
VIRKSOMHEDS ▶▶▶▶ SPILLET

2018

Sådan gør du

Fokus på smarte og spændende gadgets

Produktion af Droner, Produktion af Airwheels samt
Internetbutikker med salg af Action Kamera og Fitness tracker



Indholdsfortegnelse

VIRKSOMHEDSSPILLET 2018 – SÅDAN GØR DU	3
STARTSITUATIONEN - VINDERKRITERIE	3
SPILFORBEREDELSE - ORGANISATION & STRATEGI	3
PRODUKTBESKRIVELSER	3
<i>Produktion af Drone</i>	3
<i>Produktion af Airwheel</i>	3
<i>Salg af Action kamera via Internetbutik</i>	4
<i>Salg af Fitness Tracker via Internetbutik</i>	4
HANDLINGSPARAMETRE	4
<i>Oprettelse af undervirksomheder</i>	4
<i>Afhændelse/salg af undervirksomheder</i>	4
<i>Reklame (Kun for producerende virksomheder)</i>	4
<i>Marketing (Kun for producerende virksomheder)</i>	4
<i>Reklame – Internet (Kun for Internetbutikker)</i>	4
<i>Reklame – Dagblade (Kun for Internetbutikker)</i>	5
<i>Indkøb - Leverandørvalg og Leveringsbetingelser (Kun for Internetbutikker)</i>	5
<i>Produktudvikling (Både for producerende virksomheder og for Internetbutikker)</i>	5
<i>Produktion (Kun for producerende virksomheder)</i>	5
<i>Indkøb (Kun for Internetbutikker)</i>	5
<i>Automatisering (Kun for producerende virksomheder)</i>	5
<i>Salgspris kr./stk. (Både for producerende virksomheder og for Internetbutikker)</i>	6
<i>Analyser</i>	6
<i>Bankindsud</i>	6
<i>Midlertidige lån</i>	6
<i>Lager (Producerende virksomheder)</i>	6
<i>Lager (Internetvirksomheder)</i>	7
<i>Kassebeholdning/træk på kassekredit</i>	7
PERIODERAPPORTER	7
<i>Perioderapport - Resultater</i>	7
<i>Perioderapport – Renter</i>	7
<i>Perioderapport - Skat</i>	7
<i>Perioderapport - Faste omkostninger</i>	7
<i>Perioderapport - Markedsandele og salgspris/stk</i>	7
<i>Perioderapport - Uudnyttet salg</i>	7
<i>Perioderapport – Placeringslister og Konkurrentregnskaber</i>	7
<i>Perioderapport – ekstra info efter konkurrencens sidste beslutningsrunde</i>	8
BILAG	9
<i>Bilag 1 Branche budget: Produktionsvirksomhed: Droner</i>	9
<i>Bilag 2 Branche budget: Produktionsvirksomhed: Airwheels</i>	10
<i>Bilag 3 Branche budget: Internetbutik: Action kamera</i>	11
<i>Bilag 4 Branche budget: Internetbutik: Fitness tracker</i>	12
<i>Bilag 5 Total driftsbudget (2 undervirksomheder) –</i>	13
<i>Bilag 6 Produkt: Action kamera</i>	14
<i>Bilag 7 Produkt: Fitness tracker</i>	15
<i>Bilag 8 Beregning af midlertidigt lån – et eksempel</i>	16

Virksomhedsspillet 2018 – Sådan gør du

Denne vejledning beskriver konkret, hvilke regler der gælder for Virksomhedsspillet 2018 og supplerer informationerne på NB! NY ADRESSE: <http://virksomhedsspil.dk>, som beskriver den landsdækkende konkurrence med virksomhedsspillet.

Startsituationen - Vinderkriterie

Status på starttidspunktet er følgende for de enkelte virksomheder:

- I virksomhedsspillet arbejder man med en overordnet virksomhed, som har mulighed for at investere i op til 2 samtidige undervirksomheder, dog skal den overordnede virksomhed altid have mindst en undervirksomhed. Undervirksomhederne kan frit opstartes og nedlægges undervejs i spillet efter de regler, der er omtalt nedenfor.
- Man har etableret en virksomhed og skaffet en aktiekapital på ½ Mio. kr.
- Man har lavet et 1-års driftsbudget for de 4 mulige undervirksomheder (se bilag 1-4).
- Man har tilfældigt udvalgt 2 af de mulige undervirksomheder og udarbejdet et kvartals grovbudget for den overordnede virksomhed (se bilag 5).
- Man har en aftale med banken om en kassekredit på op til 300.000 Kr.
- Man har skønnet en salgspris for hvert af produkterne (se bilag 1-4).
- Man har mht. Internetsvirksomhederne kontakt med leverandører, som på forskellige handelsvilkår kan levere nogle gode produkter (se bilag 6-7).

Vinderkriterie: I er netop indtrådt som den overordnede virksomheds ledergruppe og det er nu jeres opgave, at styre virksomheden succesfuldt igennem opstarten og de første 2 drifts år. Vinder er det hold, som over perioden på de 8 kvartaler opnår det største akkumulerede overskud efter skat.

Spilforberedelse - organisation & strategi

Det anbefales stærkt, at holdene, før de første beslutninger træffes, lægger en overordnet strategi for virksomheden og at virksomheden organiseres hensigtsmæssigt.

En strategi er en overordnet og langsigtet plan, som normalt ikke ændres hvert kvartal. Et bevidst og gennemtænkt strategiskift kan dog i visse situationer være den helt rigtige beslutning.

Husk under alle omstændigheder løbende at vurdere og evt. justere strategien i relation til markedets og konkurrenternes reaktioner.

Produktbeskrivelser

Produktion af Drone

Professionel Drone af god kvalitet med 4K kamera, 5 kilometers rækkevidde og mere end 30 minutters flyvetid på en enkelt opladning. Undgår automatisk objekter. En meget robust, stabil og driftssikker Drone til prisen. Leveres med rygsæk til transport og opbevaring. Virksomhedens salgspris til specialbutikker og detailkæder er sat til kr. 5.000 pr. stk. Den vejledende butikspris er 10.000 kr.

Produktion af Airwheel

En flot designet og funktionel Airwheel med foldbare fodhviler, der gør den nem at transportere. Mange mikro justeringer pr. sekund sørger for en fantastisk balance. Den tilhørende app. giver mange muligheder for informationer om batteriet og en række andre funktioner. Perfekt til både børn og voksne. Salgsprisen til forhandlerne er sat til kr. 3.000 kr. pr. stk.

Salg af Action kamera via Internetbutik

Kompakt prisbilligt action kamera i HD videokvalitet. Vandtæt ned til 30 meters dybde. Mange smarte funktioner og lang batteritid. Meget konkurrencedygtigt kamera. Salgsprisen til forbrugerne via internettet er sat til 260,- kr.

Salg af Fitness Tracker via Internetbutik

Kvalitets Fitness Tracker med en masse funktioner, f.eks. pulsmåler, kalorie-tælling, motivation, søvn tracking, skridttæller og meget mere. Meget lang batteritid samt trådløs synkronisering. IOS kompatibel. Salgsprisen til forbrugerne via internettet er sat til 1.300,- kr.

Handlingsparametre

For hver periode skal de deltagende virksomheder træffe beslutning om indsatsen på hver af de nedenfor omtalte handlingsparametre.

Der skal besluttet investeringer for hver periode for alle handlingsparametre. Hvis der ikke modtages en beslutning fra holdet, indsættes automatisk en investering på samme niveau som den foregående periode eller, for første periode, den budgetterede investering.

Beslutede investeringer betales primo beslutningsperioden.

De i budgetterne angivne investerings værdier skal opfattes som minimumsværdier, der pr. runde er nødvendige for at skabe en investeringsmæssig grunddækning. Det er således kun, hvad der investeres **ud over** budgettets værdi, der udgør den aktivt virkende investering med mulighed for at gøre en forskel i forhold til konkurrenterne. Budgetværdierne skal derfor opfattes som minimumsværdier.

Oprettelse af undervirksomheder

Din/jeres virksomhed kan frit vælge at arbejde med 1 eller 2 samtidige i gangværende undervirksomheder blandt de 4 nævnte produktions- og Internet virksomheder. Arbejdes med 2 undervirksomheder, kan disse ikke være fra samme branche. Besluttet det at starte en undervirksomhed, vil denne straks kunne starte, således at der vil kunne opnås omsætning allerede i førstkommande beslutningsperiode.

Afhændelse/salg af undervirksomheder

Igangværende undervirksomheder (producerende- og/eller Internetvirksomhed) kan til enhver tid afhændes. En beslutning om salg af en undervirksomhed vil umiddelbart få effekt, dvs. overdragelse sker primo afhændelsesbeslutnings-perioden. Den solgte undervirksomheds akkumulerede brancheresultat på salgstidspunktet, videreføres i den overordnede virksomhed og indgår således i den overordnede virksomheds fremtidige regnskaber.

Hvis virksomheden har lager på salgstidspunktet, vil lagerets værdi til kostpris, likviditetsmæssigt blive overført til hovedvirksomheden.

Reklame (Kun for producerende virksomheder)

Omkostning til indirekte påvirkning af forbrugerne, idet virksomheden har en aftale med forhandlerne om at medvirke til den direkte reklamering overfor forbrugerne. Der reklameres væsentligst gennem annoncer, brochurer, skilte mv.

Marketing (Kun for producerende virksomheder)

Virksomheden udsender sælgere/konsulenter, som direkte tager kontakt til relevante forhandlerne for at lave aftaler med disse om at forhandle produkterne. Jo mere der investeres, jo mere sælgeraktivitet vil virksomheden få.

Reklame – Internet (Kun for Internetbutikker)

Via denne parameter kan der annonceres via Internettet for at skaffe flere kunder.

Reklame – Dagblade (Kun for Internetbutikker)

Via denne parameter kan der annonceres via dagblade for at skaffe flere kunder.

Indkøb - Leverandørvalg og Leveringsbetingelser (Kun for Internetbutikker)

Virksomheden ønsker ikke selv at stå for fremstilling af varerne.

Derfor satses på at finde en leverandør, der kan påtage sig levering af varerne i den rigtige kvalitet og til en fornuftig pris.

Virksomheden har undersøgt mulige leverandører og modtaget 2 tilbud fra hver af disse. I bilag 6-7 ses det væsentligste indhold af disse tilbud for hvert af de 2 produkter.

Der skal for hver periode træffes beslutning om hvilken leverandør, der skal samarbejdes med, samt hvilken af de mulige indkøbs- og leveringsvilkår, der skal anvendes.

For samme leverandør kan der periode for periode frit vælges mellem de forskellige leveringsbetingelser.

Ved skift af leverandør må der kalkuleres med en leverandørskiftomkostning, der er afhængig af den leverandør, man forlader, og som fremgår af bilag 6-7. Beslutninger om leverandørskift får umiddelbart virkning dvs. primo beslutningsperioden og leverandørskiftomkostningen forfalder samtidig.

Bemærk at introduktions- og annoncetilskud ikke anciennitetsmæssigt er bundet til en bestemt leverandør. "Første år", "Andet år" samt "Derefter" (se bilag 6-7) er spil-år (efter start af internetbutik) uafhængig af valgt leverandør.

Produktudvikling (Både for producerende virksomheder og for Internetbutikker)

Enhver investering i Produktudvikling medvirker til at forbedre produktets kvalitet. Teknisk set kan det forudsættes, at forbedringen sker samtidig med investeringen. Afhængig af den valgte markedsføring kan der dog gå nogen tid, før markedet får øjnene op for kvalitetsændringerne.

Undervejs i spillet vil der blive givet information om holdenes indbyrdes relative produktkvalitet på de forskellige markeder.

Produktion (Kun for producerende virksomheder)

Forud for hvert kvartal (beslutningsrunde) skal det besluttes, hvor mange stk. der ønskes produceret for kvartalet.

Der er ingen kapacitetsmæssige begrænsninger.

Bemærk at produktionen ikke belaster likviditeten, før produkterne er på lager.

Den aktuelle produktion kan, ligesom i virkeligheden, afvige fra den ønskede.

Afvigelsen kan skyldes tekniske problemer. Afvigelsen kan max. være på +/- 8% fra den ønskede. Der betales kun for de stk. der modtages.

Indkøb (Kun for Internetbutikker)

Ifølge aftalen med den valgte leverandør skal I forud for hvert beslutningsrunde meddele leverandøren, hvor mange stk., I ønsker at købe for kvartalet.

Automatisering (Kun for producerende virksomheder)

De penge, der bruges på automatisering, benyttes dels til *vedligeholdelse* af produktionsapparatet og dels til *automatisering* af produktionsprocessen for derved at nedbringe produktets fremstillingspris.

Den budgetterede fremstillingspris fra start ses i budgetterne i bilag 1-2.

Den budgetterede vedligeholdelsesomkostning pr. periode fremgår ligeledes af budgetterne. Vedligeholdelsesomkostningerne forventes at stige moderat, jo mere der automatiseres.

Hvad der ofres udover selve vedligeholdelsesomkostningen benyttes som nævnt til rationalisering og automatisering af produktionsprocessen. Dette vil alt andet lige medføre en faldende fremstillingspris.

Salgspris kr./stk. (Både for producerende virksomheder og for Internetbutikker)

Ifølge budgettet for det første kvartal (bilag 1-4 og 5) har man efter bedste evne sat en salgspris for de forskellige produkter/brancher. Det budgetterede salg til denne pris er sat i forventning om, at konkurrenterne tilsvarende vil vælge dette prisleje.

Efter at I er indtrådt i deres sted, har I fuld frihed til at træffe helt andre beslutninger vedrørende prisen.

Bemærk:

En salgsprisændring på 15 % i en periode er i spillet EN STOR MARKEDSMÆSSIG PRISÆNDRING.

Analyser

Der er undervejs mulighed for at købe analyser af virksomheders reklameforbrug. En analyse giver for en undervirksomhed fuldt overblik over reklameforbruget for samtlige konkurrerende virksomheder. For Internetbutikker opdeles på hhv. Internetreklamer og dagbladsreklamer. Forbruget angives i kr. pr. beslutningsperiode pr. undervirksomhed for samtlige beslutningsperioder fra start og til og med den aktuelle beslutningsperiode. Analysen leveres ultimo den aktuelle beslutningsperiode.

En analyse koster kr. 40.000, som betales kontant ved levering, dvs. ultimo beslutningsperioden.

Bankindskud

Virksomheder med god likviditet kan til enhver tid vælge at lave bankindskud i spillets bank. Bankindskud bindes i knapt 2 perioder i banken. Indskud sker primo indskudsperioden og frigivelse sker ultimo næstfølgende periode. Banken forrenter bankindskud med ca. 5 % p.a., som tilskrives kvartalsvis med 1,25 %.

Midlertidige lån

Virksomheder med likviditetsproblemer vil til enhver tid ud over kassekrediten kunne få et midlertidigt lån i Banken. Lånet tildeles automatisk af banken efter konstateret behov.

Et midlertidigt lån er dyrt, idet det koster 16 % p.a. svarende til 4 % pr. periode.

Lånet udbetales automatisk til virksomheden primo perioden, hvor behovet konstateres og tilbagebetales tilsvarende automatisk til banken ultimo samme periode, således at virksomhedens likviditet ultimo perioden udregnes under denne forudsætning om, at lånet er tilbagebetalt. Har virksomheden herefter stadig likviditetsproblemer, tildeles et nyt midlertidigt lån i den følgende periode efter de samme retningslinjer.

Ved beregning af et midlertidigt lån for en periode tages udgangspunkt i den disponible likviditet ultimo perioden før. Herefter fratrækkes reklameomkostninger, produktudviklingsomkostninger og andre omkostninger, der ifølge ovenstående beskrivelse skal betales primo beslutningsperioden (se beregningsskema vedr. midlertidige lån i bilag 8).

Lager (Producerende virksomheder)

Lageret opstår, fordi der produceres flere produkter end der sælges. Værdien af lageret opgøres til kostpris dvs. til den pris, produkterne blev produceret til. Hvis der på lageret er produkter, der er produceret til forskellige kostpriser, anvendes FIFO princippet (First in first out) ved værdiopgørelsen.

Lager (Internetvirksomheder)

Lageret opstår, hvis der indkøbes mere end der sælges. Værdien af lageret opgøres til kostpris inkl. evt. mængderabat fra leverandøren. Hvis der på lageret er varer, der er købt til forskellige indkøbspriser, anvendes FIFO princippet (First in first out) ved værdiopgørelsen.

Kassebeholdning/træk på kassekredit

På denne linie angives enten den aktuelle kassebeholdning ultimo perioden eller det tilsvarende træk på kassekredit. Der kan ikke være kassebeholdning og træk på kassekredit samtidig, idet kassebeholdning altid anvendes, før der trækkes på kassekredit.

Perioderapporter

Perioderapport - Resultater

Efter hver beslutningsperiodes udløb modtager hvert deltagerhold via internetadressen en perioderapport med information om de markeds-mæssige og økonomiske konsekvenser af de truffe beslutninger.

Der modtages en separat perioderapport for hver af virksomhedens igangværende undervirksomheder samt en for virksomheden som helhed.

Perioderapport – Renter

Beregningsgrundlaget for renteberegningen er periodens primo likviditet og periodens ultimo likviditet. Renten beregnes som et gennemsnit af primo- og ultimo likviditeten. Positiv likviditet forrentes med 1 % p.a.. Negativ likviditet forrentes med 10% p.a.. Renter tilskrives periodevis.

Perioderapport - Skat

Skat udgør i hver periode 30% af virksomhedens resultat før skat (dvs. efter renter). Skat betales kontant ultimo perioden.

Hvis virksomheden i perioden konstaterer underskud før skat, reduceres underskuddet ved en skatterabat på 30%, som ligeledes modtages fra skattevæsenet ultimo perioden.

Perioderapport - Faste omkostninger

Hver af de 4 undervirksomheder har hver deres faste omkostninger (se budgetterne i bilag 1-4). Derudover har den fælles virksomhed også nogle få faste omkostninger (se bilag 5). De faste omkostninger kan ikke påvirkes.

Perioderapport - Markedsandele og salgspris/stk.

For hver periode oplyses pr. undervirksomhed om virksomhedens og konkurrenternes markedsandel og salgspris/stk. Markedsandelen beregnes på grundlag af antal solgte stk. for samtlige deltagende spilvirksomheder i puljen. Det forudsættes, at de til enhver tid aktive deltagende undervirksomheder tilsammen udgør det samlede udbud af de aktuelle produkter på markedet.

Perioderapport - Uudnyttet salg

For hver periode oplyses undervirksomhedernes eventuelle uudnyttede salg. Hvis der i en periode kunne være solgt flere stk. end der kan leveres på grund af for lille indkøb/produktion, udgør uudnyttet salg det antal stk., der kunne være solgt yderligere, såfremt der havde været varer nok på lageret.

Perioderapport – Placeringslister og Konkurrentregnskaber

Sammen med periode tallene fremstilles i hver periode en oversigt over de deltagende holds akkumulerede resultater efter skat, dvs. placeringen i konkurrencen. Der fås både en total placeringsliste og en regionsopdelt placeringsliste. Derudover fås konkurrenternes priser og markedsandele.

Fra og med periode 3 udleveres for hver anden runde, tal fra konkurrentregnskaber fra selskabsstyrelsen. Der informeres om konkurrenternes branche periodeomsætning og branche-resultater. Når disse informationer fås, er de dog ikke helt aktuelle, men fra udgangen af forrige runde.

Perioderapport – ekstra info efter konkurrencens sidste beslutningsrunde

Efter runde nr. 8 modtages yderligere informationer pr. pulje om samtlige deltagerholdenes beslutninger og resultater, runde for runde. Disse informationer kan anvendes til en analyse af hele spilforløbet og de opnåede resultater.

BILAG

Bilag 1 Branche budget: Produktionsvirksomhed: Droner

Moms medregnes ingen steder i budgettet eller i øvrigt.

Alle indtægter og udgifter betales kontant.

BRANCHEBUDGET – Kvartal 1 efter opstart.

Salgsindtægt	1.000 stk. * 5.000 kr.	5.000.000 kr.
Vareforbrug.	1.000 stk. * 3.250 kr.	-3.250.000 kr.

Dækningsbidrag I		1.750.000 kr.
Øvrige branche relaterede omkostninger (som besluttet):		
Reklame	-350.000 kr.	
Marketing	-250.000 kr.	
Produktudvikling	-230.000 kr.	
Automatisering	<u>-180.000 kr.</u>	-1.010.000 kr.

Dækningsbidrag II		740.000 kr.
Faste omkostninger - Droner		-550.000 kr.

Markedsføringsbidrag		190.000 kr.
		=====

Den budgetterede produktion er på 1.050 stk.

Det budgetterede lager udgør herefter ved kvartalets udgang: 50 Droner.

Bilag 2 Branche budget: Produktionsvirksomhed: Airwheels

Moms medregnes ingen steder i budgettet eller i øvrigt.

Alle indtægter og udgifter betales kontant.

BRANCHEBUDGET – Kvartal 1 efter opstart.

Salgsindtægt	1.000 stk. * 3.000 kr.	3.000.000 kr.	
Vareforbrug.	1.000 stk. * 1.800 kr.	-1.800.000 kr.	

Dækningsbidrag I		1.200.000 kr.	
Øvrige branche relaterede omkostninger (som besluttet):			
Reklame	-200.000 kr.		
Marketing	-150.000 kr.		
Produktudvikling	-200.000 kr.		
Automatisering	<u>-200.000 kr.</u>	-750.000 kr.	

Dækningsbidrag II		450.000 kr.	
Faste omkostninger - Airwheels	-265.000 kr.		

Markedsføringsbidrag		185.000 kr.	
		=====	

Den budgetterede produktion er på 1.025 stk.

Det budgetterede lager udgør herefter ved kvartalets udgang: 25 Airwheels.

Bilag 3 Branche budget: Internetbutik: Action kamera

Moms medregnes ingen steder i budgettet eller i øvrigt.

Alle indtægter og udgifter betales kontant.

BRANCHEBUDGET – Kvartal 1 efter opstart.

Salgsindtægt	5.000 stk. * 260 kr.	1.300.000 kr.
Vareforbrug	5.000 stk. * 80 kr.	-400.000 kr.
Mængderabat	(lev. A, alt. 1) 10%	40.000 kr.
Annoncetilskud	16% af råpris for 5.000 stk.	64.000 kr.

Dækningsbidrag I		1.004.000 kr.
Øvrige branche relaterede omkostninger (som besluttet):		
Reklame Internet	-185.000 kr.	
Reklame Dagblade	-170.000 kr.	
Produktudvikling	-250.000 kr.	
Evt. leverandørskift omk.	<u>- 0 kr</u>	-605.000 kr.

Dækningsbidrag II		399.000 kr.
Faste omkostninger – Action kamera		-150.000 kr.

Markedsføringsbidrag		249.000 kr.
		=====

Det budgetterede indkøb er på 5.150 stk.

Det budgetterede lager udgør herefter ved kvartalets udgang: 150 Action kameraer

Bilag 4 Branche budget: Internetbutik: Fitness tracker

Moms medregnes ingen steder i budgettet eller i øvrigt.

Alle indtægter og udgifter betales kontant.

BRANCHEBUDGET – Kvartal 1 efter opstart.

Salgsindtægt 2.000 stk. * 1.300,00 kr.		2.600.000 kr.
Vareforbrug 2.000 stk. * 600,00 kr.		-1.200.000 kr.
Mængderabat (lev. A, alt. 1) 5%		60.000 kr.
Annoncetilskud 18% af råpris for 2.000 stk.		216.000 kr.

Dækningsbidrag		1.676.000 kr.
Øvrige branche relaterede omkostninger (som besluttet):		
Reklame Internet	-450.000 kr.	
Reklame Dagblade	-450.000 kr.	
Produktudvikling	-350.000 kr.	
Evt. leverandørskift omk.	<u>- 0 kr.</u>	-1.250.000 kr.

Dækningsbidrag II		426.000 kr.
Faste omkostninger – Fitness Tracker		-200.000 kr.

Markedsføringsbidrag		226.000 kr.
		=====

Det budgetterede indkøb er på 2.100 stk.

Det budgetterede lager udgør herefter ved kvartalets udgang: 100 Fitness Trackere

Bilag 5 Total driftsbudget (2 undervirksomheder) –

Kvartal 1 efter opstart

Drone virksomhed samt Internetbutik med Action kameraer

Salgsindtægt		6.300.000 kr.
Vareforbrug		-3.650.000 kr.
Mængderabat		40.000 kr.
Annoncetilskud		64.000 kr.
Øvrige branche relaterede omkostninger		-1.615.000 kr.
Brancherelaterede faste omkostninger		-700.000 kr.

Markedsføringsbidrag i alt		439.000 kr.
Øvrige omkostninger:		
Fælles faste omkostninger	-100.000 kr.	
Evt. leverandørskift omkostninger	- 0 kr.	
Kassekredit renter (skøn)	+1.000 kr.	
Renter af bankindskud + 0 kr.		
Renter af midlertidige lån	- 0 kr.	
Analyser	- 0 kr.	
I alt øvrige omkostninger		-99.000 kr.

Bruttoresultat		340.000 kr.
Skat 30 % heraf		102.000 kr.

Nettoresultat		238.000 kr.
		=====

STATUSBUDGET - Ultimo kvartal 1

AKTIVER

Kassebeholdning	564.700 kr.
Lagerværdi Droner	162.500 kr.
Lagerværdi Action kameraer	10.800 kr.
Øvrige aktiver	0 kr.
<u>Aktiver i alt</u>	<u>738.000 kr.</u>

PASSIVER

A/S kapital	500.000 kr.
Trukket på kassekredit	0 kr.
<u>Akk. resultat efter skat</u>	<u>238.000 kr.</u>
<u>Passiver i alt</u>	<u>738.000 kr.</u>

Bilag 6 Produkt: Action kamera

Leverandør oversigt inkl. mulige indkøbsbetingelser

	Lev. A Alternativ 1	Lev. A Alternativ 2	Lev. B Alternativ 1	Lev. B Alternativ 2
Råpris pr. stk. Action kamera	80 kr.	87 kr.	99 kr.	105 kr.
Mængderabat på råpris				
Op til 5.000 stk. leveret pr. kvartal	0 %	4 %	10 %	14 %
Fra 5.001 til 8.000 stk. leveret pr. kvartal	10 %	6 %	14 %	17 %
Fra 8.001 til 11.000 stk. leveret pr. kvartal	-	11 %	16 %	20 %
Over 11.000 stk. leveret pr. kvartal	-	-	16 %	-
Introduktions- og annoncetilskud *)				
Første år - % af råpris pr. solgt enhed	16 %	19 %	20 %	25 %
Andet år - % af råpris pr. solgt enhed	16 %	15 %	19 %	12 %
Derefter - % af råpris pr. solgt enhed	14 %	13 %	15 %	12 %
Kapacitetsmax				
Kapacitetsmax i stk. pr. kvartal	8.000	11.000	Ingen max.	10.000
Leverandørskift omkostning (afhængig af afgående leverandør)	80.000 kr.		60.000 kr.	

*) Bemærk at introduktions- og annoncetilskud ikke anciennitetsmæssigt er bundet til en bestemt leverandør. "Første år", "Andet år" samt "Derefter" er spil år (efter start af internetbutik) uafhængig af valgt leverandør. Introduktions- og annoncetilskud beregnes pr. kvartal med den angivne procentsats.

Bilag 7 Produkt: Fitness tracker

Leverandør oversigt inkl. mulige indkøbsbetingelser

	Lev. A Alternativ 1	Lev. A Alternativ 2	Lev. B Alternativ 1	Lev. B Alternativ 2
Råpris pr. stk. Fitness tracker	600 kr.	600 kr.	725 kr.	725 kr.
Mængderabat på råpris				
Op til 1.700 stk. leveret pr. kvartal	0 %	4 %	12 %	14 %
Fra 1.701 til 3.600 stk. leveret pr. kvartal	5 %	7 %	13 %	15 %
Fra 3.601 til 3.700 stk. leveret pr. kvartal	8 %	-	14 %	-
Over 3.701 stk. leveret pr. kvartal	-	-	15 %	-
Introduktions- og annoncetilskud *)				
Første år - % af råpris pr. solgt enhed	18 %	18 %	20 %	23 %
Andet år - % af råpris pr. solgt enhed	17 %	14 %	20 %	24 %
Derefter - % af råpris pr. solgt enhed	10 %	17 %	17 %	17 %
Kapacitetsmax				
Kapacitetsmax i stk. pr. kvartal	3.600	2.400	Ingen max.	3.200
Leverandørskift omkostning (afhængig af afgående leverandør)	60.000 kr.		45.000 kr.	

*) Bemærk at introduktions- og annoncetilskud ikke ancinitetsmæssigt er bundet til en bestemt leverandør. "Første år", "Andet år" samt "Derefter" er spilår (efter start af internetbutik) uafhængig af valgt leverandør. Introduktions- og annoncetilskud beregnes pr. kvartal med den angivne procentsats.

Bilag 8 Beregning af midlertidigt lån – et eksempel

Nedenstående eksempel er beregnet på baggrund af virksomhedens startbudget for undervirksomhederne Produktion af Droner og Internet salg af Action kameraer), dvs. at virksomheden ifølge budgettet har brug for midlertidige lån på kr. 815.000 i beslutningsrunde nr. 1.

Beregning af evt. midlertidigt lån		kr.	kr.	Bemærkninger
Kassebeholdning (+) eller træk på kassekredit (-) primo denne beslutningsperiode	+/-	500.000		Fås direkte fra Internetsidens højre halvdel med resultater
Kassekreditmax. primo denne beslutningsperiode	-	300.000		Fås fra spilbeskrivelsen
A. Disponibel likviditet i alt primo beslutningsperioden			800.000	Så mange penge er der til rådighed til beslutninger/investeringer
Reklame Internet (Internet)	-	185.000		Som besluttet
Reklame Dagblade (Internet)	-	170.000		Som besluttet
Reklame (Produktion)	-	350.000		Som besluttet
Marketing (Produktion)	-	250.000		Som besluttet
Produktudvikling (Internet)	-	250.000		Som besluttet
Produktudvikling (Produktion)		230.000		Som besluttet
Automatisering (Produktion)		180.000		Som besluttet
Leverandørskift omk.	-	0		Som besluttet
Bankindsud	-	0		Som besluttet
B. Udbetalinger i alt primo beslutningsperioden	=	1.615.000	1.615.000	Så mange penge ønskes brugt primo beslutningsperioden
A - B			-815.000	Hvis beløbet er negativt ønskes anvendt flere penge end der haves disponibelt primo beslutningsperioden. Det er nødvendigt med et midlertidigt lån. Er beløbet positivt er der ikke behov for et midlertidigt lån