kr
Ansvarlig selskap	to eller flere	samordnet register-melding Selskapsavtale: <ul style="list-style-type: none">• formål• fordeling EK• fordeling av over-/underskudd	solidarisk eller delt ansvar	må inneholde ordene ansvarlig selskap eller ANS, eller selskap med delt ansvar eller DA.	ANS DA	Foretaksregisteret, 2127 kr Kommer samtidig i Enhetsregisteret
Aksjeselskap	en eller mange	samordnet register-melding Stiftelsesdokument: <ul style="list-style-type: none">• selskapets navn• forretnings-kommune• formål• størrelse• pålydende• antall styremedlemmer• saker/	begrenset ansvar	stor frihet	AS	Foretaksregisteret, 5320 kr Kommer samtidig i Enhetsregisteret

Selvstendig næringsdrivende eller ansatt

Nedenfor finner du hvilke regler som gjelder for deg dersom du er *selvstendig næringsdrivende* eller er *ansatt*.

Bestemmelser	Arbeidstakere i et aksjeselskap, enkeltpersonforetak eller ansvarlig selskap	Selvstendig næringsdrivende som driver enkeltpersonforetak eller ansvarlig selskap
Sykepengeordningen	100 % dekning opptil seks ganger grunnbeløpet (arbeidsgiver dekker de 16 første dagene)	Ingen dekning de 16 første dagene. 65 % dekning fra og med dag nr. 17. Tilleggstrygd kan tegnes
Arbeidsmiljøloven Ferieloven Lønnsgarantiloven Permitteringsloven	omfattes av loven	faller som hovedregel utenfor lovene
Særfordeler ved yrkesskade	omfattes av loven	faller utenfor loven med mindre det er tegnet frivillig yrkesskadetrygd
Dagpenger ved arbeidsledighet	Dagpenger ved arbeidsledighet	faller som hovedregel utenfor

Lenke

Gode tips til registrering av foretak [Registrering av foretak](#)

Organisasjoner

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Organisasjoner \(94677\)](#)



Skal vi få utført noe sammen med andre, har vi behov for en viss form for ledelse og organisering. Selv da vi var barn, prøvde vi å finne slike løsninger. For bedrifter er det livsnødvendig. Jo større bedriften er, desto viktigere er god organisering.

Organisasjon

En organisasjon er en gruppe mennesker som arbeider under felles ledelse og mot felles mål.

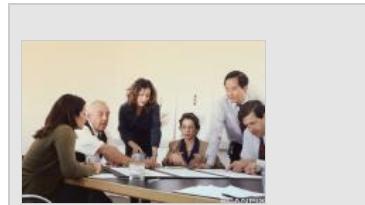
Organisasjonsutvikling

En organisasjon må hele tida være i utvikling, den må være i takt med endringer i omgivelsene. Det må foregå en organisasjonsutvikling. Ser ikke ledelsen behovet for endringer i tide, vil det før eller seinere oppstå kriser. Vi skal ikke sluke alle nye trender og møter rått, men må heller ikke glemme at samfunnet er i stadig endring.

Tenk over disse eksemplene på organisasjonsutvikling:

Eksempler på hva Internett har gjort med forretningsdriften

Bankkundene gjør selv transaksjoner på nettet, og kundene har mindre kontakt med bankens ansatte. Ved bestilling av reiser kan vi i større grad sette sammen pakker selv på nettet, noe som har ført til mindre behov for personlig kontakt.



Fotograf: [Corbis](#)



Hva har Internett gjort med forretningsdriften?

Fotograf: [Hilde Tobro](#)

Eksempler på hva smarttelefoner og iPad har gjort med virksomhetenes måte å drive på

Avisenes satsing på iPad-utgaver krever et annet personale enn tidligere.

Har du selv flere eksempler på næringsvirksomheter som er i stadig endring?

Vi ser også en klar tendens i retning av større desentralisering av myndighet og ansvar, og dermed mer selvstyrte avdelinger og grupper. Medarbeiderne får økt innflytelse over egen jobbsituasjon og fullstendig ansvar for utførelsen av gruppas egne oppgaver. I enkelte tilfeller kan gruppa også ha ansvaret for eget budsjett og resultat.

Organisasjonsplan og arbeidsfordeling

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKİ Forlaget, Amendor AS

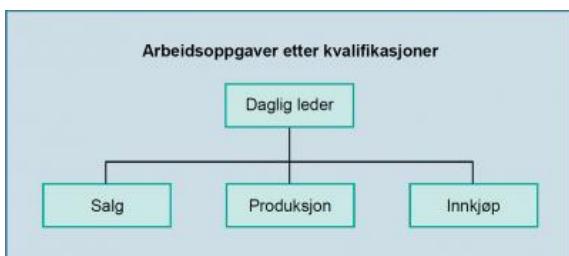
[Organisasjonsplan og arbeidsfordeling \(94682\)](#)



Enhver organisasjon trenger ledelse og ansvarsfordeling. Det mønsteret som dannes, kaller vi *struktur*. Ved hjelp av en organisasjonsplan kan vi få oversikt over strukturen – fordelingen av ansvar og myndighet. En organisasjonsoversikt viser avdelingenes navn og gjerne navnene på ledere og mellomledere.

Funksjon

Som ansatt får du dine arbeidsoppgaver etter kvalifikasjoner. Vi får da en arbeidsdeling etter *funksjon*. Funksjonene blir samordnet i avdelinger: Vi får økonomer i økonomiavdelingen, selgere i salgsavdelingen osv. Funksjonene utgjør byggsteinene i organisasjonsstrukturen.



Arbeidsoppgaver etter kvalifikasjoner

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)



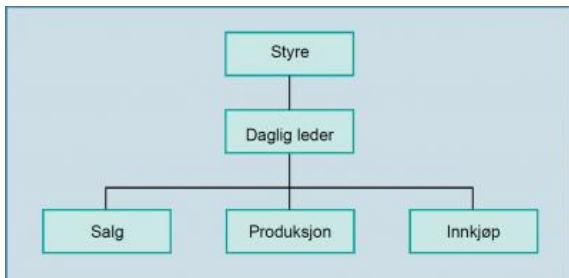
Alle organisasjoner trenger ledelse og ansvarsfordeling

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)

Vi kan også ha en arbeidsdeling etter produkter, tjenester, produksjonsprosess og geografisk plassering. Disse faktorene er grunnleggende. Deretter følger funksjonene.

Linjeorganisasjon

En større organisasjon må bygges opp i et mønster som tydelig viser hvem som har myndighet. Vi kaller det *hierarki*. En slik organisasjon kan illustreres med en pyramide, der overhodet sitter på toppen, ledere og mellomledere er lagdelt nedover, og «fotfolket» finnes på bunnen. Denne organisasjonsformen kalles også *linjeorganisasjon*.



Linjeorganisasjon

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)



Kommandolinjene må være klare

Fotograf: [Corbis](#)

Med «linje» mener vi linja fra toppen og nedover, derav begrepene linjeledelse og kommandolinje. Ordrene går ovenfra og ned. Når en medarbeider har et uløst problem, går henvendelsen nedenfra og opp. Dette mønsteret må ikke brytes. Ved problemløsing skal alle ansatte gå *tjenesteveien*, det vil si at linja følges konsekvent ved større utfordringer.

Hver medarbeider har bare én overordnet, og den enkelte leder har full myndighet over sitt område, *kontrollspennet*. En slik organisasjon blir *byråkratisk* ettersom det er klare ansvars- og myndighetsforhold.

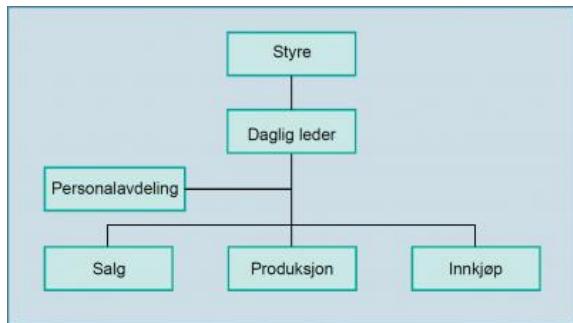
Linje–stab-organisasjon

Større bedrifter er oftest organisert ut fra et linjemønster, men det danner seg gjerne *staber* som «utvekster» på linja. Ordet «stab» har militær bakgrunn og betegner støtteapparatet rundt de militære lederne.

Stabene er ikke berørt av det vanlige mønsteret for ordrer, og de er derfor utenfor linja. Staben er gjerne en slags service- og støttefunksjon for resten av organisasjonen og utfører gjerne fellesfunksjoner.



Fotograf: [Lena Johansson](#)



Linje–stab-organisasjon

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)

Eksempler på staber er personalavdeling, IT-avdeling, reklameavdeling, produktutviklere, økonomikontor og interne rådgivere. Stabsavdelinger gir ikke selv ordrer, men skaffer til veie informasjon slik at ledelsen og andre kan ta beslutninger. Staben har bare rådgivende myndighet utad, men stabssjefen har ansvaret for og kontrollen over sitt eget personale.

Linjeorganisasjonen og linje–stab-organisasjonen er klassiske organisasjonsmodeller. Næringslivet opplever i dag et stort press fra omgivelser i endring, og det er derfor ofte behov for organisasjonsmodeller med større tilpasningsevne.

Hva skal vi velge?

En rekke interne og eksterne faktorer spiller inn ved valget av organisasjonsform. Ofte utvikler bedriftene kombinasjoner av de klassiske organisasjonsmodellene. Det som gjerne bestemmer organisasjonsformen, er størrelsen på bedriften, formålet og bransjen.

Ingen organisasjonsform er bedre enn andre. Om vi har funnet en modell som fungerer, må den ikke bli statisk, men stadig vurderes på nytt. Står vi stille, går vi egentlig bakover, og de negative følgene uteblir ikke. En dyktig ledelse sørger for å være tilpasset framtida – ikke fortida.



Fotograf: [Katrine Nordli](#)

Kapitalbehov

Startkapital

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Startkapital \(93160\)](#)



Morten og Minoo er kommet et stykke på vei med planene om å starte sin lille IT-bedrift *Morten og Minoos support*. Vi skal nå se hva de trenger av utstyr. Vi skal også se hvor stor startkapitalen må være, og hvordan de har tenkt å skaffe den.

Morten og Minoo har tidligere laget en *forretningsplan* som inneholder foreløpige planer om hvordan bedriften skal finansieres. De har valgt *aksjeselskap* som selskapsform. De har en *aksjekapital* på 100 000 kr, selv om myndighetene ikke krever mer enn 30 000 kr.

Vi skal se nærmere på hvilke utfordringer Morten og Minoo har med å vurdere hva de trenger av eiendeler. Vi skal også se hvordan de har tenkt å finansiere dette ved hjelp av egne midler, og hvordan de vil skaffe resten av pengene. De pengene som eierne selv skyter inn, kalles gjerne *startkapital*.

Hva trenger de av eiendeler?

Det første de må gjøre, er å finne ut hva de trenger av eiendeler for å kunne drive bedriften. Etter mye planlegging er de kommet fram til dette:

Inventar

To kontorpulter, to kontorstoler, en kundeskranke, en sittegruppe (bord og fire stoler), en sofa, to hyller for pyntegenstander og brosjyrer, fire bilder til å henge opp på veggen, fire blomsterkrukker, to tepper



Morten og Minoo

Fotograf: [Corbis](#)

Datautstyr

En dataserver, to bærbare pc-er med dokkstasjon, en kopimaskin (kombinert med skriver, skanning og telefaks), dataprogrammer (to lisenser med Microsoft Office, en lisens med Visma Avendo regnskaps- og fakturaprogram, to lisenser med Visma CRM kundestøtteprogram) og ett kassaapparat



Inventar

Fotograf: [Corbis](#)

Hva trenger de av kapital?

Morten og Minoo har brukt mye tid på å hente inn tilbud, og de har søkt på finn.no etter brukte gjenstander. De har nå funnet hva de trenger, og oversikten ser slik ut:

Eiendeler	
Inventar	50 000
Datautstyr	90 000
Kontanter	25 000
Sum	165 000



Datautstyr

Fotograf: [Paal Audestad](#)

I tillegg til eiendelene på til sammen 140 000 kr føler de behov for å ha en kontantreserve på 25 000 kr til løpende utgifter. Det kan være kritisk å gå helt tom for kontanter. De har ikke bestilt noen eiendeler ennå, og de må først finne ut om de greier å skaffe de pengene som trengs.

Hvordan skal de skaffe kapitalen?

Morten og Minoo har greid å skaffe seg hele *egenkapitalen* på 100 000 kr. Noe av dette har de skaffet ved å låne av sine foreldre. Begge mødrene kommer også til å være en del av bedriftsstyret.

Egenkapital og aksjekapital er nesten det samme. Det som skytes inn, er aksjekapital. Etter hvert som bedriften tjener penger, kommer overskuddet i tillegg til aksjekapitalen. Samlet vil dette utgjøre egenkapitalen.

Morten og Minoo avtaler et møte med den lokale banken for å diskutere ytterligere finansiering. De vil be om et *langsiktig lån* på 50 000 kr. Det er et ønske at lånet skal løpe over tre år. Alle lån som løper mer enn ett år, er langsiktige. *Løpetid* vil si antall år som er avtalt for lånet.

Det de trenger utover dette, blir finansiert gjennom en *kassakreditt*. Kassakreditt er et fleksibelt lån. Det blir avtalt en ramme, det vil si hvor mye en totalt kan låne. Så betaler en renter i forhold til hvor mye en til enhver tid har trukket (eller lånt) fra kassakreditten. Alle innbetalinger fra kundene og alle utbetalinger til kostnader kan da gå mot denne bankkontoen.

Mange har en slik ordning knyttet til lønnskontoen. Vanligvis står det penger på kontoen, men en kan for eksempel trekke 10 000 kr ekstra. På den måten kan kontoen komme i minus, og da må en betale renter av dette.

Morten og Minoo bestemmer seg for å søke om en kassakreditt med en ramme på 100 000 kr. Da vil de ha den kontantreserven de trenger.

Møtet i banken går svært bra. Bankens rådgiver er imponert over forretningsplanen, styresammensetningen og oppsettet over eiendelene. Lånet og kassakreditten blir innvilget.



Balanse

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Balanse \(93195\)](#)



Her skal vi lære å sette opp balansen og få vite litt om anleggsmidler og omløpsmidler. Vi skal også se på hvor stor egenkapitalen er.

Hva er balansen?

Etter at Morten og Minoo har skaffet seg oversikt over eiendeler og finansiering, kan de lage denne oppstillingen:

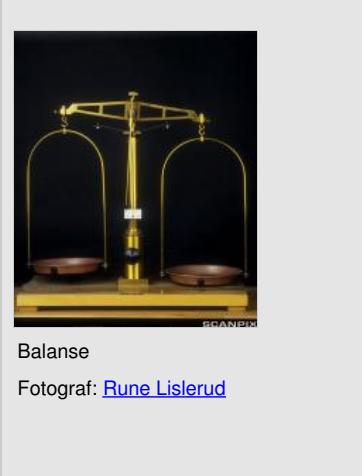
Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Inventar	50 000	Egenkapital	100 000
Datautstyr	90 000	Lån	50 000
Kontanter	25 000	Kassakreditt	15 000
Sum	165 000	Sum	165 000

Les mer om balanse i [«Vi fører regnskap»](#).

Nå er det ikke trukket penger på kassakreditten ennå, men de har fått et bilde av situasjonen. De har laget en *balanse* for bedriften sin.

Det heter balanse fordi summen av eiendeler og summen av egenkapital og gjeld balanserer – de er like store. Vi kan si at høyre side viser hvor pengene kommer fra, mens venstre side viser hva pengene er brukt til. Høyre side viser med andre ord kapitalanskaffelsen, og venstre side viser kapitalanvendelsen. Det er «samme pengene» som står på de to sidene i balansen.

Balanse			
Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Anvendelse		Anskaffelse	



Balanse

Fotograf: [Rune Lislerud](#)

Balanse viser til enhver tid bedriftens økonomiske situasjon eller stilling.

Balanse med flere detaljer

Anleggsmidler og omløpsmidler

Balanse kan settes opp enda mer detaljert:

Balanse			
Anleggsmidler		Omløpsmidler	

Eiendeler		Egenkapital og gjeld	
Anleggsmidler		Egenkapital	
Inventar	50 000	Akjsekapital	100 000
Datautstyr	90 000		
Omløpsmidler		Langsiktig gjeld	
Kontanter	25 000	Lån	50 000
		Kortsiktig gjeld	
		Kassakreditt	15 000
Sum	165 000	Sum	165 000

Inventaret og datautstyret de skal skaffe seg, kaller vi *anleggsmidler*. Disse midlene skal kjøpes inn til varig eie og bruk, de skal ikke selges.

Kontantene kaller vi *omløpsmidler*. Etter hvert får de et lite varelager, det er også et omløpsmiddel. Når de fakturerer kundene sine, skylder kundene dem penger. Det kaller vi *kundefordringer*, som også er omløpsmidler. Når kundene betaler inn, får Morten og Minoo mer kontanter. Disse pengene kan igjen brukes til å kjøpe inn flere varer.

Pengene går altså i en slags runddans. De bindes i varelager og kundefordringer og blir frigjort i kontanter, for så å bli bundet igjen. Det er derfor det heter omløpsmidler.

Oversikten nedenfor viser hovedelementene i en balanse.

Balanse	
Eiendeler	Egenkapital og gjeld
Anleggsmidler	Egenkapital
Bygg og tomt	Aksjekapital (innskutt egenkapital)
Kjøretøy og maskiner	Opptjent egenkapital (overskudd/underskudd)
Inventar og møbler	Langsiktig gjeld
Data- og kontorutstyr	Pantelån
Omløpsmidler	Andre langsiktige lån
Varelager	Kortsiktig gjeld
Kundefordringer	Kassakreditt
Kontanter	Leverandørgjeld
	Offentlige avgifter

Fremmedkapital

Balanse vil hele tida endre seg når forretningsdriften kommer i gang. Det vil oppstå flere poster med kortsiktig gjeld, som er pengene de skylder leverandørene og det offentlige (merverdiavgift, skattetrekk og arbeidsgiveravgift). Det at det offentlige og andre bedrifter er villige til å gi dem kreditt og lån, er til støtte for bedriften og på en måte en del av finansieringen.

All finansiering som Morten og Minoo ikke selv står for, kan vi kalle *fremmedkapital*. Det er altså gjelda. Da er det kanskje letttere å forstå hvorfor disse postene står på samme side av balansen. Egenkapitalen kan jo ses på som en slags gjeld som bedriften har til Morten og Minoo.

Det kan være interessant for Morten og Minoo å se hvor stor del av finansieringen de har skaffet selv. Det kan regnes ut i prosent. De tar da egenkapitalen, 100 000 kr, deler på den totale kapitalen, 165 000 kr, og ganger så dette med 100 %:

$$\frac{100\ 000\ \text{kr} \cdot 100\ \%}{165\ 000\ \text{kr}} = 60,6\ \%$$

60 % er en høy andel. Nye bedrifter bør ha en egenfinansiering på ca. 40 %. Andelen faller gjerne noe når ny gjeld oppstår, men den bør alltid være over 25 %.

I bransjer med liten risiko kan kanskje 10 % være nok, men i bransjer med stor risiko kan behovet være over 40 %. Når egenkapitalen er høy, er bedriften mer solid, og den har større evne til å tåle tap.

Det er styrets oppgave å følge med på størrelsen på egenkapitalen. Hvis bedriften går med underskudd, tærer det på egenkapitalen. Dersom mer enn 50 % av den innskutte egenkapitalen blir «spist opp», er det fare på ferde, og en risikerer å bryte loven. Loven sier nemlig at minst 50 % av den innskutte egenkapitalen alltid skal være ubrukt. Hvis Morten og Minoo får et underskudd på over 50 000 kr, er det altså fare på ferde.

Betalingssevne

De som skal gi kreditt, ser på størrelsen av egenkapitalen. De må kunne stole på at de ikke taper på å gi kreditt.

Det er viktig at vi alltid har penger til å betale det vi skylder til rett tid. Når fakturaen fra en leverandør forfaller, for eksempel en strømregning, må vi ha kontanter eller penger igjen på kassakreditten til å betale den. Det kaller vi *betalingssevne* eller *likviditet*. På kort sikt er likviditeten kanskje viktigere enn resultatet.



Balanse?

Fotograf: [Espen Brattie](#)



Morten og Minoo

Fotograf: [Corbis](#)



Det er styrets oppgave å følge med på størrelsen på egenkapitalen

Fotograf: [Science Photo Library](#)



Fotograf: [Tor Erik Schrøder](#)

Finansieringskilder

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Finansieringskilder \(93208\)](#)



Her skal vi se nærmere på hvordan Morten og Minoo finansierer bedriften sin. Vi skal se hvor de kan låne penger, og hva slags lån de kan få. Vi skal også se på hva det koster å låne penger.

Partnere

Det er lurt at vi ikke er allein når vi skal drive en bedrift. Vi får støtte av hverandre på mange måter, ikke minst er det en støtte å kunne dele på egenkapitalen.

Etter hvert kan det bli behov for å få inn flere eiere eller *aksjonærer*. Da blir det flere *partnerne*. Det kan være både fordeler og ulemper med dette, men når en driver et aksjeselskap, slik Morten og Minoo gjør, er alle bundet av lover og regler. Da blir det ikke så lett gnisninger mellom partnerne.

Hvis vi driver en bedrift allein, og det går galt, mister vi alt. Er det flere som deler eierskapet til bedriften, er det flere til å dele på tapet. Det er også mer sannsynlig å overleve når det er flere partnerne og aksjekapitalen er større.

Ulike typer banklån

Langsiktige lån

Lån med løpetid over ett år kaller vi *langsiktige lån*. Banken vil oftest ha sikkerhet for lånet med pant i eiendom eller eiendeler i bedriften. Vi kaller det derfor *pantelån*. Det er gunstigere renter på slike lån enn på kortsiktige lån.

Dersom bedriften ikke greier sine forpliktelser med å betale avdrag og renter, kan banken gjøre bruk av sikkerheten. Det vil si at eiendelene må selges for å dekke bankens krav.

Kortsiktige lån

Lån med løpetid under ett år kaller vi *kortsiktige lån*. Slike lån er gjerne uten sikkerhet og har vanligvis noe høyere rente enn langsiktige lån.

Kassakreditt

Kassakreditt er et «fleksibelt» lån. Vi avtaler en ramme, hvor mye vi totalt kan låne, og vi betaler rente i forhold til hvor mye vi til enhver tid har trukket eller lånt på kassakreditten.

Rentene på kassakreditten er forholdsvis høye. Vi betaler én rentesats for trekk under 60 % av ramma og en høyere rentesats for det som er trukket over 60 % av ramma. Ved trekk over 100 % er det enda høyere rente, såkalt *strafferente*. Dersom vi ikke har trukket noe på kassakreditten, men faktisk har et innskudd, får vi renteinntekter. Men rentesatsen er ikke så stor for slike «innskudd».

Renter

Rentesatsen på et lån, slik den står i låneavtalen, kaller vi *nominell rente*. Ettersom det kommer bankgebyrer i tillegg, blir renta egentlig høyere. Vi snakker om *effektiv rente*.



Partnerne

Fotograf: [Corbis](#)



Fotograf: [Jens Sølvberg](#)

Det er viktig med god planlegging når det gjelder finansieringen. Egenkapitalen og den langsiktige gjelda kaller vi *langsiktig finansiering*. Den bør normalt være høy. Det er den kortsiktige gjelta som er farlig, for den gir høye rentekostnader. Har vi dårlig likviditet slik at vi ikke greier å betale alt ved forfall, gir det ekstra høye rentekostnader, også kalt *morarenter*.



Fotograf: [Harald Henden](#)

Kalkyle

Hva er prising?

Forfatter: Steinar Madsen, Kyrre Romuld

[Hva er prising? \(62382\)](#)



Prisen er det kunden betaler for et produkt, og prissetting er den framgangsmåten vi bruker for å fastsette denne prisen. Vi skal nå se på de vanligste metodene for prissetting. Målet er å finne en pris som dekker de aktuelle kostnadene og bidrar til fortjeneste.

Bedrifter konkurrerer

Norge har en blandingsøkonomi der de aller fleste bestemmes av konkurransen mellom ulike tilbydere. Kunden får best mulig pris, og at tilbydere får samme tilgang til markedet.

En tilbyder som ikke har direkte konkurranse, står frie sine, men kan likevel ikke ta hvilken som helst pris unaturlig høy pris, og et veldig høyt prisnivå vil tiltrekke seg nye leverandører.

Gjennom EØS-avtalen er Norge med i EUs europeiske innbærer blant annet at alle større offentlige innkjøp slik at alle leverandører kan konkurrere om en leveranse.

Kostnadene påvirker prisen

For den som skal selge varer og tjenester, er det avgjørende å tjener penger. Priser vi varen eller tjenesten på en måte som ikke dekker kostnadene våre, vil vi fort måtte innstille driften. I verste fall går vi konkurs. Vi skal etter hvert se på hvordan vi beregner ulike typer kostnader. Vi har to hovedtyper av kostnader:

Produktrettede kostnader

Den første typen kostnader er knyttet direkte til den aktuelle varen eller tjenesten, som for eksempel:

- prisen på selve varen eller tjenesten
- fraktkostnader
- transportforsikring



Direktør Knut Eggum

Johansen i

Konkurransetilsynet.

Fotograf: [Knut Erik](#)

[Knudsen](#)

Direktør Knut Eggum Johansen i Pris- og konkurransetilsynet kontrollerer at den frie konkurransen fungerer for både bedrifter og forbrukere.

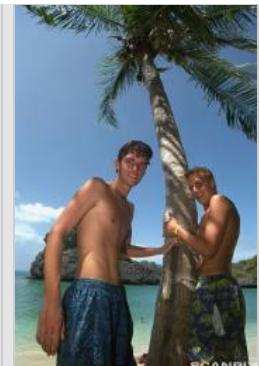
Bedriftsrettede kostnader

Den andre typen kostnader henger ikke direkte sammen med den aktuelle varen eller tjenesten. I denne gruppa finner vi

- husleie
- renter på lån
- lønnskostnadene
- avskrivninger (verdinedgang)
- årsavgift på biler
- sosiale kostnader som pensjonsforsikring og julebord

Metoder for prising

Det finnes ulike metoder for å beregne pris. Du skal lære de tre vanligste: selvkostmetoden, påslagsmetoden og bidragsmetoden.



Ryggsekketuristene Tom

og Daniel valgte de
rimeligste billettene til
Thailand

Fotograf: [Mattis Sandblad](#)

Ryggsekketuristene
Tom og Daniel valgte
de rimeligste billettene
til Thailand.

Line bruker selvkostmetoden

Forfatter: Kyrre Romuld

[Line bruker selvkostmetoden \(75829\)](#)



Line har fagbrev i salgsfaget og er ansatt som butikksjef i en større elektronikkjede. Hun bruker vanligvis selvkostmetoden når hun skal kalkulere priser.

God kontroll på kostnadene

Line sier at den viktigste årsaken til at hun bruker selvkostmetoden, er at den gir henne en trygghet for at prisene dekker inn kostnadene. Hver gang hun får et vareparti inn i butikken, kalkulerer hun prisen på hver vare. Ofte gjør hun også priskalkyler når hun skal ta stilling til hvilke nye varer hun skal ta inn til butikken. Om hun ikke føler seg ganske trygg på at varen vil oppnå en pris som både dekker kostnader og hennes egne krav til fortjeneste, så lar hun være å tilby denne varen. Ikke sjeldent er det altfor optimistiske varekjøp som gir en butikk økonomiske problemer.

Line bruker en enkel modell for selvkostkalkyle. I avsnittene som følger, skal vi fylle inn linje for linje i denne modellen. Line har akkurat fått et parti med digitale kameraer inn i butikken, og vi vil bruke disse som eksempel.

Første trinn – direkte varekostnad

Modellen tar utgangspunkt i varens innkjøpspris. Når Line får et tilbud om å ta inn en vare fra en leverandør, så sjekker hun prisen på den aktuelle varen. Har Line fått et parti uprisede varer fra kjeden inn i butikken, finner hun prisen på den aktuelle varen i fakturaen eller på pakkseddelen.

Pakkseddelen viser at kameraet har en pris på 960 kroner. Denne innkjøpsprisen legger vi inn i modellen.

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	
= inntakskost	
+ indirekte kostnader	
= selvkost	
+ fortjeneste	
= salgspris uten merverdiavgift	
+ merverdiavgift	
= salgspris	

Andre trinn – andre direkte kostnader

I selvkostmetoden er det viktig å finne alle kostnader som har direkte med et produkt å gjøre. I dette tilfellet ser Line at hun har betalt 600 kroner i frakt for tolv kameraer. Hun deler fraktkostnaden for hele sendingen på antall produkter og får 50 kroner per produkt i andre direkte kostnader.

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	50,00 kr
= inntakskost	
+ indirekte kostnader	
= selvkost	
+ fortjeneste	
= salgspris uten merverdiavgift	
+ merverdiavgift	
= salgspris	

Tredje trinn – sum inntakskost

I selvkostmetoden brukes begrepet inntakskost om det det koster «å få en vare inn». Lines tilfelle er kameraet betalt inn til butikken når hun har gjort opp for direkte varekostnad og andre direkte kostnader. Hun summerer disse i tabellen og får en inntakskost på 1010 kroner, men fortsatt er det et stykke igjen til endelig pris.

Fjerde trinn – indirekte kostnader

For Line koster det å drive butikken. Med jevne mellomrom går hun gjennom alle kostnadene hun har til å drive butikken. I

farten kan hun komme på husleie, strøm, rente på lån, lønn til ansatte og annonser i lokalavisa. Hun kunne helt sikkert kommet på flere. Sammen med regnskapsføreren sin har hun beregnet disse kostnadene og fordelt dem på omsetning. De ønsket å finne en fast prosentsats og endte på 60 prosent. Det betyr at Line bør ha et tillegg på 60 prosent på inntakskosten på alle varer for å dekke de mange kostnadene som ikke kan knyttes til et spesielt produkt. I dette tilfellet blir den indirekte kostnaden per kamera 606 kroner. Dette legger hun inn i en ny linje i modellen.

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	50,00 kr
= inntakskost	1 010,00 kr
+ indirekte kostnader	606,00 kr
= selvkost	
+ fortjeneste	
= salgspris uten merverdiavgift	
+ merverdiavgift	
= salgspris	

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	50,00 kr
= inntakskost	1 010,00 kr
+ indirekte kostnader	606,00 kr
= selvkost	
+ fortjeneste	
= salgspris uten merverdiavgift	
+ merverdiavgift	
= salgspris	

Femte trinn – selvkost

Med begrepet selvkost menes både det «selve varen» har kostet og det «varen har kostet oss selv». Dette er et viktig trinn for at varen nå skal kunne selges uten tap. Varen har fått en pris som gjør at den dekker både varens egne kostnader og de felles kostnadene som alle varer må være med å dele på. Line fyller inn en ny linje tabellen. Prisen på kameraet er nå kommet opp i 1616 kroner. Nå gjenstår det bare å tjene penger, tenker Line.

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	50,00 kr
= inntakskost	1 010,00 kr
+ indirekte kostnader	606,00 kr
= selvkost	1 616,00 kr
+ fortjeneste	
= salgspris uten merverdiavgift	
+ merverdiavgift	
= salgspris	

Sjette trinn – fortjeneste

Line synes det er kjekt å drive butikk. Aller kjekkest er det når et månedsregnskap viser et godt overskudd. Hun har i samråd med kjeden og regnskapsføreren satt en sats på fortjeneste på 30 prosent. Dette blir 484,40 som hun runder av til 485 kroner.

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	50,00 kr
= inntakskost	1 010,00 kr
+ indirekte kostnader	606,00 kr
= selvkost	1 616,00 kr
+ fortjeneste	485,00 kr
= salgspris uten merverdiavgift	
+ merverdiavgift	
= salgspris	

Sjuende trinn – salgspris uten merverdiavgift

Nå er Line så godt som i mål. Hun har fått en salgspris uten merverdiavgift på 2101 kroner.

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	50,00 kr
= inntakskost	1 010,00 kr
+ indirekte kostnader	606,00 kr
= selvkost	1 616,00 kr
+ fortjeneste	485,00 kr
= salgspris uten merverdiavgift	2 101,00 kr
+ merverdiavgift	525,25 kr
= salgspris	

Lines del er den siste delen av kalkulasjonen enkel siden hun har samme sats for merverdiavgift på alle produkter. Hun legger 25 prosent merverdiavgift, altså 525,25 kroner, til salgsprisen.

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	50,00 kr
= inntakskost	1 010,00 kr
+ indirekte kostnader	606,00 kr
= selvkost	1 616,00 kr
+ fortjeneste	485,00 kr
= salgspris uten merverdiavgift	2 101,00 kr
+ merverdiavgift	525,25 kr
= salgspris	

Line summerer og får en salgspris med mva. på 2626,25 kroner. Hun legger prisen inn i modellen og er i mål.

Ofte gjør en «prispsykologiske» justeringer for å legge prisen rett under en hundre- eller tusenlapp. I dette tilfellet kunne Line vurdert 2599 kroner eller 2699 kroner. Kundene oppfatter da prisen som lavere enn den er i virkeligheten. Om bedriften profilerer seg med høy kvalitet og høy pris, kan den øke prisen for å få et rundt tall som 3000 kroner.

Avanse

Vi kan forenkle kalkylen ved å bruke avanse. Avansen er differensen mellom salgsprisen uten merverdiavgift og de direkte kostnadene.

Det vil si at avansen består av indirekte kostnader og fortjeneste.

Kalkulasjon etter selvkostmetoden	
Innkjøpspris	960,00 kr
+ andre direkte kostnader	50,00 kr
= inntakskost	1 010,00 kr
+ indirekte kostnader	606,00 kr
= selvkost	1 616,00 kr
+ fortjeneste	485,00 kr
= salgspris uten merverdiavgift	2 101,00 kr
+ merverdiavgift	525,25 kr
= salgspris	2 626,25 kr

A beregne avanse av et ferdig priset produkt	
Salgspris uten merverdiavgift - direkte kostnader	= avanse

A prise et produkt basert på avanse	
Direkte kostnader + avanse	= salgspris uten merverdiavgift

Farek bruker påslagsmetoden

Forfatter: Kyrre Romuld

[Farek bruker påslagsmetoden \(75834\)](#)



Farek er lærling i en stor dagligvarekjede. Han skal beregne salgspris på en pakke fersk kjøttdeig og velger å bruke påslagsmetoden. Det er en forenkling av selvkostmetoden.

Sparer tid

Farek vet at han har flere tusen ulike varer i butikken. Ved å bruke påslagsmetoden sparer man mye tid samtidig som man sikrer seg en grei kontroll med de aller fleste prisene. Mens selvkostmetoden bruker ni trinn på å komme til ferdig pris, kan Farek nøyne seg med fire. I oppgavene til dette temaet får du prøve metoden på flere ulike vareslag.

Første trinn – beregn direkte varepris

Farek finner varens innkjøpspris på pakkseddel eller faktura. Kjøttdeigen kommer i pakninger på 400 gram.

- Pris per kilo er 34,90 kroner uten merverdiavgift.
- Hver pakke inneholder 0,4 kilo.
- Innkjøpsprisen blir 13,96 kroner per pakke.

Direkte varepris
34,90 kr * 0,4 = 13,96 kr

Andre trinn – beregn andre direkte kostnader

- Hele varepartiet består av 300 kilo kjøttdeig.
- Den totale fraktkostnaden er på 1840 kroner.
- Det er 750 pakker kjøttdeig i varepartiet.
- Fraktkostnad per enhet blir 2,45 kroner.

Andre direkte kostnader
Fraktpriis per enhet:
1840,00 kr : 750 = 2,45 kr

Tredje trinn – beregn inntakskost

Farek summerer direkte varekostnad og andre direkte kostnader og får inntakskost på 16,41 kroner.

Inntakskost
Innkjøpspris
Andre direkte kostnader
Inntakskost

Fjerde trinn – multipliser inntakskost med påslagsfaktor

Farek har fått et sett med ulike påslagsfaktorer for ulike varegrupper. Årsakene til at påslagene varierer, er flere:

- Noen varer går lett ut på dato, slik at man må ta inn litt ekstra for å dekke opp for de varene som må kastes.
- Noen varer ligger lengre i hylla enn andre, og de skal derfor ha litt mer påslag for lagerkostnaden. Noen varer er spesielt utsatt for svinn.
- Enkelte varer er også spesielt utsatt for oppmerksamhet fra kundene som sammenligner priser på varer fra konkurrenter. Disse varene får derfor en lav påslagsfaktor.

Hensikten med en påslagsfaktor er uansett å dekke inn indirekte kostnader, fortjeneste og merverdiavgift.

- Inntakskost var 16,41 kroner.

- Påslagsfaktor er 1,8 for denne typen varer.
- Salgspris blir 29,54 kroner.

I tråd med kjedenes politikk for prising av varer rundes denne summen av til å ligge ti øre under nærmeste krone, altså 29,90.

Salgspris	Påslagsfaktor for denne varetypen er 1,8
16,41 kr * 1,8 = 29,54 kr	
Avrundet salgspris	29,90 kr

Stine bruker bidragsmetoden

Forfatter: Kyrre Romuld

[Stine bruker bidragsmetoden \(75860\)](#)



Stine har fagbrev i IKT Servicefag og har jobbet lenge i IT-bransjen. Hun er nå salgssjef og medeier i en liten IT-bedrift som selger datamaskiner til bedriftskunder. Stine bruker vanligvis bidragsmetoden når hun skal beregne pris.

I dette tilfellet er Stines kunde en bedrift. I bedriftsmarkedet er det vanlig å operere med priseruten merverdiavgift når man lager tilbud og sammenligner priser mellom ulike leverandører. Når vi som privatkunder studerer vareutvalget i butikkhyllene, er prisene vanligvis oppgitt med merverdiavgift.

Ingen kunder er like

Stine vet at både pris og produkt må tilpasses den enkelte kunde. Felles for de aller fleste salgene er at de skjer i hard konkurranse med andre leverandører. Stine mener at bidragsmetoden hjelper henne med å tilpasse prisen til både kunden og konkurrentene.

Nå skal Stine selge 30 datamaskiner til en bedrift som nettopp har etablert en ny avdeling i lokalområdet. Hun har hatt flere møter med bedriften og funnet fram til en modell både hun og kunden tror skal passe godt. På det tredje og siste møtet med kunden skal hun legge fram pristilbuddet sitt.

Første trinn – å beregne de variable kostnadene

Stine må først finne de variable kostnadene. Hun finner at innkjøpsprisen per maskin er 4890 kroner levert Oslo. Frakt fra Oslo til Stines lager koster 4200 kroner for hele partiet.

- Prisen per maskin er 4890 kroner, levert i Oslo.
- Frakt til Stines lager koster 4200 kroner for hele partiet.
- Stine fordeler fraktkostnaden, og prisen inkludert frakt blir 5030 kroner per maskin.

Variable kostnader	
Innkjøpspris per maskin	4 890,00 kr
Frakt per maskin	
4200,00 kr : 30 =	140,00 kr
Pris inkl. frakt	5 030,00 kr

Andre trinn – å beregne dekningsbidraget

Dekningsbidraget er den delen av prisen som kommer i tillegg til de variable kostnadene.

Dekningsbidraget beregnes i prosent av prisen. Hvor stor denne prosenten er, kan variere. I dette tilfellet tenker Stine at dekningsbidraget bør utgjøre 35 prosent.

A beregne dekningsbidrag
Prisen som Stine skal fram til = 100 %
Dekningsbidrag = 35 %
... betyr at variable kostnader = 65 %

Stine vet at hun er i hard konkurranse med flere lokale leverandører. Alle ser på den nye bedriften som en spennende og framtidsrettet kunde og vil gjerne vinne den første konkurransen. Pris betyr nok ikke alt, men Stine vet at hun må kunne måle seg med konkurrentene. Hun legger dekningsbidraget til de variable kostnadene, og prisen blir 7738,46 kroner per maskin. Dette er prisen før merverdiavgiften er lagt til.

Dekningsbidrag	
Variable kostnader (som utgjør 65 % av prisen)	5 030,00 kr
Dekningsbidraget blir	
5030,00 kr : 65 * 35	2 708,46 kr
Pris (u/mva)	7 738,46 kr

Bidragsmetoden fungerer også i revers

Stine har et veldig godt møte og får gode tilbakemeldinger på sitt forslag til løsning, men da hun legger fram pristilbudet, reagerer kunden negativt. Hun får fortalt at de har fått bedre pris på tilsvarende produkt hos Stines hardeste konkurrent. Kunden understreker samtidig hvor godt de har likt Stines løsning og hennes måte å presentere sin egen bedrift på.

Stine tar sjansen på å utfordre kunden på hvilken pris som skal til for å få avtalen. «I hvert fall ikke over 7000 kroner per maskin», er svaret. Hun tar fram kalkulatoren og gjør en rask bidragskalkyle.

Hun beregner dekningsgraden, som er dekningsbidraget som del av salget (omsetningen), og får 28,14 prosent.

Dekningsgrad
$\frac{1970,00 * 100}{7000,00} = 28,14 \%$

Bidragskalkyle
Salgspris
Variable kostnader
Dekningsbidrag

Stine tenker at et dekningsbidrag på 28 prosent er lavere enn planlagt. Samtidig gir det et lite bidrag til å dekke andre kostnader og gir litt fortjeneste. Det viktigste nå er å få den nye kunden, og å hindre vekst hos konkurrenten.

«7000 kroner er greit», sier Stine med et smil.

Til sist beregner hun salgspris med merverdiavgift. Kan du regne ut hvilken pris Stine ender opp med?

Videofilm om kalkyler

Forfatter: Hanne-Lisbet Løite

[Kalkyler \(140654\)](#)



Hva er riktig pris på et produkt? Og hvordan beregner vi den? Videofilmen presenterer selvkost - og bidragsmetoden på en enkel og konkret måte. Vi blir kjent med to driftige kvinnelige gründere, og hvordan de kommer fram riktig pris på varene sine.



Kalkyler - enkelt forklart / video

<http://ndla.no/nb/node/134962>

Prisdifferensiering

Forfatter: Steinar Madsen, Kyrre Romuld

[Prisdifferensiering \(73478\)](#)



Mange varer og tjenester selges til samme pris, uansett når de blir kjøpt, hvordan de bestilles, eller hvem kunden er. En annen strategi er at selger forsøker å hente mest mulig betalingsvilje fra hver enkelt kunde gjennom å differensiere prisene.

Samme produkt – ulik pris

Om du har forsøkt å bestille en flyreise på nettet, har du sannsynligvis erfaring med det vi kaller prisdifferensiering. Et sete på et fly er omtrent det samme produktet for alle som sitter om bord. Om noen har fått litt ekstra plass til beina eller litt bedre mat, oppleves ikke dette som veldig store produktforskjeller. Likevel er det ikke uvanlig med en prisforskjell på flere hundre prosent. Samme innenlandsfly kan ha setepriser som spenner fra under 300 kroner til over 5000!



Sidemannen på flyet kan ha betalt en helt annen pris enn det du har gjort.

Fotograf: [Corbis](#)

Den viktigste årsaken til denne prisdifferensieringen er at kundene har ulik betalingsvilje og betalingsevne. Så lenge det er et ledig sete i flyet, ønsker flyselskapet å finne den kunden som er villig til å betale mest for det. Da må de ofte redusere prisen. Det blir litt som en amerikansk auksjon der budene går nedover i stedet for oppover.

Kanskje har du opplevd at den aller rimeligste lavprisen ikke er så lett å finne i praksis. Ulike restriksjoner knyttet til bestillingstidspunkt, endring, service om bord eller kundens alder kan gjøre at noen kunder får problemer med å benytte tilbudet. Om du endte med å bestille en reise og følte at den prisen du betalte, var helt på grensa av det du hadde tenkt, så har flyselskapet lyktes godt med sin prisstrategi.

Hvem betaler for produktet?

Flera bedrifter opplever at privatkunder som skal betale produktet selv, har en lavere betalingsvilje enn bedriftskunder som får samme produkt dekket av arbeidsgiveren sin. For flyselskap, hoteller og restauranter er dette så sentralt at hele produktspekteret bygges opp rundt denne forskjellen. Samtidig er stadig flere bedrifter så kostnadsbevisste at de styrer sine ansatte mot de rimeligste løsningene.

Det er ulike metoder for å skille privat- og bedriftsmarkedet. I noen tilfeller handler de to gruppene på ulike tidspunkt. Mens privatpersoner sitter hjemme og handler reiser via nettet om kvelden og i helgen, ønsker bedriftskunden å gjøre dette i arbeidstida. Av den grunn ser vi stadig oftere at spesielle lavpriskampanjer på nettet starter fredag ettermiddag og avsluttes før arbeidstid på mandag.

Fotograf: Geir Carlsson Når er det billigst å fylle bensin?

Bensinstasjonene skiller også mellom privatkunder og bedriftskunder. Deres strategi er å tilby de laveste prisene i helgene og de høyeste prisene på mandager når flest firmabileiere og andre yrkestransporter ønsker å fylle tanken.



Sesong- og kapasitetsprising

Vi holder oss til eksemplene fra reiselivet og ser på hvordan hotellbransjen styrer prisene for ukedager og sesong. Det er ikke uvanlig at et hotell som først og fremst retter seg inn mot forretningstrafikk, har priser på mellom 1000 og 2000 kroner per romdøgn midt i uka, mens prisene er redusert mot det halve i helgene. Tilsvarende vet hotellbransjen at forretningstrafikken avtar i sommerferien, og de selger derfor store deler av romkapasiteten til bussgrupper som kanskje betaler under en tredel av det de forretningsreisende betaler.

Dette er gjerne god kapasitetsutnytting og prising så lenge de forretningsreisende ikke får anledning til å benytte de laveste prisene. Bedrifter som driver aktiv prisdifferensiering, følger godt med for å unngå slike prislekkasjer.

Om hotellene bare skulle basere sin prising på kostnader, ville kanskje resultatet blitt motsatt, da bemanningskostnadene er høyere i helgene enn i ukedagene.

Hva har du lært?

Forfatter: Steinar Madsen

[Hva har du lært? \(77446\)](#)

Da gjenstår det bare å sjekke hva du har lært om prising!

1. Forklar begrepet *kostnad*.
2. Hva menes med *produktkostnader*? Bruk en guidet fjelltur som eksempel og forklar hvilke produktkostnader som kan oppstå.
3. Hva menes med *bedriftskostnader*? Nevn eksempler.
4. Hva menes med at prissetting er både lett og vanskelig?
5. Hvilke forhold må vi ta hensyn til når vi fastsetter prisen?
6. Hva mener vi med *direkte* og *indirekte kostnader*? Bruk gjerne eksempler.
7. Forklar hvordan du kalkulerer et produkt etter selvkostmetoden.
8. Forklar begrepene *variable kostnader*, *faste kostnader* og *dekningsbidrag*.
9. Forklar hvordan du kalkulerer et produkt etter bidragsmetoden.
10. I hvilke situasjoner er det hensiktsmessig å bruke bidragsmetoden?
11. Forklar begrepene *avanse* og *dekningsbidrag*.
12. Hva går påslagsmetoden ut på?
13. Hva dekker påslaget i påslagsmetoden?
14. Hva tror du er grunnen til at butikker ofte bruker påslagsmetoden når de fastsetter prisen?
15. Hva menes med *prisdifferensiering*?
16. Nevn eksempler på kriterier som bedrifter kan bruke i prisdifferensieringen.
17. Hva er grunnene til at bedrifter prisdifferensierer?
18. En sportsforretning solgte 500 par fotballsko. Det ga en samlet inntekt på 35 000 kr. Hva var gjennomsnittsprisen for skoene?
19. Variable kostnader for et produkt er 40 kr, og dekningsbidraget per enhet er 90 kr. Beregn prisen.
20. En bedrift har beregnet totale variable kostnader for et produkt til 25 000 kr. Salget i enheter var 5000. Dekningsbidraget per enhet var 10 kr. Beregn prisen.
21. En bedrift har et overskudd på 50 000 kr. De faste kostnadene er 20 000 kr. Salget i enheter er 3000. Beregn prisen når variable enhetskostnader er 15 kr.
22. Utsalgspris for en vare uten mva. er 250 kr og variable enhetskostnader er 150 kr. Beregn dekningsbidraget per enhet.
23. Beregn utsalgsprisen for et produkt med mva. når de direkte kostnadene er 50 kr, de indirekte kostnadene er 60 %, mva. er 25 % og fortjenesten er 40 %.
24. Beregn pris med mva. på et produkt når direkte kostnader er 120 kr, avansen er 120 % og mva. er 25 %.
25. Et produkt med mva. koster 250 kr. Mva. er 25 %.
Beregn merverdiavgiften. Tenk deg at utsalgsprisen reduseres med 60 %. Hva blir den nye merverdiavgiften?
26. Beregn pris per stykk ut fra dette grunnlaget: Innkjøpspris per stykk er 200 kr, frakt per stykk er 10 kr, indirekte kostnader er 65 % av inntakskost, fortjeneste er 45 % og mva. er 25 %.
27. For et annet produkt betaler kunden 200 kr inklusiv mva. Hva er prisen uten merverdiavgift? Mva. er 25 %.
28. Lekebutikk AS kjøper inn et parti bamser. Inntakskost for et parti bamser er 50 kr per stk. Avansen settes til 120 %. Mva. er 25 %. Hva må kunden betale for en bamse?
29. Butikken «brenner inne» med 50 bamser og må redusere prisen med 45 % for å få solgt dem. Hva blir den nye prisen på en bamse?
30. Kostnader er «forbruk av produksjonsfaktorer, målt i penger for å lage og selge et produkt», direkte kostnader er «pengeforsbruk» som bare knyttes til ett produkt, mens indirekte kostnader omfatter hele bedriftens virksomhet. Det sier seg selv at direkte kostnader varierer stort i bedrifter som produserer forskjellige produkter. Vurder hvilke direkte kostnader vi har i ungdomsbedrifter som produserer og selger
 - matpakker
 - vafler
 - selskapsdrops

Oppgaver

Kalkyle i handelsbedrifter

Forfatter: Arvid Fjørtoft Feldhusen

[Kalkyle i handelsbedrifter \(127015\)](#)



Du er sjef i et motehus som importerer designervesker fra Italia.

Gjennom å bruke regneark skal du beregne ulike kalkyler for bedriften. Du skal også lage egne regneark hvor du skal beregne salgspris på ulike varer.

Bruk



Kalkyler i Excel / fil

<http://ndla.no/nb/node/127004>

når du løser oppgavene.

Du er sjef i et motehus som importerer designervesker fra Italia.



Du importerer selv, og du har funnet ut at du må legge til 8 % på inntakskost for å dekke de indirekte kostnadene.

Med 160 % fortjeneste på veskene dekker du nødvendige driftskostnader, men heller ikke stort mer.

Oppgave 1

- Sett opp et regneark som viser selvkost, pris uten mva., mva. og salgspris med mva. i kroner.
- En veske koster 2350 kroner direkte fra produsenten i Italia.

- Finn selvkost i kroner.
- Finn fortjenesten i kroner.
- Finn pris uten mva.
- Finn hvor mye 25 % mva utgjør.
- Finn salgsprisen med mva.



- c) Hvordan vil du finne riktig salgspris for denne vesken?
- d) Sett opp en kalkyle for en veske som kostet 1750 kroner i innkjøp.
- e) Sett opp en kalkyle for en veske som kostet 3268 kroner i innkjøp.
- f) Hva er påslagstall, og hvordan kan du finne påslagstallet?
- g) Sett opp en funksjon som automatisk regner ut påslagstall for veskene som du importerer.

Noen nyttige opplysninger

- Bakgrunnsstoff: [Hva er prising?](#)
- Merverdiavgiften på generelle forbruksvarer er 25 %.
- Merverdiavgiften på matvarer er 14 %.
- Merverdiavgiften på kino, billetter m.m. er 8 %.

Oppgave 2 – enkel kalkyle (avanse)

Sett opp et regneark som du kan bruke for å finne:

- avansen i kroner
- salgsprisen uten mva.
- mva. i kroner
- salgsprisen med mva.

38			
39			
40			
41			
42			
43			
44			
45			
46			

14 < > H Ark1 Ark2 Ark3

Bruk regnearket for å løse oppgavene:

- a) Finn salgsprisen på en moped som koster 12 500 kroner i innkjøp. Regn med 40 % fortjeneste.
- b) Finn salgsprisen på en ost som koster 4,80 kroner i innkjøp. Regn med 80 % fortjeneste.
- c) Finn salgsprisen på en togreise som koster NSB 80 kroner å produsere. Regn med 30 % fortjeneste.

Oppgave 3 – selvkostkalkyle (komplett)

Sett opp et regneark som du kan bruke for å finne:

- indirekte kostnader i kroner
- selvkost i kroner – fortjeneste i kroner
- salgsprisen uten mva.
- mva. i kroner
- salgsprisen med mva.

KOSTNADSKATEGORI	BINGATT	KOSTNAD	GJEN
MATERIAL OG MÅTERVARE	WAFFERDØNNING HELN KJØRERØDSPANN LØNN PR. TAKSTATT	0,50 kr 0,50 kr 0,40 kr 3 kr	3,80
MEDIENT, FASTT. OG MÅTERVARE	ADMINISTRASJON MARKEDSFØRING MØTER	1,00 kr 0,50 kr 0,40 kr	2 kr
SELEKTERT (OM = PR)			0 kr
HENTRANNSITE			0 kr
SALGSPRIS UTESS MÅ			10 kr
SALGSPRIS HER MED 25 %			20 kr

Bruk regnearket for å løse oppgavene:

- a) Finn salgsprisen på en moped som koster 13 600 kroner i innkjøp. De indirekte kostnadene utgjør 4,5 % av inntakskost. Regn med 48 % fortjeneste.

b) Finn salgsprisen på en ost som koster 13,60 kroner i innkjøp. De indirekte kostnadene utgjør 12 % av inntakskost. Regn med 80 % fortjeneste.

c) Finn salgsprisen på en togreise som koster NSB 240 kroner å produsere. Det er ingen indirekte kostnader. Regn med 30 % fortjeneste.

Oppgaven er hentet fra [FYR](#).

Økonomileder Silje

Forfatter: Steinar Madsen

[Økonomileder Silje \(77480\)](#)

Silje har ansvar for prisfastsettelsen i Motesko AS. Her skal du hjelpe henne med å kalkulere et vareparti.

Motesko AS mottar 200 par sko til innkjøpsprisen kr 230 per par. Fraktkostnadene er kr 1200.

Ut fra tidligere beregninger (et normalt år) har Silje funnet ut at de indirekte kostnadene er 65 % av de direkte kostnadene. Fortjenesten setter du til 45 % og merverdiavgiften (mva) er 25 %.

1. Beregn pris med mva per par.
2. Hva er avansen i kroner og prosent?
3. Hvilke faktorer må du vurdere for å bestemme "en riktig pris"?

Nye varer, nye priser

Forfatter: Steinar Madsen

[Nye varer, nye priser \(77481\)](#)

Farek har fått inn et parti varer. Kan du hjelpe ham å kalkulere dem?

I sendingen er det fire ulike matvarer. Noen av dem er typiske volumselgere.

Påslagsfaktoren er 1,35. En faktura viser disse innkjøpsprisene:

Norvegiaost kr 48,-.

Appelsinjuice kr 11,50.

Lettmelk kr 6,50.

Smør kr 9,-.

Hva blir utsalgsprisen inkl mva for produktene?

Hva blir mva for hvert produkt?

Den laveste prisen på kort sikt

Forfatter: Steinar Madsen

[Den laveste prisen på kort sikt \(77482\)](#)

Med bidragsmetoden kan vi beregne den laveste prisen som er forsvarlig å bruke. Her kommer et eksempel der du skal gjøre denne vurderingen.

En bedrift selger 9 000 enheter av et produkt per år. Prisen inklusive mva er 20,- kroner.

Variable enhetskostnader er 12,- kroner, og den årlige faste kostnadene er 60000,- kroner.

1. Beregn dekningsbidrag per enhet.
2. Beregn det totale dekningsbidrag.
3. Hva blir det årlige overskuddet?
4. Hva blir den laveste prisen bedriften kan ta på kort sikt?

Begrunn svaret.

Drifts- og likviditetsbudsjett

Hva er et budsjett?

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hva er et budsjett? \(93224\)](#)



God planlegging er halve jobben, blir det sagt. Budsjettering kan være en del av denne planleggingen.

Bedriftene planlegger sine aktiviteter på kort og lang sikt, også for neste år. Disse aktivitetene fører til inntekter og kostnader og blir planlagt i budsjettet. Et budsjett er altså en økonomisk plan for neste år.

Et skip trenger kompass og navigasjon for å kunne seile på havet. En bedrift trenger også noe å styre etter. Budsjettet er et av de viktigste *styringsverktøyene* bedriften kan bruke. Med budsjettet setter vi kursen eller retningen for det neste året, og vi kontrollerer hele tida om vi er på rett kurs.

Et budsjett kan også omtales som *bedriftens planer uttrykt i kroner*. Det er nemlig slik at de planlagte aktivitetene bør føre til inntekter og kostnader som gir et overskudd.

Hva er hensikten med budsjettering?

Alle bedrifter må tjene penger for å kunne overleve. Uten budsjett ville vi være som et skip på havet uten mål og mening. Skipet kan bli overrumplet av uvær, og bedriftene opplever i dag økonomiske «uvær». Det er nødvendig å være best mulig rustet og forberedt på det som måtte komme.

Selv under stabile og trygge forhold er det behov for å stake ut kursen og kontrollere at den er stø og trygg. Et budsjett fungerer både som et *planleggingsverktøy* og et *kontrollverktøy*.

Tidspunkt for budsjetteringsarbeidet

Store bedrifter starter gjerne budsjetteringsarbeidet tidlig på høsten og kan da være ferdig i oktober måned. Dermed er altså budsjettet for neste år klart to–tre måneder før året begynner. Små bedrifter har ofte budsjettet klart bare få uker før nyttår.

Innvolvere de ansatte

Ledelsen i bedriften kan velge å utarbeide hele budsjettet selv og presentere det ferdig for avdelingene og de ansatte. Det er en effektiv måte å gjøre det på, men ikke nødvendigvis den klokeste.

Vanligvis er det mer fornuftig å involvere de ansatte i prosessen. Mest sannsynlig vil de da engasjere seg i større grad for å oppfylle de kravene de selv har satt. På den måten vil alle dra i samme retning, og det er større mulighet for at målene i budsjettet kan nås.



Både skip og bedrifter
trenger styringsverktøy

Fotograf: [Tom Schandy](#)



Stø kurs

Fotograf: [Trym Ivar Bergsmo](#)



Engasjerte medarbeidere
Fotograf: [Kissen Møller Hansen](#)

Budsjettprosessen

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Budsjettprosessen \(93231\)](#)



Vi skal se litt på de ulike trinnene i budsjettprosessen. Vi finner forventede inntekter, varekostnader og faste kostnader, og vi bruker regnskapet fra i fjor som utgangspunkt for arbeidet.

Hvordan starter vi å budsjettere?

Det er ofte svært vanskelig for en nystartet bedrift å budsjettere det første driftsåret. En har liten erfaring og derfor lite å sammenlikne med.

Men dersom bedriften har drevet noen år, vil resultatregnskapet fra i fjor være det naturlige utgangspunktet for budsjetteringen.

Inntekter

Vi skal se at det er naturlig og nødvendig å starte med å budsjettere inntektene. Inntektene i fjor gir oss en pekepinn om de inntektene vi kan oppnå neste år. Andre forhold som konkurransesituasjonen og markedet spiller også inn i vurderingen.

Har vi hatt inntekter på 1 000 000 kr i fjor, og mener at det er grunnlag for en økning på 10 % neste år, blir regnestykket slik:

$$1\,000\,000 \text{ kr} \cdot 1,10 = 1\,100\,000 \text{ kr}$$

Varekostnader

Når vi har budsjettert inntekten, er det enkelt å regne ut varekostnaden. Varekostnaden er en variabel kostnad som øker og minker i forhold til inntektene. Dersom varekostnaden utgjorde 70 % av inntekten i fjor, kan den være 70 % av inntekten også neste år. Men om vi har fått til en bedre avtale med leverandørene våre, kan vi redusere varekostnaden litt. Skulle vi på grunn av tøff konkurranse bli nødt til å gi større rabatter neste år, må vi justere varekostnaden opp.

I vårt tilfelle var varekostnaden 700 000 kr i fjor, det vil si 70 % av inntekten:

$$1\,000\,000 \text{ kr} \cdot 0,70 = 700\,000 \text{ kr}$$

Hvis vi beholder den samme varekostnaden i prosent, blir varekostnaden neste år:

$$1\,100\,000 \text{ kr} \cdot 0,70 = 770\,000 \text{ kr}$$

Faste kostnader

De faste kostnadene er ofte enkle å budsjettere. Her kan det være snakk om små endringer i forhold til fjoråret, noen få prosent opp eller ned. Vi bør sjekke om det blir endringer i husleia, om vi bør øke eller redusere antall ansatte, osv. Slik bør vi vurdere alle de faste kostnadene etter tur.

Har vi budsjettert med høy aktivitet (stort salg), kan de faste kostnadene lett stige. Større aktivitet kan for eksempel slå ut i høyere telefon- og bilkostnader.

Oppsummering



Fotograf: [Arne Iversen](#)



Fotograf: [Tore Wuttudal](#)



Fotograf: [Signe Dons](#)

Det er inntektene som er den såkalte flaskehalsen, det er de det er vanskelig å forutsi og styre. Har vi funnet et fornuftig nivå på inntektene, kommer utregningen av kostnadene mye av seg selv.

Nå følger en oversikt som viser forholdet mellom resultatregnskapet fra i fjor og budsjettet for neste år. («Salgsomsetning» er det samme som «Inntekter».)

Regnskap	Budsjett
Salgsomsetning – varekostnad	Beregnes ut fra forrige års salg Vi finner forrige års varekost i prosent og bruker samme prosent i budsjettet.
= Dekningsbidrag	Kontrolleres
– personalkostnader – salgs- og administrasjonskostnader – rentekostnader	Beregnes ut fra budsjettet aktivitet Ofte bare små endringer Ofte bare små endringer
= Overskudd	Kontrolleres

Eksempel

Regnskap	Endring	Budsjett
5 000 000 – 3 500 000	10 %	5 500 000
	10 %	– 3 850 000
= 1 500 000	10 % (ok)	= 1 650 000
– 800 000	5 %	– 840 000
– 550 000	2 %	– 561 000
– 60 000	3 %	– 61 800
= 90 000		= 187 200

Har du hørt uttrykket om at kartet må stemme med terrenget? Tenk deg en orienteringsløper som har fått utdelt feil kart. Hun vil verken finne ut hvor hun er eller hvor hun skal.

For at en bedrift skal bruke budsjettet som et «kart» for neste år, må kartet stemme med terrenget. Det må være mulig å finne ut av. Det vil i praksis si at vi må budsjetttere på akkurat de samme kontoene som vi bruker i regnskapet. Bare på den måten kan vi sammenlikne det vi har budsjettet, med hvordan det går konto for konto og måned for måned.



Kartet må stemme med terrenget

Fotograf: [Espen Bratlie](#)

Driftsbudsjett

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Driftsbudsjett \(93232\)](#)



Det finnes flere typer budsjett. Det mest kjente er *driftsbudsjetten*. Det skal vise selve driften, den planlagte aktiviteten vår. Vi skal se nærmere på driftsbudsjettet her.

Hva er et driftsbudsjett?

Et driftsbudsjett kan også omtales som et *resultatbudsjett*, ettersom det er *inntektene* og *kostnadene* vi budsjetterer.

Nedenfor ser du eksempel på et driftsbudsjett. Det er Morten og Minoo som har budsjettert for sin nystartete IT-bedrift – *Morten og Minoos support*.

Dette er det første driftsåret deres, og de har derfor ingen erfaring eller tidligere tall å se på. De bør da være svært nøkterne når det gjelder inntekter, men de bør heller ikke undervurdere kostnadene. Det er bedre å bli positivt enn negativt overrasket.



Morten og Minoo

Fotograf: [Corbis](#)

Driftsbudsjett	
Inntekter	275 000
Varekostnad	25 000
Dekningsbidrag	250 000
Lønn	90 000
Husleie	60 000
Strøm	30 000
Telefon	18 000
Forsikring	10 000
Avskrivning	28 000
Sum faste kostnader	236 000
Renter	10 000
Resultat	4 000

Kommentarer til budsjettet

Inntekter

Det er inntektene som er vanskeligst å budsjettere, særlig det første driftsåret. Når inntektene er budsjettert, har en lagt ramma for neste år og planlagt aktivitetsnivået. En starter derfor med å budsjettere inntektene. Kostnadene følger så i stor grad ut fra det.

Varekostnaden

Varekostnaden er en såkalt variabel kostnad. Det vil si at den varierer med aktivitetene, salget eller produksjonen. Vanligvis vil den stige eller falle like mye som salget.

Det er fornuftig å regne varekostnaden i prosent av inntektene. Vi regner salget som 100 %, og basert på eksemplet ovenfor blir varekostnaden

$$\frac{25\ 000\ kr \cdot 100\ \%}{275\ 000\ kr} = 9\ %$$



Fotograf: [Roger Hardy](#)

Varekostnaden utgjør ofte 40–70 % i mange handelsbedrifter. Morten og Minoo skal drive en tjenesteytende bedrift. Ettersom de «selger» timer, kan varekostnaden være lik null. Men de har også tenkt å selge litt rekvisita, så varekostnaden deres er planlagt til å bli 9 %.

Dekningsbidraget

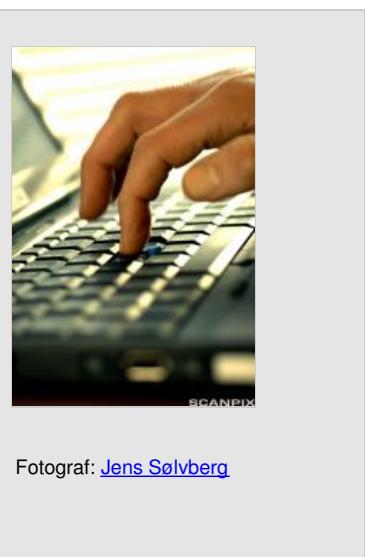
Dekningsbidraget kaller vi også *bruttofortjenesten*. Regnet i prosent av inntektene får vi

$$\frac{250\ 000 \text{ kr} \cdot 100 \%}{275\ 000 \text{ kr}} = 91 \%$$

Varekostnaden og bruttofortjenesten i prosent er viktige nøkeltall i budsjetteringsarbeidet.

De faste kostnadene

De faste kostnadene er som regel enkle å budsjetttere. Det er likevel viktig å få med alle disse kostnadene i budsjettet. Her tar vi konto for konto i regnskapet fra i fjor og vurderer hvor store kostnadene blir neste år. I og med at dette er det første driftsåret for Morten og Minoo, kan de ikke bruke noen historikk. Det er en ulempe.



Fotograf: [Jens Sølvberg](#)

Likviditetsbudsjett

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Likviditetsbudsjett \(93233\)](#)

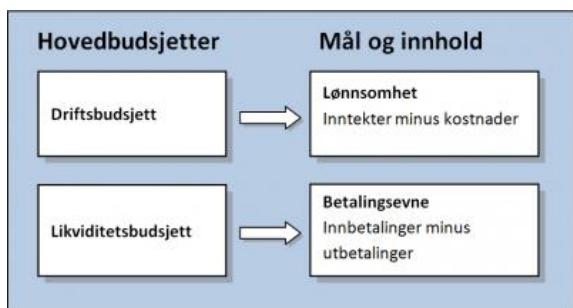


Nå skal vi se hva et *likviditetsbudsjett* er. Det er et viktig budsjett, ettersom vi her får oversikt over hvor mye penger vi til enhver tid rår over. Uten penger kan vi ikke drive noen bedrift. Vi snakker om *pengereserve* eller *likviditetsreserve*.

Hva er et likviditetsbudsjett?

Vi må sette opp et driftsbudsjett for å kunne utarbeide et *likviditetsbudsjett*. Grunnen er at det ene budsjettet bygger på det andre. Mens driftsbudsjettet har fokus på inntekter og kostnader, bruker vi *innbetaling* og *utbetaling* i likviditetsbudsjettet. Vi må ta utgangspunkt i inntektene for å kunne budsjetttere innbetalingene. Det samme gjelder kostnadene og utbetalingene.

Se sammenlikningen mellom driftsbudsjettet og likviditetsbudsjettet nedenfor:



Driftsbudsjett og likviditetsbudsjett

Opphavsmann: [Oddvar Torgersen](#)

Forskjellen mellom inntekter og innbetaling er bare en *tidsforskyvning*. Det vil si at hvis kundene har 30 dagers betalingsbetingelser, vil salget vårt i januar bli til innbetaling i februar, osv. Se skissen nedenfor:

Salg i måned		Innbetales i måned		
		februar	mars	april
januar	750 000	750 000		
februar	830 000		830 000	
mars	790 000			790 000

En annen forskjell mellom inntekter og innbetaling kan være *merverdiavgift*. Det skjer når omsetningen vår er avgiftspliktig. Vi legger da til merverdiavgift på prisene. I så fall ville oversikten ovenfor sett slik ut:

Salg i måned		Innbetales i måned		
	uten mva	med mva	februar	mars
januar	750 000	937 500	937 500	
februar	830 000	1 037 500		1 037 000

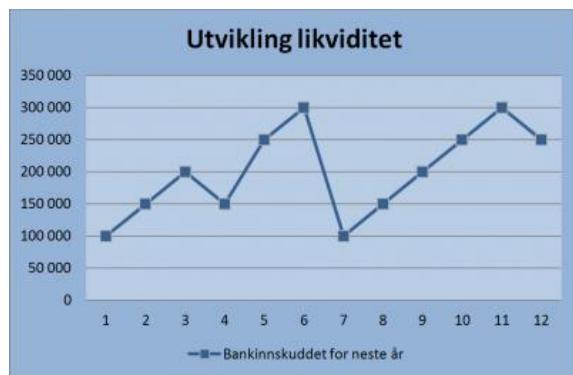
mars	790 000	987 500			987 500
-------------	---------	---------	--	--	---------

Vi må altså budsjetttere alle innbetalingene fra kundene for hele året, måned for måned. På samme måte må vi budsjetttere alle utbetalingene til leverandørene for hele året, måned for måned. Vi må også ta med utbetalingene til personalet (lønn) og andre faste kostnader. Her må vi ikke glemme utbetaler til å dekke merverdiavgift, arbeidsgiveravgift, forskuddstrekk, avdrag på lån osv.

Dette er vist i oversikten for firmaet VVS-spesialisten nedenfor. Oppsettet gjelder januar og februar måned. Vi tar utgangspunkt i bankinnskuddet i begynnelsen av perioden. Når vi regner ut summen av alle innbetaler minus summen av alle utbetalinger, får vi et *innbetalingsoverskudd* (eller -underskudd) for perioden. Dersom vi legger til eller trekker fra bankinnskuddet i begynnelsen av perioden, finner vi bankinnskuddet i slutten av perioden. Dette beløpet blir IB i neste periode.

VVS-spesialisten	januar	februar
IB på bankinnskuddet per første dag i måneden	50 000	100 000
Innbetalinger fra kundene	1 300 000	1 275 000
- utbetalinger til vareleverandører	600 000	575 000
- utbetalinger til personale/lønn	250 000	250 000
- utbetalinger for andre faste kostnader	340 000	350 000
- utbetalinger til ev. mva. og avdrag	60 000	50 000
= +/- Innbetalingsoverskudd eller innbetalingsunderskudd i perioden	50 000	50 000
= UB på bankinnskuddet per siste dag i måneden	100 000	150 000

En slik oversikt må lages for alle måneder. Dette er enkelt å gjøre i et regneark, og vi kan da vise utviklingen grafisk. Kontroller også tallene mot grafen nedenfor:



Likviditet
Opphavsmann: [Oddvar Torgersen](#)

Her følger en oversikt over hva som hører hjemme i et driftsbudsjett, og hva som hører hjemme i et likviditetsbudsjett. Tallene er hentet fra *Morten og Minoos support*.

Driftsbudsjett	Likviditetsbudsjett	
Salgsbudsjett (inntekter)	275 000	Innbetalinger fra kunder Bygger på salgsbudsjettet, men er justert for tidsforskyving og merverdiavgift
Varekostnadsbudsjett	25	300 000 27 000

	000	Utbetalinger til leverandører Bygger på salgsbudsjettet, men er justert for tidsforskyvning og merverdiavgift	
Faste kostnader		Utbetalinger av faste kostnader og annet	
<ul style="list-style-type: none"> • Lønn, feriepenger, arbeidsgiveravgift • Administrasjonskost • Renter 	90 000 118 000 10 000	<ul style="list-style-type: none"> • Tar hensyn til utbetalingstidspunktet • Inklusive eventuell merverdiavgift • Avdrag • Investeringer, kapitalutviding og låneopptak • Momsoppgjør, betaling av forskuddstrekk og arbeidsgiveravgift, feriepenger, firmaskatter og utbytte <p>Sum utbetalinger av faste kostnader og annet</p>	223 000
• Avskrivninger	28 000	• Ikke avskrivninger	0
Resultat	+ 4 000	Likviditetsoverskudd/-underskudd	+ 50 000

Legg særlig merke til forskjellen mellom *inntekter* og *innbetalinger* og mellom *kostnader* og *utbetalinger*.

Budsjettkontroll

Forfatter: Oddvar Torgersen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Budsjettkontroll \(93235\)](#)



Det er liten nytte i kart eller kompass hvis vi ikke tar det i bruk. Vi kan lett gå oss vill.

Slik er det også med budsjetten. Vi må hele tida gjøre en sammenlikning mellom driftsregnskapet og driftsbudsjettet måned for måned, konto for konto. Dette er en viktig del av økonomistyringen.

Hva er budsjettkontroll?

Normalt er vi ferdig med driftsregnskapet 10–15 dager inn i neste måned. Det innebærer for eksempel at driftsregnskapet for januar måned er ferdig 10.–15. februar. En av de analysene vi da bør gjøre, er å sammenlikne driftsregnskapet for januar med driftsbudsjettet for januar.

Hensikten med budsjettkontroll

En sammenlikning mellom driftsregnskap og driftsbudsjett er en viktig del av økonomistyringen. Det naturlige er at vi først sammenlikner selve driftsresultatet for måneden med det driftsresultatet som er budsjettet for måneden.

Dernest er det naturlig å se på summen av driftsinntekter mot det som er budsjettet. Videre gjør vi det samme med summene av varekostnader, lønnskostnader og faste kostnader. Vi ser altså først på alle hovedsummene. Deretter bør vi sammenlikne på kontonivå, detaljnivå. Vi konsentrerer oss om der det er store avvik mellom regnskap og budsjett.

Alt dette er det enkelt å gjøre i et regneark. Du får fram avvikene i kroner og i prosent. Se oppsettet nedenfor. Salget gjelder desember måned for en blomsterbutikk, og utviklingen er gledelig.

Tekst	Regnskap	Budsjett	Avvik	
	kr	kr	kr	%
Varesalg	50 000	45 000	+5 000	+11,1 %
Varekostnader	30 000	26 000	+4 000	+15,4 %
Bruttofortjeneste (dekningsbidrag)	20 000	19 000	+1 000	+5,3 %
Lønn	8 000	7 800	+200	+2,6 %
Arbeidsgiveravgift	1 120	1 092	+28	+2,6 %
	1 000	1 200	-200	-16,7 %



Fotograf: [Dag Røttereng](#)

Lenke:

[Budsjett og avviksanalyse](#)



Fotograf: [Corbis](#)

Strømkostnader				%
Husleie	2 000	2 050	-50	-2,4 %
Avskrivninger	1 200	1 400	-200	-14,3 %
Rentekostnader	1 000	800	+200	+25,0 %
Sum indirekte kostnader	14 320	14 342	-22	-0,2 %
Resultat	5 680	4 658	+1 022	+21,9 %

Er avvikene store, bør vi straks sette inn tiltak for å rette på dette. Bare på den måten kan vi unngå tilsvarende avvik de kommende månedene. Uten å sette inn tiltak er det liten verdi i en avviksanalyse. Det ville bli som en orienteringsløper som fant ut at hun var kommet i feil retning, men likevel ikke endret kurven. Det ville bære helt galt av sted.

Hvis vi finner avvik tidlig i året, har vi muligheter for å rette det opp. Finnes vi derimot store avvik mot slutten av året, er løpet kjørt. Det kan sammenliknes med en stor tankbåt som går for full maskin på åpent hav. Skipet kan ikke brått endre kurs, bare gradvis. Prosessen må starte i tide, ellers kommer båten langt ut av kurs.

Forklaring på en del utregninger

Varesalg

Vi har solgt for 5000 kr mer enn planlagt. Det utgjør en økning på 11,1 %. Vi regner økningen i prosent i forhold til budsjettet:

$$\frac{5\ 000 \text{ kr} \cdot 100 \%}{45\ 000 \text{ kr}} = 11,1 \%$$

Varekjøp

Her gjør vi de samme utregningene. Varekostnaden har prosentvis økt noe mer enn salget. Det er litt uheldig.

Bruttofortjeneste (dekningsbidrag)

Bruttofortjenesten blir derfor litt mindre enn om vi hadde hatt det samme forholdet.

Andre faste kostnader

Her er det nokså små avvik selv om de prosentvise utslagene er store. Det skyldes at tallene ikke er så store.

Resultat

Overskuddet ble om lag 1000 kr bedre enn budsjettet.



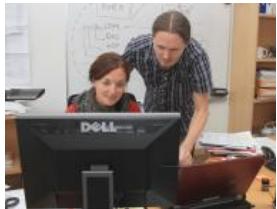
Kursen må justeres i tide

Fotograf: [Espen Brattlie](#)

IT i arbeid

Informasjonsteknologi, kundeservice og produktivitet

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS
[Informasjonsteknologi, kundeservice og produktivitet \(84208\)](#)

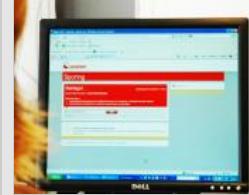


Her skal vi vise eksempler på hvordan medarbeidere i service- og samferdselsfagene kan bruke IKT i reiselivs-, handels- og transportbedrifter. IKT kan føre til bedre kundeservice – og kan også øke bedriftens produktivitet. Begge deler bidrar til å styrke konkurransekraften.

Eksempler på tiltak som bedrer kundeservicen

Ved bruk av IKT kan kundene straks få svar på spørsmål de måtte ha:

- Finnes det ledige hotellrom?
- Hva koster en reise fra A til B med transportør C?
- Har leverandøren den aktuelle varen på lager?
- Når kommer varen jeg bestilte (pakkesporing)?



Pakkesporing
Fotograf: [NKI Forlaget](#)

Kan du selv komme på egne eksempler?

Eksempler på tiltak som øker produktiviteten

Ved hjelp av IKT kan vi spare mye manuelt arbeid:

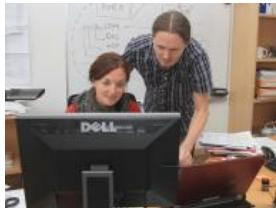
- Bedriften trenger ikke personell til å svare på spørsmål som kundene selv kan finne svar på via Internett.
- Bedriften sparar personell når kundene selv registrerer sine ordrer.
- Bedriften sparar personell på å bruke nettbank der kundene registrerer all betalingsinformasjon.

Fortsett lista selv, den er lang.

IKT – servicemedarbeider

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[IKT-servicemedarbeider \(84211\)](#)



IKT-servicemedarbeidere utfører viktige oppgaver både for bedrifter og for myndighetsorganer i dagens samfunn. Faget er ennå ung, men utviklingen går raskt. Bruk av Internett og sosiale medier er blitt en naturlig del av vår hverdag.

Anne arbeider som IKT-servicemedarbeider i en mindre handelsbedrift. Bedriften bruker standardprogrammene i Office 2010 og har pc-er fra anerkjente leverandører. Hver gang nye medarbeidere begynner i bedriften, må Anne sørge for at de får tildelt brukernavn og passord som de selv må endre til sitt eget private passord.

Av sikkerhetshensyn har Anne opprettet seg selv som administrator for alle bedriftsmaskinene. Det er derfor ingen andre som kan installere programvare på bedriftens pc-er. Mange ansatte jobber hjemmefra på private pc-er, og de kan logge seg inn på bedriftens nettverk ved hjelp av passord på en VPN-klient («Virtual Private Network»). Anne sørger for at begge bedriftens nettverk fungerer, både det faste og det trådløse. Hun er dermed bedriftens nøkkelperson i IKT-sammenheng og har ansvaret for å drifte og vedlikeholde alle bedriftens IKT-systemer.

Anne har også ansvaret for informasjonssikkerheten og må passe på at regelverket for etikk og personvern blir fulgt. Hun må dessuten lære opp de ansatte i hvordan de skal bruke de ulike systemene, og hun må stå for service og brukerstøtte ved behov.



Fotograf: [Berit Roald](#)

Du er på reise og
kobler deg på nett via
et åpent trådløst
nettverk. Hvorfor bør
du unngå å logge deg
på som administrator?

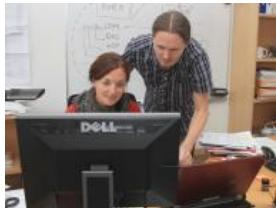
Forslag til øvinger

- Opprett deg selv som administrator på din egen pc.
- Opprett en gjesteprofil som andre kan bruke uten å få tilgang til ditt administratordomene.

Reiselivsmedarbeider

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Reiselivsmedarbeider \(84227\)](#)



Som reiselivsmedarbeider har du ofte tilgang til effektive søkeverktøy for reiselivsprodukter. Du har også kunnskaper som gjør at du kan hjelpe kundene dine med å klargjøre reisebehovene sine. I tillegg mestrer du verktøy som gjør at du raskt kan finne fram til alternative transport- og overnattingstilbud.

Arne arbeider på et reisebyrå. Ved hjelp av søkemotoren Supersaver henter Arne ut reisealternativer fra det globale reisedistribusjonssystemet Sabre. Sabre inneholder en stor database med detaljerte opplysninger om all verdens flyavganger, hoteller og leiebiler. Opplysningsene i databasen oppdateres løpende slik at den alltid er à jour.

Arne registrerer kundenes ønskemål ved å fylle ut informasjon i følgende felt:

- til og fra
- avreise- og returdato
- antall reisende i ulike kategorier (barn, voksne)

Søkemotoren henter deretter fram alle mulige reisekombinasjoner, med tilhørende priser og reisetidspunkter.

Når kundene ønsker hotell i tillegg til reisen, fyller Arne ut skjermbildet for hotellbestilling. Søkemotoren henter så fram alle hotellene som ligger ved reisemålet, og som er registrert i reiselivsdatabase. Sammen med kundene går Arne gjennom de mest aktuelle alternativene.

Når kunden har bestemt seg, skriver Arne inn kundens navn og betalingsinformasjon. I tillegg spør Arne om kunden ønsker reiseforsikring. Ønsker kunden å betale med kort, klargjør Arne kortterminalen og sørger for at kunden får kvittering.

Det finnes millioner av alternative reisemål og hoteller og milliarder av mulige reisekombinasjoner. Det sier seg derfor selv at Arne ikke har mulighet til å gjøre dette arbeidet manuelt. Ved hjelp av reisebyråets IKT-løsning blir arbeidsoppgaven likevel svært overkommelig.

Her er noen lenker der du kan teste ut det å bestille fly, hotell og leiebil:

- www.sabre.com (Klikk deg videre inn på Travelocity.)
- www.amadeus.net



Reiselivsmedarbeider

Opphavsmann: [Nils](#)

[Bjåland](#)

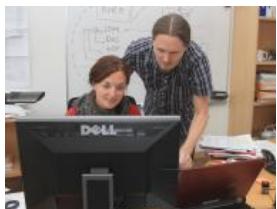
Forslag til øving

Planlegg en reise for en vennegjeng på til sammen fire personer. Dere skal til Dublin, eller et annet sted som dere selv velger, dere skal være borte i fem dager og ønsker å bo på et rimelig hotell.

Resepsjonist

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Resepsjonist \(84236\)](#)



Som resepsjonist arbeider du med å yte service til gjestene på et hotell. Det vil si at du må kunne møte kundenes behov på en profesjonell måte. Du må derfor kunne hotellets IKT-systemer og klare å formidle gjestenes behov til dine medarbeidere, slik at gjestene blir fornøyde med oppholdet sitt.

Nadia arbeider som resepsjonist på et hotell. Hotellet er med i en hotellkjede som har et eget bestillingssystem, og hotellets tjenester blir markedsført gjennom globale reisedistribusjonssystemer (fly, hotell og leiebil) og nasjonale og globale hotelldistribusjons-systemer (bare hotell).

Når Nadia får forespørsler fra kunder på telefon, fyller hun inn nye bestillinger i skjermbildet. Hun får da opp ledige rom som hun kan tilby. Kundene kan også selv bestille rom på hotellets egen nettside. Alternativt kan de bestille gjennom et reisebyrå. Ved hver reservasjon blir hotellets «romsaldo» eller antall gjenværende rom automatisk oppdatert.

Dersom kunden velger å reservere rom, registrerer Nadia i tillegg navn, betalingsmåte og om kunden har sein ankomst.

Ordet booking

Ordet *booking* er engelsk og betyr å skrive navnet sitt i en bok som bekreftelse på at det er gjort en bestilling eller reservasjon. I dag kan dette også skje elektronisk.

I stedet for begrepet *booking* ønsker Språkrådet at vi skal bruke ordene *bestilling*, *tinging* eller *reservasjon*. Språkrådet mener at ordet *booking* er fagterminologi. Personer som er kjent med begrepet, forstår lett hva det dreier seg om. For andre kan det være mer uforståelig.

Når resepsjonister og andre reiselivsmedarbeidere snakker med kollegaer, bruker de gjerne fagterminologi. Når de snakker med kunder, er det bedre å bruke et av de norske ordene.

Forslag til øving

En kunde ringer til Nadia, som jobber på et hotell i Molde. Kunden trenger overnatting fra fredag til lørdag nest siste uke i juli. Nadia har ingen ledige rom å tilby kunden. Kan du hjelpe Nadia med å oppfylle kundens behov?

Tips

Dette er siste dagen på jazzfestivalen i Molde. Nadia vet at ingen andre hoteller i byen har ledige rom, og må foreslå alternative løsninger.

Her er noen lenker der du kan teste det å bestille hotell:

- Globalt reise-distribusjonssystem: www.amadeus.net
- Hotelldistribusjons-system: www.expedia.no
- Hotellkjeders egne systemer: www.rica.no www.thon.no

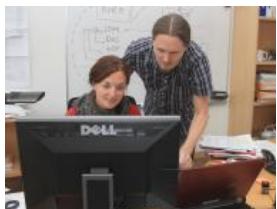


Opphavsmann: [Egil Svendsby](#)

Kontor- og administrasjonsmedarbeidar

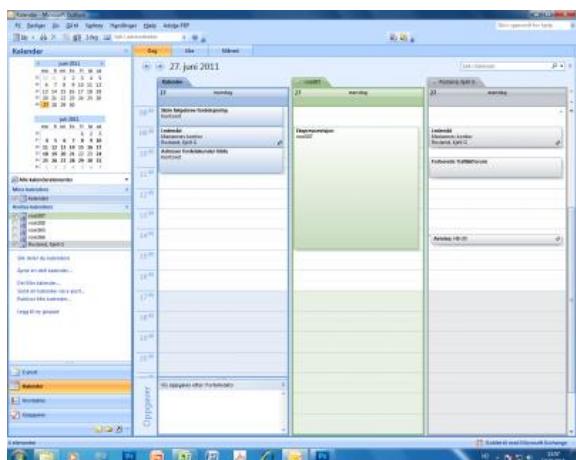
Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kontor- og administrasjonsmedarbeider \(84247\)](#)



Kontor- og administrasjonsmedarbeidere utfører mange oppgaver ved hjelp av IKT. Typiske oppgaver er å registrere personalopplysninger, kalle inn til møter, arkivere dokumenter, føre postjournaler og å registrere sykemeldinger, timelister, ferielister og annen informasjon som legger grunnlaget for riktig lønnsutbetaling. En kontor- og administrasjonsmedarbeider må kunne flere IKT-systemer.

Jan arbeider som kontor- og administrasjonsmedarbeider for en større handelsbedrift. Daglig må han organisere møter, bestille møterom og ordne med mat. For at han ikke skal glemme noe, har Jan laget seg en sjekkliste.



Bestilling av møterom

Opphavsmann: [NKI Forlaget](#)



Fotograf: [NKI Forlaget](#)



Fotograf: [NKI Forlaget](#)

For å holde orden på alle avtaler legger han dem inn i kalenderen i e-postsystemet sitt. Han bruker også e-postsystemet til møteinnkallinger. Sammen med møteinnkallingen sender han ut saklista. Alle møtedeltakerne må bekrefte på e-post om de kan møte eller ikke. Når Jan vet hvor mange som skal delta på møtet, reserverer han møterom.

Forslag til øving

Tenk deg at du arbeider i Statoil, eller en annen bedrift du kjenner. På kort varsel mottar du en forespørsel fra en skoleklasse om de kan komme på omvisning neste dag.

- Hva vil du gjøre?
- Hvordan vil du svare?

Salgsmedarbeider

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Salgsmedarbeider \(84334\)](#)



Salgsmedarbeidere må kunne ta i bruk ulike salgsmetoder og kunne kommunisere og samhandle profesjonelt med andre. De må også beherske IKT-verktøy som letter kommunikasjonen, og ha innsikt i og kunne ta i bruk ny teknologi når den kommer.

Hanne arbeider som salgsmedarbeider i en dagligvarebutikk. Eduardo har handlet og kommer til kassa for å betale for 1 liter helmelk og 1 kilo epler av typen Royal Gala. Han legger varene på transportbåndet foran kassa. Hanne registrerer strekkoden fra melkekartongen ved å skanne den.

Eplene har ingen strekkode. Hanne legger eplene på vekta, trykker på PLU-knappen på kassa og taster inn sifrene 4173. Deretter betaler Eduardo for varene og får en kvittering. Selv om Hanne bare har skannet en strekkode og tastet inn et PLU-nummer, får Eduardo en kassalapp som inneholder artikkelnavn og pris på varene han har kjøpt, i tillegg til totalbeløpet.

Strekkode

Strekkoden på melkekartongen inneholder et unikt varenummer som består av 13 siffer. 1 liter helmelk har varenummeret 7038010000065. De to første sifrene (70) viser at varen er produsert i Norge. De fire neste (3801) viser at Tine Meierier er produsenten. De seks neste sifrene (000006) er varenummeret til Tine Meierier for 1 liter helmelk. Det siste sifferet (5) er et kontrollsiffer. Varenummeret er igjen koblet til et prisregister. Når varenummeret er registrert, vet systemet dermed hva varen koster.

PLU-kode

For varer som frukt og grønt betaler vi etter vekt. Hvert vareslag har sin unike PLU-kode («Price Look Up»). Royal Gala-epler har PLU-koden 4173, som er koblet til kiloprisen på Royal Gala-epler. Vekta viser hvor mye varen veier, prisen stammer fra prisregisteret.

Forslag til øving

Kjøp fire bananer. Noter kiloprisen fra hylla og ta vare på kassalappen. Vei deretter bananene og regn ut kiloprisen ut fra hylleprisen du noterte.

- Stemmer beløpet du betalte, med den oppgitte kiloprisen?
- Stemmer PLU-koden på emballasjen med PLU-koden for bananer fra PLU-koderegisteret på Internett?

Lenker for informasjon om varenummer og PLU-koder:

- www.gs1.no
- www.plucodes.com



Fotograf: [NKI Forlaget](#)



Strekkode

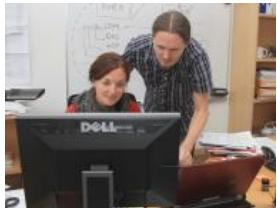
Fotograf: [NKI Forlaget](#)



Vekter

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Vekter \(84335\)](#)

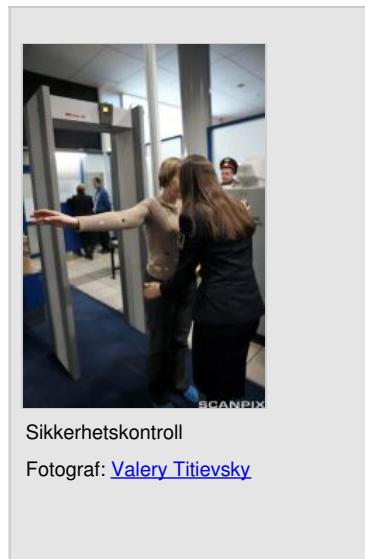


En vekter skal kunne planlegge og gjennomføre sikkerhetstiltak hos kunder. Vekteren skal i tillegg kunne betjene automatiske varslings- og overvåkingsanlegg for produksjonsprosesser, innbrudd og brann.

Randi arbeider som vekter i sikkerhetskontrollen på en flyplass. Sikkerhetskontrollen sjekker både passasjerer og bagasje.

Noen ganger kontrollerer Randi passasjerenes bagasje ved å gjennomlyse den. Dersom hun oppdager væsker, spisse gjenstander, verktøy eller annet som ikke er tillatt, varsler hun de andre vekterne. De tar så passasjen og bagasjen til side og beslaglegger de gjenstandene som ikke er tillatt.

Andre ganger kontrollerer Randi passasjerene når de passerer en metalldetektor. Dersom detektoren piper, må passasjerene fjerne gjenstander som kan gi utslag (som for eksempel sko, beltespenner og lignende) og passere detektoren på nytt. Ved fortsatt utslag bruker Randi en hånddetektor og skanner passasjeren fra topp til tå.



Sikkerhetskontroll

Fotograf: [Valery Titievsky](#)

Forslag til praktisk øving

Du er vekter og får i oppdrag å kontrollere brannalarmene i et bygg. Brannalarmene er de samme som blir brukt i private boliger.

- Hvordan vil du gjennomføre kontrollen?
- Hvor ofte skal man gjennomføre slike kontroller?

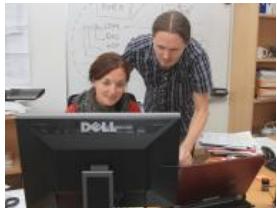
Tips

- Bruk Internett.

Logistikkoperatør

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

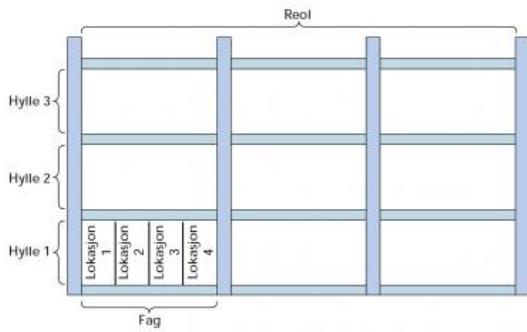
[Logistikkoperatør \(84337\)](#)



Logistikkoperatører arbeider på varelager og godsterminaler og må kunne bruke manuelle og elektroniske verktøy for transport, vareflyt og dokumentbehandling.

Sverre arbeider som logistikkoperatør på sentrallageret for en elektronikkjede som bare driver nettsalg.

Etter hvert som kundene handler på nettet, tar Sverre ut kundeordrer. Varene er lagret i reoler som er delt inn i hyller, som igjen er delt i fag og lokasjoner. Hver vare har sin egen lageradresse på formen reolnummer, hyllenummer, fagnummer, lokasjonsnummer. Sverre vet derfor akkurat hvor varen er, når han får oppgitt lageradressen.



Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)

For å lette plukkingen sorterer datasystemet de aktuelle varene i stigende nummerrekkefølge. Sverre slipper derfor å kjøre i sikksakk for å plukke varer.

Når Sverre har plukket varene, merker han dem med et unikt sendingsnummer og skanner dette nummeret. Deretter genererer datasystemet automatisk en e-post som går til kunden. Ved hjelp av sendingsnummere kan kunden selv spore pakken.

Lenker til nettbutikker og sporings sider:

- [www.nettbutikken.no](#) (elektronikk)
- [www.amazon.com](#) (elektronikk, bøker og andre varer)
- [www.pakkesporing.no](#)



Fotograf: [Corbis](#)



Merkelapp med

sendingsnummer

Fotograf: [NKI Forlaget](#)

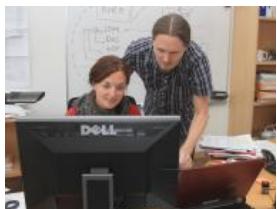
Forslag til øving

Du arbeider på et lager for en nettbutikk og skal plukke en ordre. Forklar framgangsmåten.

Yrkessjåfør

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Yrkessjåfør \(84350\)](#)



En yrkessjåfør må kunne bruke IKT-systemer i transportbransjen. Bussjåfører må mestre betalingssystemer for persontransport. Godssjåfører må kunne sporingssystemer for gods. Yrkessjåfører må også kunne bruke IKT-systemene i kjøretøyet (som fartsskriver, temperaturlogg, økonometer og så videre).

Godssjåfør

Emma arbeider som yrkessjåfør for en samlastspeditør. Når kundene leverer inn kolli på en terminal, blir alle kolliene tildelt et unikt sendingsnummer. Ved innenlands transport er dette det samme som nummeret på fraktbrevet. Avsenderen får kopi av sendingsnummeret og formidler det til mottakeren. Ved hjelp av sendingsnummeret kan kundene selv spore sine kolli under transport.

For at dette skal være mulig, skanner Emma sendingsnumrene etter hvert som hun laster kolliene i konteinere. Når alt er lastet, plasserer Emma skanneren i en dokkstasjon. Dataene blir da overført automatisk til et søkbart register. Ved hjelp av en Internett-adresse og et sendingsnummer kan avsenderen nå spore kolliene under transport ved å slå opp i registeret.

Når Emma kommer fram til mottakerterminalen, skanner hun kolliene på nytt. Om et kolli blir sporet på dette tidspunktet, kommer det informasjon om at sendingen er registrert innlevert på mottakerterminalen.

Etter at Emma har levert kolliene ved mottakerterminalen, overtar Nazir og kjører kolliene ut til mottakerne. Nazir skanner kolliene på nytt når han leverer ut varene til mottakeren. Tilbake på terminalen setter han skanneren i en dokkstasjon. Alle som nå prøver å spore et kolli, får informasjon om at kollet er levert til mottakeren.

Lenker til
samlastspeditører og
pakkesporing:

- [www.schenker.no](#)
- [www.bring.no](#)



Fotograf: [Volvo Norge AS](#)



Sendingsnumrene blir
skannet ved lasting.
Fotograf: [Tollpost Globe AS](#)



Klikk på bildet for å følge varegangen fra produsent til kunde.



En turbussjåfør må forberede seg på reiseruta.

Fotograf: [Gausdal Turbuss AS](#)

Forslag til øving

- Bestill en vare på nettet. Dersom du skulle angre kjøpet, er ikke det noe problem – du kan da returnere varen innen utløpet av angrefristen som gjelder ved nettkjøp.
- Spor pakken ved hjelp av sendingsnummeret med jevne mellomrom, slik at du følger med på pakkens ferd under transporten.

Bussjåfør

Kjell arbeider som bussjåfør. Om sommeren kjører han ofte turbuss og må da oppstre både som sjåfør og guide. For å forberede seg går Kjell nøye gjennom reiseruta. Han bruker Internett til å hente fram informasjon om severdigheter og planlegger nødvendige stopp underveis i tilknytning til slike severdigheter.

Oppgaver

Ni oppgaver om bruk av IKT

Forfatter: Arne Jansen

[Ni oppgaver om bruk av IKT \(134977\)](#)



Her får du flere oppgaver som handler om hvordan medarbeidere i service- og samferdselsfagene kan bruke IKT i reiselivs-, handels- og transportbedrifter. Det er ni oppgaver, og de kan løses individuelt og/eller i grupper.

Oppgaver

1. Du er på reise og kobler deg på nett via et åpent trådløst nettverk. Hvorfor bør du unngå å logge deg på som administrator?
2. Opprett deg selv som administrator på din egen pc. Opprett en gjesteprofil som andre kan bruke uten å få tilgang til ditt administratordomene.
3. Planlegg en reise for en vennegjeng på til sammen fire personer. Dere skal til Dublin, eller et annet sted som dere selv velger, dere skal være borte i fem dager og ønsker å bo på et rimelig hotell.
4. En kunde ringer til Nadia, som jobber på et hotell i Molde. Kunden trenger overnatting fra fredag til lørdag nest siste uke i juli. Nadia har ingen ledige rom å tilby kunden. Kan du hjelpe Nadia med å oppfylle kundens behov? **Tips:** Dette er siste dagen på jazzfestivalen i Molde. Nadia vet at ingen andre hoteller i byen har ledige rom, og må foreslå alternative løsninger.
5. Tenk deg at du arbeider i Statoil, eller en annen bedrift du kjenner. På kort varsel mottar du en forespørsel fra en skoleklasse om de kan komme på omvisning neste dag. Hva vil du gjøre? Hvordan vil du svare?
6. Kjøp fire bananer. Noter kiloprisen fra hylla og ta vare på kassalappen. Vei deretter bananene og regn ut kiloprisen ut fra hyllepisen du noterte. Stemmer beløpet du betalte, med den oppgitte kiloprisen? Stemmer PLU-koden på emballasjen med PLU-koden for bananer fra PLU-koderegisteret på Internett?
7. Du er vekter og får i oppdrag å kontrollere brannalarmene i et bygg. Brannalarmene er de samme som blir brukt i private boliger. Hvordan vil du gjennomføre kontrollen? Hvor ofte skal man gjennomføre slike kontroller?
8. Du arbeider på et lager for en nettbutikk og skal plukke en ordre. Forklar framgangsmåten.
9. Bestill en vare på nettet. Dersom du skulle angre kjøpet, er ikke det noe problem – du kan da returnere varen innen utløpet av angrefristen som gjelder ved nettkjøp. Spor pakken ved hjelp av sendingsnummeret med jevne mellomrom, slik at du følger med på pakkens ferd under transporten.

Rekruttering

Hva er rekruttering?

Forfatter: Kyrre Romuld

[Hva er rekruttering? \(61604\)](#)



I dette kapittelet skal du lære mer om hvordan bedrifter skaffer seg, tar vare på og utvikler sine ansatte. Vi skal også se på hvordan du selv kan øke sjansene for å få drømmejobben.

Vi skal se nærmere på ulike former for rekruttering. I tillegg skal vi se litt på hvordan bedriften følger opp sine ansatte for at de skal fungere best mulig sammen og utføre arbeidsoppgavene sine på en best mulig måte. Mot slutten ser vi på karriereplanlegging – hvordan du selv kan øke sjansene for at de mest attraktive arbeidsgiverne skal vurdere nettopp din søknad. Følgende artikler utgjør temaet Rekruttering:

- **Åpen rekruttering**

Tradisjonelle utlysninger og ulike medier der arbeidsgivere og arbeidssøkere kan møtes.

- **Lukket rekruttering**

Om metodene til hodejegere, fotballagenter og andre som finner kandidatene sine i lukkede nettverk.

- **Gjør din plikt og krev din rett**

Mest om arbeidsmarkedet før i tiden.

- **Stillingsanalyse**

Det som skjer når bedriften gjør sin bestilling med utgangspunkt i de oppgavene den nyansatte skal fylle.

- **Kandidatsøk**

Litt om intervju, referanser og alt annet som avgjør hvem som skal få tilbud om den ledige jobben.

- **Avtaler og regelverk**

Regler og rutiner ved tilsetting, prøvetid, lønn og avslutning av arbeidsforhold.

- **Rekrutteringsprosessen**

Oppsummerer de viktigste leddene fra behovet på arbeidsplassen oppstår, til den nye ansatte er på plass.

- **Karriereplanlegging**

Hvordan du selv kan bidra til å sikre deg drømmejobben.

Når en bedrift skaffer seg arbeidskraft, kalles det *rekruttering*.

Læreplanen sier at du skal kunne «gjøre rede for sentrale rekrutterings- og ansettelsesprosesser i en virksomhet».

Det betyr at du må kjenne til hvordan og hvorfor bedrifter finner kvalifiserte ansatte.

Type of insertion is blank. Do not know what to render.

En CV er en oversikt over utdanning og erfaring som er relevant for å søke jobb.

Har du skrevet din egen CV?

Åpen rekruttering

Forfatter: Kyrre Romuld

[Åpen rekruttering \(61609\)](#)



Åpne utlysninger betyr at det er like muligheter for alle til å søke en ledig stilling, såframt de har fått med seg at den lyses ledig. Slike åpne utlysninger finner vi både i trykte medier, som aviser og fagblader, og på Internett. I offentlig sektor er det fortsatt slik at alle ledige stillinger skal utlyses. I denne artikkelen skal vi se mer på de vanligste mediene som blir brukt til åpne utlysninger. Vi ser også på de viktigste fordelene og ulempene ved åpne utlysninger.

Hva er en åpen utlysning?

Vi sier at en utlysning er åpen, eller offentlig, når den annonseres i trykte eller digitale medier. Tall fra NAV viser at om lag 60 % av alle ledige stillinger blir besatt uten at stillingen utlyses offentlig. Av de 40 % som utlyses offentlig, kommer om lag halvparten som stillingsannonser i aviser, fagblader og andre trykte medier. Den andre halvparten kommer som utlysninger på ulike nettsteder. Den største av disse er [NAV](#).

NAVs rolle

NAV har ansvar for de offentlige arbeidskontorene og er en viktig aktør for å sikre et åpent og tilgjengelig arbeidsmarked. Sysselsettingsloven påla tidligere alle offentlige og private bedrifter å melde ledige stillinger til NAV. Her ble ledige stillinger fulgt opp med både lokale oppslag og direkte kontakt med de arbeidssøkerne som var registrerte hos det lokale arbeidskontoret. En viktig årsak til at NAV fikk disse oppgavene, var at det ville hjelpe de som var uten arbeid, tilbake i jobb.

I dag er NAVs rolle noe endret. Arbeidssøkerne er langt mer selvstendige, ikke minst ved hjelp av Internett. NAV har også fått en viktigere rolle overfor de som allerede har arbeid, men som ønsker å skifte jobb. I tillegg til NAV finnes det en rekke jobbportaler, rekrutteringsfirma, vikarbyråer, enkeltbedrifter og andre som utlyser stillinger over nettet. De fleste av disse har systemer der søknader må registreres digitalt.

Fordeler og ulempor ved åpne utlysninger



NAV
Fotograf: [Morten Holm](#)
NAV har laget en oversikt over ulike nettsteder som annonserer ledige stillinger. Du finner den her:
[NAV: Jobbportaler og vikarbyråer](#)

NAV anbefaler også jobbsøkere å sjekke hjemmesidene til bedrifter de synes kan være interessante. Ikke alle bedrifter annonserer i aviser eller på jobbportaler.

En klar fordel med åpne utlysninger er at vi når ut til mange potensielle kandidater. Om annonsen er godt utformet, vil den i de fleste tilfeller bidra til at vi får flere kvalifiserte søkeres. En annen fordel er den markedsføringen som kan ligge i å vise omverdenen at vi ansetter folk. Kunder ser at vi er i vekst, mens potensielle medarbeidere husker på oss neste gang de vurderer å skifte jobb.

Selv om vi utlyser en stilling i en lokalavis, vil NAV registrere hele utlysningen på sine nettsider. Slik får interesserte kandidater fra hele landet kunnskap om rekrutteringsbehovet vårt.

Innenfor rekruttering er det vanlig å informere alle kandidater underveis i prosessen. Mange arbeidsgivere returnerer også atester og vitnemål til søkerne etter ansettelsesprosessen. Sammen med å ta imot og svare på telefonhenvendelser og e-poster fra utålmodige søkeres utgjør dette ganske stor arbeidskapasitet. Noen ganger er denne belastningen så stor at bedriften velger andre løsninger.

Det å velge å utlyse stillingen åpent, kan også være uheldig om vi ønsker å tiltrekke oss nøkkepersonell med en viss diskresjon. Noen ganger ønsker vi ikke at konkurrenter og andre markedsaktører skal kikke oss i kortene. Kanskje ser vi også etter en spesiell kandidat hos nettopp konkurrenten og tar forsiktig direkte kontakt.

I dag er NAV supplert med en rekke private arbeidsformidlere, samtidig som mange bedrifter utlyser ledige stillinger direkte på nettsidene sine.

NAVs rolle har endret seg fra å ha monopol på arbeidsformidling til å overvåke arbeidsmarkedet. De følger blant annet opp arbeidsledighet i bransjer og distrikter, knapphet på arbeidskraft, tiden det tar å finne kvalifiserte kandidater, og bedriftenes forventninger til egen utvikling. Disse tallene er et viktig grunnlag for å utdanne nye kandidater gjennom videregående skole og høyere utdanning, samtidig som det gir myndighetene mulighet for å sette inn tiltak om arbeidsledigheten vokser.

For arbeidsgiverne vil vanligvis en åpen utlysning gi størst respons. Jo flere kvalifiserte kandidater som ser utlysningen, jo flere søker.

Lukket rekruttering

Forfatter: Kyrre Romuld

[Lukket rekruttering \(61642\)](#)



Noen ganger velger arbeidsgivere å søke etter kandidater uten å utlyse stillingen offentlig. Kanskje er de ute etter en helt spesiell person, kanskje vil de unngå publisitet om at de ansetter nye medarbeidere, eller kanskje er konkurransen om arbeidskraft så hard at de velger å kontakte aktuelle kandidater direkte.

Hodejegerne

Å sette sammen et vinnerlag uten å utlyse ledige stillinger offentlig er ikke noe nytt fenomen. Både Jesus, Al Capone og Alex Ferguson håndplukket sine nærmeste medarbeidere. Kanskje har du også opplevd at en arbeidsgiver gir deg et direkte tilbud om arbeid?

Når kandidaten er kjent

Den mest typiske årsaken til at en bedrift rekrutterer direkte, er at man skal ha tak i en helt spesiell kompetanse som gjerne må hentes fra en konkurrent. IT-yrkene, ulike meglere og fotballtrenere er eksempler på yrkesgrupper som ofte opplever å bli kontaktet direkte av mulige nye arbeidsgivere.

Fordeler og ulemper

Fordelene med slik rekruttering kan være flere. Det går ofte kortere tid å få ansatt den nye personen, fordi bedriften slipper å bruke tid på å gå gjennom søkerader og sortere aktuelle kandidater. Kostnadene kan derfor ofte bli lavere.

I enkelte tilfeller kan lukket rekruttering føre til høyere lønninger og dermed økte kostnader for bedriftene. Et slikt eksempel har vært konkurransen mellom offshoreindustrien og den landbaserte mekaniske industrien langs kysten. Her har mange lokale mekaniske bedrifter opplevd at de ikke har klart å matche lønnsnivået i oljeindustrien. Et annet eksempel kjenner vi fra toppfotballen, der en klubb har mulighet til å lokke nye spillere med høyere lønninger enn det andre klubber har økonomi til å tilby.

Nettverksrekruttering

En stor del av den lukkede rekrutteringen skjer gjennom bedriftenes egne faglige og sosiale nettverk. I praksis betyr det gjerne at en leder spør seg selv, eller sine kollegaer, om en kjenner til noen som kan egne godt for den ledige stillingen. Om du har lyst å være nettopp en slik kandidat, bør du lese kapittelet om karriereplanlegging.



Fotballedere håndplukker ofte sine medarbeidere. Det er sjeldent vi finner stillingen som spiss på Rosenborg utlyst på NAV.

Fotograf: [Morten Holm](#)



Lukket rekruttering skjer gjerne via personlige og profesjonelle nettverk.

Fotograf: [Science Photo Library](#)

Gjør din plikt og krev din rett

Forfatter: Kyrre Romuld

[Gjør din plikt og krev din rett \(61606\)](#)



Arbeidsmarkedet før i tiden var på mange vis enklere enn i dag. Det var ikke uvanlig å ha samme arbeidsgiver – kanskje til og med samme arbeidsoppgaver – hele livet. I denne artikkelen skal vi se litt mer på hva som preget arbeidsmarkedet før, og om vi fortsatt kan lære noe av våre forfedre.

Lang og tro tjeneste

Du har kanskje sett bilder i lokalavisa av stolte kvinner og mennsom har mottatt utmerkelser for lang og tro tjeneste i samme bedrift? Det blir for lettvint å si at de ble så lenge ved samme bedrift fordi det ble forventet av dem, eller fordi hjørnestearinsbedriften var deres eneste alternativ.

Fellesskap og lojalitet

For de aller fleste er den viktigste årsaken at de har likt seg så godt. Da må vi spørre oss hvordan det er mulig å få folk til å like seg godt i 25, 30 og 45 år. Noe av svaret dreier seg om arbeidsmiljø – om hvordan kollegaer, ledelse, eiere og fagforeninger har skapt små samfunn med servicefunksjoner, nære relasjoner og sosiale arenaer.

Yrkesidentitet

En viktig årsak til at mange ble så lenge i samme yrke og i samme bedrift, var at de utviklet en sterk yrkesidentitet. Yrkesidentitet kan bety at en interesserer seg for yrket og bransjen sin på en slik måte at det påvirker hele hverdagen på en positiv måte. Mange ble engasjert i organisasjoner som bygde på nettopp denne yrkesidentiteten. Aktivitetene kunne være alt fra politisk arbeid via idrett til religiøse aktiviteter. Felles for dem alle er at et kollegialt fellesskap ble en sosial ramme som ofte omfattet hele familien.

Hva kan vi lære?

Når forskere og bedriftseiere beskriver framtidens arbeidsmarked, sier de at det vil bli preget av hard konkurranse om de dyktigste medarbeiterne. Samtidig peker mange på det sterke fokuset det i dag er på unge ansatte. Utfordringen for mange bedrifter blir da å legge til rette for lengre karrierer, slik at 40-, 50- og 60-åringene opplever at de er attraktive ansatte. Kanskje ligger noe av svaret på utfordringene vi vil møte i framtiden, i måten de så på arbeidslivet før i tiden?

Arbeidstaker-organisasjonene, som LO, har alltid slåss for arbeid til alle.

Fotograf: [Tor Greiner Jarild](#)

Det å være lenge i samme jobb og i samme bedrift styrket yrkesidentiteten og yrkesstoltheten.

Opphavsmann: [Clipart.com](#)

Stillingsanalyse

Forfatter: Kyrre Romuld

[Stillingsanalyse \(62357\)](#)



Å ansette nye medarbeidere er en stor investering og vil alltid være forbundet med risiko. Stillingsanalyse dreier seg om å kartlegge både de oppgavene kandidaten skal utføre, og de kvalifikasjonene som kreves for å lykkes.

Hva er jobben?

I de fleste tilfellene vil bedriften ha klare oppfatninger om hvilke oppgaver og ansvar en stilling skal bestå av. Ved å beskrive den jobben som skal gjøres, får bedriften vanligvis et godt grunnlag for å vurdere hvilke kvalifikasjoner som er nødvendige. På denne måten går bedriften fra å beskrive den jobben som skal gjøres, til å beskrive hva den som skal utføre jobben, må beherske.

Hva kreves av kandidaten?

I mange tilfeller er det ingen tvil om hvilke grunnleggende kvalifikasjoner som må være på plass. Skal vi ansette en sjåfør, må vedkommende ha de aktuelle førerkortklassene. Skal vi ansette en revisor, må han eller hun ha offentlig revisorgodkjenning. Slike kvalifikasjoner kaller vi formell kompetanse.

Det er svært sjeldent at en bedrift baserer ansettelsene sine kun på formell kompetanse – det blir også lagt vekt på personlige egenskaper. Dette skyldes naturlig nok at den nye medarbeideren skal omgås kollegaer og kunder på en positiv måte.

Dersom det er nødvendig at søkeren har et visst utdanningsnivå eller en viss utdanningsretning for å kunne gjøre jobben, vil det være en del av de formelle kravene som blir stilt.

Organisasjonsutvikling

Noen ganger legger bedriften størst vekt på hva kandidaten kan bidra med på lengre sikt. Kanskje ser ledelsen for seg en spesiell karriere. Kanskje mener ledelsen at kandidaten har spesielle egenskaper som de tror vil tilføre organisasjonen nye kvaliteter.

Kandidatsøk

Forfatter: Kyrre Romuld
[Kandidatsøk \(62361\)](#)



Først når vi har beskrevet behovet vårt i en stillingsanalyse, kan vi ta fatt på neste store utfordring: Hvor finnes de beste kandidatene, og hvordan når vi dem? Vi har tidligere sett på åpne og lukkede rekrutteringsprosesser. Nå skal vi se mer på hvordan vi kan komme i kontakt med den eller dem som er best kvalifisert for den nye jobben i bedriften vår.

Kandidaten må også finne oss

De fleste ledige stillingene skal vanligvis fylles av noen som har en lignende stilling i en annen bedrift. Mest sannsynlig gjør vedkommende en god jobb, er stort sett fornøyd og setter pris på kollegaer og arbeidsmiljø. Vår utfordring blir da å pirre nysgjerrigheten nok til at denne personen kan tenke seg å møte oss, søke jobb hos oss eller på annet vis hente mer informasjon om hvordan det vil være å arbeide for oss.

Når vi utlyser i aviser eller fagtidsskrifter, har vi sjeldent som mål å få en veldig tykk bunke med søkerader. Det vil koste oss mye tid å behandle mange søkerader, og kanskje er det viktig å unngå å vekke interessen hos mange kvalifiserte kandidater som vi aldri kan tilby noen jobb. Det ideelle er gjerne derfor at annonsen bare treffer blink hos de mest aktuelle kandidatene. Samtidig har en god stillingsannonse en sterk markedsføringseffekt, der mange mennesker vil se at bedriften vår er på offensiven og kanskje kan bli en spennende arbeidsplass i framtiden.

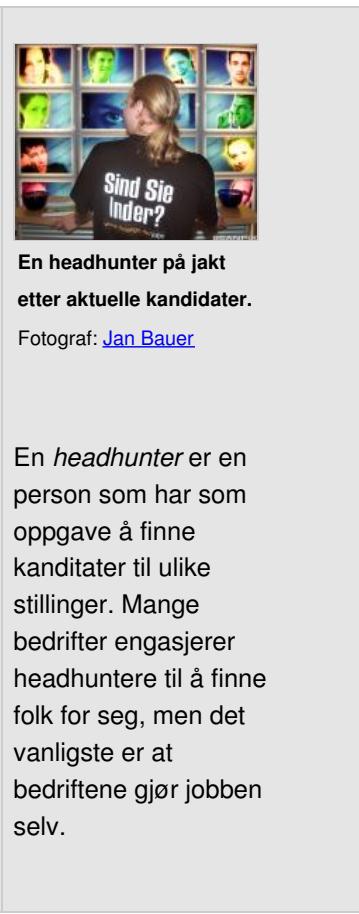
Utlýser vi på nettet, sparar vi tid og penger samtidig som vi gjør oss mer tilgjengelige for kandidater som bevisst søker nye utfordringer.

Intervju

De fleste bedrifter gjennomfører én eller flere intervjurunder. Stillingsanalysen er da grunnlaget for å velge ut aktuelle kandidater fra søkerlisten.

I intervjuet får kandidatene anledning til å presentere, og selge, seg selv. Målet er å avklare om de forventingene som kandidaten har skapt i søkeraden, holder seg når man møtes ansikt til ansikt. Intervjuet gir også begge parter anledning til å stille spørsmål, utdype informasjon og avtale eventuell videre prosess.

Utvælgelse



En *headhunter* er en person som har som oppgave å finne kandidater til ulike stillinger. Mange bedrifter engasjerer headhuntere til å finne folk for seg, men det vanligste er at bedriftene gjør jobben selv.

Vanligvis er det fra tre til seks kandidater i siste intervjurunde. Når bare én får tilbudet, skulle man tro at de andre opplevde prosessen som et nederlag. Dette er heldigvis sjeldent tilfelle. Dyktige rekrutterere sørger for å gi tilbakemeldinger som gir kandidatene økt selvinnsikt og bedre sjanser ved neste forsøk. Mange bedrifter og rekrutteringsfirma tar også vare på informasjon om kandidater som har vært intervjuet, og kontakter dem når de får nye ledige stillinger som kanskje passer enda bedre enn den der de ble nummer to eller tre.

Avtaler og regelverk

Forfatter: Kyrre Romuld

[Avtaler og regelverk \(69861\)](#)



Arbeids- og lønnsavtalen er det juridiske grunnlaget for forholdet mellom arbeidsgiver og arbeidstaker. Arbeidsavtalen må selvsagt være i samsvar med det som er avtalt tidligere i rekrutteringsprosessen. Her skal vi se på de viktigste kravene til en slik avtale. Du finner også lenker til sider med standardiserte arbeidsavtaler og øvelser som du kan arbeide med.

Arbeidsmiljøloven

Arbeidsmiljøloven sier at alle ansatte skal ha en arbeidsavtale – også de med kortvarige og midlertidige arbeidsforhold. De fleste punktene vi nevner om avtaler og regelverk, er hentet direkte fra arbeidsmiljøloven.

Hjem avtalen gjelder

Avtalen skal inneholde opplysninger om navnet og adressen til både arbeidsgiveren og arbeidstakeren.

Arbeidets art

Avtalen skal beskrive arbeidets art, altså oppgavene, eller oppgi en stillingstittel som indikerer dette.

Tidspunkt for oppstart og arbeidssted

Startdato i arbeidsavtalen er utgangspunkt for lønnsberegning og ansiennitet.

Varighet

Om stillingen er fast, oppgis det. Ved midlertidig stilling oppgis forventet varighet.

Prøvetid

Arbeidsgiver og arbeidstaker avtaler hvor lang prøvetiden skal være, og det skal oppgis i avtalen. Prøvetiden kan være maksimalt seks måneder.

Ferie

Ferie-loven gir regler om ferie, og de fleste arbeidsavtaler nøyter seg med å henvise til denne lovens bestemmelser.

Oppsigelsesfrist

Loven krever minimum én måneds oppsigelsesfrist, men den kan forlenges. Det er ikke mulig å avtale en lengre oppsigelsesfrist for arbeidstaker enn for arbeidsgiver.

Lønn

Avtalen skal også inneholde informasjon om lønnsnivå og tidspunktet for når lønn skal utbetales.

Rekrutteringsprosessen

Forfatter: Kyrre Romuld

[Rekrutteringsprosessen \(69754\)](#)



I denne artikkelen vil vi gå gjennom de viktigste fasene fra bedriften tror eller vet at de skal ha en ny ansatt, til den nye ansatte er på plass.

Jobbanalyse

I første fase vil bedriften måtte avklare innholdet i stillingen. Selv om den nye ansatte kanskje skal erstatte en som slutter, er det ikke sikkert at oppgavene skal være nøyaktig de samme. I større bedrifter er det gjerne egne personalansvarlige som tar ansvar for rekrutteringsprosessen. Personalansvarlig samarbeider nært med det som vil bli den nærmeste lederen til den som skal ansettes.

Valg av medium

Som du har sett i artiklene om utlysning, er det ulike måter man kan komme i kontakt med kandidater på. Jobbanalysen forteller mye om hvilke kvalifikasjonskrav man må stille – og kanskje vil man også vite hvor man vil finne den nye medarbeideren. Åpne utlysninger, nettverksrekryttering eller større rekrutteringskampanjer i sosiale medier er noen alternativ og svært forskjellige rekrutteringsstrategier.

Utløsning og kandidatsøk

På bakgrunn av rekrutteringsstrategi kan det være aktuelt å utforme og bestille annonser, henvende seg uformelt til kontakter gjennom nettverk, utlyse stillingen på egen hjemmeside eller bruke eksterne rekrutteringsfirma.

Kandidatkontakt

Det er viktig at bedriften har tilgjengelige kontaktpersoner i den perioden bedriften har lyst ut en stilling eller arbeider for å skaffe søkeres på andre måter. Kandidatkontakten må være tilgjengelig helt fram til søknadsfrist.

Søknadsbehandling

Dersom søkerantallene er høye, må man sette av tid til å registrere og sortere søkerne. Det er ofte ledergruppa eller et innstillingsutvalg som gjør den administrative jobben med å behandle søkerlistene og søkerprofilene.

Intervju

Så velger bedriften ut kandidater som blir innkalt til førstegangsintervju. Noen bedrifter nøyser seg med én intervjurunde, mens andre bruker første runde til å grovsortere kandidatene og gjennomfører én eller flere intervjurunder senere.

Utvelgelse

Den ansvarlige ledelsen velger så ut den kandidaten de mener passer best til stillingen – på bakgrunn av søknad, intervju, samtaler med referanser og noen ganger personlighetstester. Kandidaten får tilbud om ansettelse, og slike tilbud har vanligvis relativt kort tidsfrist. Om bedriften er usikker på om hovedkandidaten vil ta imot tilbuddet, hender det at bedriften holder noen flere kandidater i beredskap framfor å gi dem avslag.

Tilsetting og evaluering

Til slutt inngår arbeidsgiver og arbeidstaker kontrakt med informasjon om arbeidsoppgaver, prøvetid, lønn og øvrige betingelser. Mange bedrifter avslutter også ansettelsesprosessen med å evaluere den internt.

Karriereplanlegging

Forfatter: Kyrre Romuld

[Karriereplanlegging \(62723\)](#)



Konkurransen om drømmejobbene blir stadig hardere. For å komme øverst på arbeidsgivernes ønskeliste er det viktig å presentere seg på en best mulig måte. Det er også viktig å velge den utdanningen og den erfaringen som blir mest etterspurt i framtiden.

Hjerte og hjerne

Den viktigste fasen i din egen karriereplanlegging er når du velger hvilken utdanning du vil ta. De aller fleste legger størst vekt på egne interesser og anlegg når de skal velge. Men mange velger også ut fra situasjonen i arbeidsmarkedet og for eksempel lønn, mulighet for videreutdanning, trygghet og sosial anseelse.

Snakk med ekspertene

Karriereplanlegging dreier seg om å ta hensyn til krav, forventninger og utviklingstrekk i arbeidsmarkedet. For de fleste av oss er det å velge utdanning en viktig avgjørelse. Det kan derfor være lurt å snakke med erfarne mennesker – som rådgiver, lærer, arbeidsgiver eller foreldre – for å få mer kunnskap om framtidens etterspørsel etter ulike yrker.

Sosiale medier

Stadig flere bedrifter tar i bruk sosiale medier for å komme i kontakt med aktuelle kandidater. En undersøkelse som er gjennomført på oppdrag av bemanningsbyrået Xtra personell, viser at én av tre bruker sosiale medier når de er på jakt etter jobb. Blant de yngste er det Facebook som er den største informasjonskilden, mens størstedelen av de som er over 25 år, foretrekker LinkedIn.

Det lille ekstra

Det kan være stor forskjell på jobbinnhold og utviklingsmuligheter hos ulike arbeidsgivere. Jo tidligere du har en plan om hvilken arbeidsgiver eller konkret jobb du ønsker, jo lettere er det å tilpasse utdanningen til de kravene arbeidsgiveren stiller. Kanskje bør du ha en spesiell type arbeidserfaring under utdanningen? Eller kanskje bør du ha et ekstra fremmedspråk? Om du tar kontakt med framtidige kollegaer eller arbeidsgivere tidlig, kan de ofte supplere informasjonen fra yrkesrettledere og utdanningsportaler. Kanskje kan du også få komme på besøk, hospitere eller prøve deg i en sommerjobb?

Hva har du lært?

Forfatter: Kyrre Romuld

[Hva har du lært? \(70157\)](#)



Her er noen repetisjonsoppgaver til temaet Rekruttering. I tillegg finner du lenker til større arbeidsoppdrag til hver side med fagtekst.

1. Forklar begrepet *rekruttering*.
2. Hva innebærer en åpen utlysning?
3. Hva kan være fordelene med å utlyse en stilling offentlig?
4. Hva kan være fordelene med å la være å utlyse en stilling offentlig?
5. Hva er det som avgjør hvilke medier man velger å bruke når man skal annonser en ledig stilling?
6. Hva innebærer lukket rekruttering?
7. Hva er et nettverk?
8. Nevn eksempler på noen uformelle nettverk.
9. Hvordan kan en bedrift rekruttere gjennom nettverk?
10. Hvordan kan en bedrift rekruttere via sosiale medier?
11. Hva kan en arbeidssøker gjøre for å bli kontaktet av nye arbeidsgivere?
12. Hvordan ville du lyst ut en stilling om du ønsket søker fra Polen og Litauen?
13. Hvordan ville du lyst ut en stilling om du ønsket søker fra en annen del av landet?
14. Hva betyr *yrkesidentitet*?
15. Hva er fordelene med at de ansatte er lojale og vil jobbe lenge i bedriften?
16. Hva er formell kompetanse?
17. Hvorfor legger arbeidsgiver så ofte stor vekt på personlige egenskaper?
18. Hvordan kan en arbeidsgiver få informasjon om de personlige egenskapene til en arbeidssøker?
19. Hva betyr det at en stillingsannonse har markedsføringseffekt?
20. Hvorfor intervjuer bedriften vanligvis flere enn én søker?
21. Hva er hensikten med en arbeidsavtale?
22. Hvilken informasjon skal vanligvis være oppgitt i en arbeidsavtale?

Oppgaver

Lyst til å jobbe med IKT for Rolls-Royce?

Forfatter: Kyrre Romuld

[Lyst til å jobbe med IKT for Rolls-Royce? \(70010\)](#)



Dette er overskriften til en utlysningstekst for en ledig stilling som lærling i IKT-servicefag. Når du nå nærmer deg slutten av vg2, skal du søke lærepass. På NAV sine nettsider finner du denne utlysten:

Utlysning: Lærling IKT-servicefag

Heading for the future
Rolls-Royce er verdens ledende leverandør av skipsdesign, skipsutstyr og komplette systemløsninger for de fleste typer fartøy. Vi er 7500 medarbeidere over hele verden som arbeider innen Rolls-Royce sin marine virksomhet.
Du finner mer informasjon på internett: www.rolls-royce.com

Vi søker:

Lærlinger

Rolls-Royce tar hvert år inn nye lærlinger i august. Med lærekontrakt hos Rolls-Royce får du sjansen til å utdanne deg til nasjonalt godkjent fagbrev i ulike fagretninger, samtidig som du tjener penger mens du lærer.
Vi kan tilby lærekontrakter innen følgende fagområder:

Deck Machinery & Steering Gear - Brattvåg

CNC Operatør
Industrimekaniker

Head Office - Alesund

Kontor og administrasjonsfaget

Deck Machinery Seismic & Subsea - Hjørungavåg

Industrimekaniker
Industriørlegger
CNC Operatør
Plate/Sveis
Automatiker

Propulsion - Ulsteinvik

CNC Operatør
Industrimekaniker

Automation - Longva

Automatiker

Head Office - Ulsteinvik

IKT - driftsfag

Søknadsfrist for alle stillingene er 1. mars 2011.

For å søke og lese mer om stillingene, gå til vår nettside:
http://www.rolls-royce.com/careers/current_vacancies/norway/index.jsp

TRUSTED TO DELIVER EXCELLENCE



Rolls-Royce

Utlysning: Rolls-Royce tar inn nye lærlinger

1. Hva kaller vi denne typen utlysning?
2. Hvor har arbeidsgiver opprinnelig annonseret den ledige stillingen?
3. Hvorfor registrerer NAV den ledige stillingen i sin stillingsdatabase?
4. Gå inn på hjemmesiden til arbeidsgiveren Rolls-Royce og finn mer informasjon.
Tenk deg at det er du som snart er ferdig med vg2 IKT-servicefag. Sett opp de viktigste grunnene til at du kunne tenke deg å søke denne stillingen. Sett også opp eventuelle grunner til at du ikke har så lyst.
5. Skriv en fullstendig søknad om den ledige stillingen. Let gjerne på ulike jobb- og karriereportaler for å finne tips til hvordan du skal bygge opp søknaden. Ta hensyn til at søkeren skal behandles av medelever. Læreren avgjør om det er lov å dikte opp litt ekstra kvalifikasjoner, men søkeren må virke realistiske.
6. Del klassen inn i grupper slik at det er minumum fem elever i hver gruppe. Trekk lodd slik at to elever får rollen som personalansvarlige. De øvrige er jobbsøkere.
7. De som er personalansvarlige, går gjennom søkerne og forbereder et kort førstegangsintervju på 5–10 minutter med hver. Let gjerne på ulike jobb- og karriereportaler for å finne tips til hvordan dere bør gjennomføre intervjuet.
8. Bytt gjerne roller slik at alle får prøve seg som både personalansvarlig og arbeidssøker.

6 av 10 jobber blir aldri utlyst

Forfatter: Kyrre Romuld

[6 av 10 jobber blir aldri utlyst \(70037\)](#)



I denne oppgaven skal vi ta utgangspunkt i en artikkel fra Aftenposten som ser på både årsaker til og konsekvenser av at de fleste jobbene aldri blir utlyst.

Les artikkelen [6 av 10 jobber blir aldri utlyst \(Aftenposten\)](#).

1. For hvilken type jobber er det høyest andel av de ledige stillingene som utlyses offentlig?
2. I hvilke typer jobber er det lavest andel som utlyses offentlig?
3. Ta utgangspunkt i det som akkurat nå er drømmejobben din etter endt skolegang. Vær konkret og ubeskjeden!
 - Om du skulle finne drømmejobben via en utlyst stilling, hvilke medier er de mest aktuelle for deg å lete i?
 - Om du skulle finne drømmejobben uten at den var utlyst, hva ville du gjort?

Var alt bedre før?

Forfatter: Kyrre Romuld

[Var alt bedre før? \(70048\)](#)



I denne oppgaven skal du intervju en eldre person om yrkeserfaring. Du kan intervju en venn eller en slekting, eller du kan spørre en lærer.

Du skal skaffe deg kunnskap om hvordan det var å starte i arbeid for 30, 40 eller 50 år siden. Kanskje kan du finne intervjuobjekter som har erfaring fra enda eldre tider?

Temaet for intervjuet er altså opplevelser knyttet til den første skikkelige jobben. Da tenker vi helst på en jobb av lengre varighet som man har som eldre ungdom eller voksen.

Forbered intervjuet ved å sette opp spørsmål du vil ha svar på. Du velger selv spørsmålene, men her er noen ideer:

- Fortell litt om den første jobben din.
- Hva var grunnen til at du begynte i akkurat den jobben?
- Hvordan ble du rekruttert til jobben?
- Var det den vanlige måten å bli rekruttert til slike jobber på?
- Hva (tror du) var de viktigste kvalifikasjonene dine?
- Fortell litt om de største forskjellene på arbeid og arbeidsplass da og nå.
- Har du noen aktuelle bilder eller dokumenter fra den tiden som jeg kan få låne og eventuelt kopiere?
- Kan jeg ta et bilde av deg som jeg kan bruke når jeg presenterer intervjuet?

Avtal med læreren din om du skal lage et foredrag, en artikkel, en film eller en annen form for presentasjon for klassen.

Denne oppgaven kan også inngå i andre fag, for eksempel norsk eller samfunnsvitenskap.

Snakk med læreren din om det.



Intervjustituasjon

Fotograf: [Lee Jordan](#)

Les mer om hvordan du gjennomfører et intervju ved å følge lenken til høyre.

Jorda rundt på 80 dager

Forfatter: Kyrre Romuld

[Jorda rundt på 80 dager \(70148\)](#)



Tenk deg at du er ansatt som leder i reisebyrået Jorda rundt på 80 dager, som har spesialisert seg på reiser for ungdom. Du skal ansette en ny medarbeider og må gjøre en stillingsanalyse.

Byrået selger 90 prosent av reisene sine via Internett og har nesten bare kunder under 30 år. Dere er 4 ansatte som alle deler på de daglige arbeidsoppgavene, som er

- kundekontakt via e-post og telefon
- reiseplanlegging
- kontakt med hoteller og flyselskap der kommunikasjonen stort sett skjer på engelsk eller spansk
- oppdatering og utvikling av nettside
- oppgjør og regnskap

Du vet i tillegg at de øvrige ansatte ønsker seg en kollega som er dyktig på å lage ulike presentasjoner for grupper av studenter og andre kunder som tar kontakt med byrået.

Lag en stillingsanalyse der du beskriver

- de vanligste arbeidsoppgavene
- ønskede kvalifikasjoner for å løse vanlige oppgaver
- spesielle ønsker og behov for tilleggskompetanse
- ønskede personlige egenskaper og kvaliteter

En slik stillingsanalyse vil være et godt grunnlag for å gå videre i rekrutteringsprosessen!

Ledig stilling – Rektor

Forfatter: Kyrre Romuld

[Ledig stilling – Rektor \(70091\)](#)



I denne oppgaven skal du lage en stillingsannonse til et toårig vikariat som rektor på din egen skole.

De aller fleste videregående skoler er eid av en fylkeskommune. Om skolen skal ansette en ny rektor, er det påbudt å utlyse stillingen. I denne oppgaven har vi innvilget dagens rektor permisjon i to år. Du skal lage en stillingsannonse som skal få de aller beste rektorene rundt i landet til å kaste seg inn i konkurransen om to spennende år hos dere.

1. Gjør en enkel stillingsanalyse. Sett opp oppgaver og utfordringer på ulike nivå. Hva er de viktigste oppgavene i det daglige, og hvilke utfordringer vil den nye rektoren møte på lengre sikt? Hva er den mest aktuelle bakgrunnen med tanke på utdanning og praksis, hva er viktig med hensyn til oppnådde resultater, og hvilke personlige egenskaper ønsker vi oss av en slik leder?
2. Bruk stillingsanalysen til å lage en presis og spennende stillingsannonse.
3. I hvilke medier vil du helst annonsere?

Trenger du noen gode tips til utforming av stillingsannonsen? Her er en annonse for en tilsvarende stilling:

Skjermdump: Ledig
rektorstilling

The image contains two side-by-side screenshots of a job listing. The left screenshot shows the top portion of the ad, featuring the Akershus logo and a brief description of the community's responsibilities. The right screenshot shows the full details of the job posting, including sections for facts about the position and contact information.

Fakta om stillingen

Firma: Akershus Fylkeskommune
Nettside: [Trykk her](#)
Sted: Nittedal
Tittel: Rektor ved Bjertnes videregående skole
Kategori: Utdanning/Undervisning/Forskning
Videregående skole

Kontakt

Kontakt: Alf Skasø
Tittel: fylkesdirektør for opplæring og tjenester
Telefon: 22 05 57 80

Kontakt

Kontakt: Ingunn Øglænd Nordvold
Tittel: assisterende fylkesdirektør
Telefon: 22 05 54 15

Skjermdump: Ledig rektorstilling del 1

Ledig stilling som rektor ved Bjertnes videregående skole
(Åremål – ID-nr: 3660)

Rektor er skolens øverste leder, og har vid fulmakter og stor handlefrihet innenfor gitte rammer, lov- og avtaleverk. Rektor har resulat-, personal- og økonomiansvar, og rapporterer til fylkesrådmannen.

Vi søker en inkluderende og tydelig leder som:

- * har evne til å videreutvikle skolen som en lærende organisasjon, der elevene får opplevelser med utgangspunkt i lærerplanens mål og egne forutsetninger
- * evner å motivere og skape god kontakt med ansatte, elever og eksterne samarbeidspartnere
- * er allsidig og evner å ivareta skolens mangfold og egenart
- * har god systemforståelse og kunnskap om relevant lov- og avtaleverk
- * har evne og vilje til å etablere og vedlikeholde systemer som sikrer kvalitet i opplæringen
- * har godt humør og romslig minneskesyn

Stillingen besettes på åremål for 6 år. Lann avtales ved tilsettning, i henhold til kommunalt avtaleverk og retningslinjer for rektorstillinger i Akershus fylkeskommune. For stillingen gjelder for øvrig lann- og arbeidetidslårl fastsatt i lov- og avtaleverk. Fra brutto grunnlann trekkes 2 % til medlemskap i Statens pensjonskasse.

Vi gjør oppmerksom på at den som tilsettes må legge fram politattest, jfr. opplæringsloven §10-9.

Stillingen er ledig fra 1. august 2009.

Det bes om at det benyttes [elektronisk søknadsskjema](#). Søknadsfrist 22. mars 2009.

Nærmere opplysninger om stillingen kan fås ved henvendelse til fylkesdirektør for oppgjøring og tjenester Alf Skanet (tlf. 22 05 57 80) eller assisterende fylkesdirektør Ingjum Øglænd Nordvold (tlf. 22 05 54 15).

Vennligst referer til [Lederjobb.no](#) i søknaden.

Skjermdump: Ledig rektorstilling del 2

[Fra Lederjobb.no](#)

Mesta – får folk fram

Forfatter: Kyrre Romuld

[Mesta – får folk fram \(70356\)](#)



De fleste større arbeidsgivere har egne nettløsninger for rekruttering. Noen nøyer seg med vanlige stillingsannonser, mens andre lager større kampanjer der de presenterer hele bedriften.

I denne oppgaven skal du arbeide med en rekrutteringskampanje fra Mesta. Du finner kampanjen her: [Mesta - får folk fram!](#)

Se filmen, følg lenker og løs disse oppgavene:

1. Hvem opplever du er i hovedmålgruppa for filmen, og hvordan tror du Mesta vil lykkes med å nå dem?
2. Om noen skulle få lyst å söke jobb i Mesta, er det viktig at de finner informasjonen om ledige jobber på Mesta sine nettsider. Synes du Mesta får formidlet dette godt nok? Hva kunne eventuelt vært forbedret?
3. Hva er inntrykket ditt av Mesta som arbeidsgiver etter at du nå har sett kampanjen?

LOs sommerpatrulje

Forfatter: Kyrre Romuld

[LOs sommerpatrulje \(70149\)](#)



I denne oppgaven skal du se en film om LOs sommerpatrulje som arbeider spesielt med unges rettigheter i arbeidslivet.

Se filmen på denne lenken: [LOs sommerpatrulje](#)

Hva er de mest typiske manglene hos de bedriftene som får besøk av LOs sommepatrulje?

Har ungdom med sommerjobb krav på arbeidskontrakt?

Ledig stilling - Leder for UB IT-support

Forfatter: Kyrre Romuld

[Ledig stilling - Leder for UB IT-support \(70085\)](#)



Nedenfor finner du starten på en stillingsannonse til stillingen som daglig leder av ungdomsbedriften UB IT-support. Du skal fullføre annonsen og vurdere hvor den bør publiseres for å finne riktig kandidat.

Fullfør annonsen som foreløpig ser slik ut:

Ledig stilling som leder for UB IT-support

Hvem er vi?

UB IT-support er en ungdomsbedrift ved _____ videregående skole. Bedriften består av seks ungdommer med spesiell interesse for IKT-servicefag og god kundebehandling. Kundene våre er bedrifter og personer tilknyttet skole og lokalmiljø. Den viktigste tjenesten vi tilbyr, er installasjon, drift og vedlikehold av datamaskiner og mindre nettverk.

Hvem søker vi?

Vi trenger en daglig leder som _____.

Dine kvalifikasjoner

Hos oss må du gjerne være ekspert på både IKT-servicefag, kundebehandling og ledelse. Det viktigste er nok at _____.

Hva kan vi tilby?

Vi har _____.

Søknadsfrist

Hvilke trykte eller digitale medier vil du bruke for at annonsen skal nå de beste kandidatene? Begrunn svaret med utgangspunkt i hvilken målgruppe du ønsker å nå.

Min egen CV

Forfatter: Kyrre Romuld
[Min egen CV \(70153\)](#)

En CV er en kort personlig oversikt over blant annet utdanning, erfaring og interesser. Den brukes oftest sammen med en søknad. Om du søker utlyste jobber eller selv tar kontakt med potensielle arbeidsgivere, er en pen CV et stort pluss.



Lag din egen CV. Om du trenger inspirasjon i arbeidet, kan du finne en rekke råd og oppskrifter på nettet. Lag gjerne et utkast, sammenlign med hverandre, og fortsett arbeidet med å lage en skikkelig fin CV!

Eksempel på en CV

Opphavsmann: [The CV Inn](#)

På jobbintervju

Forfatter: Kyrre Romuld

[På jobbintervju \(70427\)](#)



Per Thorvald Gaarder er seniorrådgiver i rekrutteringsfirmaet Aspire. I denne filmen gir han deg noen konkrete råd om hvordan du kan forberede deg til et jobbintervju.

Se filmen her: [Jobbintervju](#)

Finn en ledig utlyst stilling som du kunne tenke deg å søke.

1. Sett opp en oversikt over de vanligste spørsmålene i et jobbintervju.
2. Tenk gjennom hva du ville svart på slike spørsmål, og noter stikkord.
3. Om du har gjort en god jobb med oppgave 1 og 2, kan du kose deg med Kjetil og Kjartan som viser sin spesielle variant av et jobbintervju her:



På jobbintervju / oppgave

<http://ndla.no/nb/node/70427>

Norsk samferdsel

Samferdselshistorie

Forfatter: Gunnar Ottesen, NIKI Forlaget, Amendor AS

[Samferdselshistorie \(87567\)](#)



Utviklingen av moderne transportmidler er grunnlaget for at vi i dag kan velge mellom ulike transportmidler. Vi gir her en grov oversikt over utviklingen av bilen, båten, toget og flyet. Transportmidlene har ulike egenskaper. Mens bilen kan brukes overalt, kan tog, båt og fly bare brukes der vi har jernbaner, havner og flyplasser. I dag kan vi kombinere ulike transportformer for å nå reisemålene våre. Det gjør ofte valget av transport til en kompleks oppgave.

Litt om utviklingen av veitransporten i Norge

Da bilen ble introdusert som transportmiddel rundt 1900, ble det mulig å etablere arbeidsplasser utenfor gangavstand fra boligområdene. Dette har vi fortsatt med helt fram til i dag. Samtidig har vi bygd ut veinettet slik at vi kan nå alle våre reisemål.

Etter hvert har flere og flere bosatt seg i byer og tettsteder. Samtidig har mange fått tilgang til privatbil, og det har gitt redusert framkommelighet på deler av veinettet. I de største byene er det derfor et press for å bygge ut veinettet. For å begrense biltrafikken prøver myndighetene å regulere trafikken dels gjennom fysiske tiltak, som for eksempel enveisregulering, og dels gjennom avgifter, som for eksempel miljøavgifter.

Litt om utviklingen av banetransporten i Norge

I 1823 produserte den 23 år gamle engelsmannen Robert Stephenson verdens første damplokomotiv. 23 år seinere kom han til Norge for å hjelpe til under utbyggingen av vår første jernbane – Hovedbanen fra Christiania til Eidsvoll.

Banen ble påbegynt i 1851 og stod ferdig i 1854. På det tidspunktet var jernbanen enerådende som motorisert transportmiddel – verken bilen eller flyet var oppfunnet. De første lokomotivene var dampdrevne, seinere ble de erstattet av dieseldrevne lokomotiver. I dag er 80 % av det norske jernbanenettet elektrifisert.

Utbyggingen av hovedstrekninger for å knytte landsdelene sammen til et norsk banenett kan kort beskrives slik:

Bane	Fra	Til	Påbegynt	Avtidsluttet
Bergensbanen	Oslo	Bergen	1883	1909
Dovrebanen	Oslo	Trondheim	1851	1921
Sørlandsbanen	Oslo	Stavanger	1872	1944
Nordlandsbanen	Trondheim	Bodø	1881	1962

Utbygging av hovedstrekninger, jernbane

Opphavsmann: [Gunnar Ottesen](#)

Underveis ble det bygd sidespor til byer og tettsteder langs hovedstrekningene. Mange av disse sidesporene er nedlagt i dag. Kan du tenke deg hvorfor?



Rutebuss
Fotograf: [Aage Storløkken](#)



Damplokomotiv
Fotograf: [Aage Storløkken](#)



Anleggsarbeidere
Fotograf: [Samfoto](#)

Vi har også fått nye jernbaner i moderne tid. Flytoget ble åpnet i 1998. I dag bygger Jernbaneverket dobbeltspor rundt Oslo for å øke kapasiteten på persontransport siden veinettet er fullt utnyttet.

Litt om utviklingen av sjøtransporten i Norge

Lenge var seilet det som ga båtene framdrift på sjøen. Deretter fikk vi dampbåter. Etter oppfinnelsen av dieselmotoren i 1892 begynte mange å eksperimentere med å montere slike motorer i båter. Det ble startskuddet for vår moderne skipsfart. Båtene ble utformet i alle mulige fasonger og tilpasset ulike formål. Her er eksempler på noen båttyper for innenlands sjøtransport:

Ro-ro-skip: «roll-on, roll-off»-skip, det vil si bilferjer der kjøretøyene kan «rulle» av og på båten med lasten sin

Katamaraner: hurtiggående båter som transporterer passasjerer til og fra regionsentre langs kysten

Konteinerskip: båter som transporterer konteinere med stykkgods langs norskekysten

Tankskip: båter som transporterer drivstoff for etterfylling av tankanlegg langs norskekysten

Litt om utviklingen av luftrandommen i Norge

Lufttransporten er den yngste av de fire transportformene. Det hele startet i 1903, da brødrene Wright klarte å holde et fly i luften med motordrift i et knapt minutt. I 1935 fikk Det Norske Luftfartsselskap AS (DNL) enerett til å bygge ut et flyrutennett i Norge. De første flyrutene ble trafikkert med sjøfly. Under andre verdenskrig hadde tyskerne bygd landingsplasser i Norge for sine krigsfly. Disse landingsplassene ble stammen i det norske flyrutesystemet etter krigen.

Etter krigen ble DNL fusjonert med Det Danske Luftfartsselskap AS (DDL) og Svensk Interkontinental Luftrafik AB (SILA) til Scandinavian Airlines System (SAS).

I 1950-årene tok utbyggingen av flyrutennetet til for alvor. I 1960-årene startet også chartertransportene. Alle distrikter ønsket seg nå flyplass, og det oppstod et sterkt press for å få stamflyplasser over hele landet. I 1968 vedtok Stortinget å bygge ut kortbaneflyplasser i tillegg til stamflyplassene. Det har resultert i at staten ved Avinor i dag driver 46 flyplasser spredt over hele landet. I tillegg finnes det en rekke privateide flyplasser og noen militære flyplasser.

Hva gjør myndighetene for å påvirke oss til å velge miljøvennlige transportalternativer?

Myndighetene ønsker å påvirke fordelingen mellom bil, tog, fly og båt når reisemåte skal velges. Det gjør de både gjennom fysiske reguleringer, gjennom investeringer i nye veier og skinneganger og ved å prise bruken av infrastruktur. Et eksempel på fysiske reguleringer er prioritering av kollektivtrafikken gjennom egne kollektivfelt i de største byene. Et eksempel på investeringer er utbyggingen av jernbanenettet rundt Oslo til dobbeltspor. Eksempler på å prize bruken av infrastruktur er landingsavgifter på flyplasser og leiepriser for bruk av jernbaneskinner og jernbaneterminaler.



Flytoget
Fotograf: [Jan Ovind](#)



Seilskip
Fotograf: [Corbis](#)



Skip med flytende naturgass
Fotograf: [Ole Magnus Rapp](#)



Maleri av Wilbur Wright
Fotograf: [Georges Scott](#)



Kortbaneflyplass
Fotograf: [Jan Ovind](#)



Fotograf: [Tore Wuttudal](#)



Kollektivfelt
Fotograf: [Bjørn Egil Halvorsen](#)

Fakta

Myndighetene ønsker å minimalisere bruken av fossilt drivstoff. Det gjør de på flere måter, blant annet ved hjelp av *bruksavgifter*, som

- miljøavgift på diesel
- piggdekkavgift

og *eieravgift*, som

- årlig kjøretøyavgift der eldre kjøretøy må betale en høyere avgift enn nyere kjøretøy

Kan du tenke deg hvorfor?

Å velge transport

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Å velge transport \(87674\)](#)



Kriteriene for valg av transport varierer med transportbehovet vi har. Næringslivet og det offentlige velger transportører ut fra sine behov. Som privatperson velger vi transportform ut fra hva som er mest hensiktsmessig i den situasjonen vi er i. Skal vi reise en kort strekning, velger vi ofte bil om vi har tilgang til det. Skal vi reise langt, velger vi ofte fly og tilbringertransport til og fra flyplassen.

Valgkriterier når bedrifter velger transportør for varetransport

De tre viktigste valgkriteriene som bedriftene bruker når de skal velge transportør for varetransporter, er:

- *Transporttid* – den tida en vare er under transport. Kort transporttid gir rask tilførsel av nye varer, og bedriftene sparer dermed lager.
- *Transportpris* – fraktkostnaden som kunden må betale for å få sendt varer fra selgerne. Kunden må betale summen av vare- og transportprisen.
- *Pålitelighet* – transportørens evne til å holde avgitt leveringstider. Mange bedrifter er avhengige av å få tilført råvarer i takt med produksjonen og salget. Da er pålitelig transport viktig.

Bedrifter kan også velge transportør ut fra spesielle kriterier, som for eksempel:

- *Fleksibilitet* – transportørens evne til å møte uforutsette transportbehov som kan oppstå for en kunde. Ved sesongbasert etterspørsel svinger transportbehovet i takt med sesongene.
- *Kapasitet* – den samlede transportkapasiteten en transportør kan tilby. Landsdekkende varekjeder ønsker vanligvis å forholde seg til et fåtal transportører. Kjedene velger derfor ofte transportør ut fra transportørens samlede transportkapasitet og hans geografiske dekningsområde.
- *Sikkerhet* – transportørens tiltak for å sikre lasten under transport og ved terminalbehandling. Bedrifter som transporterer dyrere varer, som avansert elektronikk, eller følsomme varer, som tobakk, medisiner, penger, legger stor vekt på sikkerhet ved valg av transportør.



Lasting på tog

Fotograf: [Schenker AS](#)



Transportkapasitet og
geografisk dekningsområde
kan være et viktig kriterium

Fotograf: [NKI Forlaget](#)



Sikkerhet kan være et viktig
kriterium

Fotograf: [Morten Holm](#)

Oppgave

Kan du komme på andre kriterier som bedriftene legger til grunn når de skal velge varetransportør?

Mange vare- og tjenestebedrifter har behov for utstrakt reisevirksomhet. Forretningsreiser er dyre fordi arbeidstakerne normalt skal ha lønn også mens selve reisen pågår. Den transportformen som gir raskest transport, blir vanligvis valgt.

Valgkriterier når offentlige myndigheter velger transportør

Offentlige myndigheter må bruke anbud når de kjøper transport for store beløp, for eksempel skoleskyss, kollektivtransport, snøbrytingstjenester og andre oppdrag som det offentlige står for. Slike oppdrag blir kunngjort løpende i Doffin-databasen.

Vanligvis velger det offentlige den transportøren som oppfyller alle kravene i anbudsdocumentet til lavest pris.

Et eksempel på hva en bedrift og en sjåfør kan bidra med

Peder arbeider som godssjåfør og transporterer varer til mange bedrifter. Peders bedrift legger vekt på å ha en moderne vognpark med den nyeste teknologien. Det gir konkurransesfortrinn i form av lavere avgifter. Dessuten bruker motorene mindre drivstoff. Bedriften legger også vekt på å være pålitelig og transportere varene til avtalt tid. Bedriften satser på gode sikkerhetsrutiner slik at kundene vet at det er trygt å sende varene med Peders bedrift.

Peder prøver alltid å kjøre økonomisk. Han vet at han kan redusere forbruket av drivstoff med inntil 20 % med en økonomisk kjørestil.

Peder legger stor vekt på å ta hensyn i trafikken og overholder fartsgrensene og reglene om sikring av last. Han og kollegaene hans har ikke vært involvert i et eneste uhell de to siste årene. Bedriften har dermed spart en betydelig sum i forsikringspremie.

Varetype og transportlengde påvirker valg av transportform

Transportlengde og godstype er ofte avgjørende ved valg av transportform. Tabellen nedenfor viser typiske transportformer for noen varetyper over korte, mellomlange og lange avstander.

Bilen har sin styrke ved at den har stor fleksibilitet på korte og mellomlange avstander. Banetransport har sin styrke når transportoppdraget går over lengre avstander. Ved globale transporter er båt bortimot enerådende. For postsendinger og ferske sjømatprodukter over lange avstander er ofte kombinasjonen bil og fly eneste alternativ.

Doffin-databasen:
www.doffin.no



Offentlige myndigheter
bruker anbud
Fotograf: [Arash A. Nejad](#)



Fotograf: [Eek Transport](#)



Fotograf: [Carl-Erik Andersson](#)

Varetype	Transportform		
	Korte avstander	Mellomlange avstander	Lange avstander
Stykk gods	Bil	Bil, tog og båt	Båt
Losmasser Snø, jord, anleggsmasser	Bil	Bil og båt	Båt
Bulkvarer Korn, mel, drivstoff, malm	Bil	Bil og båt	Båt
Ekspressgoods	Bil	Bil og fly	
Ferske sjømatprodukter	Bil	Bil, tog og båt	Bil og fly

Tabell – transportform

Forfatter: [Gunnar Ottesen](#)

Fra Tromsø til Roskilde

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Fra Tromsø til Roskilde \(87694\)](#)



Når vi har bestemt oss for å reise til en destinasjon, prøver vi først å identifisere mulige reiseruter. Deretter vurderer vi dem opp mot den økonomiske rammen og tida vi har til disposisjon. Her følger et eksempel.

En vennegjeng fra Tromsø planlegger å delta på Roskilde-festivalen i Danmark. Festivalen arrangeres hvert år fra torsdag til søndag i månedsskiftet juni–juli.

Lenker

Flytransport:

- www.norwegian.no
- www.sas.no

Båttransport:

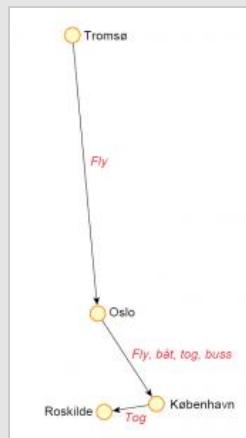
- www.fdfsseaways.no

Togtransport:

- www.sj.se

Busstransport:

- www.gobybus.se
- www.swebus.se



Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)



Fotograf: [Corbis](#)



Roskilde-festivalen

Fotograf: [Pontus Lundahl](#)

De sjekker på kartet og finner ut at Roskilde ligger cirka 3 mil fra København. For å komme fram til reisemålet står de overfor flere transportalternativer. De har begrenset tid til rådighet og begrenset budsjett for reisen. Samtidig ønsker de å reise så miljøvennlig som mulig. Det gjør at de bestemmer seg for å reise kollektivt.

På grunn av den lange avstanden mellom Tromsø og Oslo vurderer de fly som eneste alternativ på denne strekningen. Mellom Oslo og København har de flere alternativer å velge mellom. Fra København til Roskilde er tog det beste alternativet.

De har dermed identifisert disse alternativene:

1. De kan ta fly Tromsø–Oslo–København og ta tog videre til Roskilde.
2. De kan ta fly Tromsø–Oslo, ta båt Oslo–København og ta tog videre til Roskilde.
3. De kan ta fly Tromsø–Oslo, ta tog Oslo–København og ta tog videre til Roskilde.
4. De kan ta fly Tromsø–Oslo, ta buss Oslo–København og ta tog videre til Roskilde.

Alle alternativene har lik reisemåte for strekningene Oslo–Tromsø og København–Roskilde. Avgjørende for hvilket alternativ de skal velge, blir dermed prisen og reisetida fra Oslo til København. De går inn på transportselskapenes nettportaler og studerer priser og reisetider:

Alternativ	Pris per passasjer	Reisetid en veg	Total reisetid
1 – fly	750 kr	1 time 10 min	5 timer
2 – båt	1150 kr	16,5 timer	24 timer
3 – tog	1754 kr	11 timer	16 timer
4 – buss	800 kr	9 timer	15 timer

Med utgangspunkt i tallene bestemmer de seg for alternativ 1.

Oppgave

Hvilket alternativ ville du selv ha valgt om du skulle reise?

Deleimport i Land Rover-klubben

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Deleimport i Land Rover-klubben \(87705\)](#)



Når vi kjøper noe fra utlandet, må vi betale både fraktkostnader og toll og avgifter i tillegg til det produktet koster. Ved å samordne slike innkjøp kan vi spare betydelige beløp. Her følger et eksempel.

De fleste bilmerker har sine trofaste tilhengere. Mange etablerer klubber med møteplasser der likesinnede kan dele synspunkter og utveksle erfaringer. En slik klubb er Norsk Land Rover Klubb. Klubben har flere lokalavdelinger som alle arrangerer ulike aktiviteter.

Noen av klubbmedlemmene restaurerer gamle modeller. Mange deler må byttes ut. De fleste bestiller deler på nettet fra en reservedelsforhandler i England. Delene er ikke spesielt dyre. For de rimeligste delene kan transportkostnaden ofte overstige prisen på selve delen.

I tabellen nedenfor har vi vist fire situasjoner. Alle beløp er oppgitt i engelske pund.

I situasjonene 1 og 2 kjøper Hans og Grete deler på nettet uavhengig av hverandre. Hans kjøper en del som koster 10 pund, og Grete en som koster 15 pund. Begge må betale 10 pund hver i frakt. For Hans utgjør frakten 50 % av totalkostnaden, for Grete 40 %.

Ved ankomsten oppdager Hans og Grete at frakten ved å sende inntil 2 kilo er den samme. Delene de kjøpte, veide til sammen 1,5 kilo. De regner ut hva totalprisen ville blitt om de hadde samordnet kjøpene sine. Frakten ville da ha utgjort 28,6 % av totalkostnaden. Samtidig oppdager de at nettbutikken sender delene fraktfritt ved kjøp over 50 pund. For framtida bestemmer Hans og Grete seg for å samordne kjøpene og samle opp ordrer helt til de oppnår fraktfri forsendelse.

Når man importerer varer til Norge, skal man betale toll etter importverdien. Det vil si at Hans og Grete må betale toll av fraktkostnaden i de tre første situasjonene. Det slipper de helt i situasjon 4.

Lenker

Norsk Land Rover Klubb:

- www.nlrk.no

Nettbutikk som selger reservedeler til Land Rover:

- www.paddockspares.com



Land Rover-treff

Fotograf: [Kjell Henriksen](#)



Fotograf: [Corbis](#)

Oppgave

Hvordan kan vi som kunder utnytte selgernes fraktregulativ til vår fordel?

Hva har du lært?

Forfatter: Gunnar Ottesen, NKI Forlaget, Amendor AS

[Hva har du lært? \(87708\)](#)

1. Hva er de viktigste valgkriteriene for bedrifter når de skal velge godstransport?

2. Hvilken transportform er mest aktuell når vi skal foreta svært lange passasjerreiser?

3. Karina bor i Oslo og skal reise en dagstur til Lillehammer. Hun

disponerer privatbil. I tillegg har hun mulighet til å reise både med tog og buss. Hvilken transportform vil du anbefale Karina å velge? Grunngi valget.

4. Du skal reise alene på en dagstur fra hjemstedet ditt til nærmeste by.

- Sett opp alle alternativene du kan bruke.
- Finn ut hvor lang reisetid du får tur-retur for hvert alternativ.
- Finn ut hva det vil koste å reise tur-retur for hvert alternativ.
- Finn ut hvor lang fraværstid hvert alternativ gir, altså hvor lang tid det går fra du starter til du er hjemme igjen.
- Velg alternativ.

Bruk gjerne skjemaet nedenfor under arbeidet. Kompletter med flere rader om nødvendig.



Skjema – planlegging av reise / fil

<http://ndla.no/nb/node/87710>

5. Etter at du er kommet hjem fra turen i oppgave 4, planlegger du

å gjenta turen som en gruppereise sammen med resten av klassen. Hvordan vil du gjennomføre denne turen?
Bruk skjemaet fra oppgave 4.

6. Hvilke transportformer vil du kombinere om du skal transportere

ferske fiskeprodukter fra Norge til Japan?

7. Hva var hovedkriteriet da du valgte den aktuelle kombinasjonen i oppgave 6?

8. Du arbeider som yrkessjåfør for Bring og vet at kundene legger vekt på pris og total transporttid når de skal velge transport. Forklar hvordan du som godssjåfør kan bidra til at bedriften du arbeider i, blir det foretrukne valget for transportkjøpere.



Lillehammer

Fotograf: [Gerth Hansen](#)



Laks og makrell

Fotograf: [Knut Snare](#)



Yrkessjåfør

Fotograf: [NKI Forlaget](#)



Skolebuss

Fotograf: [Terje Bendiksby](#)

9. Nevn noen virkemidler som myndighetene bruker for å påvirke reisemiddelfordelingen mellom bil, tog, fly og båt.

10. Hva legger offentlige myndigheter mest vekt på når de kjøper inn offentlige transporttjenester ved bruk av anbud?

Trafikksikkerhet

Trafikk og transport

Forfatter: Per Haukeberg, Amendor AS, NKI Forlaget

[Trafikk og transport \(83496\)](#)



Trafikk og transport / video

<http://ndla.no/nb/node/88304>



Nå skal du få lære om ulike trafikksikkerhetstiltak i norsk transport. Først skal vi definere noen begreper, så vil vi ta for oss myndighetenes plan for sikkerhetsarbeidet i norsk transport. Visjonen om null drepte eller hardt skadde i norsk transport er viktig i sikkerhetsarbeidet.

Transport

Med *transport* mener vi forflytning av mennesker eller gods fra et sted til et annet. Dette kan skje ved hjelp av motoriserte framkomstmidler eller ved at du transporterer deg selv på sykkel eller med dine egne føtter.

Trafikk

Med *trafikk* mener vi forflytning av et transportmiddel, for eksempel bil, tog, skip, fly, sykkel eller våre egne bein. Så lenge vi lever, er vi trafikanter i en eller annen form. Det kan være når vi forflytter oss i jobben eller på fritida.

All trafikk er forbundet med en viss risiko. Vi sier at risiko er sannsynligheten for at noe uønsket skal skje som konsekvens av en uheldig hending.

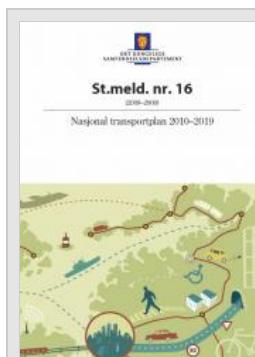
For å redusere risikoen iverksettes det trafikksikkerhetstiltak. Veitrafikken er ofte det første vi tenker på, men innenfor alle transportformer blir det satt i gang trafikksikkerhetstiltak.

Nasjonal transportplan

Vi har en overordnet plan for hvordan norsk transport skal utvikles i framtida, og hvilke trafikksikkerhetstiltak som skal settes i verk. Denne planen kalles *Nasjonal transportplan* og er rullerende. Det vil si at den utvikles videre med fem års mellomrom. Den planen som gjelder i dag, har en planperiode fram til 2019. Planen omhandler alle de fire transportformene sjø, bane, luft og vei og gir langsiktige føringer for hvilke trafikksikringstiltak som skal iverksettes.



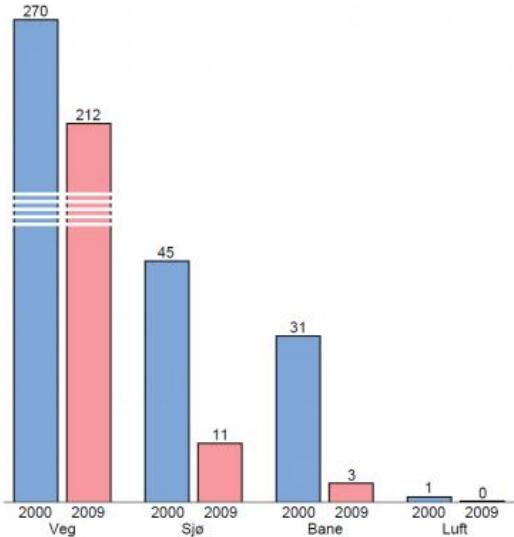
Autovern er et
trafikksikkerhetstiltak
Opphavsmann: [Knut Erik Knudsen](#)



Opphavsmann:
[Samferdselsdepartementet](#)

Lenke

[Nasjonal transportplan](#)



Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)

Hvert år blir mange drept eller skadd i norsk transport, og de fleste blir drept eller skadd i ulykker på vei. De siste årene har antallet drepte ligget på mellom 200 og 250 mennesker og antall hardt skadde på cirka 12 000. Når hver dødsulykke koster samfunnet rundt 30 millioner kroner, skjønner man fort at dette er et samfunnsproblem.

Nasjonal transportplan har derfor en visjon om at ingen skal bli drept eller hardt skadd i norsk transport uansett om transporten skjer på hjul, skinner, kjøl eller vinger. Det kalles *nullvisjonen*. Denne visjonen blir ofte brukt innenfor veitrafikken, men den gjelder alle transportformer.



Opphavsmann: [Amendor AS](#)

Når vi skal redusere ulykkesrisikoen i transporten, må det settes i verk tiltak som gjør norsk transport tryggere. Vi skal se nærmere på en del slike trafikksikkerhetstiltak innenfor alle transportformer, men mest handler det om veitrafikken, siden risikoen er størst der. Du velger selv ved å klikke på det transportmiddelet du vil lære mer om.



Bane

Forfatter: Per Haukeberg, Amendor AS, NKI Forlaget

[Bane \(83594\)](#)



Bane / video

<http://ndl.no/nb/node/88394>



Jernbanetransporten er en sikker transportform, og du skal nå få lære om trafikksikkerhetstiltak innenfor jernbanetransporten. Viktige tiltak her er styring av trafikken, reduksjon av konfliktpunkter og rassikring.

Jernbanen er en av de tryggeste måtene å reise eller frakte gods på, men det er likevel viktig å forbedre infrastrukturen (se faktarute) for at trafikksikkerheten på bane ikke skal bli dårligere. I 2009 ble tre mennesker drept og ni alvorlig skadd, mens 1778 dyr ble påkjørt. Den ulykkestypen som dominerer ved banetransport, er ulovlig opphold og ferdsel i sporet. Disse ulykkene utgjør omtrent 70 % av alle dødsulykker som kan knyttes til banetransport.

(Kilde: SSB)

Uhell og påkjørsler

Dyrepåkjørsler er et problem. Det samme gjelder tog som kjører inn i et ras. Når et tog kjører på noe, blir det rått parti, og konsekvensene av påkjørselen er dramatiske. Det viste seg blant annet da et løpsk vognsett rullet ukontrollert ut fra terminalområdet på Alnabru i Oslo. Statens havarikommisjon for transport (SHT) gransker blant annet ulykker med jernbanen, og du finner rapporter om dette på hjemmesidene deres.

Viljeshandlinger

Mange av dødsulykkene er det vi kaller *viljeshandlinger*. Det vil si at noen mennesker ønsker å avslutte livet sitt ved hjelp av jernbanen. Andre oppholder seg i sporet og blir av den grunn påkjørt. Dette er ulykker som det er vanskelig å forebygge med trafikksikkerhetstiltak.

Videoovervåking av strekninger og steder med stor risiko for selvmord eller opphold i sporet er under vurdering.

Planoverganger

Planoverganger er ulykkesutsatte steder. En planovergang er et sted der togtrafikk krysser annen trafikk i samme plan. Noen av disse planovergangene har dårlig sikt, og da iverksettes det tiltak for å bedre sikten, eller overgangen sikres med bom og/eller lyssignal. Noen ganger hender det at biler stopper oppå planovergangen eller blir stående mellom bommene som er gått ned. Dette er uhell som i de fleste tilfeller skyldes feil gjort av bilføreren, og det resulterer ofte i påkjørsel.

På sikt vil Jernbaneverket fjerne alle planoverganger som innebærer stor risiko, og bygge planfrie løsninger med bro eller undergang.

Lenker:

- [Åstad-ulykken](#)
- [Verdens togulykker](#)
- [Jernbaneverket](#)
- [NSB](#)
- [Statens havarikommisjon for transport](#)

Fakta

- Infrastrukturen er alle faste anlegg som skal til for at tog skal kunne kjøres.
- Når to tog møtes, sier vi at de *krysser*. Et krysningsspor er en «møteplass for tog».



Sjursøya-ulykken 24. mars 2010

Opphavsmann: [Jon Eeg](#)



Fotograf: [Espen Braata](#)

Kartlegging av rasfarlige områder og sikkerhetstiltak

Været i Norge er skiftende, og store nedbørsmengder kan føre til ras som sperrer og ødelegger sporet. Det hender også at flomvann tar med seg grunnen under sporet, slik at selve jernbanelinja blir hengende i løse lufta. Det sier seg selv at dette er en sikkerhetsrisiko for jernbanetrafikken. Et sikkerhetstiltak innenfor jernbanetransporten er derfor å kartlegge rasfarlige områder og prøve å sikre dem på best mulig måte. Selve fundamenteringen av sporet og tilstrekkelige dimensjoner på rør som ligger under sporet, er også viktige trafikksikkerhetstiltak. Er strekningen ekstra utsatt, kan et tiltak være å bygge inn sporet i en tunnel.



Fotograf: [Terje Bendiksby](#)

Tenk deg et byområde der arbeidsreisene stort sett foregår med bane. Banen har enkeltspor med en del krysningsspor. All trafikk på denne banestrekningen vil da foregå på ett spor, og det krever god planlegging. Plutselig en dag oppstår en feil som gjør at to tog møtes på det samme sporet. En katastrofe vil skje, slik den gjorde på Åsta i Østerdalen 4. januar 2000, der 19 mennesker omkom. Derfor er dobbeltspor et viktig trafikksikkerhetstiltak på bane. I tillegg vil dobbeltspor øke kapasiteten. Den verste togulykken i verden skjedde på Sri Lanka 26. desember 2004, da et tog ble tatt av tsunamien som fulgte etter jordskjelvet i Sørøst-Asia.

Signalanlegg

Jernbanen har signallys på samme måte som veitrafikken. Signalanleggene kan svikte, eller menneskene som styrer trafikken, kan overse de signalene som gis. Signalene har derfor en barrierestyrke som skal hindre at noen handler mot signalet, for eksempel kjører på rødt lys. Det arbeides nå med å øke barrierestyrken til signalene, slik at toget stopper automatisk eller føreren blir varslet med lydsignal. Det arbeides også med et felles europeisk signalsystem for bane.



Fotograf: [Arash Nejad](#)

Styringssentraler

Vi har styringssentraler også for jernbanen. Her sitter det mennesker som skal overvåke at to tog på vei mot hverandre ikke møtes andre steder enn der det er krysningsspor. For bare noen år siden var kontakten mellom styringssentralen og toget basert på mobiltelefon. Nå er det installert togradio og automatisk togstopp («automatic train control», ATC).

Arbeidet med trafikksikkerheten innenfor jernbanetransport er et arbeid som aldri vil bli avsluttet. Det er alltid noe som kan forbedres, for eksempel at sporet kan legges om, at signalanlegg kan fornyes, eller at nye systemer kan bli montert i selve togene.

Sjø

Forfatter: Per Haukeberg, NKI Forlaget, Amendor AS

[Sjø \(83540\)](#)



Sjø / video

<http://ndla.no/nb/node/88358>



Nå skal du få høre om noen viktige trafikksikkerhetstiltak innenfor kystfarten. Uhell skjer også til sjøs, og de får store konsekvenser for miljø og mennesker. I første rekke er tiltakene rettet mot farleiene. Du vil også kunne se skipene på et kart.

Når uhell skjer med skipsfarten, får det gjerne store følger for mennesker, miljø og materiell. Du kjenner sikkert til uhell med store skip der kysten vår har blitt forurenset av olje fra havarerte skip. Det har også hendt at passasjerbåter har havaret og mennesker har omkommet. 143 norske skip havarerte langs norskekysten i 2009, og på norskregistrerte skip i norsk farvann omkom elleve personer i 2009. Tolv mistet livet i internasjonale havområder. Tallene for 2008 var to omkomne langs kysten av Norge og tre omkomne utenfor norsk farvann.

(Kilde: SSB)

Trafikksikkerhetstiltak

Når vi har en visjon om ingen drepte eller hardt skadde i norsk transport, er det viktig at det arbeides aktivt med trafikksikringstiltak for å trygge skipstrafikken. Statens havarikommisjon for transport (SHT) gransker ulykkene og foreslår forbedringer slik at samme feil ikke fører til nye uhell. På hjemmesidene deres finner du mange rapporter fra skipsulykker.

Trafikksikkerhetstiltakene for skipsfarten er blant annet bedre farleier og navigasjonsinnretninger, bedre seilingsregler, slepebåtberedskap og lostjeneste og bedre overvåking og kontroll med skipstrafikken.

Navigasjonsinnretninger

Farleiene til sjøs kan sammenlignes med veiene på land og er de rutene skipene følger. Navigasjonsinnretningene er hjelpemidler, for eksempel GPS. De forteller med stor nøyaktighet hvor skipet befinner seg, på et elektronisk kart. Farleiene er merket med lykter, bøyer og andre sjømerker som gjør navigasjonen trygg. Seilingsreglene er trafikkreglene som gjelder, og det kan være lokale forhold som tilsier at skipet for eksempel må sette ned farten for at trafikken skal gå trygt.

Slepebåtberedskap

Når uhellet først er ute, er det viktig med tilgang til rask hjelp for å berge mennesker som er i nød, begrense miljøforurensningen og redde skipene. Slepebåter har en viktig rolle i dette arbeidet. Det er derfor et trafikksikkerhetstiltak når myndighetene vil heve slepebåtberedskapen slik at hjelpen kan komme raskere fram.

Lenker

- [Kystverket](#)
- [Statens havarikommisjon for transport](#)
- [Statistisk sentralbyrå](#)



«Full City»-havariet

Fotograf: [Alf Øystein Støtvig](#)



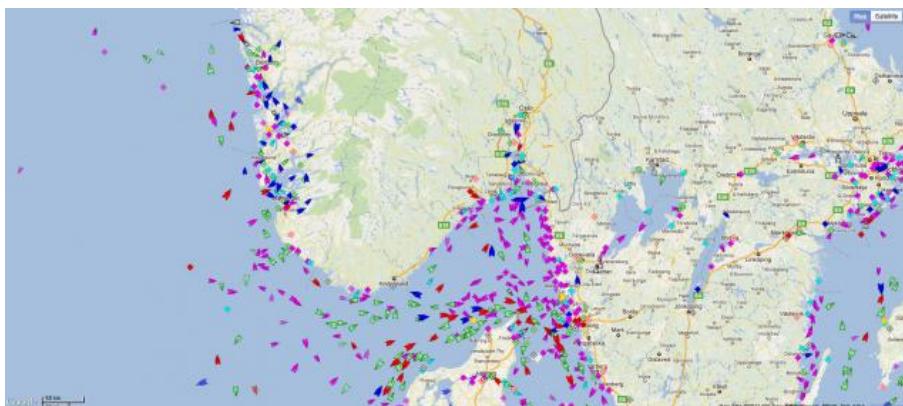
Fotograf: [Espen Sjølingstad Hoen](#)

Los

Losen er en person som er kjent på kysten. Losene har maritim utdanning og praksis, og de har gjennomgått en utdanning spesielt rettet mot det farvannet de skal arbeide i. Ikke alle skip har losplikt. Innenriks rutefart er blant annet frittatt, slik at for eksempel Hurtigruten ikke har los om bord. Skip i internasjonal trafikk har losplikt når de kommer inn i norsk territorium. Det skal sikre at skipet manøvrerer trygt i våre farvann. Rutegående ferjer mellom havner i Norge og havner i utlandet har også fått en enklere ordning i stedet for los.

Automatisk identifikasjonssystem (AIS)

For å overvåke og kunne styre skipstrafikken har vi nå fått utbygd et automatisk identifikasjonssystem. Alle større fartøy skal ha et slikt system. Da vises det på et kart hvilke skip som er i området til enhver tid. Ved å klikke på et skip ser vi farten, kursen, hvor skipet skal, hvor det kommer fra, og hvilken type skip det er.



Utsnitt av ais-kart fra www.marinetraffic.com

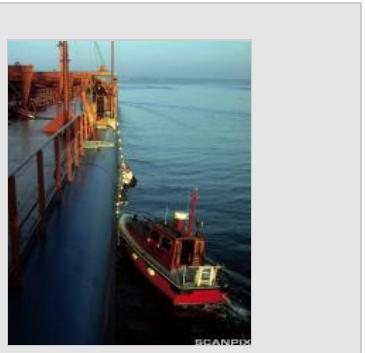
Opphavsmann: Marinetraffic

Trafikksentralen

I sterkt trafikkerte områder er det opprettet sentraler som styrer trafikken. Her skjer det samme som i tårnet på flyplasser. På den måten kan en begrense antall skip, slik at risikoen for ulykker blir redusert.

Kontrollrutiner i skipstrafikk

Som du sikkert kjenner til fra aviser og tv, finnes det mennesker som er villig til å ofre livet for å oppnå sine mål. Steder der mange mennesker er samlet, eller der skadene kan bli enorme, er mulige terroristmål. Skipstrafikken er ikke noe unntak, og det er derfor iverksatt kontrollrutiner («security») for internasjonal skipstrafikk. Reglene ligner dem du kjenner fra flyplassen, og kalles «International Port Security Program» (IPSP).



Fotograf: [Lars Havn](#)

[Eriksen](#)

Lenke

- [Levende ais-kart](#)



Fotograf: [Knut Snare](#)

Luft

Forfatter: Per Haukeberg, Amendor AS, NKI Forlaget
[Luft \(83916\)](#)



Luft / video

<http://ndla.no/nb/node/88320>



Luftfarten er kjent for sin kultur for sikkerhetsarbeid. Nå skal du få lære om trafikksikkerhetstiltak innenfor luftfarten og spesielt om to typer sikkerhetsarbeid: «safety» og «security».

Trafikken i lufta er sterkt overvåket og regulert. I 2008 omkom ingen i Norge som følge av ulykker i kommersiell luftfart. Flyging på hobbybasis er unntatt. I alt var det 58 hendinger som førte til at 21 mennesker fikk et sykefravær. Vi kan derfor hevde at luftfarten er en trygg arbeidsplass med tanke på liv og helse.

(Kilde: SSB)

I hele verden var det 583 mennesker som ble drept i sivile flyulykker i 2008, så det er viktig å fortsette sikkerhetsarbeidet. En ulykke i lufta får gjerne fatale konsekvenser for mange mennesker. Flytrafikken er en internasjonal virksomhet, og Norge må forholde seg til internasjonale regler og bestemmelser som gjelder for sivil luftfart.

Trafikksikkerhetstiltak

Vi deler gjerne trafikksikkerhetstiltakene i to: «Security» er tiltak før flyreisen og merkes best som kontroll av passasjerer, bagasje og gods før ombordstigning. «Safety» er tiltak som retter seg mot tryggheten under selve flygingen.

Lenker

- [«Flightsim»](#)
- [Avinor](#)
- [Flyradar](#)
- [Frontline \(ansvar for sikkerheten\)](#)

Fakta

Kommersiell luftfart vil si at luftfartsselskapene tjener penger på aktiviteten.



Opphavsmann: [Ragna Handrum](#)

Sikkerhetskontroll

Flytrafikken er et terroristmål. Det viste tydelig hendingene i USA 11. september 2001. Et menneske med farlige hensikter kan gjøre stor skade, og da blir det nødvendig å kontrollere hva som tas med om bord i flyet. Kontrollen er blitt skjerpet opp gjennom årene. Først var det kniver og stikkredskaper man lette etter, nå er det i tillegg elektroniske innretninger og sprengstoff i fast eller flytende form.

For de reisende kan kontrollen føles unødvendig og irriterende, men den er helt nødvendig for at sikkerheten skal bli god. Håndbagasjen blir skannet i avansert røntgenteknologi. Den sendte bagasjen blir også skannet, men det kan ikke de reisende se. Det samme skjer med alt gods som blir transportert inn til flyplassområdet.

Alt personell som arbeider innenfor sikkerhetssonen på en flyplass, skal sikkerhetsklarereres. I dag er det Avinor som gjør dette, men det kan bli en politioppgave om ikke lenge.

Veinett i luftrommet

Et trafikksikkerhetstiltak i flytrafikken er å skape et veinett i luften. Veinettet som flyene følger, kaller vi *luftleier*. De går i forskjellige høyder slik at de ikke kommer i konflikt med hverandre. Det hele blir overvåket på radar av en flygeleder som har ansvaret for det aktuelle luftrommet. For å begrense antall fly i luftrommet får flyene en «slot»-tid. Egentlig heter det «computer takeoff time» («ctot»), og er tidspunktet flyet skal ta av på. Dermed gir en flyet tillatelse til å være i et bestemt luftrom til bestemte klokkeslett. Greier ikke flyet å holde avgangstida, må det tildeles ny tid, og store forsinkelser blir resultatet. Mange fly i luften øker samtidig faren for en ulykke.

Flyradar

Hvis du klikker deg inn på lenka nedenfor, vil du se flytrafikken i det området du velger. Informasjonen du får, blir sendt fra flyets transponder og er den samme som flygelederne mottar på sine skjermer.

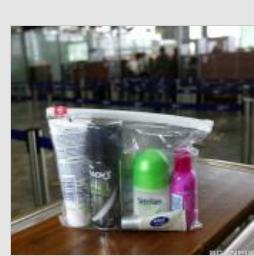


Opphavsmann: [Flightradar24](#)

GPS-navigering

For noen år siden navigerte flyene etter radiofyre. Dette er nå avløst av GPS-navigering. Kanskje har du GPS på telefonen din, og den viser hele tida hvor du er. Etter hvert vil GPS bli brukt også ved innflygingen til flyplassene.

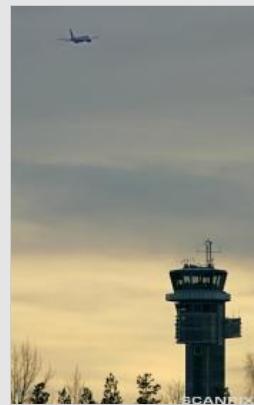
ILS – «Instrument Landing System»



Opphavsmann: [Ingar Storfjell](#)



Opphavsmann: [STR](#)



Fotograf: [Stein J. Bjørge](#)

Når flyet skal lande, skjer innflygingen mot flyplassen etter en radiostråle. Den kalles ILS eller «instrument landing system». Piloten får da beskjed om hvilken høyde han har, og hvordan han ligger i forhold til radiostrålen. Når han følger denne radiostrålen, vil flyet lande i «touchdown»-sonen, som er mellom de store «gangfeltene» i hver ende av rullebanen.

Livsfarlig leketøy

Et nytt leketøy som er kommet i handelen, er laserpenner. Du har kanskje lest i avisene om piloter som blir forsøkt blendet av lyset fra slike penner. Det er en livsfarlig lek som i sin ytterste konsekvens kan føre til at hundretalls menneskeliv går tapt. Om piloten blir truffet, vil nattsynet forsvinne. Særlig i landingsfasen er det kritisk.



Opphavsmann: [Erlend Hjortland Sandøy](#)

Tenk deg følgende situasjon: Du kjenner noen som driver med dette, og en dag får de inn en «fulltreffer». Flyet begynner å vingle og krasjlander. Øyeblikkelig tar det til å brenne, og etter bare noen sekunder er flyet overtent. Hva tror du dette vil gjøre med livet til de som «bare lekte»?

Vei

Forfatter: Per Haukeberg, NKI Forlaget, Amendor AS

[Vei \(83930\)](#)



Veg / video

<http://ndla.no/nb/node/88368>



Veitrafikken er den mest ulykkesutsatte transportformen. Trafikksikkerhetstiltakene retter seg mot alle deler av trafikksystemet og er et omfattende arbeid. Det skal du få lære om nå.

Trafikkulykker

Det er veitrafikken som krever flest liv i norsk transport. I 2010 mistet 208 mennesker livet i veitrafikkulykker. Det var fire færre enn året før og det laveste antallet på 57 år.

De 208 omkomne fordeltes seg på 110 bilførere, 39 bilpassasjerer, 26 motorsyklinger, 5 syklister, 22 fotgjengere og 6 i kategorien andre trafikanter. Ingen mopedister omkom på veiene i 2010. 76 % av de omkomne var menn.

9130 personer ble skadd i trafikken i 2010. Det var 714 færre enn i 2009 og det laveste antallet trafikkskadde på 44 år. Til sammenligning viser tallene et årlig gjennomsnitt på 250 omkomne og 11 215 skadde for perioden 2001–2010.

(Kilde: SSB)

Dersom vi ser på antall biler i forhold til veilengden, hadde hver bil i 1945 nesten en halv kilometer vei til disposisjon. I dag disponerer hver bil bare vel 30 meter. Biltettheten har økt, mens dødstallene har gått ned. Det må bety at vi har gjort noe riktig i trafikksikkerhetsarbeidet på vei, og det er et viktig steg i arbeidet mot nullvisjonen.

Trafikksystemet

Veitrafikksystemet består av fire deler. For det første har vi *veien*. Norge har over 90 000 kilometer vei som inngår i trafikksystemet. Det er mer enn to ganger rundt jordkloden ved ekvator.

Så har vi *kjøretøyene* som skal bruke veien. I Norge er det i alt 2,3 millioner biler av forskjellig slag. Det er flest personbiler, og de teller 1,9 millioner. Det vil si at det er om lag 2,6 nordmenn per personbil.

For at det ikke skal bli kaos i trafikken, er det nødvendig med *styring*. Myndighetene gir regler som vi skal følge, og reglene skal være kjent for alle. Noen hevder at om alle fulgte trafikkreglene, ville alle helsekører bli borte. Det er noe å tenke over.

Lenker

- [Statistisk sentralbyrå](#)
- [Trygg Trafikk](#)
- [Statens vegvesen](#)



Fotograf: [Gorm Kallestad](#)

Til sist har vi *trafikantene*. De er kanskje den viktigste delen i hele systemet. Det hjelper ikke hvilke tiltak som gjøres for å sikre veitrafikken, hvis ikke trafikantene følger lovene og reglene. Det hjelper heller ikke at veiene blir tryggere, om de ikke brukes slik det er tenkt. Og det hjelper heller ikke med tiltak i kjøretøyene om de ikke tas i bruk. Bilbeltet er kanskje det som kan berge flest liv, om alle brukte det.

Dersom du klikker på en av delene, får du mer kunnskap om trafiksikkerhetstiltakene som skjer innenfor hver del av trafikksystemet.



Veien

Forfatter: Per Haukeberg, NKI Forlaget, Amendor AS

[Veien \(83941\)](#)

Myke trafikanter

De ulykkene som det er flest av i veitrafikken, er møteulykker, utforkjøringer og påkjørsel av myke trafikanter. Myke trafikanter er trafikanter som ikke er beskyttet og ikke har motor, for eksempel gående, syklende og skiløpere.

Et viktig trafikksikkerhetstiltak for å hindre at myke trafikanter blir påkjørt, er å skille dem fra de harde trafikantene. Det vil si at det må bygges flere gang- og sykkelveier. Men du kan likevel se syklister i veibananen til tross for at det er sykkelvei ved siden av. Det kan skyldes at gang- og sykkelveiene ikke blir godt nok stelt, slik at det ligger grus i veibananen. Derfor er det ikke nok bare å bygge gang- og sykkelveier, de må vedlikeholdes på en slik måte at de blir brukt.

Midtdeler

Å skille motgående trafikk er et godt tiltak for å unngå møteulykker mellom biler. Det kan skje med midtdeler, eller det kan legges inn et felt med busker og gress mellom kjørebanene når det bygges ny vei. Hvis veien er for smal, er det vanskelig å bygge midtdeler, for kjørefeltene blir for smale til at utsynskjøretøy kommer forbi. Derfor må man i mange tilfeller gjøre veien bredere.

Rumlelinjer

Rumlelinjer er veimerking som forårsaker støy i bilen om man kjører på oppmerkingen. Slike linjer kan også brukes som et skille mot motgående trafikk. Da får bilføreren et varsel dersom han kommer over i motsatt kjørefelt.

Autovern

For å hindre utforkjøringer kan det settes opp autovern ut mot siden av veibananen, eller man kan bruke rumlelinjer også her. Et annet viktig tiltak er å gjøre sideterrenget til veien mykt, slik at den som kjører utfor, har større mulighet til å unngå skader.

Rundkjøringer

Et farlig punkt i veisystemet er kryss. I T-kryss med innkjøring på forkjørsvei kan det skje alvorlige ulykker. Da er rundkjøringer et godt alternativ. En rundkjøring kan skape flere uhell, men de alvorlige ulykkene blir borte. De uhellene som skjer i rundkjøringer, er som oftest bare små metallskader.

Dersom man bygger færre store parkeringsarealer i byene og øker kollektivtilbuddet, vil antallet biler inn mot sentrum og dermed antallet ulykker gå ned.

Veien om vinteren

Om vinteren skal veiene brøyes og strøs. Det er satt krav til hvordan arbeidet skal foregå, alt etter hvilken status veien har. Gjelder det en hovedvei, får den bedre vintervedlikehold enn en mindre trafikkert sidevei.

Statens vegvesen overvåker nøyne hvor det skjer ulykker. Er det steder som oftere er utsatt for ulykker enn veinettet ellers, kan det settes i verk utbedringer. Det kan være at veien legges om, at fartsgrensen på stedet reduseres, at svinger rettes ut, eller at veien blir bredere. Det skal være tydelig merket hvordan veien går, slik at overraskelser unngås.



Gang- og sykkelvei

Opphavsmann: [Tone Georgsen](#)



Midtdeler

Fotograf: [Fredrik Solstad](#)



Fotograf: [Trond J. Strøm](#)



Opphavsmann: [Tor Erik Schröder](#)

Når det bygges nye veier, skjer det etter en standard og etter en forventet trafikkutvikling i årene framover.

Kjøretøyet

Forfatter: Per Haukeberg, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kjøretøyet \(83952\)](#)

I riktig gamle dager var bilene svært firkantet i formen, så ble de noe rundere, og i dag er en moderne bil avrundet med det vi kaller aerodynamiske linjer. Det vil si at bilen er utformet for å minske luftmotstanden. Bilene er også utformet med tanke på at en fotgjenger skal bli minst mulig skadd ved en påkjørsel.



Fotograf: [Corbis](#)

Fakta

- Passiv sikkerhet:
sikkerhetstiltak som er bygd inn i bilen for å redusere skadeomfanget ved en ulykke
- Aktiv sikkerhet:
sikkerhetstiltak der det utløses en reaksjon som bidrar til å redusere skadeomfanget ved en ulykke

Den største forskjellen ser du ikke. Det gjelder elektronikken som er bygd inn i bilene for at trafikken skal bli tryggere. Vi skiller mellom passiv og aktiv sikkerhet.

Passiv sikkerhet

Når bilen er støtabsorberende, er det en *passiv sikkerhet*. Det vil si at selve kupeen der fører og passasjerer sitter, er stiv og danner et beskyttende bur. Fronten og bakdelen av bilen skal være myke og dempe støtet ved en eventuell kollisjon. I sidene skal det være stålbjelker som gjør at bilen ikke blir presset sammen ved en sidekollisjon.

Aktiv sikkerhet

Beltestrammer på sikkerhetsbeltene og kollisjonspute («airbag») er eksempler på *aktiv sikkerhet*. Det er viktig å merke seg at uten bruk av bilbelte kan kollisjonsputa være direkte farlig. Puta blir utløst av en liten sprengladning som blåser den opp i raskt tempo. Under en kollisjon vil personer uten bilbelte stupe framover, og møtet med puta kan være drepende.

ABS-bremser

Elektronikken har også ført til at vi har fått bremser som ikke låser hjulene på bilen, selv ikke ved nødbremsing. Det betyr at føreren i tillegg til å bremse også styrer unna farlige situasjoner. Dette systemet kalles i daglig tale ABS-bremser.

Intelligente systemer

Siste nyhet er intelligente biler som kan «snakke» sammen. Dette er ikke kommet i alminnelig bruk ennå. Tenk deg at det har skjedd en ulykke i en sving, og det kommer en bil som må bråbremse. Den sender da ut signaler slik at neste bil får et varsel og kan bremse ned uten at føreren er borti bremsepedalen. Denne bilen sender så ut nye signaler, og så videre. Et annet system som delvis er tatt i bruk, er å opprettholde korrekt avstand til forankjørende bil automatisk. Er avstanden for liten, vil bilen selv tilpasse avstanden slik at den også hindrer påkjørsel bakfra. I årene framover vil det komme mange slike nyheter.

Styring

Forfatter: Per Haukeberg, Amendor AS, NKI Forlaget

[Styring \(83957\)](#)

Tenk deg at du skal ut en kveld og får formaninger av foreldrene dine. De kan si «gjør ikke slik, men sånn» og «kom hjem før klokka 22». Dette er et eksempel på styring. Foreldrene dine prøver å styre deg ved hjelp av et sett regler. Slik er det også i trafikken. Et viktig trafikksikkerhetstiltak er et godt regelverk som følges. Dette regelverket kalles *veitrafikklovgivningen* og omfatter både lover, forskrifter og bestemmelser gitt gjennom EU, og som vi har forpliktet oss til å følge.



Opphavsmann: [NKI Forlaget](#)

Om du tenker deg veitrafikklovgivningen som en pyramide, er veitrafikkloven av 18. juni 1965 nr. 4 selve fundamentet. Denne loven gir bare generelle retningslinjer og straffebestemmelser. Som du kan se, er loven gammel, men det har mindre å si fordi det er en fullmakslov. I lovteksten står det nemlig at departementet kan gi nærmere bestemmelser. På den måten kan et regelverk hele tida være à jour med samfunnets utvikling.

Disse nærmere bestemmelsene kaller vi *forskrifter*. Trafikkreglene heter egentlig forskrift om kjørende og gående trafikk av 21. mars 1986. Slike regler gir mer detaljerte bestemmelser om hvordan kjørende og gående skal forholde seg. En forskrift kan lett endres, mens en lovendring krever stortingsbehandling og vil ta mye lengre tid.

Bestemmelsene om kjøre- og hviletid er et trafikksikkerhetstiltak vi har forpliktet oss til å følge gjennom EØS-avtalen. Dette er regler for hvor lenge en yrkessjåfør kan kjøre, og hvor ofte og hvor lenge han må hvile. Det er gjort for å ivareta sikkerheten på vei. Tenk deg sjåfører som laster om dagen og kjører om natta. Er det riktig at sikkerheten din skal bli redusert av trøtte sjåfører?

Trafikanten

Forfatter: Per Haukeberg, NKI Forlaget, Amendor AS

[Trafikanten \(83973\)](#)

En trafikant er et menneske som bruker veien for å komme seg fra A til B. Det er bilførere, mopedførere, mc-førere, yrkessjåfører, unge og gamle, gående og alle andre som er ute i trafikken.

Mennesker er tenkende vesener med evne til å handle slik de selv finner best. De kan derfor finne på å ignorere eller overse en del trafikksikkerhetstiltak.

Holdninger

Vi kan si at holdninger er de kunnskapene og følelsene vi har rundt noe. Gode holdninger vil da være kunnskaper og følelser som stemmer med regelverket og resten av trafikksystemet. Trafikksikkerhetstiltak rettet mot trafikanten er et viktig og langsiktig arbeid. Gode holdninger skapes over tid, og grunnlaget blir lagt allerede i barneårene.

Ungdomsulykker

Ungdomsulykker er noe av det mest tragiske som kan ramme en familie og et samfunn. Gode forebyggende tiltak er et viktig arbeid, og førerkortopplæringen er kanskje det viktigste tiltaket. Denne opplæringen prøver å gi deg tilstrekkelige kunnskaper og ferdigheter før du slippes ut i trafikken på egen hånd, og det er et viktig sikkerhetstiltak. De fleste er også redde for å miste førerkortet, slik at trafikksikkerhetstiltak som går på retten til å kjøre et motorkjøretøy, kan virke slik at flere følger de bestemmelserne som gjelder.

Trafikalt grunnkurs

Da du gikk i 10. klasse i ungdomsskolen, kunne du begynne på det trafikale grunnkurset. Ellers er aldersgrensen 15 år. Du skal ha gjennomført dette kurset før du begynner å øvelseskjøre. Dette er et trafikksikkerhetstiltak som er rettet mot trafikanten, og årsaken er at det er lurt å gi kunnskaper før ferdigheter når holdninger skal dannes.

Mopedfører

Dersom du er ferdig med det trafikale grunnkurset og går i 10. klasse, kan du øvelseskjøre med moped selv om du ikke har fylt 15 år. Som mopedfører er det viktig at du beskytter deg mest mulig. Som liten mopedist kan du være nokså usynlig i trafikken, og et godt tiltak er å ta på seg en gul refleksvest. Passende klær og sko er også viktig, i tillegg til hanske. Dette er tiltak du gjør selv. Hjelm er påkrevd når du kjører moped eller mc, og hjelmen redder hvert år mange liv.

Øvelseskjøring med bil

Du kan ikke øvelseskjøre med bil før du er 16 år. Da er det fornuftig å ta timer på en trafikkskole før du begynner å kjøre med mor og far, slik at du får et godt og riktig grunnlag. Deretter skal du øve så mye som mulig hjemme. Grunnen til det er at en fersk sjåfør med bare noen timer i skolebilen er svært utsatt for ulykker den første tida han kjører alene. Med litt erfaring reduseres ulykkesrisikoen atskillig. Når du får øvd deg mye før du tar førerkortet, skaffer du deg erfaring og reduserer risikoen for ulykker betraktelig. Derfor er dette et trafikksikkerhetstiltak som det er knyttet store forventninger til. Når du er 18 år, kan du avlegge førerprøven og kjøre alene.

Yrkessjåfører



Fotograf: [NKI Forlaget](#)



Fotograf: [Kjell Inge Søreide](#)

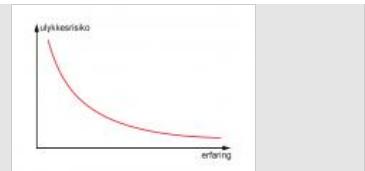
Lenke

[Trafikalt grunnkurs](#)



Fotograf: [Sverre Houmb](#)

Yrkessjåfører på tyngre kjøretøy er etter de nye reglene pålagt en omfattende utdanning. De må gjennom et kurs på opptil 280 timer før de kan utøve yrket. Dette er regler som er fastsatt av EU, og kurset skal føre til at transportkvaliteten blir bedre, konkurranseskikkerhetsnivåene like og trafikksikkerheten bedre. I tillegg skal yrkessjåførene gjennom et oppdateringskurs hvert femte år.



Trygg Trafikk

Trygg Trafikk er en organisasjon som har som mål å bidra i trafikksikkerhetsarbeidet før du tar førerkortet. I barnehagen og i grunnskolen må det også drives et målrettet trafikksikkerhetsarbeid om man skal oppnå gode holdninger seinere i livet. Sammen med Statens vegvesen driver Trygg Trafikk også holdningskampanjer for russene.

Opphavsmann: [Bjørn Norheim](#)



Gutter og jenter i trafikken

Når ungdommer dreper i bilulykker, er det helst slik at gutter blir drept som bilførere, mens jenter mister livet som passasjerer. Guttene er ofte mer utagerende enn jentene. De kjører fortare, mer uvørent og har et slags behov for å synes. Jentene er derimot mer varsomme og viser ofte bedre trafikal vurderingsevne enn guttene. Et trafikksikkerhetstiltak med tanke på å redusere ungdomsulykkene er å påvirke jentene til å si ifra. Gutter hører ofte på jenter, og når jentene forteller at de ikke synes det er tøft, vil hensikten ofte være oppnådd.

Opphavsmann: [Trygg Trafikk](#)

Helse, miljø og sikkerhet

HMS er en forkortning for helse, miljø og sikkerhet. Det er lovfestet at alle virksomheter skal drive et aktivt HMS-arbeid. I mange andre yrker enn sjåføryrket kan bilbruk være en del av jobben. Mobile vektere skal kjøre rundt for å kontrollere og se etter, selgere skal besøke kunder, helsepersonell besøke pasienter hjemme, og håndverkere skal til byggeplasser. Mye av arbeidstida tilbringes i trafikken. Trafikksikkerhet som en del av HMS-arbeidet har ikke hatt noen stor plass. Det finnes prosedyrer for hvordan saga skal brukes og trappa skal gås, men ingen ting om hvordan bilen skal brukes. Dette er et satsingsområde innenfor trafikksikkerhetsarbeidet. Man skal nå begynne å se HMS og trafikksikkerhet i sammenheng.

Real Life Auto

Forfatter: Kyrre Romuld
[Real Life Auto \(93085\)](#)



Har du lyst å teste ferdighetene dine som trafikksikker sjåfør? Trygg Trafikk har laget dataspillet Real Life Auto. Her kan du vise hva du kan om trafikksikkerhet i praksis.

Hva er Real Life Auto?

Real Life Auto er en nettbasert opplæringsmodul i trafikksikkerhet som ble lansert på www.tryggtrafikk.no 9. januar 2012.

Real Life Auto retter seg spesielt mot elever innenfor yrkesfaglige studieprogrammer, lærlinger som allerede er ute i læreb drift, og bedrifter som har lærlinger.

Real Life Auto

- er utformet som et dataspill
- har personlig innlogging og registrering
- tar om lag 45 minutter å spille
- inneholder filmer, mini-spill, quizer, dilemmaøvelser og faktaopplysninger
- inneholder en nasjonal toppskårliste hvor de beste poengsummene jevnlig premieres
- tar for seg temaene rus, fart, bilbelte, økonomi/forsikring, elektroniske hjelpe midler i bil og sikring av last
- genererer en trafikksikkerhetsattest til dem som gjennomfører spillet

Trafikksikkerhetsattest

Når man har gjennomført Real Life Auto, genereres en midlertidig trafikksikkerhetsattest som er gyldig i syv måneder. Attesten er en dokumentasjon på at man har gjennomført modulen med sentrale trafikksikkerhetstemaer, og kan blant annet legges ved søknader om læringsplass, eller bedrifter kan be lærlingene sine om å framvise den som dokumentasjon på at de har fullført opplæringsmodulen.

For å få en fullverdig trafikksikkerhetsattest som ikke er tidsbegrenset, må man etter syv måneder logge seg inn på Real Life Auto på nytt og gjennomføre en oppfølgingsmodul.

Klar for å prøve? Klikk her: [Real Life Auto](#)

Sikkerhet på arbeidsplassen

Sikkerhet

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS
[Sikkerhet \(89271\)](#)



Begrepet sikkerhet bruker vi ofte uten helt å tenke over det: Vi pakker reserveskitupp i sekken når vi skal på skitur på fjellet, vi bruker hjelm når vi sykler, og vi installerer antivirusprogrammer på pc-en – «for sikkerhets skyld».

Sikkerhet har alltid med mennesker å gjøre. Vi ønsker å føle oss trygge i hjemmet vårt, på skolen, på arbeidsplassen og når vi er ute på reise. Men for at vi skal kunne føle oss trygge, må vi vurdere hvilke trusler som omgir oss, hvor stor risiko de utgjør, og hva vi eventuelt kan gjøre for å avverge uhell eller kriminalitet.

Sikkerhetsreflekser

Vi mennesker reagerer ofte «automatisk» når vi står overfor en fare:

- Vi trekker hånda raskt til oss når vi kjenner sterkt varme.
- Kroppen fryser og rister dersom det blir svært kaldt.
- Blir vi plutselig skremt, vil kroppen reagere spontant. Det produseres adrenalin, du kjenner kanskje at håret reiser seg i nakken, og pulsen stiger for å gjøre musklene klare til å flykte.

I tillegg til disse biologiske reaksjonene – ofte kalt automatiske reflekser – tar vi selv initiativ til å sikre oss og eiendelene våre. For sikkerhets skyld monterer vi alarm i boligen vår, kjører forsiktig på glatte veier og bruker hjelm når vi sykler.

Hva er sikkerhet?

Tenk deg at du skal gå ned en bratt kjellertrapp. Et stygt fall i den trappa kan i verste fall være dødelig. Dersom du holder deg fast i rekksverket, reduserer du risikoen for å falle. Du sikrer deg mot et fall. Sikkerhet sier derfor noe om hvilke hendinger du ikke ønsker skal skje.

Sikkerhet kan også forklares med å ha *kontroll på risikoen*. Du kan lese mer om risiko her: [Risiko](#).

Sikkerhet i arbeidslivet

Jobber du på en oljeplattform offshore, er sikkerhet alltid i fokus. Går du i en trapp på plattformen, skal du holde i rekksverket, ellers er det brudd på sikkerhetsreglene. Du må også ha på deg hjelm og annet sikkerhetsutstyr – alt for å redusere risikoen for uhell og skader.

Arbeider du på et større lager med logistikk av varer, er det ofte strenge regler for bruk av verneskjø og hjelm. Skal du kjøre truck på lageret, må du i tillegg ha opplæring slik at ulykker ikke skjer når du skal hente ned paller med varer fra øverste hylle.

Sikkerhet som yrke



Middelalderens riddere brukte rustning for å redusere risikoen for å bli skadd i kamp. Alt på den tida tenkte en altså på sikkerhet
Fotograf: [Corbis](#)

Lenker

[Næringslivets sikkerhetsorganisasjoner](#)

[Nasjonal sikkerhetsmyndighet](#)

Arbeider du som vekter, er ikke sikkerhet bare noe du må huske på i tillegg til arbeidsoppgavene dine. Sikkerhet er selve målet med arbeidet du gjør. Kanskje skal du passe på at det ikke oppstår trengsel og skader i forbindelse med en større rockekonsert, eller du skal overvåke butikkene i et kjøpesenter for å hindre tyverier.

De som arbeider som IKT-servicemedarbeidere, har ofte et spesielt ansvar for bedriftens datasikkerhet. Det gjelder både fysisk sikring av servere og sikring av data mot virus, industrispionasje o.l.

Sikkerhetsanalyse

Når vi skal vurdere sikkerheten ved en situasjon eller i en bygning, må vi analysere den før vi setter i verk tiltak. Hvor mye tid vi bruker på en slik analyse, avhenger helt av situasjonen.

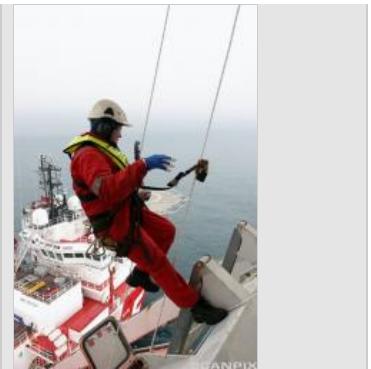
Skal vi for eksempel kjøre moped for første gang, bestemmer vi oss for å starte forsiktig fordi vi verken ønsker å skade oss selv eller mopeden. Vi har kanskje opplevd at en kamerat er blitt skadd i en mopedulykke, og derfor vet vi at det kan lønne seg å ta det med ro i begynnelsen. Den vurderingen bruker du ikke lang tid på å gjøre.

På samme måte finner du raskt ut at dersom du skal holde utedømende ute fra huset ditt, hjelper det å sette inn en solid dør. Videre kan du sette lås på døra som bare du selv har nøkkel til. Da har du sikret huset ditt på en effektiv måte.

Skal du derimot lage en *sikkerhetsplan* for hele virksomheten din, må du bruke mye tid på å kartlegge hvilke trusler dere står overfor. Du kan for eksempel stille disse spørsmålene:

- Hvilke verdier vil tyver være interessert i?
- Ligger bedriften i et område med flomfare?
- Har vi sikkerhetskopi av IKT-systemet vårt?
- Har vi farlige kjemikalier som kan true miljøet dersom vi ikke passer godt nok på?

Under temaet sikkerhet skal vi lære mer om trusler, risikovurderinger, forebyggende sikkerhetsløsninger og beredskapsplaner. Vi må nemlig kjenne til hvordan vi kan vurdere de truslene vi står overfor, og hvordan vi kan beregne risikoen som et resultat av *sannsynligheten* for at noe skjer, og *konsekvensen* av det dersom det skjer.



Arbeider du på sjøen, står sikkerheten alltid i fokus

Fotograf: [Roger Hardy](#)

Kjenner du disse ordene:

- [nasjonal sikkerhet](#)
- [sikkerhetsvindu](#)
- [sikkerhetslås](#)
- [sikkerhetsgjerde](#)
- [konsertsikkerhet](#)
- [sikkerhetskontroll](#)
- [sikkerhetsklaring](#)
- [informasjonssikkerhet](#)
- [matsikkerhet](#)

Trusler og verdier

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Trusler og verdier \(89273\)](#)



Hvilke trusler står vi overfor på en arbeidsplass eller i hjemmet vårt? Er vi godt nok sikret mot innbrudd eller brann? Og hvilke verdier er det viktig å beskytte?

Trusler

En bedrift kan stå overfor mange ulike trusler. Noen av dem er svært alvorlige, andre mindre alvorlige.

Tenk deg at du arbeider som logistikkmedarbeider på et lager. Lageret ditt inneholder kostbart IT-utstyr, men også til dels farlige kjemikalier. Dere er om lag 20 ansatte. Her er noen av truslene bedriften kan stå overfor:

- *Kriminalitet:* Ansatte eller utenforstående stjeler lagervarer til egen bruk eller videresalg.
- *Skader og uhell:* Ansatte utsettes for arbeidsulykker i forbindelse med truckkjøring eller lasting og lossing av varer.
- *Miljøskader:* Farlige kjemikalier lekker fra lageret og skader nærmiljøet.
- *Sykdom:* En influensaepidemi gjør 50 % av de ansatte syke samtidig.
- *Driftsproblemer:* IKT-systemet som lageret bruker til å kjøre ut ordrebekreftelser, plukk- og pakklister, fakturaer og lagerrapporter, krasjer.

Det er altså mange typer trusler vi står overfor når vi arbeider i en bedrift. Derfor er det viktig å tenke gjennom hvilke verdier som er utsatt for de største truslene, og hvem og hva som utgjør trusselen mot hver enkelt verdi.

Eksempel: Uærlige medarbeidere

Av og til er det dessverre bedriftens egne ansatte som utgjør en trussel. Underslag av penger og nasking fra kontorer og fabrikker er en stor utfordring for mange virksomheter. Til og med noe så vanlig som å ta med penn og papir hjem fra jobben regnes for stjeling. Du risikerer faktisk å bli oppsagt.

Å kunne stole på de ansatte er ekstra viktig for høyteknologiske bedrifter. Tenk om resultatet av ti års forskning i et medisinsk konsern blir solgt til en konkurrent? Eller at designen på den nye mobiltelefonen til en av de største produsentene blir kopiert før mobilen lanseres? De økonomiske konsekvensene for virksomheten kan bli enorme.

Mange bedrifter har spesielle regler for å sikre at informasjon eller varer ikke forsvinner fra bedriften gjennom de ansatte. I enkelte bedrifter får de ansatte bare tilgang til informasjon som er relevant for jobben de skal gjøre. Noen skal bare designe knappene på den nye telefonen, andre ansatte designer baksiden, osv. I enkelte sikkerhetsklarerte bedrifter har ektefolk, samboere eller kjærester ikke adgang til å arbeide sammen. Hvis kollegaer blir kjærester eller gifter seg, må en av dem derfor slutte fordi to personer lettere får oversikt over virksomheten og kan utnytte eventuelle svakheter. Lojaliteten som de to har til hverandre, er ofte større enn til bedriften.

Norske daler opplever flom med jevne mellomrom. Bildet er fra Gudbrandsdalen i 2011. Konsekvensene for dem som bor der, kan bli store

Fotograf: [Håkon Mosvold Larsen](#)

Sopranos i Norge?
Organisert kriminalitet styres nærmest som en bedrift.

Noen er eksperter på sprengstoff, noen på våpen, noen på kjøretøy og noen på økonomi. I Europa er det mange slike kriminelle nettverk. De driver med narkotika, prostitusjon, smugling, ran av banker og verditransporter, kidnapping, utpressing osv.

Fotograf: [Anthony Nesta](#)

Vi kaller det risikoanalyse når vi ser på de enkelte trusler og vurderer og rangerer dem mot hverandre. Risiko kan du lese mer om her: [Risiko](#) og her: [Kartlegging av risiko](#).

Verdier

Verdiene i en bedrift avhenger av hva bedriften lager og selger. De ansatte utgjør ofte en stor del av verdiene i form av sine kunnskaper.

- I yrker som advokat, regnskapsfører og ingeniør er det de ansattes kunnskap som utgjør verdiene.
- I et apotek utgjør varelageret en stor del av verdiene. I en fiskekakefabrikk vil – i tillegg til oppskriften – råvarer og maskiner utgjøre mye av verdiene.
- For en bonde er kornåkeren av stor verdi.
- For en yrkessjåfør er lastebilen svært verdifull.

Å sikre disse verdiene vil si å beskytte dem mot uønskede eller uforutsette hendinger som brann, tyveri eller sabotasje.

Ser vi på «verdilista» ovenfor, kan vi konkret beskytte verdiene ved for eksempel

- å sikre de ansattes pc'er
- å passe på at vinduer og dører ikke kan ødelegges slik at medisiner blir stjålet eller ødelagt
- å oppbevare fiskekakeoppskriften på et trygt sted og installere brannvarsler i fabrikken
- å vanne kornåkeren
- å forsikre lastebilen og sørge for at den gjennomgår jevnlig service

Blir du fristet?

Hva ville du gjort hvis du ble tilbudt to månedslønner for å levere ut en alarmkode til en dør på jobben din? Du tror kanskje ikke det er så farlig, fordi den aktuelle døra ikke er viktig. Det du kanskje ikke vet, er at en annen kollega også har solgt koden til selve ytterdøra!

Tenk over

Hvordan tror du oppskriften på Coca-Cola oppbevares?



En yrkessjåfør har ofte ansvar for store verdier når han er på jobb

Fotograf: [Torbjørn Tandberg](#)

Tenk over

Tyveri av pc er mye mer kostbart enn det en ny pc koster. Alt arbeidet som ligger på pc-en, må nemlig gjøres om igjen dersom du ikke har tatt sikkerhetskopi.

Kan du tenke som en tyv?

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kan du tenke som en tyv? \(89275\)](#)

Ta utgangspunkt i en bedrift du kjenner, eller ditt eget hjem. Dersom du var en tyv som ønsket å bryte deg inn, hvordan ville du svare på disse spørsmålene?

1. Hvor vil du prøve å komme deg inn? Hva slags dør eller vindu vil du velge?
2. Vil du prøve å bryte deg inn på dagen eller om natta?
3. Kjenner du noen i bedriften/huset som kanskje kan hjelpe deg inn?
4. Er det alarm i bygget? Hvordan skal du i så fall omgå den?
5. Er det adgangskontroll? Hvordan kan du omgå den?
6. Er resepsjonen bemannet? Kanskje du kan kle deg ut for å komme forbi resepsjonen?
7. Står bakdører eller lagerporter åpne?
8. Er det ofte noen som glemmer å lukke et vindu?



Risiko

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Risiko \(89276\)](#)



Dersom du skal krysse en isbre, lønner det seg å gå i tau sammen med venner og en brefører. Da reduserer du risikoen for å falle ned i en bresprekk.

Hva er risiko?

Risiko er et sentralt begrep for å forstå sikkerhet. Risiko uttrykker to ting:

- hvor *sannsynlig* det er at en uønsket hending inntrer
- hvilke *konsekvenser* den uønskede hendingen kan få

La oss tenke oss at du har fått sommerjobb på det lokale hotellet. Plutselig en dag uteblir du fra jobben, uten å ha søkt om fri på forhånd eller ha meldt fra om sykdom. Dette gjentar seg flere ganger i løpet av et par uker.

Hvor sannsynlig er det da at du mister sommerjobben? Antakelig svært sannsynlig. Hvilke konsekvenser vil det ha? Jo, du går glipp av lønn, arbeidserfaring og en god attest.

Vi kan derfor si at risikoen ved å skulke jobben flere ganger er høy, i hvert fall om du ønsker en framtidig yrkeskarriere.

Risiko og sikkerhet

Risiko er på mange måter det motsatte av sikkerhet. Risiko er det usikre – det som kan skje, og som vi frykter. Sikkerhet har vi når vi har vurdert risikoen og satt i verk tiltak for å unngå den.

Eksempel

Hva er risikoen for å bli skadd hvis du løper barbeint i fjellet? For å svare på det kan vi først prøve å dele opp risikoen.



Fotograf: [Sara Johannessen](#)

Å løpe barbeint kan gi kutt under foten hvis du trår på en skarp stein. Da må du først vurdere hvor *sannsynlig* det er at det finnes skarpe steiner der du skal løpe.

Spørsmål du kan stille	Svar
Er det bratt?	Se på et kart.
Hvilken type underlag?	Hvor i landet, hvor høyt over havet?
Er det ujevnt?	Befaring, hvor langt kan jeg gjøre steget?

Vi

konkluderer med at underlaget består av fjell, stein og skogbunn om hverandre. Det er både bratt og ujevnt. Hvis vi tenker oss at vi løper fort på dette underlaget i en time, hvor stor er sannsynligheten for at vi treffer en skarp stein?

Liten sannsynlighet	Middels sannsynlighet	Stor sannsynlighet
---------------------	-----------------------	--------------------

Dersom vi finner ut at sannsynligheten er stor, har vi en risiko vi må gjøre noe med.

Konsekvensene av en slik skade kan vi rangere på samme måte:

Skramme	mindre enn 1 cm dypt
Lite kutt	mindre enn 3 cm dypt
Dypt kutt	mer enn 3 cm dypt

Vi kan dele inn konsekvensene i tre nivåer, slik vi gjorde med sannsynligheten:

Liten konsekvens	Middels konsekvens	Stor konsekvens
------------------	--------------------	-----------------



Enkelte norske hus er plassert svært utsatt. Dette huset står på Vestvågøy i Lofoten

Fotograf: [Bjørn Jørgensen](#)

Bor du i et lite hus nederst i en bratt fjellside, er det en risiko for at snøskred kan skade huset. Bor du derimot i et lite hus på en flat øy, er ikke snøskred noen risiko.



I trafikken oppstår det ofte farlige og risikable situasjoner

Fotograf: [Mikael Andersson](#)

Oppgave

Lag en tabell som viser sannsynligheten for å bli frastjålet mobilen, og hvordan du vurderer konsekvensene av et slikt tap.

Dersom vi løper fort i et ujevnt terrenget, kan det tenkes at vi treffer underlaget hardt og får dype kutter. Når hendingen både har stor sannsynlighet og konsekvensen er stor, er risikoen derfor så stor at vi må gjøre noe for å unngå skade.

Kartlegging av risiko

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Kartlegging av risiko \(89279\)](#)



Når vi kartlegger risikoen for at brann, tyveri, sykdom e.l. skal skje, går vi grundig gjennom alt som kan forårsake disse hendingene på arbeidsplassen.

Kartlegg risikoen

Når vi skal kartlegge privat risiko eller risikoen for bedriften vår, kan vi følge denne prosessen:

- Sjekkliste: Vi henter inn informasjon, vurderer sannsynligheten for og konsekvensen av noe som kan skje, og beregner til slutt risikoen.

1 Innhent informasjon

Informasjon om tidligere ulykker, nestenulykker, innbrudd, brann og overfall kan hentes inn fra rapporter om historiske hendinger og fra statistikker.

Politiet kan for eksempel hente inn data om organisert kriminalitet fra etterretningsrapporter. Ut fra disse rapportene kan politiet avverge innbrudd ved at de på forhånd kjenner til internasjonale tyveribander på vei til Norge.

Dersom det er vanskelig å finne informasjon på nett eller i rapporter, kan man sammen i en gruppe og bruke [idémyldringsteknikker](#). Da forestiller vi oss verste som kan skje bedriften, og lager en liste over alt som kan gå galt. Deretter kan man se hvilke konsekvenser det kan ha.

2 Vurder sannsynlighet og konsekvens

Når vi har laget en liste over risikoer, vurderer vi sannsynlighet og konsekvens. Hver grad av sannsynlighet og konsekvens gir vi en tallverdi.

Du kan for eksempel vurdere sannsynligheten for og konsekvensen av å velte med mopeden din:

Sannsynlighet	Tallverdi
Liten sannsynlighet	1
Middels sannsynlighet	2
Stor sannsynlighet	3

Konsekvens	Tallverdi
Liten konsekvens	1
Middels konsekvens	2
Stor konsekvens	3



Å bruke bilbelte er en rimelig måte å redusere risiko på

Fotograf: [Espen Bratlie](#)

Påbud om bruk av bilbelte er et resultat av krav om å redusere dødsfall og skader i bilulykker. De første bilene hadde verken bilbelte eller annet sikkerhetsutstyr. Skader og dødsfall økte da i takt med økningen i antall biler på veiene.



Farten kan fort bli høy, selv på en moped

Fotograf: [Jack Mikrut](#)

Kanskje konkluderer du med at siden du er relativt fersk som mopedsjåfør, er sannsynligheten for å velte derfor «stor». Konsekvensen beregner du til «middels» fordi du har bestemt deg for alltid å holde lav

fart.

3 Beregn risiko

Når du har satt opp en slik tabell over sannsynlighet og konsekvens, kan du beregne risikoen. Risiko kan vi se som resultatet av sannsynlighet multiplisert med konsekvens:

Risiko = sannsynlighet • konsekvens

Konsekvenser av mopedvelt			
Sannsynlighet for mopedvelt	Liten konsekvens 3	Middels konsekvens 2	Stor konsekvens 1
	Liten sannsynlighet 1		
	Middels sannsynlighet 2		
	Stor sannsynlighet 3	3 · 2 = 6	

Konsekvenser av og sannsynlighet for mopedvelt

Opphavsmann: [Vegard Floor Søvik](#)

Dersom du satte sannsynligheten for at du kan komme til å velte med mopeden, lik 3, og konsekvensen lik 2, er risikoen $3 \cdot 2 = 6$. Risikoen er med andre ord lik 6 på en skala fra 1 til 9.

Når du har gjort dette, ser du lett hvilke risikoer du må sette inn tiltak for å unngå. Videre ser du hvilke risikoer som har liten konsekvens og liten sannsynlighet, og som du derfor ikke trenger gjøre noe med.

På denne måten kan du vurdere alle typer risiko: risikoen for å bli syk eller skadd, tape penger eller omdømme, miste gjenstander eller få ødelagt verdier.

Ikke alle risikoanalyser er så enkle som den vi har sett på i dette eksemplet. Det holder ikke bare med matematisk utregning av $3 \cdot 2 = 6$ for mer kompliserte og større oppgaver. Tankegangen er lik, men i hvilken grad faktorene påvirker hverandre, varierer fra tilfelle til tilfelle. Da kreves det mer komplekse beregninger.

Restrisiko

Når vi har gjort en vurdering av risiko og satt inn tiltak slik at risikoen blir så liten som mulig, er risikoen likevel ikke helt borte. Vi sier da at vi har en restrisiko.

Ta for eksempel et kraftig jordskjelv av en type som i gjennomsnitt bare skjer hvert 5000 år. Sist det kom et slikt jordskjelv, var for 2500 år siden. Selv om konsekvensene er katastrofale, er det ingen vits i å gå rundt og beskytte seg hele tida. Men det finnes tross alt en risiko som det må lages beredskapsplaner for, dersom jordskjelvet likevel skulle komme i din levetid.

Arbeider du som vekter, er risikoen for tyveri noe du må ta på alvor. Til tross for at bedriften du vokter, har installert alarmer og kameraovervåking, driver holdningskampanjer for de ansatte og har satt i verk alle tiltak som er vurdert nødvendige, kan en tyv likevel klare å gjøre innbrudd og stjele verdier.

Vi bør derfor alltid ha *beredskapsplaner* for restrisiko.

Ved tyveri kan en enkel beredskapsplan være slik:

1. Meld fra til ledelsen hvis du oppdager at noe er borte.
2. Ikke ødelegg eventuelle spor for politiet.
3. Prøv å registrere nøyaktig hva som er tatt.
4. Meld alle tyverier til politiet.

Du kan lese mer om beredskapsplaner her: [Beredskapsplaner](#)

Forebyggende sikkerhetsløsninger

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Forebyggende sikkerhetsløsninger \(89367\)](#)



For å redusere risikoen for at uønskede ting skal skje, kan vi sette inn en del tiltak på forhånd – vi kan forebygge.

Hva mener vi med å forebygge?

Å forebygge vil si å hindre at noe skjer. Når det gjelder sikkerhet, mener vi å sette inn tiltak – gjøre noe – for å hindre at for eksempel tyveri eller ulykker skjer.

Når vi skal forebygge tyveri, bør vi

- *kartlegge* verdier og trusler, for eksempel
 - hvilke verdier vi har i bedriften eller hjemmet
 - de kriminelles interesse for våre verdier
- *sikre* verdiene våre
 - ved å installere brann- og tyveralarm
 - ved å montere overvåkingskameraer

Eksempel

Yrkessjåfører er vant til å tenke sikkerhet i sitt daglige arbeid. Her er noen eksempler på hvilke forebyggende tiltak de ofte setter i verk:

- sender lastebilen på regelmessig service og vedlikehold
- sørger for å ha gode vinterdekk
- tilpasser farten etter føret
- sikrer lasten godt
- forsikrer lastebilen

Forebygging og sikring av data

Dersom 30 ansatte i en bedrift ikke har tilgang til datanettverket en dag, får ingen av dem svart på e-post, tatt imot bestillinger fra kunder, sendt ordrer til leverandører eller fakturert salgene sine. Dette er kritisk og må ikke skje.

I dagens informasjonssamfunn er det derfor spesielt viktig å sikre datasystemer for å forhindre slike situasjoner. Større bedrifter har ofte flere ansatte som bare jobber med sikkerheten for bedriftens IKT-system. Målet er å hindre tyveri og sabotasje, men også sikre stabil drift av datasystemene.

Vi kan forebygge datatyveri og andre tap av data ved å begrense tilgangen til serverrom, installere programvare som oppdager forsøk på tyveri (antivirus), montere brannvarslingssystemer, avgrense tilgangen til datasystemer med passord og andre generelle adgangskontroller.



En safe med kombinasjonslås
Fotograf: [Corbis](#)



Yrkessjåfører må være påpasselige og sikre lasten godt
Fotograf: [Mimsy Møller](#)

Oppgave

Hva finnes av lett omsettelige verdier (dvs. ting som lett kan selges) på skolen din? Har dere kameraer, videokanoner, kopimaskiner, bærbare pc'er, bøker? Hvordan er de i så fall sikret for å forebygge tyveri?

Det engelske ordet «hacking» brukes ofte om forsøk på å komme seg inn i datasystemer på ulovlig vis.

Beredskapsplaner

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Beredskapsplaner \(89371\)](#)



En beredskapsplan er en enkel plan som beskriver hva som må gjøres i en krisesituasjon.

Hvorfor trenger vi beredskapsplaner?

Dersom bedriften skal være godt forberedt på å håndtere ulykker og tyveri, må det lages en beredskapsplan. Bedriften må lage en plan for hver eventuelle hending. Det vil si at det må være en plan for brann, en for innbrudd, en for datatyveri osv.

Hvis for eksempel en såpefabrikk får en lekkasje, må den ha en beredskapsplan som forteller hvordan de ansatte skal håndtere

- at giftige kjemikalier lekker ut
- at det er eksplosjonsfare
- at det kommer en storm av spørsmål i media
- at det er frykt blant de ansatte

Planen må si noe om hvem som skal håndtere de ulike problemene som oppstår: Hvem skal begrense/stoppe utsippene, hvem skal kontaktes ved mistanke om forgiftning og forerensning, og hvem skal håndtere henvendelser fra media?

Brannalarmen går

Av og til hender det at brannalarmen går på skolen din eller i bedriften der du jobber – enten på grunn av brann, brannøving eller feil ved varslingssystemet.

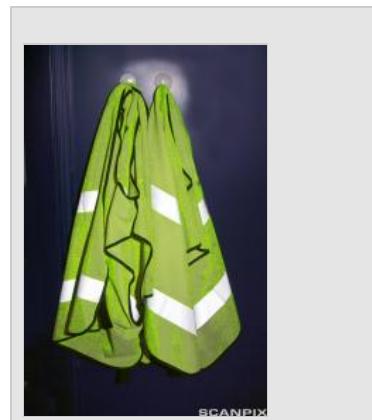
Alle bedrifter er pålagt å lære opp de ansatte i brannvern. Det skal være egne etasjekrakter som evakuerer sine soner, sjekker toalettene og passer på at alle kommer seg ut av bygget. I slike tilfeller kan det være nyttig å ha såkalte beredskapskort.

Beredskapskort er mindre kort som kan bæres i lomma av dem som er utpekt som etasjekrakter eller ansvarlige i forbindelse med brann. Kortene opplyser hva vaken skal huske på når brannalarmen går:

1. Lukk vinduer.
2. Ta på vest.
3. Varsle alle om at de må ut.
4. Sjekk toaletter.
5. Meld fra til den brannvernansvarlige ute på møteplassen.

To enkle beredskapsplaner

I større bygg skjer det fra tid til annen at heisen stopper mellom to etasjer. Dersom det er folk i heisen, skal beredskapsplanen følges. En enkel beredskapsplan i en slik situasjon kan være:



Refleksvester klare til bruk

Fotograf: [NTB scanpix](#)



I mars 2011 ble Japan rammet av et kraftig jordskjelv og en etterfølgende tsunami.

Dette ødela deler av Fukushima kjernekraftverk. Lenge holdt verden pusten med tanke på konsekvensene. Tror du ledelsen ved kraftverket hadde gode nok beredskapsplaner?

Fotograf: [Kyodo](#)

Lenke

[Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap](#)

Beredskapsplan for heisstopp

1. Kontakt om mulig servicefolk til heisen.

2. Tilkall vektere dersom bedriften er tilknyttet en slik tjeneste.
3. Se om du får kontakt med folkene inni heisen, og si at det arbeides med å få heisen i gang igjen.
4. Hvis det ikke er mulig å få tak i servicefolk, hent beredskapskort for nødkjøring av heis. Gjennomfør prosedyren som er beskrevet på kortet.
5. Hvis det fortsatt ikke lar seg gjøre å få folk ut av heisen, må ledelsen varsles.
6. Kontakt brannvesenet.
7. Etter hendingen må det skrives rapport.

Det hender at temperaturen i et serverrom blir så høy at alarmen går. Vekteren som har ansvaret for sikkerheten i bygget, skal da følge en enkel beredskapsplan. Den kan for eksempel se slik ut:

Beredskapsplan for temperaturvarsel

1. Sett opp døra for å lufte ut så raskt som mulig mens du passer på at ingen uvedkommende kommer inn på serverrommet.
2. Tilkall Kjøleservice AS på deres døgnvakttelefon,
22 22 22 22.
3. Om temperaturen ikke går under varselnivået innen en time, kontakter du IT-ansvarlig NN på telefon 33 33 33 33.
4. Dersom temperaturen faller til riktig nivå, skriv en rapport og send den til person MM på beredskapslista.

Lag en beredskapsplan

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget, Amendor AS

[Lag en beredskapsplan \(89372\)](#)

Hjelp firmaet Regnskapsservice med å gå gjennom beredskapsplanen sin

Du arbeider som vekter i sikkerhetsselskapet Gard Security AS og skal hjelpe bedriften Regnskapsservice med å gå gjennom beredskapsplanen sin. Det er mange år siden sist det ble gjort. Du har fått i oppdrag å evaluere den gamle beredskapsplanen og komme med forslag til forbedringer.

Den gamle planen har bare disse punktene:



Fotograf: [Nicolai Howalt](#)

1. Innholdsregister
2. Brann
 - Ved oppdaget brann skal alarmen utløses, og det ropes «Brann! Gå ut!».
 - Lukk vinduer og dører og sjekk om alle er ute.
3. Førstehjelp
 - Med skadde personer skal du tilkalle ambulanse. Dersom personen ikke puster eller har puls, start livreddende førstehjelp med hjerte-lunge-redning.
4. Evakuering
 - Ved brann eller liknende skal bygget tömmes. Alle skal møte på parkeringsplassen foran hovedinngangen.

Etter at denne beredskapsplanen ble laget, har bedriften utviklet seg og vokst. Nå er det 50 ansatte i Regnskapsservice, og de har akkurat flyttet inn i et større bygg med blant annet heis.

1. Hvilke tillegg vil du ha med i beredskapsplanen?
2. Er det fornuftig å ha møteplass rett foran hovedinngangen?
3. Hvilken fare kan oppstå dersom noen står fast i heisen under brann?
4. Lag forslag til en ny beredskapsplan for Regnskapsservice.

Sikkerhet på arbeidsplassen

Forfatter: Vegard Floor Søvik, NKI Forlaget
[Sikkerhet på arbeidsplassen \(89374\)](#)



Du som tar service og samferdsel på videregående skole, vil møte temaet sikkerhet i mange sammenhenger i ditt yrkesliv.

Sikkerhet i salgsfaget

Dersom du arbeider med salg, kommer du i kontakt med sikkerhet i flere sammenhenger. Står du i butikk, kan du risikere å bli ranet. Det er viktig å være klar over dette, og du bør prøve å være forberedt på slike situasjoner. For eksempel kan du være litt på utkikk etter mistenkelige personer i butikklokalet.

Tyverisikring er vanlig i butikker, og bruk av alarmanlegg sammen med varesikring er derfor en naturlig del av hverdagen.

Driver du med oppsøkende salg, er din egen sikkerhet viktig. En kjent fjellvettsregel sier «Meld fra hvor du går». Den er også viktig om du skulle bli borte i byen.

Sikkerhet i resepsjonsfaget

Jobber du i en hotellresepsjon, er sikkerhet en del av ditt daglige virke. Du tar deg av gjestene ved å registrere dem inn og ut, slik at du til enhver tid vet hvem som oppholder seg på hotelllet.

Det er viktig å ha oversikt over hvem som er på hotelllet, for eksempel om brannalarmen skulle gå. Da må du åpne dører og følge folk til møteplassen, kontrollere området nær resepsjonen, toaletter osv.

En annen oppgave du har som ansatt på et hotell, er å gå brannrunder. I tillegg må du kanskje takle fulle og kranglete gjester på en måte som ikke setter hotelllet og andre gjester i fare.

Sikkerhet i reiselivsfaget

Som reiseplanlegger må du alltid tenke sikkerhet for gjestene dine. Hvilke land er det trygt å reise til, og hvilket utstyr kan du anbefale dem å pakke med seg?

Skal du leie buss til en gruppe turister, må du være sikker på at det tekniske ved bussen er i orden. Du må sjekke at dokumentasjonen til bussfirmaet er ok, at hviletid for sjåføren er lagt inn i ruta, osv.

Sikkerhet i kontor- og administrasjonsfaget



Fotograf: [Tone Georgsen](#)



Fotograf: [Fredrik Solstad](#)

På et kontor vil helse, miljø og sikkerhet (HMS) alltid være viktig. Er arbeidsplassene tilfredsstillende sikret for de ansatte? Er temperaturen i bygget innenfor normene som gjelder? Er det plassert ut røykvarslere og tyverialarmer?

Du bør også kjenne til kontorets evakuéringsplan om det for eksempel skulle brenne. Som ansatt kan du også få oppgaver i forbindelse med brann- og sikkerhetsrutiner.

Alt etter hvilken bransje du jobber i, må du forholde deg til ulike lover og forskrifter som har sikkerhet som felles mål.

Sikkerhet i vekterfaget

Som vekter er sikkerhet selve hovedoppgaven din. Vekterne patruljerer for eksempel om natta og sjekker om det finnes uvedkommende rundt bygget til kunden. De har også til oppgave å hindre innbrudd, sabotasje o.l. ved hjelp av godt vakthold og kameraovervåking.

Jobber du som vekter i en resepsjon, har du konkrete oppgaver knyttet til sikkerhet, for eksempel adgangskontroll, kontroll av gjesteparkering, utdeling av lånekort eller nøkler o.a.

Sikkerhet i IKT-servicefaget

Datasikkerhet blir stadig viktigere ettersom vi alle – mer eller mindre – jobber i datanettverk. En må passe på antivirussystemer og fornye dem, og tilgangen til ulike deler av databasen skal avgrenses.

Som IKT-servicemedarbeider kan du komme til å jobbe med tilgangsbegrensning, sikker lagring av data på servere, rutiner for sikkerhetskopiering o.l.

Sikkerhet i yrkessjåførfaget

En sjåfør for et busselskap frakter mange mennesker daglig. Sikkerhet er også her et viktig område. Dersom en barnevogn eller rullestol skal være med som passasjer, må de plasseres i bussen på en slik måte at faren for uhell blir redusert. Om vinteren er det ofte glatt føre, og det setter store krav til varsom kjøring.

Kjører du nattbuss, kan du komme i kontakt med fulle eller aggressive mennesker som du må takle. Som lastebilsjåfør på tur nedover i Europa må du finne et sted å parkere for natt der du ikke blir ranet.

Sikkerhet i logistikkfaget

Fra en vare er produsert, er det mange ledd den skal gjennom før den når fram til forbrukeren. Varen kan være ettertraktet og verdifull og må derfor sikres mot svinn.

Som logistikkmedarbeider arbeider du blant annet med å sikre varer under lagring. Varer kan bli stjålet dersom de er lagret på et sted uten alarm. Ansatte skal heller ikke ha mulighet til å ta med seg noe. Det må derfor være streng kontroll med utkjøring fra lageret, omlasting o.l.



Fotograf: [Sigmund Krøvel-Velle](#)



Fotograf: [Dag Jenssen](#)



Fotograf: [Lise Åserud](#)



Fotograf: [Mike Schröder](#)



Fotograf: [Paul Sigve](#)
[Amundsen](#)



Fotograf: [David Trood](#)

Oppgaver

Risikoanalyse

Forfatter: Vegard Floor Søvik

[Risikoanalyse \(134983\)](#)



Risiko er et sentralt begrep for å forstå sikkerhet. Risiko uttrykker to ting: hvor sannsynlig det er at en uønsket hending inntrer og hvilke konsekvenser den uønskede hendingen kan få. Tenk om du ble frastjålet mobilen?

Oppgave

Lag en tabell som viser sannsynligheten for å bli frastjålet mobilen, og hvordan du vurderer konsekvensene av et slikt tap.

Forebygge tyveri på skolen

Forfatter: Vegard Floor Søvik

[Forebygge tyveri på skolen \(134985\)](#)



For å redusere risikoen for at uønskede ting skal skje, kan vi sette inn en del tiltak på forhånd – vi kan forebygge. Er skolen din godt nok sikret?

Oppgave

- a. Hva finnes av lett omsettelige verdier (dvs. ting som lett kan selges) på skolen din?
- b. Har dere kameraer, videokanoner, kopimaskiner, bærbare pc'er, bøker?
- c. Hvordan er de i så fall sikret for å forebygge tyveri?