



Årsredovisning

Folkungaskolan 2019/2020
Linköping, Östergötland
Kristina Serebrink



Innehållsförteckning

EkonolaUF i korthet VD:s ord	s. 2
Ekonola UFs förvaltningsberättelse	s.3
Försäljning	s.4
Lärdomar och framtidsutsikt	s.6
Marknadsföring och konkurrens	s.7
Ekonomi	s.8
Underskrifter	s.10
Revisionsberättelse	s.11



Ekonola UF i korthet

Om oss

Ekonola UF är ett företag som drivs av fyra engagerade tjejer. Vi på Ekonola UF vill främja de ekologiska livsmedlen för att skapa hållbar utveckling. Vi valde att driva ett företag som tillverkar egen ekologisk granola. För att minska matsvinnet har vi också placerat ett medföljande recept på vår produkt på ett gott och nyttigt bröd man kan baka av sin granola.

Vår produkt

Vår granola produceras i tre olika smaker, kanel, kardemumma och russin. Vi har valt att ha havregryn, pumpakärnor, linfrön och sirap som huvudingredienser då de var populärast i vår marknadsundersökning.

Granolan säljs i glasburkar som är lätta att återanvända, detta för att minska användningen av plast.

Vision

Vi vill ta chansen att visa människor hur enkelt det kan vara att leva ett hälsosamt och miljövänligt liv genom vår produkt. Vårt UF - företag vill se en framtid med en hållbar planet för både vår generation och vår nästkommande generation. Våra kunder ska kunna göra små val i livet som bidrar till en hållbar framtid.

Affärsidé

Vår affärsidé är att sälja god, ekologisk, hemmagjord granola som även kan bli till gott och nyttigt frukostbröd för den miljömedvetna konsumenten.



Thea Nilsson, Ida Gullin, Christine Tholander och Selma Alm



VD:s ord

UF året har varit en stressig tid med många lärdomar, men framförallt har det varit ett spännande och roligt år där minnen för livet har skapats. Vår UF resa började för drygt ett och ett halvt år sedan när första momentet skulle genomföras, skapa en affärsidé. Vår utgångspunkt var från start att affärsidén skulle vara en miljövänlig produkt som skulle ge konsumenten en positiv upplevelse. Det var där idén om en ekologisk och hälsosam granola som ger konsumenten en bra start på dagen kom in i bilden.

UF året har varit en intensiv resa med både medvind och motvind och jag som VD kan stolt säga att Ekonola UF alltid har gjort det bästa av situationen och presterat på topp. Under året har Ekonola UF bland annat varit med på Ung Företagsamhets årliga julmarknad på IKANO, stått på Stora Torget och Folkungas öppett hus samt den årliga UF mässan som var en av årets höjdpunkter. Marknader kan vara ett svårt säljtillfälle, det märkte vi av redan på vår första marknad men om det är något som vi har lärt oss under de tillfällena så är det att aldrig ge upp och övning ger färdighet.

När UF året började satte vi ett säljmål, 250 burkar under året. Detta säljmål har vi inte nått men för oss var inte målet med UF året att sälja så mycket som vi kan utan att lära oss så mycket som möjligt. Vi har fått kunskaper som kommer vara med oss resten av livet och hjälpa oss i våra framtida yrken, en av lärdomarna är hur viktigt det är med ett bra kontaktnät. Det är tack vare kontaktnätet, allt från föräldrar och släktingar till lärare och Ung Företagsamhet personal, som vi sålt så pass mycket som vi har, det var till exempel via William Almevik på Ung Företagsamhet som vi fick stå på ett event på Scandic. Kontaktnät kan också vara bra rådgivare, vår UF-lärare, har flertal gånger hjälpt oss lösa problem, hitta säljtillfällen, bolla idéer och framförallt pushat oss att göra vårt allra bästa i alla lägen. Med det vill vi i Ekonola UF tacka alla inblandade i vårt UF år för all hjälp och rådgivning.

Till sist vill jag som VD tacka Thea, Christine och Selma för detta UF år!



Ekonola UFs förvaltningsberättelse

Försäljning

I-Husets julmarknad

Det första försäljningstillfället för Ekonola UF var en julmarknad på I-huset i Linköping, anordnat av Ung Företagsamhet. Inför försäljningen planerade vi allt från dekorationerna i montern till hur burkarna skulle få ett mer julaktigt utseende. Vi fick stå bredvid ett annat UF-företag som sålde julgodis, vilket gav oss en större utmaning att locka kunder att provsmaka vår nyttiga granola. Trots det, gick försäljningen hyfsat i sin helhet. Vi sålde ett fåtal, men fick framförallt träna på vår försäljningsteknik.



Försäljning på I-Husets julmarknad

Stora torget Linköping

Det andra försäljningstillfället stod vi på Stora Torget i Linköping och sålde. Bordet, dekorationerna och burkarna hade fortfarande jultema då vi stod strax innan julhelgen. Denna gång sålde vi bättre och vi utvecklade vår försäljningsteknik ytterligare och blev mer aktiva i vårt kundbemötande och försäljning.

Öppet hus

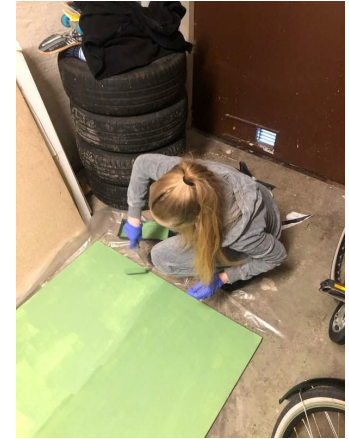
Det tredje stora säljtillfället var Folkungaskolans öppet hus. Det var inte enbart ett bra säljtillfälle utan också en chans för oss att berätta om UF året och ekonomlinjen för blivande gymnasieelever. Vi i Ekonola UF var lite skeptiska innan säljtillfället om hur mycket vi skulle lyckas sälja, detta eftersom vi antog att majoriteten var där för att informeras om skolan, inte för att köpa granola av oss. Till vår förvåning sålde vi slut på de burkar vi hade med oss och kvällen blev ett fantastiskt säljtillfälle för vårt UF-företag.



Försäljning på folkungaskolans öppet hus.

UF-mässan

Höjdpunkten under året var UF-mässan. Det krävdes en hel del planering och förberedelser inför mässan men det var en otroligt rolig och givande dag. Vårt mål med montern var att produkten skulle framhävas på bästa sätt, något vi arbetade hårt med. Efter en lång dag på mässan var vi trötta men glada över att vi genomfört det och att vi lyckades sälja ett tiotal burkar.



Bilder från UF-mässan och förberedelser.

Start-up mötet

Den 11 mars kontaktade William Almevik från Ung Företagsamhet oss. Han undrade om vi i Ekonola UF ville stå på ett Startup event på Scandic Frimis dagen efter. Vi tackade ja direkt eftersom det gav oss ytterligare ett försäljningstillfälle samt en chans att vidga vårt kontaktnät. Vi förberedde oss på att inte sälja så mycket eftersom att fokuset under eventet var föreläsningen och inte oss. Samt att Covid-19 sänkte antalet deltagare. Till vår förvåning var många intresserade och många samtal angående oss och UF i allmänt hölls. På grund av det stora intresset lyckades vi sälja ett flertal burkar. Det här tillfället gav oss inte enbart erfarenhet inom säljande utan vi fick också chansen att lyssna på framgångsrika entreprenörer vilket var mycket inspirerande.

Lärdomar

Under UF årets gång har vi lärt oss otroligt mycket, lärdomar som vi kommer ta med oss in i nästa kapitel av våra liv.

En lärdom som vi i Ekonola UF fick lära oss den hårda vägen är hur viktigt det är med planering och organisation. Vi insåg snabbt att planering är a och o i ett företag, speciellt ett tillverkande företag, och utan bra planering fungerar inte företaget. Det gäller att noga planera när, var och hur saker ska ske och genomföras. I början var det svårt men efter ett tag insåg vi vikten av planering och sen dess har saker rullat på bra. UF- året har förutom vikten av planering också lärt oss hur stor del ens nätverk spelar i ett företag, vi har via vårt nätverk sålt många burkar granola men också fått många säljmöjligheter som hjälpt oss sälja ännu mer granola. Vi har lärt oss hur man håller kvar sitt nätverk samt hur man utvidgar och använder sitt nätverk till fullo. Vi har också fått lärdomar såsom hur en affärsplan skrivs, hur en bolagsstämma ska genomföras, fakturering, bokföring, ansvarstagande och mycket mer. Alla dessa lärdomar kommer vi som individer få nytta av i arbetslivet och kommer hjälpa oss i vår karriärer och vi är extremt tacksamma för alla lärdomar och erfarenheter som detta år har givit oss.



Framtidsutsikter

Granola har varit och fortsätter att vara en populär och trendig vara på marknaden, därav finns det möjlighet att fortsätta bedriva denna affärsidé efter UF-året och studenten.

Produkten skulle dock behöva förbättras genom ett större sortiment, olika storlekar samt göras mer unik för att stå ut på den stora granola marknaden som redan finns. Redan i början av UF-året visste vi alla vad som väntade oss efter studenten, vi hade redan våra planer och redan där och då bestämde vi i Ekonola att detta enbart skulle vara ett UF år. Hade vi haft tanken att börja driva ett UF år som sedan skulle bli ett företag hade vi valt en mer unik affärsidé som skulle få oss att stå ut inom den marknaden. Vi har inte valt att driva vidare vårt UF år men vi är extremt tacksamma att detta år har lärt oss det som behövs för att faktiskt kunna driva vidare ett UF företag eller starta ett eget i framtiden.

Om att vi hade drivit vidare vårt UF-företag efter studenten skulle vi först och främst behövt lösa vissa saker. Bland annat vart vi nu skulle tillverka granolan och om vi behöver justera vår marknadsföring och kundgrupp. Nästa steg skulle vara att ta in all kritik från våra tidigare kunder för att kunna optimera och utveckla vår produkt, kanske göra en ny marknadsundersökning. Vi inom företaget skulle också diskutera produkten och om vi har egna förslag, exempelvis om vi ska erbjuda olika storlekar på burkar eller fler smaker. Vi skulle även titta på hur vi skulle kunna utöka vår marknad och kundgrupp.

Marknadsföring

I första hand har vi använt oss av sociala medier för att marknadsföra företaget och vår produkt. Huvud kanalerna har varit instagram och Facebook då vi ansåg att vi då når ut till vår målgrupp på bästa sätt. För att knyta an vårt företag med våra sociala medier har vi bland annat använt oss av liknande färgskala som vår produkt samt publicerat inlägg då vi arbetet med produkten eller varit på säljtillfällen eller event. Exempel på bilder från vår instagram är då vi för första gången tillverkade granola samt målade monterväggar inför UF-mässan. Då vår produkt har en bred målgrupp har vi försökt sälja på olika ställen där vi kommit i kontakt med alla kunder. Julmarknader, torghandel, familj och vänner samt UF-mässan är bara några exempel. Vi var även runt på olika caféer i stan för att försöka sälja in vår produkt hos dem. Dock var det många som tackade nej då de exempelvis redan gjorde och sålde egen granola. Vid alla affärsmöten och försäljningstillfällen delade vi ut visitkort för att kunderna lätt skulle kunna kontakta oss vid frågor om vår produkt. Då vi sålt på exempelvis en marknad har vi gett kunden en papperspåse där visitkortet varit fastnitat. Dels för att kunden har lättare att bära hem varan, dels för att kundens påse då fungerar som extra marknadsföring.

Konkurrens

Konkurrensen till Ekonola UFs granola är relativt tuff, det finns inte bara andra sorters granola att konkurrera med utan det finns andra alternativ till granola, till exempel flingor och vanlig müsli. Indirekt konkurrerar vi även med andra frukost- och mellisalternativ som bröd med mera. På grund av detta har vi, utöver att ta fram en god granola, arbetat hårt för att granolans förpackning ska vara snygg så att de som kanske inte själva äter granola kan tänka sig att köpa som gå bort present. Granolan som vi tillverkar är gjord av helt ekologiska produkter och innehåller en ytterst liten mängd socker. Det tillsammans med ingredienser som pumpakärnor, linfrön och havregryn gör att vår granola inte bara är god utan även nyttig. Eftersom att granolan tillverkas av oss och vi då är med i hela produktionsledet, kan vi säkerställa en god kvalitet och kunderna kan lita på att produktionen är gjord på ett säkert och ärligt sätt.

Ekonomi

Resultaträkning

RESULTATRÄKNING	
2019-09-30 - 2020-05-07	
Rörelsens intäkter	
Nettoomsättning	8 009 kr
Övriga intäkter	35 kr (1)
Summa intäkter	8 044 kr
Kostnader	
Varuinköp	1 960 kr (2)
Förbrukningsmaterial	2 596 kr (3)
Mässkostnader	540 kr
Summa kostnader	5 096 kr
Resultat	2 948 kr

- 1) Försäljning av papperspåsar.
- 2) Inköp av ingredienser och glasburkar.
- 3) Visitkort, fotopapper, band och kvittoblock.

Balansräkning

BALANSRÄKNING	
2020-05-07	
Tillgångar	
Kassa/bankkonto	5 298 kr
Summa tillgångar	5 298 kr
Eget kapital och skulder	
Årets resultat	2 948 kr
Eget kapital/ Riskkapital	2 350 kr (4)
Summa eget kapital och skulder	5 298 kr

(4) Återbetalning av riskkapital till de som i början satsade pengar i UF-företaget.

Kommentarer

I början av året gick det in 2 350 kr i riskkapital till Ekonola UF. Företagets försäljning uppgick till totalt 134 granolaburkar, vi nådde tyvärr inte vårt ambitiösa försäljningsmål på 250 burkar men vi är ändå relativt nöjda med resultatet. Vår försäljning ute bland kunder blev avbruten på grund av Covid-19 vilket gjorde det svårare för oss att nå ut till kunderna. Vi lyckades sälja slut på de burkar vi hade kvar efter mässan, men tyvärr hann vi inte tillverka och sälja mer än så, vilket var planen från början.

Nettoomsättningen på 8 009 kr blev lägre än de 14 750 kr vi räknat med och detta beror framförallt på att försäljningsvolymen blev mindre samt att vi under mässor och marknader haft erbjudanden där vi inte tagit fullt pris för vår granola om man köper fler.

Företagets vinst blev också lägre än budgeterat, detta i samband med att försäljningen blev mindre än förväntat. Vi har under hela året strävat efter att hålla kostnaderna så låga som möjligt och det har vi lyckats jämförelsevis bra med.

Vinstdisposition

VINSTDISPOSITION	
Kassa/bankkonto	5 298 kr
Riskkapital	-2 350 kr
Vinst	2 948 kr
Fördelning	737 kr (5)

(5) Vinsten fördelas lika mellan företagets fyra medlemmar. ($2\,948/4 = 737$ kr)

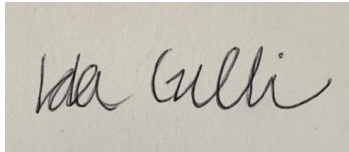


Underskrifter

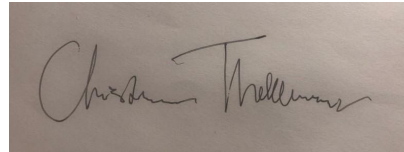
Ekonola UF

Linköping

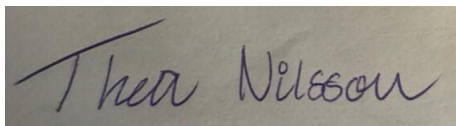
2020-05-10



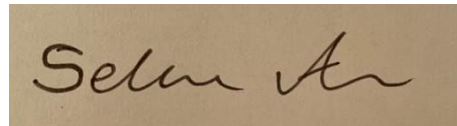
Ida Gullin, VD
Linköping, 2020-05-10



Christine Tholander, Försäljningsansvarig
Linköping, 2020-05-10



Thea Nilsson, ekonomiansvarig
Linköping, 2020-05-10



Selma Alm, administratör
Linköping, 2020-05-10

Revisionspåteckning



Revisor Revisorsson
Linköping,
2020-05-10



Revisionsberättelse

Företag: Ekonola UF

Jag har granskat årsredovisningen, räkenskaperna samt styrelsens och VD:s förvaltning för räkenskapsåret 2019-2020. Granskningen har utförts enligt god redovisningssed och inte påvisat några brister.

Jag tillstyrker:

ATT resultat- och balansräkning fastställs

ATT resultatet fördelas enligt förslag i förvaltningsberättelsen

ATT styrelsen beviljas ansvarsfrihet för räkenskapsåret

Linköping, 2020-05-10

Revisor Revisorsson

Revisorbyrån AB

Ekonom

revisor.revisorsson@mail.se