VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

Poslovni načrt podjetja
ToolCo d.o.o.
z analizo potreb po lesno obdelovalnem orodju

Kandidat: Ervin Zupančič
Študent študija ob delu
Številka indeksa: 11190122039
Program: komercialist
Mentor: Franjo Šauperl, univ. dipl. ekon.

Maribor, september 2011

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

Podpisani Ervin Zupančič, št. indeksa 11190122039, sem avtor diplomske naloge z naslovom POSLOVNI NAČRT PODJETJA TOOLCO D.O.O. Z ANALIZO POTREB PO LESNO OBDELOVALNEM ORODJU, ki sem jo napisal pod mentorstvom gospoda Franja Šauperla univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela;
- sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oziroma citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oziroma zamisli kot moje lastno, kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL, št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), ukrep VSŠ Academia skladno z njenimi pravili;
- skladno z 32. členom ZASP VSŠ Academia dovoljujem objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, september 2011

Podpis študenta:

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem mentorju, predavatelju Franju Šauperlu za pomoč, napotke in vzpodbudo pri nastajanju diplomske naloge.

Velika zahvala gre tudi mag. Mirjani Ivanuša Bezjak za njeno vztrajnost, da sem po dolgem premoru končal šolanje.

Hvala vsem, ki verjamete vame.

POVZETEK

V diplomskem delu se ukvarjamo s poslovno dejavnostjo delujočega podjetja za izdelavo lesno obdelovalnega orodja, da zanj zasnujemo nadaljnjo poslovno pot. Trenutno sta na slovenskem tržišču prisotna dva proizvajalca orodij za potrebe lesne industrije in nekaj posrednikov globalnih proizvajalcev orodij. Razen enega proizvajalca, gre pri večini za velika podjetja s togim načinom poslovanja in posledično nefleksibilnostjo.

Odziv anketirancev za potrebe raziskave trga, njihovi odgovori in pripravljen poslovni načrt kažejo, da bo lahko poslovni sistem deloval uspešno tudi v prihodnje. Upoštevanih je bilo več dejavnikov, tržišče, kadri, pogoji poslovanja in tveganje ter ugotavljanje poslovne učinkovitosti.

V zaključku naloge so predstavljene ugotovitve, povezane s poslovnim načrtom in možnostmi nadaljnjega uspešnega poslovanja.

Ključne besede:
podjetništvo, poslovni načrt, podjetje za proizvodnjo lesno obdelovalnega orodja, proizvodno podjetje, Toolco d.o.o., trženje, kadri, naložbe, finančno poslovanje.

ABSTRACT

A business plan for the ToolCo Ltd. company, with market research of wood processing tools demands.

In the thesis we are dealing with an existing business establishment for the production of wood processing tools in order to design its business future. There are currently two manufacturers of wood processing tools presenton the Slovenian market and some representatives of global tool manufacturers. Except for one manufacturer, the majority of large companies in question maintain a rigidway of doing business which consequently results in market inflexibility.

The response of participants in the market research enquiry, their answers and prepared business plans how the business can run successfully in the future. Numerous factors have been considered - market, human resources, business conditions, risks, and performance assessment.

In the end of the thesis findings regarding business plan and possible business success in the future are presented.

Keywords:
Enterprise, business plan, company for production of wood processing tools, manufacturing company,Toolco Ltd., marketing, human resources, investment, financial management.

KAZALO

1 UVOD 11

1.1 Opredelitev področja in opis problema 11

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve 11

1.3 Predpostavke in omejitve 12

1.4 Uporabljene raziskovalne metode 12

2 PODJETNIŠTVO 13

2.1 Definicije in pomen podjetništva 13

2.2 Smisel in vsebine poslovnega načrtovanja 14

3 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA 17

3.1 Priprava raziskave trga 17

3.2 Rezultati in interpretacija raziskave trga 17

3.3 Sklepne ugotovitve 26

4 POSLOVNI NAČRT 27

4.1 Povzetek poslovnega načrta 27

4.1.1 Podjetje 27

4.1.2 Strategija poslovanja podjetja 27

4.1.3 Cilji poslovanja 28

4.1.4 Strategija poslovanja 28

4.2 Panoga, podjetje in proizvodi 29

4.2.1 Panoga 29

4.2.2 Podjetje 30

4.2.3 Proizvodi 30

4.3 Trženje orodij za obdelavo lesa 31

4.3.1 Analiza trga 31

4.3.2 Analiza možnosti in ovir ter prednosti in slabosti 33

4.3.3 Kritična tveganja in problemi ter načrt ukrepov 33

4.3.4 Načrt tržnih ciljev 34

4.3.5 Načrt tržne strategije 36

4.3.6 Cenovna politika 38

4.3.7 Izbrani reprezentant obdelovalnega orodja 38

4.3.8 Kalkulacija lastne cene izbranega reprezentanta 39
4.3.9 Cenik ključnih reprezentantov 40
4.3.10 Napoved prodaje 40
4.3.11 Nabava 42
4.3.12 Napoved nabave v € 43
4.3.13 Drugi tržni dejavniki 43
4.4 Načrt organizacije in človeških virov 45
4.4.1 Makroorganizacijska oblika 45
4.4.2 Mikroorganizacijski postopki 45
4.4.3 Vodilni kader 45
4.4.4 Kadrovska projekcija zaposlenih 45
4.5 Pogoji poslovanja 48
4.5.1 Znanje 48
4.5.2 Poslovni prostori 48
4.5.3 Oprema 48
4.5.4 Pregled vlaganja v osnovna sredstva 50
4.5.5 Anuitetni načrt za kredit 50
4.6 Finančni načrt 51
4.6.1 Načrt stroškov 51
4.6.2 Načrt bilance uspeha 52
4.6.3 Kazalnika uspešnosti 52
4.6.4 Načrt denarnega toka 53
4.6.5 Prag rentabilnosti 53
4.7 Komentar k finančnemu načrtu 54

5 ZAKLJUČEK 55

6 SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE IN VIROV 56
6.1 Literatura 56
6.2 Internetni viri 57

7 PRILOGE 58

KAZALO TABEL

Tabela 1: Proizvodne panoge kamor se uvršča podjetje 17
Tabela 2: Vrste obdelovalnih materialov 18
Tabela 3: Velikost podjetja glede na število zaposlenih 18
Tabela 4: Pretežno uporabljena vrsta orodja 19
Tabela 5: Vrsta orodja glede na standardnost 20
Tabela 6: Način nakupa orodja 20
Tabela 7: Čas od naročila do potrebe po orodju 21
Tabela 8: Nakup novega orodja ali obnova 21
Tabela 9: Način vzdrževanja orodja 22
Tabela 10: Pogostost potrebe po ostrenju orodja 22
Tabela 11: Pomen spoštovanja dobavnega roka 23
Tabela 12: Pomen razmerja cena/dobavni rok 24
Tabela 13: Pomen svetovanja ob nakupu orodja 24
Tabela 14: Pomen razmerja cena/kakovost 25
Tabela 15: SWOT analiza 33
Tabela 16: Želen tržni delež 34
Tabela 17: Želeni ciljni tržni segmenti 34
Tabela 18: Želena lokacija prodaje 35
Tabela 19: Želen obseg prodaje 35
Tabela 20: Kalkulacija lastne cene 39
Tabela 21: Cenik ključnih reprezentantov 40
Tabela 22: Količinska napoved prodaje 41
Tabela 23: Vrednostna napoved prodaje 42
Tabela 24: Napoved nabave 43
Tabela 25: Kadrovska projekcija zaposlenih 45
Tabela 26: Projekcija rasti plač 46
Tabela 27: Projekcija višine plač, glede na posamezen profil zaposlenih 46
Tabela 28: Sumarna projekcija plač glede na število zaposlenih 47
Tabela 29: Stroški nadomestil glede na številozaposlenih 47
Tabela 30: Načrtovan nakup opreme 49
Tabela 31: Finančni viri za naložbe 50
Tabela 32: Pregled vlaganja v osnovna sredstva 50

Tabela 33: Anuitetni načrt za kredit 51
Tabela 34: Načrt stroškov 51
Tabela 35: Načrt bilance uspeha 52
Tabela 36: Kazalnika uspešnosti 52
Tabela 37: Načrt denarnega toka 53
Tabela 38: Prag rentabilnosti 53

KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Proizvodne panoge kamor se uvršča podjetje 17
Grafikon 2: Vrste obdelovalnih materialov 18
Grafikon 3: Velikost podjetja glede na število zaposlenih 19
Grafikon 4: Pretežno uporabljena vrsta orodja 19
Grafikon 5: Vrsta orodja glede na standardnost 20
Grafikon 6: Način nakupa orodja 20
Grafikon 7: Čas od naročila do potrebe po orodju 21
Grafikon 8: Nakup novega orodja ali obnova 21
Grafikon 9: Način vzdrževanja orodja 22
Grafikon 10: Pogostost potrebe po ostrenju orodja 23
Grafikon 11: Pomen spoštovanja dobavnega roka 23
Grafikon 12: Pomen razmerja cena/dobavni rok 24
Grafikon 13: Pomen svetovanja ob nakupu orodja 25
Grafikon 14: Pomen razmerja cena/kakovost 25
Grafikon 15: Želeni ciljni tržni segmenti 34
Grafikon 16: Želena oblika prodaje 35
Grafikon 17: Kalkulacija lastne cene 39

KAZALO SLIK

Slika 1: Umestitev poslovnega načrta v življenski cikel podjetja 15
Slika 2: Za koga je poslovni načrt zanimiv? 16
Slika 3: Izbrani reprezentant obdelovalnega orodja 39
Slika 4: Logotip podjetja 44

1 UVOD

1.1 Opredelitev področja in opis problema

Vsaka podjetniška ideja ima svoje prednosti in slabosti. Da bi le-ta kar najuspešnejše delovala, je potrebno sprotno skrbno preučevati poslovno okolje, od katerega je odvisna uspešnost zastavljenih projektov. Pri tem nam je poslovni načrt v veliko pomoč.

V diplomskem delu želimo obdelati poslovni načrt za nadaljnji razvoj delujočega podjetja z dejavnostjo proizvodnje orodja za obdelavo lesa in ga podkrepiti z raziskavo ter analizo tržnih možnosti.

Diplomsko delo temelji na znanju, pridobljenem med študijem na Višji strokovni šoli za komercialiste Academia in na 17-letnih delovnih izkušnjah v stroki. Izdelava diplomskega dela temelji na predpostavki, da je predelava lesa v Sloveniji in svetu v porastu, torej je posledično v porastu tudi povpraševanje po lesno obdelovalnem orodju. Pri izdelavi diplomskega dela nas je najbolj oviralo dejstvo, da zaradi številnih neznanih faktorjev in negotovosti na tržišču ne morem zanesljivo napovedati prodaje, prihodka, še manj pa dobička pri poslovanju. S proučevanjem trga smo se poskušali realnim možnostim približati.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomske naloge je pridobiti dodatne veščine podjetniškega načrtovanja. Z izdelavo samega poslovnega načrta za podjetje ToolCo d.o.o. želimo izvedeti, kaj so prednosti in kaj slabosti manjšega podjetja, ki se ukvarja z izdelavo lesno obdelovalnega orodja. Preučiti smo želeli potrebe trga, tržne priložnosti in ovire, gospodarnost in donosnost poslovanja podjetja, najti nevarnosti za obstoj ter poiskati neizkoriščene rezerve pri poslovanju podjetja.

Cilj diplomske naloge je podrobneje spoznati teorijo podjetništva ter raziskovanja trga, določiti razvojno vizijo delujočega podjetja, predstaviti dejavnost podjetja, proučiti potrebe trga po orodju za obdelavo lesa in zastaviti vizijo trženja, poslovanja ter poslovne uspešnosti za naslednja štiri leta.

Osnovne trditve: podjetje se mora nenehno odzivati in prilagajati tržnim potrebam, si zastaviti strategijo in cilje, ki vodijo podjetje v nadaljnjo rast, zasnovati ustrezne pogoje poslovanja in si zasnovati uresničljiv načrt finančnega in poslovnega pričakovanega uspeha.

1.3 Predpostavke in omejitve

Na trgu obstaja večje število ponudnikov lesno obdelovalnega orodja, ki pa so zaradi svoje velikosti in usmerjenosti v velikoserijsko proizvodnjo togi pri zadovoljevanju individualnih potreb kupcev in nezmožni zagotavljati kratke dobavne roke. Predpostavljamo, da majhnost podjetja ToolCo d.o.o. predstavlja njegovo fleksibilnost in zato prednost.

Omejitev pri poslovanju podjetja bi lahko bilo nezaupanje novih kupcev do nas, kot njim še neznanega ponudnika na trgu. Podjetje ima zaradi večjih vlaganj v fazi rasti in v kriznem gospodarskem in finančnem obdobju tudi omejena sredstva namenjena za oglaševanje.

1.4 Uporabljene raziskovalne metode

V diplomskem delu je uporabljena statična poslovna raziskava, saj gre za izdelavo poslovnega načrta enega samega podjetja, v katerem podjetje opišemo in obravnavamo povezavo podjetja z okoljem. Stališča, spoznanja in sklepi posameznih avtorjev na opisanih področjih so povzeti po deskriptivnem pristopu. S pomočjo anketnega vprašalnika je narejena analiza trženjskega okolja in analiza ciljnih trgov ter iz tega nastavljena prognoza prodaje in nabave. Uporabljena je tudi SWOT analiza prednosti in slabosti podjetja v primerjavi s konkurenco ter analiza priložnosti slabosti, ki nastopajo na trgu.

2 PODJETNIŠTVO

Življenja brez podjetništva si dandanes ne moremo več predstavljati. Svet, v katerem živimo zaznamujejo hitre spremembe, globalno gospodarstvo, rast konkurence in nenehna tehnološka rast, hkrati pa se vse bolj poglabljajo razlike v prihodkih. Lahko celo trdimo, da je podjetništvo gonilna sila gospodarstva. Podjetništvo kot tako, je bilo prisotno v vseh zgodovinskih obdobjih, a prav v zadnjih desetletjih je doživelo največjo ekspanzijo. Trdimo lahko, da je podjetništvo eden ključnih dejavnikov pospeševanja gospodarske rasti. (Rajter, 2008, 11)

Podjetništvo v Sloveniji se je razmahnilo po letu 1988, ko je bilo zakonsko omogočeno ustanoviti zasebno podjetje in se je začela privatizacija obstoječih družbenih podjetij. (Vahčič, 2000, 51)

2.1 Definicije in pomen podjetništva

Obstaja veliko različnih definicij podjetništva. Vsaka ima svojo sporočilnost in pomembnost, vendar ni nobena popolna. Poglejmo nekatera:

»Podjetništvo je poskus ustvariti vrednost s pomočjo odkrivanja poslovne priložnosti, obvladanja tveganja, ki tej priložnosti ustreza in s pomočjo komunikacijskih in poslovodnih (managerskih) sposobnosti in znanja mobilizira človeške, finančne in materialne vire, potrebne za uspeh projekta.« (Pšeničny,et Al, 1993, 27)

»Podjetništvo je torej proces ustvarjanja poslovnih idej in oblikovanje določene ideje v poslovno priložnost z vzpostavitvijo kontrole nad obstoječimi in razpoložljivimi viri. Podjetništvo je tudi človeška ustvarjalna dejavnost z vključeno človekovo energijo in iniciativo, zato zahteva jasno vizijo, močno pripadnost ideji in vzpodbudo za njeno uresničitev.« (Šauperl, 2007, 7)

Podjetništvo je sposobnost ustvariti in zgraditi nekaj iz praktično ničesar. V nasprotju z analiziranjem in opazovanjem podjetja, podjetništvo pomeni samoiniciativnost, trdo delo, doseganje ciljev in ustanavljanje podjetja. Pomeni spretnost zaznati priložnost tam, kjer je drugi ne vidijo. Predstavlja možnost ustvariti skupino ljudi, kjer bi se še bolj izrazile

posameznikove spretnosti in talenti. Pomeni tudi imeti znanje za razpolaganje z viri podjetja. (Timmons, 1989, 1)

Podjetništvo predstavlja ameriške sanje. Ameriške sanje so, da smo lastnik svojega podjetja, imamo visok dobiček, nimamo šefa in si sami določamo svoj delovni čas. Podjetništvo je način življenja, poln tveganja in navdušenja. Vredno je poskusiti, ne glede na težavnost potovanja. Podjetništvo je namenjeno tistim, ki vzamejo usodo v svoje roke. (Halloran, 1992 1)

»Podjetništvo je gonilo tehnološkega inovacijskega procesa. Nanaša se na aktivnosti, ki oblikujejo nove vire za podporo inovacijam s tem, da profitabilno združuje tehnološki in komercialni svet.« (www.in-prime.net, dne 20.7.2011)

2.2 Smisel in vsebine poslovnega načrtovanja

Vsi se prej ali slej srečamo z načrtovanjem prihodnosti. Večino načrtovanja poteka v obliki miselnih vzorcev, poslovno načrtovanje pa zahteva sistematičen pristop in je ena ključnih funkcij vsakega podjetnika.

Načrtovanje je del širšega sistema upravljanja in poslovodenja gospodarskih organizacij. Razumemo ga kot predvidevanje razvoja organizacije, njeno vizijo, strateške in taktične cilje ter opredeljevanje delovnih ciljev skupinam, timom in posameznim članom organizacije. Načrtovanje je ocenjevanje prihodnosti delovanja podjetja in zamišljanje prihodnjega razvoja ter poslovanja oziroma za odločanje danes, s posledicami v prihodnosti. (Bernik, 2000, 11)

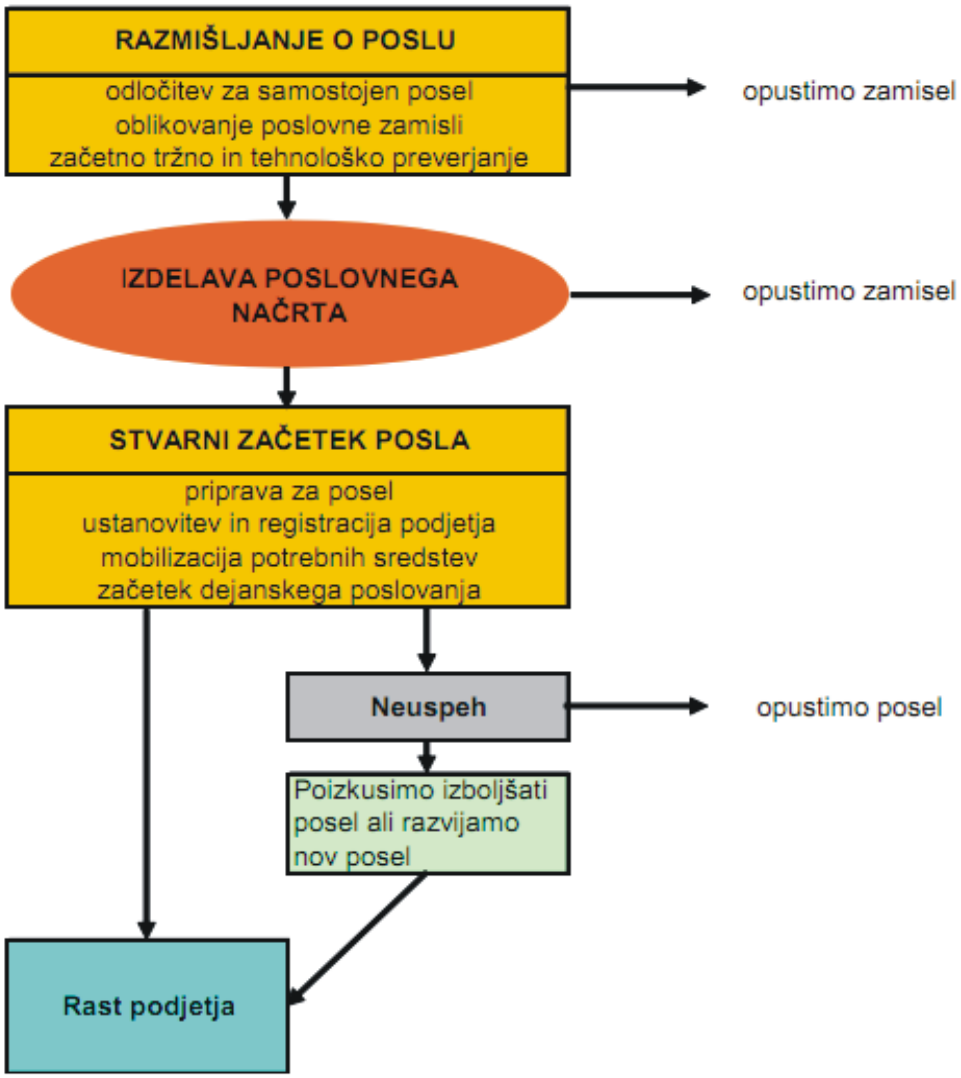
Načrtovanje je proces, ki nima konca. V prvih korakih izoblikovanja nove podjetniške ideje je zelo pomembna izdelava poslovnega načrta.

»Poslovni načrt je pisni dokument, ki ga pripravi podjetnik in ki opisuje vse pomembne zunanje in notranje elemente, vpletene v začetek novega posla.« (Antončič, 2002, 186)

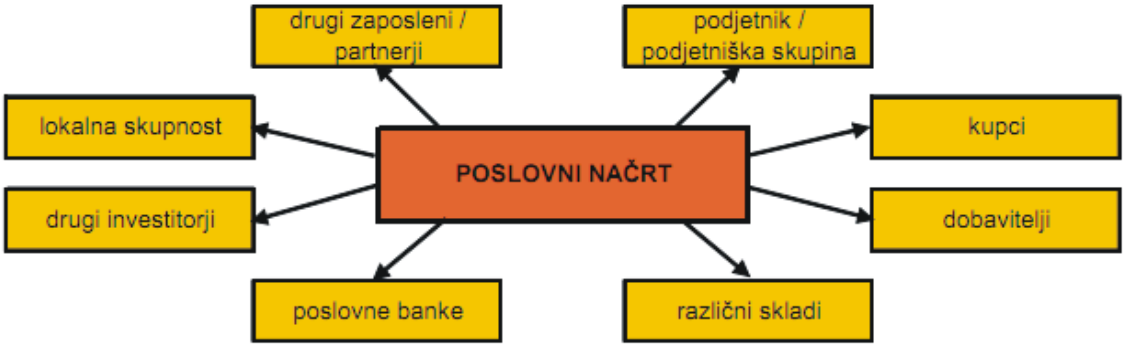
Zakaj pišemo poslovni načrt? (Šauperl, 2007, 33):

- sistematično razmišljamo,
- podjetniška skupina se trenira,
- izoblikujemo svoje poslovne cilje,

- oblikujemo svoje poti za dosego ciljev,
- analiziramo tržne možnosti,
- določamo tržno politiko,
- določamo načrtovan obseg prodaje in poslovanja,
- določamo pogoje poslovanja (kadri, prostor, oprema, denar),
- načrtujemo pričakovane stroške,
- preizkusimo pričakovano uspešnost,
- imamo dokument za stalno primerjavo med načrtovanim in ustvarjenim,
- imamo dokument za spremembe načrtovanega, če je to potrebno.



Slika 1: Umestitev poslovnega načrta v življenski cikel podjetja
Vir: Glas 2005, 47



Slika 2: Za koga je poslovni načrt zanimiv?
Vir: Glas 2005, 45

Odgovor, zakaj izdelati poslovni načrt, lahko poiščemo tudi med razlogi, zakaj že v prvih treh letih velik del podjetnikov omaga. Vsem razlogom je skupno to, da je poslovni načrt temeljil na napačnih predpostavkah ali pa sploh ni bil narejen (Kovač et Al., 2005, 98):

- nezadostno strokovno, pravno in tržno znanje podjetnika,
- premalo kritičnosti do osebnih kvalifikacij,
- prepogosto menjavanje sodelavcev,
- napačna geografska lega podjetja,
- precenjen potencial donosnosti,
- pomanjkljivo načrtovanje tokov,
- napačna ali pomanjkljiva ocena stroškov,
- slabo vodenje knjigovodstva,
- slabo poznavanje ali neupoštevanje davčnih obveznosti,
- neprimerno izbrana pravna oblika podjetja.

3 RAZISKAVA IN ANALIZA TRGA

3.1 Priprava raziskave trga

Raziskavo trga smo opravili po anketni metodi z vprašalnikom[1] sestavljenim iz 14 vprašanj zaprtega tipa. Od 120 naslovov potencialnih strank, kamor je bila poslana anketa, je vprašalnik vrnilo 73 (60,8 %) anketirancev.

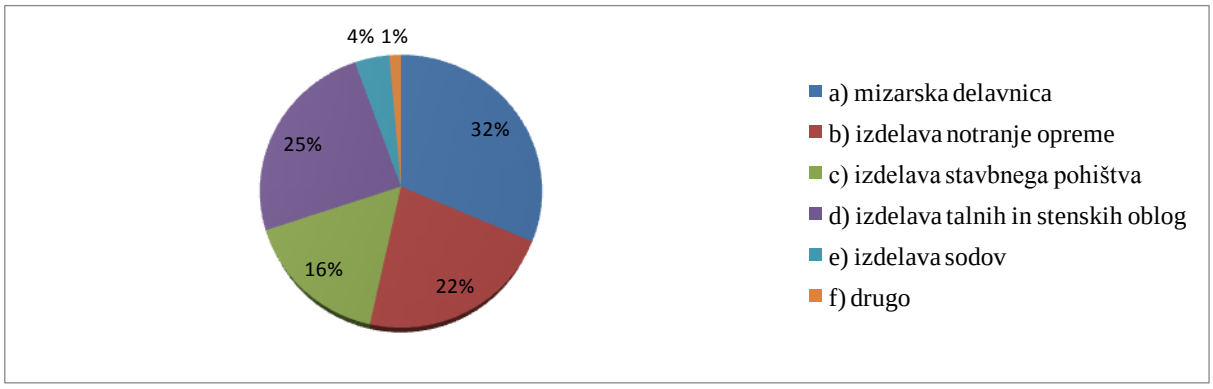
3.2 Rezultati in interpretacija raziskave trga

Odgovore na vprašanja smo obdelali v računalniškem programu Microsoft Excel. Zaradi preglednosti odgovore iz ankete ponazarjamo z grafi ter rezultate v nadaljevanju tudi interpretiramo.

Vprašanje 1

1. Proizvodna panoga, kamor se uvršča podjetje:	št. odgovorov	v %
a) mizarska delavnica	23	31,5%
b) izdelava notranje opreme	16	21,9%
c) izdelava stavbnega pohištva	12	16,4%
d) izdelava talnih in stenskih oblog	18	24,7%
e) izdelava sodov	3	4,1%
f) drugo	1	1,4%
Skupaj:	73	100%

Tabela 1: Proizvodne panoge kamor se uvršča podjetje
Vir: Lasten



Grafikon 1: Proizvodne panoge kamor se uvršča podjetje
Vir: Lasten

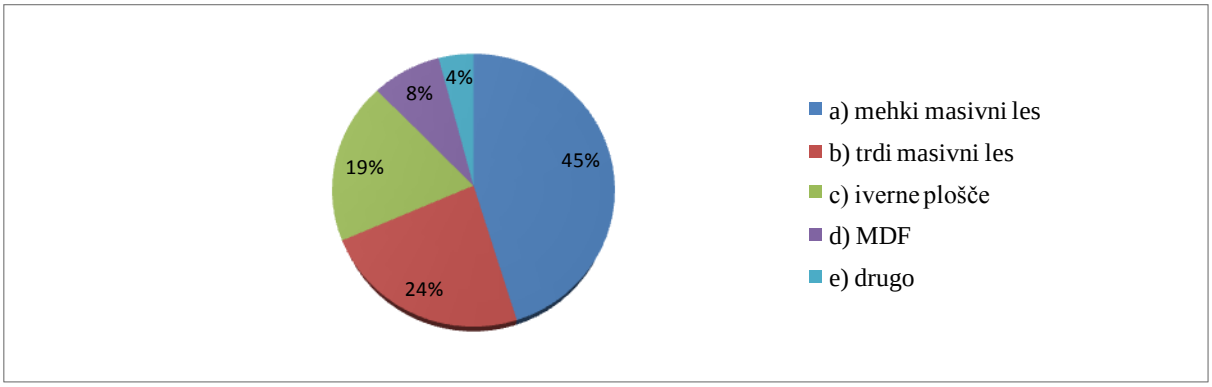
[1]Glej prilogo 1.

Iz tabele in grafa je razvidno, da se največji delež potencialnih strank ukvarja z mizarsko dejavnostjo. Takih je kar 31,5%. Na drugem mestu so izdelovalci talnih in stenskih oblog s 24,7%, sledijo pa podjetja za izdelavo notranje opreme s 21,9%.

Vprašanje 2

2. Vrsta materialov, ki jih pretežno obdelujete:	v %
a) mehki masivni les	45,2%
b) trdi masivni les	23,3%
c) iverne plošče	19,2%
d) MDF	8,2%
e) drugo	4,1%
Skupaj:	100%

Tabela 2: Vrste obdelovalnih materialov
Vir: Lasten



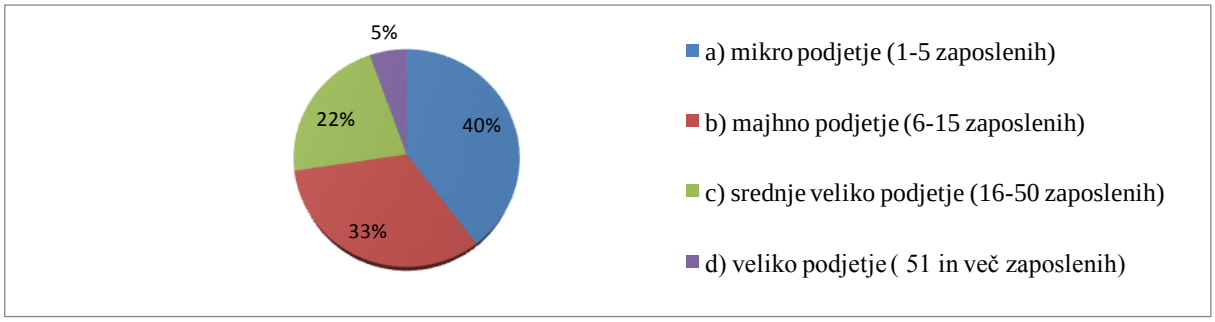
Grafikon 2: Vrste obdelovalnih materialov
Vir: Lasten

Iz tabele in grafa je razvidno, da stranke v največji meri obdelujejo mehki masivni les (45,2%), sledi trdi masivni les (23,3%) in obdelava ivernih plošč (19,2%).

Vprašanje 3

3. Velikost podjetja glede na število zaposlenih:	št. odgovorov	v %
a) mikro podjetje (1-5 zaposlenih)	29	39,7%
b) majhno podjetje (6-15 zaposlenih)	24	32,9%
c) srednje veliko podjetje (16-50 zaposlenih)	16	21,9%
d) veliko podjetje (51 in več zaposlenih)	4	5,5%
Skupaj:	73	100%

Tabela 3: Velikost podjetja glede na število zaposlenih
Vir: Lasten



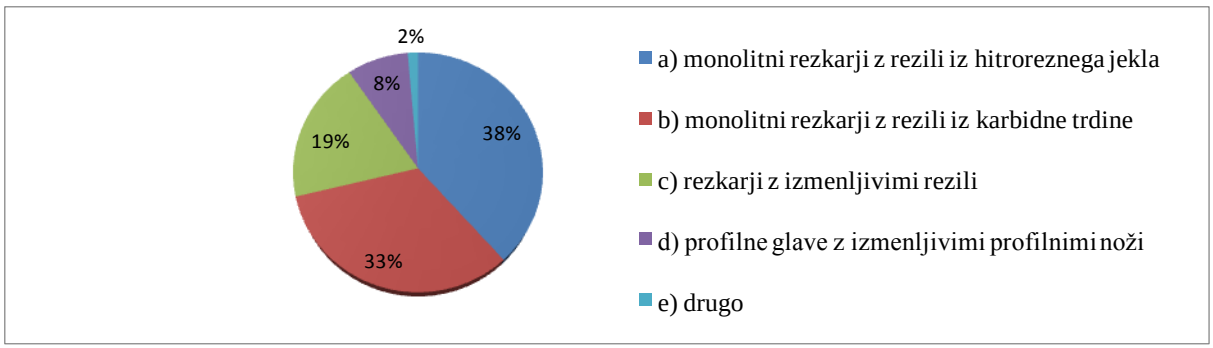
Grafikon 3: Velikost podjetja glede na število zaposlenih
Vir: Lasten

Največji delež anketiranih podjetij predstavljajo mikro (39,7%) in majhna podjetja (32,8%). Sledijo srednje velika podjetja (21,9%) in velika podjetja (5,5%).

Vprašanje 4

4. Vrsta orodja, ki ga uporabljate:	**v %**
a) monolitni rezkarji z rezili iz hitroreznega jekla	**38,4%**
b) monolitni rezkarji z rezili iz karbidne trdine	**32,9%**
c) rezkarji z izmenljivimi rezili	**19,2%**
d) profilne glave z izmenljivimi profilnimi noži	**8,2%**
e) drugo	**1,4%**
Skupaj:	**100%**

Tabela 4: Pretežno uporabljena vrsta orodja
Vir: Lasten



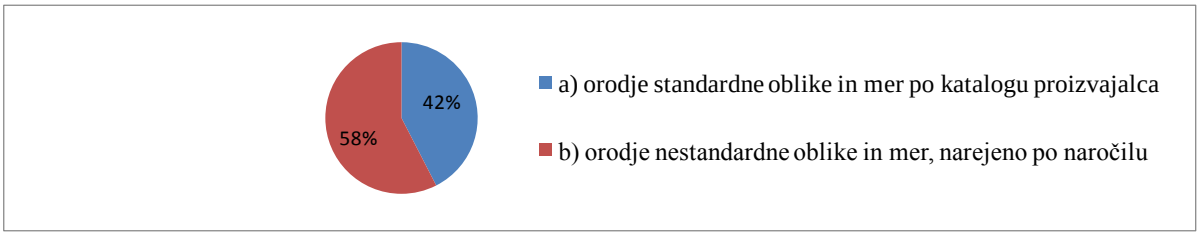
Grafikon 4: Pretežno uporabljena vrsta orodja
Vir: Lasten

Anketirani kupci uporabljajo pretežno orodje monolitne izvedbe. Takega orodja je kar 71%. Od tega je 38,4% orodja z rezili iz hitroreznega jekla in 32,9% orodja z rezili iz karbidne trdine. Rezkarji z izmenljivimi rezili so na tretjem mestu s 19,2 %.

Vprašanje 5

5. Orodje, ki ga kupujete, je pretežno:	v %
a) orodje standardne oblike in mer po katalogu proizvajalca	42,5%
b) orodje nestandardne oblike in mer, narejeno po naročilu	57,5%
Skupaj:	100%

Tabela 5: Vrsta orodja glede na standardnost
Vir: Lasten



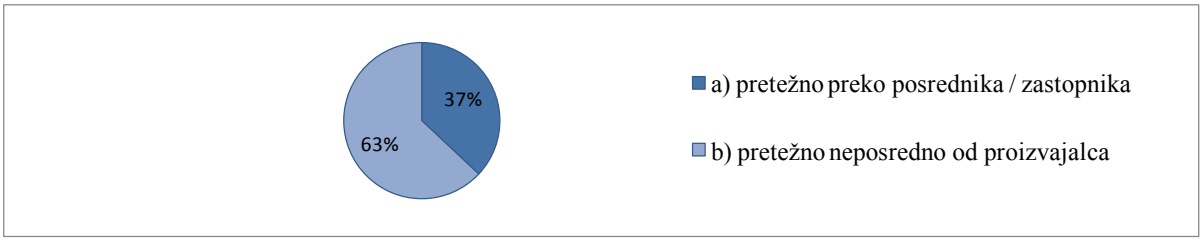
Grafikon 5: Vrsta orodja glede na standardnost
Vir: Lasten

Kar 57,5% strank potrebuje in uporablja orodje nestandarnih mer in oblik, narejeno po naročilu.

Vprašanje 6

6. Način nakupa orodja:	št. odgovorov	v %
a) pretežno preko posrednika / zastopnika	27	37,0%
b) pretežno neposredno od proizvajalca	46	63,0%
Skupaj:	73	100%

Tabela 6: Način nakupa orodja
Vir: Lasten



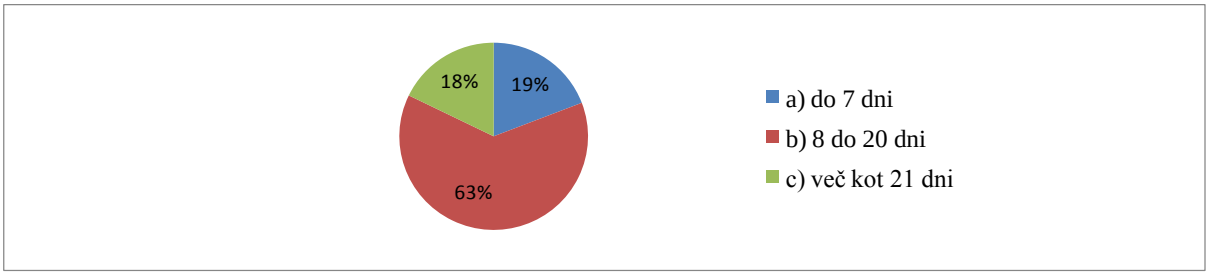
Grafikon 6: Način nakupa orodja
Vir: Lasten

Dve tretjini strank (63 %) kupuje in naroča orodje neposredno pri proizvajalcu, ostali (37%) pa pretežno preko posrednika.

Vprašanje 7

7. Povprečni čas od naročila do potrebe po orodju:	št. odgovorov	v %
a) do 7 dni	14	19,2%
b) 8 do 20 dni	46	63,0%
c) več kot 21 dni	13	17,8%
Skupaj:	73	100%

Tabela 7: Čas od naročila do potrebe po orodju
Vir: Lasten



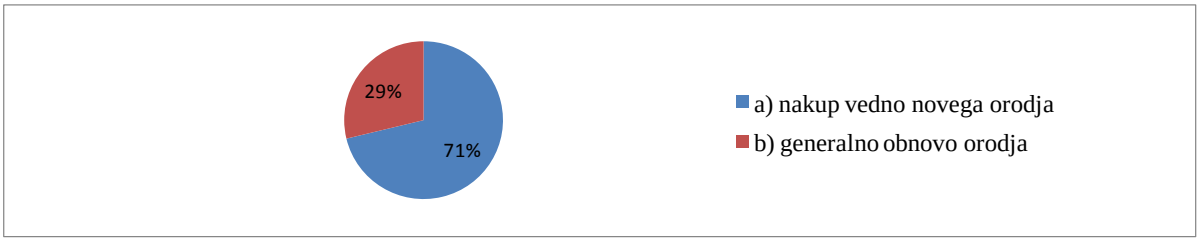
Grafikon 7: Čas od naročila do potrebe po orodju
Vir: Lasten

Iz tabele in grafa je razvidno, da kupci potrebujejo orodje v zelo kratkem roku. Ena petina (19%) jih je odgovorilo, da potrebujejo orodje v roku do 7 dni. Kar dve tretjini(63%) jih potrebuje orodje v roku do 20 dni. Slaba petina (17,8%) anketiranih kupcev pa je ocenila čas od naročila do potrebe po orodju daljši kot 21 dni.

Vprašanje 8

8. V kakšnem odstotku se odločate za:	v %
a) nakup vedno novega orodja	71,2%
b) generalno obnovo orodja	28,8%
Skupaj:	100%

Tabela 8: Nakup novega orodja ali obnova
Vir: Lasten



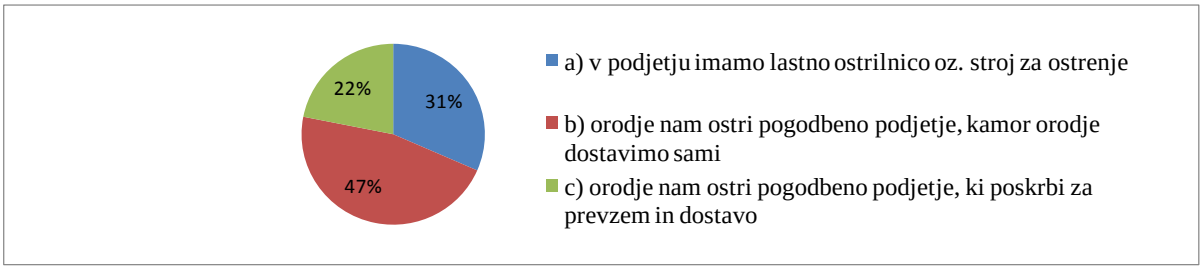
Grafikon 8: Nakup novega orodja ali obnova
Vir: Lasten

Iz rezultatov je razvidno, da se kar 71% anketiranih kupcev odloča za nakup vedno novega orodja, ostalih 28,8% pa za generalno obnovo orodja.

Vprašanje 9

9. Način vzdrževanja / ostrenja orodja	št. odgovorov	v %
a) v podjetju imamo lastno ostrilnico oz. stroj za ostrenje	23	31,5%
b) orodje nam ostri pogodbeno podjetje, kamor orodje dostavimo sami	34	46,6%
c) orodje nam ostri pogodbeno podjetje, ki poskrbi za prevzem in dostavo	16	21,9%
Skupaj:	73	100%

Tabela 9: Način vzdrževanja orodja
Vir: Lasten



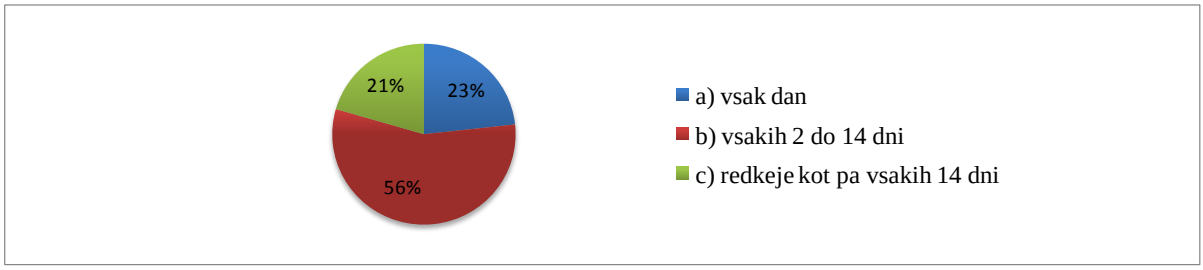
Grafikon 9: Način vzdrževanja orodja
Vir: Lasten

Večina (46,6%) anketiranih podjetij sami dostavljajo orodje v pogodbeno podjetje na ostrenje. Tretjina (31,5%) uporabnikov premore lastno ostrilnico ali stroj za ostrenje. Petini (21,9%) anketiranih podjetij orodje ostri pogodbeno podjetje, ki poskrbi za prevzem in dostavo.

Vprašanje 10

10. Pogostost potrebe po ostrenju orodja.	št. odgovorov	v %
a) vsak dan	17	23,3%
b) vsakih 2 do 14 dni	41	56,2%
c) redkeje kot pa vsakih 14 dni	15	20,5%
Skupaj:	73	100%

Tabela 10: Pogostost potrebe po ostrenju orodja
Vir: Lasten



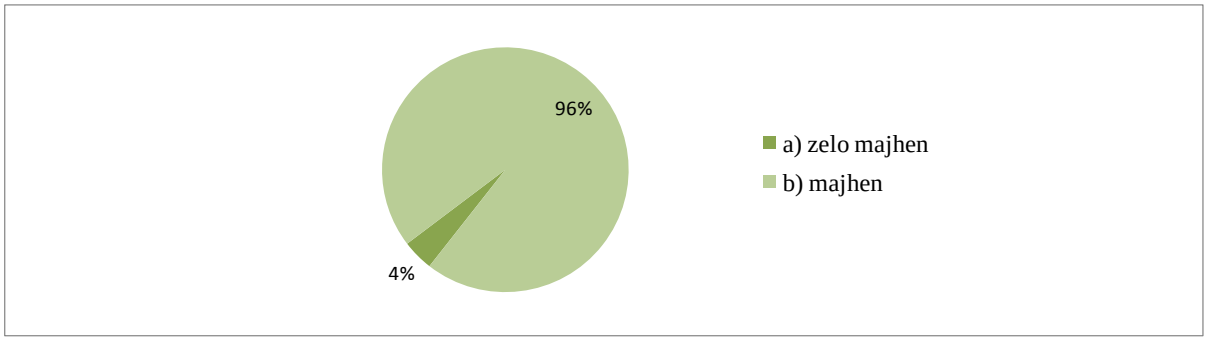
Grafikon 10: Pogostost potrebe po ostrenju orodja
Vir: Lasten

Dobra polovica (56,2%) anketiranih podjetij ostri orodje vsaka 2 do 14 dni, petina (23,3%) podjetij poskrbi za ostrenje orodja vsak dan, prav tako petina (20,5%) pa ostri orodje redkeje kot vsakih 14 dni.

Vprašanje 11

11. Kakšen pomen ima po vaši oceni, spoštovanje dogovorjenega dobavnega roka?	št. odgovorov	v %
a) zelo majhen	0	0,0%
b) majhen	0	0,0%
c) srednje pomemben	0	0,0%
d) velik	3	4,1%
e) zelo velik	70	95,9%
Skupaj:	73	100%

Tabela 11: Pomen spoštovanja dobavnega roka
Vir: Lasten



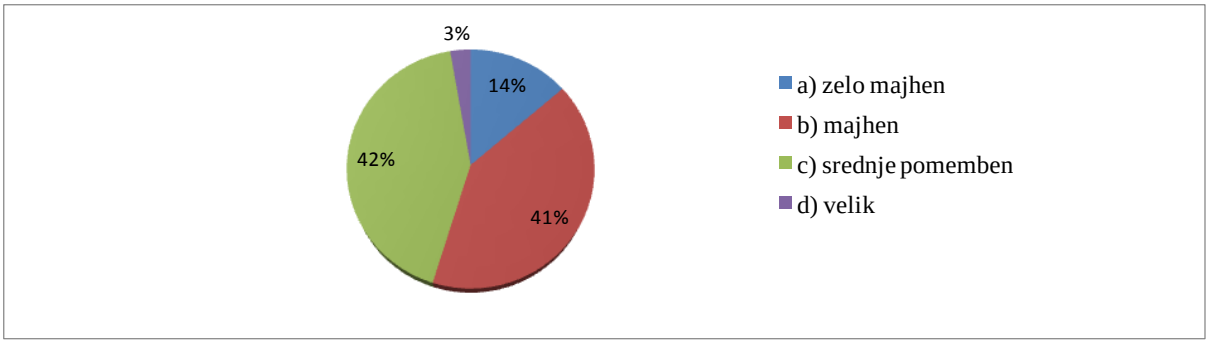
Grafikon 11: Pomen spoštovanja dobavnega roka
Vir: Lasten

Skoraj vsem (95,9%) anketiranim podjetjem je spoštovanje dogovorjenih dobavnih rokov zelo pomembno.

Vprašanje 12

12. Kakšen pomen ima po vaši oceni višja cena naročenega orodja, če je zato dobavni rok izredno kratek?	št. odgovorov	v %
a) zelo majhen	10	13,7%
b) majhen	30	41,1%
c) srednje pomemben	31	42,5%
d) velik	2	2,7%
e) zelo velik	0	0,0%
Skupaj:	73	100%

Tabela 12: Pomen razmerja cena/dobavni rok
Vir: Lasten



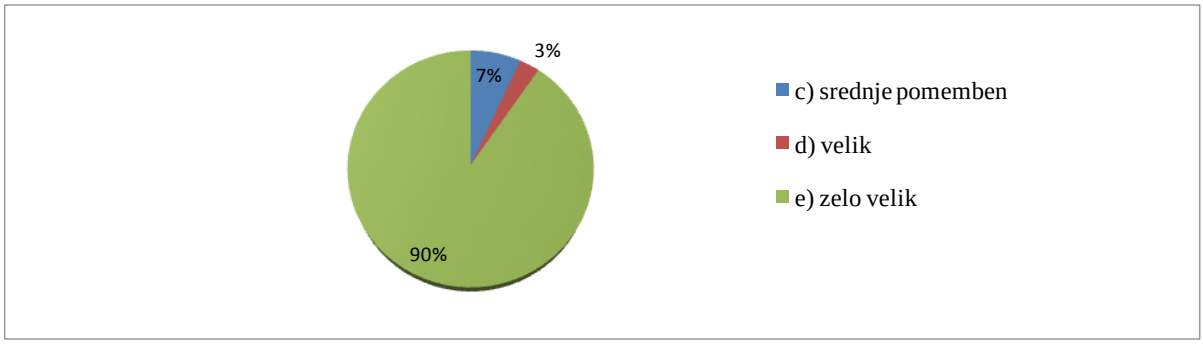
Grafikon 12: Pomen razmerja cena/dobavni rok
Vir: Lasten

Iz tabele in grafa lahko razberemo, da je 42,5% anketiranim podjetjem srednje pomembno, če je cena naročenega orodja višja, če je zato dobavni rok zelo kratek. Podobno veliko anketirancev(41,1%) je odgovorilo, da ima višja cena v primeru ponujenega krajšega dobavnega roka za njih majhen pomen.

Vprašanje 13

13. Kakšen pomen ima po vaši oceni svetovanje ob nakupu orodja?	št. odgovorov	v %
a) zelo majhen	0	0,0%
b) majhen	0	0,0%
c) srednje pomemben	5	6,8%
d) velik	2	2,7%
e) zelo velik	66	90,4%
Skupaj:	73	100%

Tabela 13: Pomen svetovanja ob nakupu orodja
Vir: Lasten



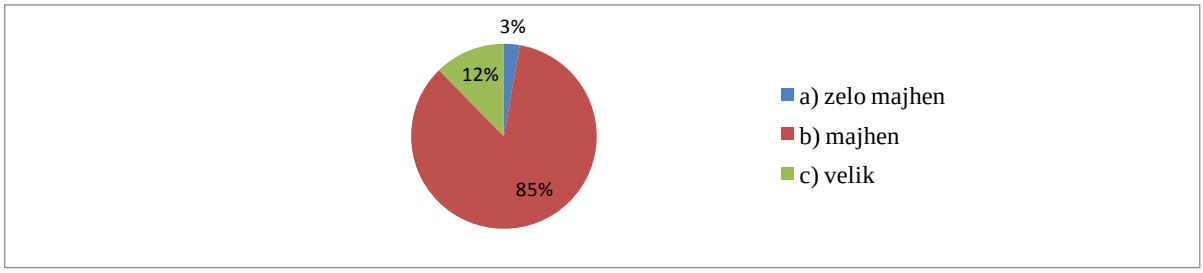
Grafikon 13: Pomen svetovanja ob nakupu orodja
Vir: Lasten

Velika večina, kar 90,4% vprašanih ocenjuje, da je zanje svetovanje ob nakupu orodja zelo pomembno.

Vprašanje 14

14. Kakšen pomen ima po vaši oceni višja kakovost orodja, če je zato cena nekaj višja?	št. odgovorov	v %
a) zelo majhen	0	0,0%
b) majhen	2	2,7%
c) velik	62	84,9%
d) zelo velik	9	12,3%
Skupaj:	73	100%

Tabela 14: Pomen razmerja cena/kakovost
Vir: Lasten



Grafikon 14: Pomen razmerja cena/kakovost
Vir: Lasten

Iz tabele in grafa je razvidno, da je veliki večini (84,9%) anketirancem zelo pomembna kvaliteta orodja, četudi je zato cena nekaj višja.

3.3 Sklepne ugotovitve

Analiza dobljenih anketnih vprašalnikov daje dober vpogled na potrebe trga lesno obdelovalnega orodja v Sloveniji. Vidimo, da po velikosti prevladujejo mikro in majhna podjetja, splošne mizarske dejavnosti, podjetja za izdelavo talno stenskih oblog in podjetja za izdelavo notranje opreme.

Obdelovalni material je pretežno masivni les in iverne plošče za izdelavo pohištva. Večina podjetij kupuje vedno nova orodja monolitne izvedbe, nestandardnih oblik, ki ga naroča neposredno pri proizvajalcu. Največji delež podjetij ima eno do dvotedensko potrebo po ostrenju orodja in ne poseduje lastne ostrilnice ali ostrilnega stroja.

Želeni so izredno kratki dobavni roki, ki so za proizvajalca obvezujoči, kupci pa so za hiter odzivni čas pripravljeni plačati tudi višjo ceno. Zraven dobavnega roka kupci izpostavljajo še pravilno svetovanje ob nakupu in kakovost brez kompromisov, kot ključna dejavnika pri odločanju za posameznega dobavitelja orodja.

4 POSLOVNI NAČRT

4.1 Povzetek poslovnega načrta

4.1.1 Podjetje

Podjetje deluje kot družba z omejeno odgovornostjo in opravljala funkcije nabave materialov, razvoja izdelkov, pripravo proizvodnje, proizvodnjo, kontrolo kakovosti, trženje in servisiranje lesno obdelovalnih orodij.

Sedež podjetja je v Mariboru, Pajkova ulica 6, v najetih prostorih, ki obsegajo pisarne ter proizvodne prostore.

Ustanovitelj podjetja je Ervin Zupančič, kandidat za diplomanta višje strokovne šole za komercialiste. Zaključeno ima srednjo strojno šolo. Ima bogato znanje na področju načrtovanja in vodenja proizvodnje lesno obdelovalnih orodij.

Podjetje zaposluje 14 strokovnjakov s področja preoblikovanja kovin.

4.1.2 Strategija poslovanja podjetja

Zaradi dobrega poznavanja končnega izdelka, konkurence in trga se zavedamo, da je potreba po kakovostnem lesno obdelovalnem orodju ter opremi velika, tako doma kot v tujini.

Orodja so v lesno obdelovalni industriji potrošni material in jih je potrebno redno vzdrževati in nadomeščati.

Lesno obdelovalna industrija je v svetu v porastu, hkrati pa se znova obuja tudi domače tržišče. Usmerili se bomo predvsem na veliko tržišče Evropske unije in države vzhodne Evrope.

Ker smo majhno podjetje se bomo lažje odzivali na zahteve kupcev in bomo ob ugodni cenovni politiki lažje konkurirali na trgu.

4.1.3 Cilji poslovanja

4.1.3.1 Kratkoročni cilji poslovanja

- redno spremljati nabavni trg repromateriala in izbirati kakovost ter temu primerno ceno,
- v roku šestih mesecev poiskati nove prodajne posrednike v posameznih državah, ki že imajo razvejano marketinško mrežo,
- v prvem sedaj načrtovanem letu prodati za okoli 800.000 € orodij in opreme ter ustvariti … % dobička,
- udeleževati se najpomembnejših strokovnih sejmov na ključnih tržiščih,
- nadaljevati z razvojem celovite palete orodij za obdelavo lesa za različne potrebe v roku dveh let.

4.1.3.2 Dolgoročni cilji poslovanja

- Povečanje načrtovanega obsega proizvodnje in prodaje za 35% po štirih letih poslovanja, glede na obseg v prvem, tu načrtovanem letu,
- v desetih letih dosegati 15% tržni delež na skupnem trgu Evropske unije,
- voditi aktivno politiko zaposlovanja in v desetem letu poslovanja zaposlovati 30 delavcev,
- doseči dobiček nad 15% v petem letu in vsaj 20% dobiček v sedmem letu poslovanja,
- pridobitev certifikatov kakovosti za poslovno odličnost, kmalu po izteku tu načrtovanega obdobja,
- gradnja lastnih poslovnih prostorov na primernejši lokaciji v roku desetih let,
- nuditi celovit izbor orodij in servis za uporabnika,
- vseskozi utrjevati prepoznavnost lastne blagovne znamke.

4.1.4 Strategija poslovanja

Strategija poslovanja sloni na lastnem razvoju, proizvodnji in prodaji. Kontroli kakovosti in spremljanju napredka v panogi dajemo velik poudarek. Na osnovi bogatih izkušenj v stroki, bomo naše izdelke prilagajali potrebam kupcev in se sprotno odzivali spremembam na tržišču.

- lastni razvoj in načrtovanje izdelkov,
- lastna proizvodnja,
- celovita kontrola vseh delovnih procesov in končnega izdelka,
- hiter odzivni čas in kratki dobavni roki za izvenserijska orodja,

- stalna marketinška prisotnost preko različnih sredstev za trženje,
- stalna poprodajna skrb za kupca.

4.2 Panoga, podjetje in proizvodi

4.2.1 Panoga

4.2.1.1 Opis panoge

Podjetje sodi v panogo kovinsko predelovalne industrije ter v podskupino strojev in naprav.

4.2.1.2 Ključni subjekti (kupci, dobavitelji)

- Naši ključni kupci so fizične in pravne osebe, ki se ukvarjajo s primarno obdelavo in predelavo lesa ter trgovska podjetja, za prodajo lesno obdelovalnih orodij na debelo in drobno.
- Naši ključni dobavitelji so podjetja, ki dobavljajo visoko kakovostna jekla ter karbidne trdine.

4.2.1.3 Ključni dejavniki uspeha

Ključni dejavniki uspeha so kakovost prodanih proizvodov, konkurenčna cenovna politika, prilagodljivost kupčevim potrebam in kvalitetni poprodajni servis.

4.2.1.4 Trendi na trgu

Z vstopom Slovenije v Evropsko unijo se nam odpira ogromno tržišče, na katerem smo zaradi tehnološke razvitosti, fleksibilnosti in cenovne ugodnosti konkurenčni obstoječim proizvajalcem.

Veliki proizvajalci selijo proizvodnjo serijskih izdelkov v države s cenejšo delovno silo, vendar so zaradi tega togi in ne zmorejo ustreči individualnim željam posameznih kupcev. S tem se našemu podjetju odpira pomembna tržna niša.

Na tržiščih bivše Jugoslavije je zaznati prehod iz primarne proizvodnje na sekundarno proizvodnjo predelave lesa, zaradi česar je mogoče predvidevati, da se bo povečalo povpraševanje po kvalitetnih orodjih.

4.2.2 Podjetje

4.2.2.1 Registracija in pravni status podjetja

Podjetje je registrirano v obliki družbe z omejeno odgovornostjo.

4.2.2.2 Struktura ustanoviteljev/lastnikov

Podjetje je ustanovil Ervin Zupančič in je njegov 100% lastnik.

4.2.2.3 Dejavnost podjetja navedena v registraciji

- načrtovanje in razvoj
- proizvodnja
- trgovina na debelo
- servis
- transport

4.2.2.4 Razvojni cilji v treh do petih letih

- razvoj novega sistema za vpenjanje orodij za obdelavo lesa
- razširitev proizvodnega programa na stroje za ostrenje orodij
- otvoritev ostrilnice orodja v okolici Ljubljane
- dopolnitev lastnega asortimana z izdelki drugih proizvajalcev

4.2.3 Proizvodi

4.2.3.1 Opis ponudbe

- rezkalne garniture za izdelavo talnih in stenskih oblog
- rezkalne garniture za izdelavo parketov
- rezkarji za spajanje
- skobelne glave s klasičnim in hydro vpetjem
- profilni rezkarji
- profilni noži
- utorni rezkarji
- brazdni rezkarji
- spahovalni rezkarji
- orodje za izdelavo sodov
- namenska orodja

4.2.3.2 Primerjava s konkurenčnimi proizvodi

V primerjavi s konkurenčnimi proizvodi, imajo naša orodja daljšo življensko dobo, monolitna zgradba pa jim daje veliko trdnost. Orodja so estetska in moderno oblikovana.

4.3 Trženje orodij za obdelavo lesa

4.3.1 Analiza trga

4.3.1.1 Ciljne skupine

- mizarji
- proizvajalci stavbnega pohištva
- proizvajalci notranje opreme
- proizvajalci stenskih in talnih oblog
- tesarji
- sodarji
- drugi predelovalci lesa

4.3.1.2 Lokacija kupcev

Kupci so enakomerno razpršeni po celotni Evropi.

4.3.1.3 Značilnosti trga

Tržišče Evropske unije je vedno bolj zasičeno s proizvajalci velikoserijskih orodij, ostaja pa nezanemarljiva tržna niša nestandardnih in posebnih orodij, ki pa morajo biti prav tako izdelana v skladu z visokimi kvalitativnimi standardi.

Kupci iz držav bivše Jugoslavije dajejo poudarek predvsem na ugodno ceno.

Analiza konkurence

4.3.1.4 Ključni konkurenti

- Prevent - Tro d.o.o. - Slovenija
- Ramšak d.o.o. - Slovenija
- Leitz AG - Nemčija
- Leuco AG - Nemčija
- Kos Oy - Švedska

- StehleGmbh – Avstrija

4.3.1.5 Prednosti in slabosti konkurence

Prednosti:

- dolgoletna prisotnost na trgu,
- uveljavljena blagovna znamka,
- visok tržni delež,
- močan razvoj,
- vlaganje velikih sredstev v marketing.

Slabosti:

- veliko število zaposlenih,
- daljši dobavni roki,
- omejen obseg proizvodov,
- nezmožnost nudenja dodatnih storitev,
- neprilagodljivost,
- višje cene,
- slabe poprodajne aktivnosti,
- odvisnost od zastopnikov.

4.3.1.6 Načini prodaje in tržni nastop konkurence

Naša konkurenca zaradi velikoserijske proizvodnje večinoma prodaja preko trgovskih potnikov. Ti so šolani za prodajo izdelkov iz njihovega proizvodnega kataloga.

Redno obiskujejo stranke na terenu in poskušajo prodati to, kar proizvajajo. Večinoma so vsi pomembnejši konkurenti prisotni na istih strokovnih sejmih kakor bomo mi. Oglašujejo tudi v strokovnih revijah in imajo kvalitetno urejene spletne strani.

4.3.2 Analiza možnosti in ovir ter prednosti in slabosti

	MOŽNOSTI	OVIRE
ZUNANJI VPLIVI	-povečanje trga -porast povpraševanja -razvoj regije -večje zahteve po kvalitetnem orodju -večje povpraševanje po servisiranju orodij	-že uveljavljena močna konkurenca -plačilna nedisciplina -nezadostna prepoznavnost na trgu -visoki stroški za širok marketing -nefleksibilnost finančnih virov
	PREDNOSTI	**SLABOSTI**
NOTRANJI VPLIVI	-poznavanje stroke -fleksibilnost -mlad izobražen kader -dobro poznavanje konkurence -hitri dobavni roki -visoka motiviranost zaposlenih	-nova blagovna znamka -visoki stroški razvoja -nezadostna izkušenost v podjetništvu -nevpeljani delavci -nefunkcionalni poslovni prostori

Tabela 15: SWOT analiza
Vir: Lasten

4.3.3 Kritična tveganja in problemi ter načrt ukrepov

4.3.3.1 Kritična tveganja in problemi

- Dobavitelj nam ni zmožen pravočasno ali v zadostni količini dostaviti reprodukcijskega materiala,
- nepričakovana okvara (strojelom) ključnega obdelovalnega stroja,
- neizpolnjevanje finančnih obveznosti kupcev,
- vstop konkurence na trg z dumpinškimi cenami.

4.3.3.2 Ukrepi za odpravo kritičnih tveganj in problemov

- Dobavo razpršimo na primarne in sekundarne dobavitelje, ki so zmožni dobaviti zadostne količine in poskrbimo za minimalne zaloge kritičnih komponent,
- skrbimo za redno vzdrževanje strojev in navežemo stike z možnimi kooperanti, ki bi v primeru izpada lastnih obdelovalnih kapacitet prevzeli del proizvodnih storitev,
- vsak večji odlog plačila ustrezno zavarujemo z akreditivi, osebnimi menicami, bančno garancijo in podobnim,
- spremljamo cenovno politiko konkurence in ob opažanju dumpinških cen ustrezno ukrepamo.

4.3.4 Načrt tržnih ciljev

4.3.4.1 Želen tržni delež

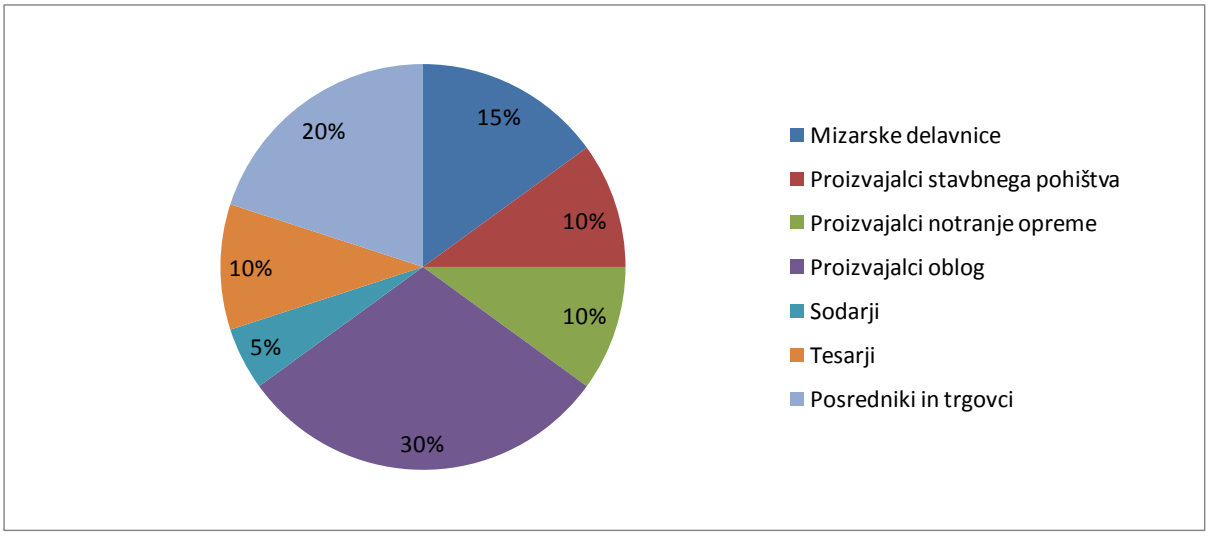
Leto 1		Leto 2		Leto 3		Leto 4	
Standarna orodja	Nestandardna orodja	Standarna orodja	Nestandardna orodja	Standarna orodja	Nestandardna orodja	Standarna orodja	Nestandardna orodja
2 %	4 %	3 %	5 %	4 %	7 %	6 %	10 %

Tabela 16: Želen tržni delež
Vir: Lasten

4.3.4.2 Želeni ciljni tržni segmenti

Vrsta podjetja	Delež
Mizarske delavnice	15%
Proizvajalci stavbnega pohištva	10%
Proizvajalci notranje opreme	10%
Proizvajalci oblog	30%
Sodarji	5%
Tesarji	10%
Posredniki in trgovci	20%
Skupaj	**100%**

Tabela 17: Želeni ciljni tržni segmenti
Vir: Lasten



Grafikon 15: Želeni ciljni tržni segmenti
Vir: Lasten

4.3.4.3 Želena oblika prodaje

Samostojna prodaja	**80%**
Prodaja preko posrednikov	**20%**
Skupaj:	**100%**

Grafikon 16: Želena oblika prodaje
Vir: Lasten

4.3.4.4 Želena lokacija prodaje v %

	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
EU	40%	40%	40%	40%
SLO	40%	40%	40%	40%
ex YU	10%	15%	15%	15%
drugo	10%	5%	5%	5%
Skupaj	100%	100%	100%	100%

Tabela 18: Želena lokacija prodaje
Vir: Lasten

4.3.4.5 Želen obseg prodaje

Željen obseg prodaje	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
doma	**353.440 €**	**+10%**	**+15%**	**+35%**
tujina	**530.160 €**	**+10%**	**+15%**	**+35%**
Skupaj:	**883.600 €**	**+10%**	**+15%**	**+35%**

Tabela 19: Želen obseg prodaje
Vir: Lasten

4.3.4.6 Cenovna politika

Naša cenovna politika temelji na doseganju cen konkurence pri standardnih proizvodih. Pri nestandardnih izdelkih bomo lahko ugodnejši od konkurence, ker je naša proizvodnja naravnana na individualno izdelavo.

4.3.4.7 Politika konkurenčnosti

Naš način proizvodnje nam omogoča kratke dobavne roke ter redno servisiranje kupčevih potreb.

Z velikim poudarkom na vseobsežnosti in servisu, bomo kupcu nudili celotno paleto proizvodov in storitev potrebnih za njihovo nemoteno proizvodnjo.

4.3.4.8 Politika propagiranja

V vseh strokovnih revijah, ki jih berejo naši potencialni kupci, bomo v rednih presledkih objavljali oglase in propagirali novosti in morebitne ugodnosti.

Na strokovnih sejmih bomo nastopali samostojno ali v sodelovanju z našimi predstavniki v tujini.

4.3.4.9 Poprodajne aktivnosti

- montaža in svetovanje na terenu
- ostrenje, vzdrževanje in popravilo orodja
- svetovanje v proizvodnji
- hiter servis
- obveščanje o novostih

4.3.5 Načrt tržne strategije

4.3.5.1 Strategija izkoriščanja možnosti in prednosti ter premagovanja ovir in slabosti

- izdelava orodij po želji kupcev
- poznavanje trga in kupcev
- iskanje novih zastopnikov na novih trgih in sklepanje dolgoročnih pogodb o sodelovanju
- spremljanje investicij in svetovanje v začetni fazi
- konkurenčne cene
- razvoj in optimiranje novih izdelkov
- poudarek na izdelavi orodja po željah kupcev

4.3.5.2 Strategija pridobivanja in ohranjanja kupcev

- brezkompromisna kakovost proizvodov in storitev
- popusti pri plačilnih pogojih
- celovita ponudba opreme in storitev za potrebe kupcev
- konkurenčne cene
- pridobivanje kupcev s strokovnim svetovanjem
- vzdrževanje in ohranjanje odličnih odnosov z dosedanjimi kupci

- stalno izboljševanje opreme ter poslovanja

4.3.5.3 Strategija konkurenčnosti

- Kakovost izdelkov
- odličnost ponujenih storitev
- tesen stik s kupci
- hiter odziv servisa
- visoko usposobljeni prodajalci
- politika cen
- strokovno svetovanje

4.3.5.4 Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promocije

- objava o novitetah podjetja v strokovnih revijah
- pisna naznanitev o novi ponudbi vsem večjim potencialnim odjemalcem
- izdelava spletne strani s poudarkom na svetovanju in dosegljivosti zanimivih informacij
- udeležba na strokovnih sejmih
- v vseh marketinških orodjih poudarjamo našo možnost individualne izdelave namenskih orodij
- oblikovanje privlačne in razpoznavne celostne podobe
- izdelava kataloga, kjer predstavimo naše proizvode ter storitve
- poskusna brezplačna ostrenja obstoječega orodja

4.3.5.5 Strategija rasti trženja

Postavili smo si cilj, da bomo na naših tržiščih v obdobju dveh let dosegli 3% tržni delež pri standardnih orodjih in 5% pri nestandardnih orodjih. Ta delež bomo postopoma dvigovali in v četrtem letu dosegli 6,0% tržni delež pri standardnih orodjih in 10% pri nestandardnih orodjih.

Začetni tržni delež na področju storitev (ostrenje) ocenjujemo na 15% v prvem letu in porast na 30% po štirih letih, v radiju 200 km od naše obratovalnice.

4.3.5.6 Strategija razvoja marketinške kulture

- prilagajanje zahtevam in potrebam kupcev
- korektnost in doslednost pri reševanju problemov kupcev
- strokovno obravnavanje kupcev
- izpolnjevanje dogovorov
- zaupnost pridobljenih podatkov
- "fairplay" odnos do konkurence

4.3.5.7 Strategija poprodajnih aktivnosti

- preverjanje zadovoljstva kupcev z našimi izdelki
- kvaliteten in zanesljiv servis
- garancija in zagotavljanje rezervnih delov
- redno obveščanje in obiskovanje kupcev
- negovanje odnosov do kupcev

4.3.6 Cenovna politika

4.3.6.1 Cenovna politika

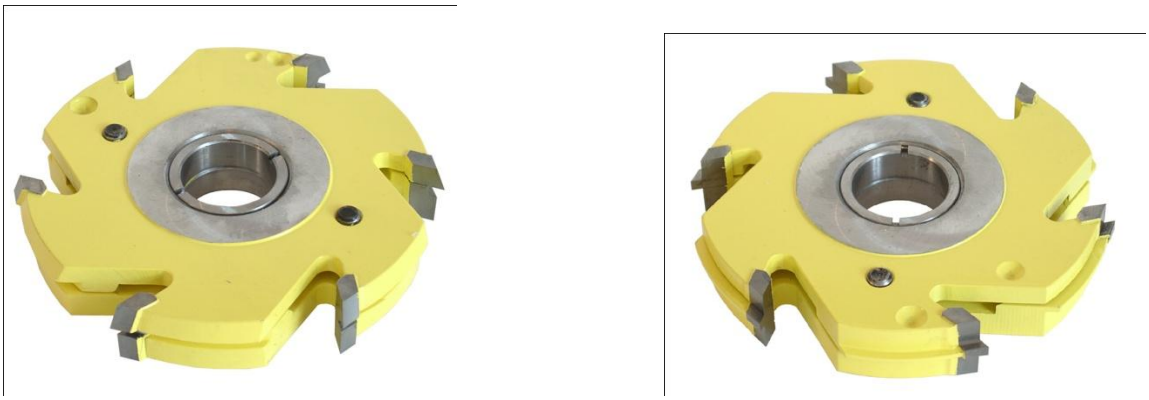
Dolgoročno bo naša cenovna politika temeljila na doseganju cen konkurence pri standardnih proizvodih. Pri nestandardnih izdelkih bomo lahko ugodnejši od konkurence, ker je naša proizvodnja naravnana na individualno izdelavo.

Prizadevali si bomo za doseganje ugodnih plačilnih pogojev.

4.3.7 Izbrani reprezentant obdelovalnega orodja

Garnitura rezkarjev za izdelavo parketa 180 x B x 60 DIN 280 - HM.[2]

[2]Glej prilogo 2.

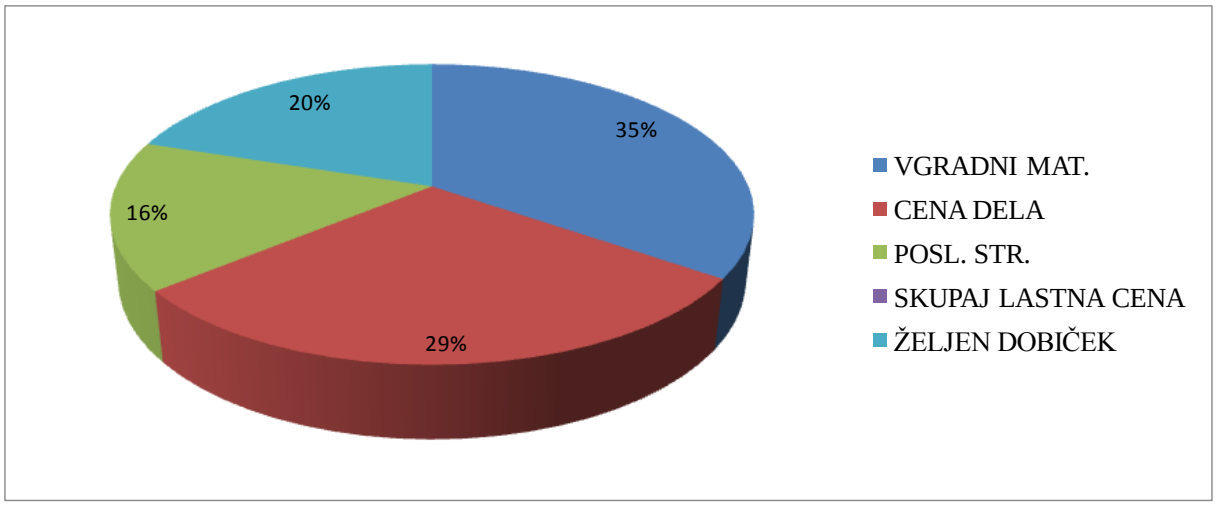


Slika 3: Izbrani reprezentant obdelovalnega orodja
Vir: www.toolco.si, dne 15.06.2011

4.3.8 Kalkulacija lastne cene izbranega reprezentanta[3]

Kalkulacijski element	Vrednost	Odstotek
VGRADNI MAT.	520 €	35%
CENA DELA	440 €	29%
POSL. STR.	240 €	16%
SKUPAJ LASTNA CENA	1.200 €	
ŽELJEN DOBIČEK	300 €	20%
SKUPAJ PRODAJNA CENA	1.500 €	100%

Tabela 20: Kalkulacija lastne cene
Vir: Lasten



Grafikon 17: Kalkulacija lastne cene
Vir: Lasten

[3]Glej prilogo 3 do 10

4.3.9 Cenik ključnih reprezentantov

Naši ključni reprezentanti so lesno obdelovalna orodja z rezili iz hitroreznega jekla in karbidnih trdin. Pričakujemo, da bomo največji promet dosegali s temi orodji ter z njimi zavzeli pričakovani tržni delež.

Reprezentanti	Cena v €
Rezkarji za parket 180 x B x 60 DIN 280 -HM	1.500 €
Rezkarji za parket 160 x B x 60 DIN 280 -HM	1.060 €
Rezkarji za opaž 180 x B x 40 -HSS	1.000 €
Rezkarji za opaž 160 x B x 40 -HSS	880 €
Skobelna glava 123 x 100 x 40 Z=4	440 €
Skobelna glava 160 x 100 x 40 Z=6	660 €
Rezkarji za vzdolžni spoj 120 x 50 x 30 Z=3 -HSS	580 €
Rezkarji za vzdolžni spoj 160 x 50 x 40 Z=4 -HSS	780 €
Brazdni rezkar 140 x 50 x 30 Z=3 P6 -HSS	820 €
Brazdni rezkar 160 x 80 x 50 Z=4 P8 -HSS	1.200 €

Tabela 21: Cenik ključnih reprezentantov
Vir: Lasten

4.3.10 Napoved prodaje

4.3.10.1 Osnove za napoved realistične prodaje

Pri napovedi za obseg prodaje izhajamo iz dosedanjih rezultatov prodaje, predhodne ocene potreb na trgu in našega predvidenega tržnega deleža.

4.3.10.2 Pogoji za pesimistično napoved

- dumpinške cene konkurence, da nam prepreči vstop na trg
- zavračanje tržišča (nezaupanje novih kupcev v našo blagovno znamko)
- nepričakovano povečanje cen repromateriala
- nesorazmerna porast stroškov dela

4.3.10.3 Pogoji za optimistični napoved

- zelo ugoden odziv kupcev na novo blagovno znamko
- večja realizacija proizvodnje
- večje povpraševanje in s tem povečana prodaja
- pridobitev poslovno uspešnih zastopnikov v tujini

- izhod iz recesije

4.3.10.4 Izbira prodajnih poti

- prodaja na terenu
- prodaja preko zastopnikov
- prodaja v lastnih poslovnih prostorih

4.3.10.5 Prodajni pogoji

- predplačilo
- plačilo na obroke
- odlog plačila
- konsignacijska prodaja za standardne izdelke
- progresivna rabatna lestvica za zastopnike

4.3.10.6 Način in stroški distribucije

Na domačem in tujem trgu uporabljamo pariteto FCA Maribor – naše podjetje.

Vse dodatne stroške zaračunavamo po dejanskih stroških ali dajemo nalog za prevoz našemu logističnemu partnerju.

Vrsta prodaje	EM	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Rezkarji za parket 180 x B x 60 DIN 280 -HM	**kos**	**200**	**220**	**253**	**342**
Rezkarji za parket 160 x B x 60 DIN 280 -HM	**kos**	**150**	**165**	**190**	**257**
Rezkarji za opaž 180 x B x 40 -HSS	**kos**	**110**	**121**	**140**	**189**
Rezkarji za opaž 160 x B x 40 -HSS	**kos**	**50**	**55**	**64**	**87**
Skobelna glava 123 x 100 x 40 Z=4	**kos**	**50**	**55**	**64**	**87**
Skobelna glava 160 x 100 x 40 Z=6	**kos**	**100**	**110**	**127**	**172**
Rezkarji za vzdolžni spoj 120 x 50 x 30 Z=3 -HSS	**kos**	**60**	**66**	**76**	**103**
Rezkarji za vzdolžni spoj 160 x 50 x 40 Z=4 -HSS	**kos**	**60**	**66**	**76**	**103**
Brazdni rezkar 140 x 50 x 30 Z=3 P6 -HSS	**kos**	**50**	**55**	**64**	**87**
Brazdni rezkar 160 x 80 x 50 Z=4 P8 -HSS	**kos**	**50**	**55**	**64**	**87**
Skupaj	**kos**	**880**	**968**	**1118**	**1514**

Tabela 22: Količinska napoved prodaje
Vir: Lasten

Vrsta prodaje	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Rezkarji za parket 180 x B x 60 DIN 280 -HM	**300.000 €**	**330.000 €**	**379.500 €**	**513.000 €**
Rezkarji za parket 160 x B x 60 DIN 280 -HM	**159.000 €**	**174.900 €**	**201.400 €**	**272.420 €**
Rezkarji za opaž 180 x B x 40 -HSS	**110.000 €**	**121.000 €**	**140.000 €**	**189.000 €**
Rezkarji za opaž 160 x B x 40 -HSS	**44.000 €**	**48.400 €**	**56.320 €**	**76.560 €**
Skobelna glava 123 x 100 x 40 Z=4	**22.000 €**	**24.200 €**	**28.160 €**	**38.280 €**
Skobelna glava 160 x 100 x 40 Z=6	**66.000 €**	**72.600 €**	**83.820 €**	**113.520 €**
Rezkarji za vzdolžni spoj 120 x 50 x 30 Z=3 -HSS	**34.800 €**	**38.280 €**	**44.080 €**	**59.740 €**
Rezkarji za vzdolžni spoj 160 x 50 x 40 Z=4 -HSS	**46.800 €**	**51.480 €**	**59.280 €**	**80.340 €**
Brazdni rezkar 140 x 50 x 30 Z=3 P6 -HSS	**41.000 €**	**45.100 €**	**52.480 €**	**71.340 €**
Brazdni rezkar 160 x 80 x 50 Z=4 P8 -HSS	**60.000 €**	**66.000 €**	**76.800 €**	**104.400 €**
Skupaj realistična napoved	**883.600 €**	**971.960 €**	**1.121.840 €**	**1.518.600 €**
Skupaj pesimistična napoved	**706.880 €**	**777.568 €**	**897.472 €**	**1.214.880 €**
Skupaj optimistična napoved	**971.960 €**	**1.069.156 €**	**1.234.024 €**	**1.670.460 €**
Povprečni mesečni realni promet	**73.633 €**	**80.997 €**	**93.487 €**	**126.550 €**

Tabela 23: Vrednostna napoved prodaje
Vir: Lasten

Prikazana napoved je po naši presoji realistična in realno dosegljiva. Pesimistična napoved je za 20% nižja od realistične, ki je tako po našem mnenju dosegljiva in uresničljiva. Optimistični plan pa je za 10% višji od realističnega. Prepričani smo, da nam bo uspelo izpolniti optimistični plan že v prvem, tu načrtovanem letu poslovanja. S tem bodo naše proizvodne kapacitete izkoriščene 70%.

4.3.11 Nabava

4.3.11.1 Predmet nabave

Predmeti nabave podjetja so naslednji:

- jeklena pločevina,
- jeklene palice,
- ploščice iz karbidnih trdin,
- varilni material za hladno spajkanje,
- barve in laki,
- obdelovalna orodja,
- embalaža,
- razno (pisarniški material, čistila...).

4.3.11.2 Ključni dobavitelji

Naši ključni dobavitelji nam dobavljajo repromateriale in orodja potrebna v proizvodnji. Ključni dobavitelji so:

- Merkur d.d., Naklo,
- Inotehna d.o.o., Celje,
- Prevent TRO d.o.o, Prevalje,
- Zlatarna Celje d.o.o., Celje,
- Helios d.d., Domžale,
- BTS &Co. d.o.o., Ljubljana,
- Kartonaža d.o.o., Murska Sobota,
- Mladinska knjiga d.d., Ljubljana.

4.3.11.3 Osnove za napoved nabave

Osnove za napoved nabave izhajajo iz načrta prodaje, ki je že bil predstavljen v tem poslovnem načrtu, iz normativov (kosovnice) in seveda od cen dobaviteljev.

Po naših izkušnjah se giblje delež nabave repromaterialov okoli 35% prodajne vrednosti gotovega orodja.

4.3.12 Napoved nabave v €

Vrsta nabave	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
Vgradni material	**291.588 €**	**320.747 €**	**370.207 €**	**501.138 €**
Potrošni material	**17.672 €**	**19.439 €**	**22.437 €**	**30.372 €**
Skupaj nabava	**309.260 €**	**340.186 €**	**392.644 €**	**531.510 €**

Tabela 24: Napoved nabave
Vir: Lasten

4.3.12.1 Pogoji nabave

Ugodnosti na področju nabave bomo imeli zaradi poznavanja dobaviteljev, njihovih cen in plačilnih pogojev. Z njimi imamo že od začetka poslovanja sklenjene dogovore o rednem dobavljanju materialov in odlogu plačila.

Tudi v prihodnje se bomo trudili plačevati vse račune v valutnem roku in s tem zniževati stroške nabave z uveljavljanjem rabata za sprotno plačilo.

4.3.13 Drugi tržni dejavniki

4.3.13.1 Predstavitev dejavnosti

TOOLCO d.o.o.

Proizvodnja in prodaja strojev in orodij za obdelavo lesa

Pajkova 6

2000 Maribor

Naslov spletne strani: www.toolco.si

Elektronska pošta: info@toolco.si

Logotip podjetja:



Slika 4: Logotip podjetja
Vir: www.toolco.si, dne 15.6.2011

4.3.13.2 Reklama

Naše podjetje se bo predstavljalo v strokovnih revijah, na sejmih in s svojo spletno stranjo na internetu.
Predvideni stroški za reklamo bodo znašali:

- prvo leto 2.000,00 € / leto
- drugo leto 6.000,00 € / leto
- ostala leta 4.000,00 € / leto

4.3.13.3 Oblikovanje

Danes je oblikovanje pri skoraj vseh industrijskih proizvodih pomembna komponenta. Zagotavlja prepoznavnost med konkurenco in vzpodbuja kupca pri njegovi odločitvi za nakup.

Hkrati pa je tudi kupec ponosen na lepo orodje v delavnici.

Iz tega razloga smo se odločili, da vsa orodja barvamo v živo rumeni barvi. Ta je hkrati opozorilna in vpadljiva ter se s tem loči od klasičnih zelenih tonov naših tekmecev.

4.4 Načrt organizacije in človeških virov

4.4.1 Makroorganizacijska oblika

- družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)

4.4.2 Mikroorganizacijski postopki

- načrtovanje
- planiranje proizvodnje
- proizvodnja
- vodenje zalog
- prodaja
- financiranje

4.4.3 Vodilni kader

Direktor:

Ervin Zupančič je kot direktor zadolžen za koordinacijo in vodenje podjetja.

Direktor ima že 14 letne izkušnje z vodenjem proizvodnje, izdelavo in projektiranjem lesno obdelovalnih orodij. Hkrati je vešč finančnega poslovanja in ima izkušnje z vodenjem ljudi.

4.4.4 Kadrovska projekcija zaposlenih

Delovno mesto	Izobrazba		Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Direktor	**VI**		**1**	**1**	**1**	**1**
Komercialist	**VI**		**1**	**1**	**2**	**2**
Projektant	**VII**		**1**	**1**	**1**	**1**
Tehnolog	**V**		**1**	**1**	**1**	**1**
Strugar	**IV**		**2**	**2**	**2**	**3**
Rezkalec	**IV**		**2**	**2**	**2**	**3**
Brusilec	**IV**		**2**	**2**	**2**	**3**
Ključavničar	**IV**		**2**	**2**	**2**	**3**
Rezalec	**IV**		**1**	**1**	**1**	**2**
Pomožni delavec	**III**		**1**	**1**	**1**	**1**
Skupaj zaposleni			**14**	**14**	**15**	**20**

Tabela 25: Kadrovska projekcija zaposlenih
Vir: Lasten

4.4.4.1 Projekcija rasti plač

Delovno mesto	NNP / mes	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Direktor	**1.600 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+10%**
Komercialist	**1.300 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+10%**
Projektant	**1.400 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+8%**
Tehnolog	**1.300 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+8%**
Strugar	**1.000 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+8%**
Rezkalec	**1.000 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+8%**
Brusilec	**1.000 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+8%**
Ključavničar	**1.000 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+8%**
Rezalec	**1.000 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+8%**
Pomožni delavec	**800 €**	**+0%**	**+5%**	**+5%**	**+8%**

Tabela 26: Projekcija rasti plač
Vir: Lasten

NNP = normalna neto plača

4.4.4.2 Projekcija višine plač, glede na posamezen profil zaposlenih

Delovno mesto	NNP / mes	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Direktor	**1.600 €**	**1.600 €**	**1.680 €**	**1.764 €**	**1.940 €**
Komercialist	**1.300 €**	**1.300 €**	**1.365 €**	**1.433 €**	**1.577 €**
Projektant	**1.400 €**	**1.400 €**	**1.470 €**	**1.544 €**	**1.667 €**
Tehnolog	**1.300 €**	**1.300 €**	**1.365 €**	**1.433 €**	**1.548 €**
Strugar	**1.000 €**	**1.000 €**	**1.050 €**	**1.103 €**	**1.191 €**
Rezkalec	**1.000 €**	**1.000 €**	**1.050 €**	**1.103 €**	**1.191 €**
Brusilec	**1.000 €**	**1.000 €**	**1.050 €**	**1.103 €**	**1.191 €**
Ključavničar	**1.000 €**	**1.000 €**	**1.050 €**	**1.103 €**	**1.191 €**
Rezalec	**1.000 €**	**1.000 €**	**1.050 €**	**1.103 €**	**1.191 €**
Pomožni delavec	**800 €**	**800 €**	**840 €**	**882 €**	**953 €**
Skupaj neto plača / mesec		**11.400 €**	**9.240 €**	**10.164 €**	**10.672 €**

Tabela 27: Projekcija višine plač, glede na posamezen profil zaposlenih
Vir: lasten

4.4.4.3 Sumarna projekcija plač, glede na število zaposlenih

Delovno mesto	št. zaposlenih	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Direktor	1/1/1/1	1.600 €	1.680 €	1.764 €	1.940 €
Komercialist	1/1/2/2	1.300 €	1.365 €	2.867 €	3.153 €
Projektant	1/1/1/1	1.400 €	1.470 €	1.544 €	1.667 €
Tehnolog	1/1/1/1	1.300 €	1.365 €	1.433 €	1.548 €
Strugar	2/2/2/3	2.000 €	2.100 €	2.205 €	3.572 €
Rezkalec	2/2/2/3	2.000 €	2.100 €	2.205 €	3.572 €
Brusilec	2/2/2/3	2.000 €	2.100 €	2.205 €	3.572 €
Ključavničar	2/2/2/3	2.000 €	2.100 €	2.205 €	3.572 €
Rezalec	1/1/1/2	1.000 €	1.050 €	1.103 €	2.381 €
Pomožni delavec	1/1/1/1	800 €	840 €	882 €	953 €
Skupaj neto plače/mesec		15.400 €	16.170 €	18.412 €	25.931 €
Skupaj neto plače/letno		184.800 €	194.040 €	220.941 €	311.170 €
Skupaj bruto plače/letno		288.288 €	302.702 €	344.668 €	485.425 €

Tabela 28: Sumarna projekcija plač glede na število zaposlenih
Vir: Lasten

BOD =NNP x 1,56 x 12 mesecev v letu

BOD = bruto osebni dohodek

NNP = normalna neto plača

4.4.4.4 Stroški nadomestil glede na število zaposlenih

	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Prehrana	13.440 €	13.440 €	14.400 €	19.200 €
Regres	8.400 €	8.400 €	9.000 €	12.000 €
Ostalo	1.960 €	1.960 €	2.100 €	2.800 €
Število zaposlenih	14	14	15	20
Skupaj:	23.800 €	23.800 €	25.500 €	34.000 €

Tabela 29: Stroški nadomestil glede na številozaposlenih
Vir: Lasten

4.4.4.5 Računovodski in drugi strokovni posli

Računovodstvo nam izvaja računovodski servis Rubikon d.o.o., za približno 450 € na mesec. To znaša na leto 5.400 €, kar je ceneje, kot če bi imelo podjetje lastno računovodstvo.

Enkrat tedensko predamo dokumentacijo računovodskemu servisu, ki nam vodi glavno knjigo, izdela letne bilance, obračunava osebne dohodke, davke in vodi materialno knjigovodstvo.

Poslužujemo se tudi storitev, ki jih nudi podjetje "E-Kompenzacije d.o.o.", ki poskuša izterjati težko izterljive dolgove in najti kompenzacijsko verigo za pokritje odprtih terjatev. Svoje stroške pokrivajo z deležem izterjanih dolgov.

Računalniško in programsko opremo v podjetju vzdržuje podjetje "Koala d.o.o.", ki skrbi za delovanje vseh računalnikov, tiskalnikov in druge opreme. Nadalje skrbijo za varovanje podatkov in vzdrževanje protivirusne zaščite celotnega računalniškega sistema. Z njimi ima podjetje sklenjeno pogodbo o vzdrževanju, ki vključuje 24 urno odpravo napak s kratkim odzivnim časom.

Mesečni stroški znašajo cca 150 € , to je 1.800 € letno.

4.5 Pogoji poslovanja

4.5.1 Znanje

V podjetju imajo vsi zaposleni visoko predznanje. Dodatno se bo naš vodilni kader izobraževal predvsem v smeri podjetništva, logistike, novih programskih orodij, financ in managementa.

4.5.2 Poslovni prostori

V najem smo vzeli 460 m² poslovno-proizvodnih prostorov v Mariboru, Pajkova ulica 6. Od tega je 420 m² proizvodnih in 40 m² skladiščnih prostorov.

V teh prostorih imamo upravo, lastno projektivo, proizvodnjo in skladišče.

Najemnina za m² je 3 €, torej skupaj 1.380 € mesečno oziroma 16.560 € na letni ravni.

4.5.3 Oprema

4.5.3.1 Obstoječa oprema

Oprema, ki se nahaja v proizvodnih prostorih, ki so najeti, je uporabna za našo proizvodnjo. Objekt je opremljen z močnostnim električnim priključkom (3x400V, 50Hz, 100 A varovalke), osnovnim priklopom na vodovodno in kanalizacijsko omrežje, ISDN telefonskim priključkom in ogrevalnim sistemom.

Poslovni prostori so opremljeni z funkcionalnim pisarniškim pohištvom in so primerno urejeni. Proizvodni prostori imajo 4m višine, so svetli in zračni ter primerni za kovinsko predelovalno industrijo. Najemodajalec ima uporabno dovoljenje za zgradbo in poslovne prostore. V prostorih se že vrsto let izvaja podobna proizvodna dejavnost, zato so bila predhodno že pridobljena vsa soglasja pristojnih inšpekcijskih služb in sosedov.

V desetem letu poslovanja bomo poskusili odkupiti najete proizvodne prostore ali zagotoviti financiranje novogradnje na bolj primerni lokaciji, v kolikor bodo to finančni in poslovni rezultati dopuščali.

4.5.3.2 Načrtovana oprema

Načrtovan je nakup naslednje opreme:[4]

Vrsta opreme	Količina	Cena	Vrednost
Računalnik	**4**	**700 €**	**2.800 €**
Telefon	**4**	**120 €**	**480 €**
Univerzalna stružnica	**1**	**6.750 €**	**6.750 €**
CNC stružnica	**1**	**33.400 €**	**33.400 €**
CNC rezkalni stroj	**1**	**27.000 €**	**27.000 €**
Univerzalni rezkalni stroj	**1**	**11.490 €**	**11.490 €**
Brusilni stroj za okroglo brušenje	**1**	**18.500 €**	**18.500 €**
Brusilni stroj za ploskovno brušenje	**1**	**13.200 €**	**13.200 €**
Stebrni vrtalni stroj	**1**	**3.100 €**	**3.100 €**
Stroj za uravnovešanje	**1**	**6.700 €**	**6.700 €**
Lakirna pištola	**1**	**290 €**	**290 €**
Tračna žaga	**1**	**4.300 €**	**4.300 €**
CNC rezalnik	**1**	**23.700 €**	**23.700 €**
Električni viličar	**1**	**8.200 €**	**8.200 €**
Ročni paletni viličar	**1**	**330 €**	**330 €**
Batni kompresor	**1**	**1.500 €**	**1.500 €**
Garnitura ročnega orodja	**2**	**870 €**	**1.740 €**
Kotni brusilnik	**2**	**150 €**	**300 €**
Digitalno pomično merilo	**11**	**50 €**	**550 €**
Merilna ura /komplet	**2**	**290 €**	**580 €**
Mikrometer/komplet	**2**	**500 €**	**1.000 €**
Transportno/dostavni avto	**1**	**14.500 €**	**14.500 €**
Skupaj:			**180.410 €**

Tabela 30: Načrtovan nakup opreme
Vir: Lasten

[4]Glej priloge 12 do 27.

Poleg vlaganj v načrtovano opremo načrtujemo za zagon in preizkus ključne opreme še 29.590 € trajnih obratnih sredstev, tako da znaša skupna naložba v 1. letu poslovanja po tem poslovnem načrtu 210.000 € .

4.5.3.3 Finančni viri za naložbe

V prvem tu načrtovanem letu mora podjetje skladno s tehnično tehnološkimi potrebami ter ustrezno kapacitativnostjo investirati v dopolnitev strojev ter opreme in to vseskozi posodabljati oziroma obnavljati. Pri naložbah gre v glavnem za strojno opremo, kjer znaša amortizacijska doba 8 let, kar upoštevamo v finančnih načrtih, zato letno stopnjo amortizacije obračunavamo z 12,5 % na vrednost osnovnih sredstev.

Za realizacijo naložbe v stroje in opremo v načrtovanem letu 1 predvidevamo naslednjo finančno konstrukcijo virov:

	Znesek
Lastna sredstva podjetja:	**80.000 EUR**
Bančni kredit:	**130.000 EUR**
Skupaj sredstva:	**210.000 EUR**

Tabela 31: Finančni viri za naložbe
Vir: Lasten

4.5.3.4 Bančno poslovanje

Že v preteklosti smo se odločili za dolgoročno sodelovanje s Probanko d.d. iz Maribora, saj ugotavljamo, da imajo posluh za podjetnike z vizijo. Pri tej banki je odprt transakcijski račun podjetja in tu načrtujemo tudi najem dolgoročnega namenskega kredita za nakup opreme.

4.5.4 Pregled vlaganja v osnovna sredstva

	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
vložek v osnovna sredstva:	**180.410 €**	**50.000 €**	**50.000 €**	**70.000 €**

Tabela 32: Pregled vlaganja v osnovna sredstva
Vir: Lasten

4.5.5 Anuitetni načrt za kredit

Višina kredita je 130.000 €, obrestna mera 7 %, doba odplačevanja 6 let.

Leto	Ostanek dolga	Glavnica	Obresti	Anuiteta
1	111.826,55 €	18.173,45 €	9.100,00 €	27.273,45 €
2	92.380,95 €	19.445,60 €	7.827,86 €	27.273,45 €
3	71.574,16 €	20.806,79 €	6.466,67 €	27.273,45 €
4	49.310,90 €	22.263,26 €	5.010,19 €	27.273,45 €
5	25.489,21 €	23.821,69 €	3.451,76 €	27.273,45 €
6	- €	25.489,21 €	1.784,24 €	27.273,45 €
Skupaj		**130.000,00 €**	**33.640,72 €**	**163.640,72 €**

Tabela 33: Anuitetni načrt za kredit
Vir: Lasten

4.6 Finančni načrt

4.6.1 Načrt stroškov

Vrsta stroškov	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
A. SPREMENLJIVI STROŠKI				
1. Nabavna vrednost materiala	309.260 €	340.186 €	392.644 €	531.510 €
2. Nabavna vrednost blaga				
3. Stroški proizvodnih storitev	3.750 €	4.130 €	4.740 €	6.400 €
4. Stroški zalog				
5. Spremenljivi del plač - bruto				
6. Pogodbena ali avtorska dela				
Skupaj spremenljivi stroški	**313.010 €**	**344.316 €**	**397.384 €**	**537.910 €**
B. STALNI STROŠKI				
1. Stalni del plač - bruto	288.300 €	302.700 €	344.700 €	485.400 €
2. Davki in prispevki na plače in pog.dela	46.128 €	48.432 €	55.152 €	77.664 €
3. Režijske tuje storitve	7.200 €	7.500 €	7.900 €	8.300 €
4. Režijski material in drobni inventar	5.500 €	5.780 €	6.060 €	6.370 €
5. Amortizacija	14.400 €	15.100 €	15.900 €	16.700 €
6. Stroški zakupa				
7. Električna energija in omrežnina	10.000 €	10.500 €	11.030 €	11.580 €
8. Telefon, mobitel in internet	3.350 €	3.520 €	3.690 €	3.880 €
9. Komunala	1.600 €	1.660 €	1.730 €	1.800 €
10. Najemnina	16.550 €	17.200 €	17.900 €	18.600 €
11. Reklama	2.000 €	6.000 €	4.000 €	4.000 €
12. Zavarovanje	1.040 €	1.090 €	1.150 €	1.210 €
13. Drugi stroški	29.180 €	29.290 €	31.330 €	41.770 €
- potni stroški	5.600 €	5.600 €	6.000 €	8.000 €
- prehrana	13.440 €	13.440 €	14.400 €	19.200 €
- regres	8.400 €	8.400 €	9.000 €	12.000 €
- ostalo	1.960 €	1.960 €	2.100 €	2.800 €
Skupaj stalni stroški	**454.648 €**	**478.172 €**	**532.042 €**	**719.274 €**
C. STROŠKI FINANCIRANJA				
1. Obresti dolgoročnih kreditov	9.100 €	7.828 €	6.467 €	5.010 €
2. Obresti kratkoročnih kreditov				
Skupaj stroški financiranja	**9.100 €**	**7.828 €**	**6.467 €**	**5.010 €**
D. IZREDNI ODHODKI				
E. SKUPNI STROŠKI	**472.848 €**	**493.828 €**	**544.975 €**	**729.294 €**

Tabela 34: Načrt stroškov
Vir: Lasten

4.6.2 Načrt bilance uspeha

Vrsta stroškov	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
1. PRIHODKI	**883.600 €**	**971.960 €**	**1.121.840 €**	**1.518.600 €**
1.1. Prihodki od prodaje	883.600 €	971.960 €	1.121.840 €	1.518.600 €
1.2. Prihodki od financiranja				
1.3. Izredni prihodki				
2. ODHODKI	**798.088 €**	**851.266 €**	**956.233 €**	**1.280.874 €**
2.1. Stroški začetnih zalog				
2.2. Stroški končnih zalog				
2.3. Stroški nakupa materiala	309.260 €	340.186 €	392.644 €	531.510 €
2.4. Nabavna vrednost blaga				
2.5. Stroški storitev	3.750 €	4.130 €	4.740 €	6.400 €
2.6. Amortizacija	14.400 €	15.100 €	15.900 €	16.700 €
2.7. Plače bruto	288.300 €	302.700 €	344.700 €	485.400 €
2.8. Davki in prispevki	46.128 €	48.432 €	55.152 €	77.664 €
2.9. Ostali stroški poslovanja	127.150 €	132.890 €	136.630 €	158.190 €
2.10. Odhodki od financiranja	9.100 €	7.828 €	6.467 €	5.010 €
2.11. Izredni odhodki				
2.12. Pokritje izgube prejšnjih let				
3.DOBIČEK PRED OBDAVČENJEM	**85.512 €**	**120.694 €**	**165.607 €**	**237.726 €**
4. DAVEK OD DOBIČKA	**21.378 €**	**30.174 €**	**41.402 €**	**59.431 €**
5. ČISTI DOBIČEK	**64.134 €**	**90.521 €**	**124.205 €**	**178.294 €**
6. SREDSTVA ZA REPRODUKCIJO	**78.534 €**	**105.621 €**	**140.105 €**	**194.994 €**

Tabela 35: Načrt bilance uspeha
Vir: Lasten

4.6.3 Kazalnika uspešnosti

Kazalnik	Enačba	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
Koeficient celotne gospodarnosti	prihodki (1.) / odhodki (2.)	1,11	1,14	1,17	1,19
Stopnja dobičkonosnosti prihodkov	dobiček (3.) / prihodki (1.) x 100	9,7%	12,4%	14,8%	15,7%

Tabela 36: Kazalnika uspešnosti
Vir: Lasten

4.6.4 Načrt denarnega toka

Postavka	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
1. ZAČETNI ZNESEK GOTOVINE	80.000 €	93.946 €	134.435 €	208.387 €
2. VPLAČILA	1.013.600 €	971.960 €	1.121.840 €	1.518.600 €
2.1. Prejemki od prodaje	883.600 €	971.960 €	1.121.840 €	1.518.600 €
2.2. Prejemki izrednih prihodkov				
2.3. Prejemki in financiranja	130.000 €			
2.4. Subvencije				
2.5. Druga vplačila				
3. IZPLAČILA	999.654 €	931.472 €	1.047.888 €	1.410.851 €
3.1. Nakup opreme	180.410 €	50.000 €	50.000 €	70.000 €
3.2. Vlaganja v zgradbe				
3.3. Nakup materiala in blaga	309.260 €	340.186 €	392.644 €	531.510 €
3.4. Plačilo kooperacije in storitev	3.750 €	4.130 €	4.740 €	6.400 €
3.5. Plače in prispevki	334.428 €	351.132 €	399.852 €	563.064 €
3.6. Stroški poslovanja	127.150 €	132.890 €	136.630 €	158.190 €
3.7. Anuitete in obresti	27.273 €	27.273 €	27.273 €	27.273 €
3.8. Davek na dobiček	17.383 €	25.861 €	36.749 €	54.414 €
3.9. Druga izplačila				
4. KONČNI ZNESEK GOTOVINE	93.946 €	134.435 €	208.387 €	316.136 €

Tabela 37: Načrt denarnega toka
Vir: Lasten

4.6.5 Prag rentabilnosti

Kazalec	Enačba	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
Vrednosti (v %)	$\frac{\text{stalni stroški}}{\text{prihod. - sprem. stroski}} X100$	79,7%	76,2%	73,4%	73,3%
Prag pokritja stalnih stroškov (v %)	$\frac{\text{stalni stroški}}{\text{prihodki}} X100$	51,5%	49,2%	47,4%	47,4%

Tabela 38: Prag rentabilnosti
Vir: Lasten

4.7 Komentar k finančnemu načrtu

Iz finančnega načrta je razvidno, da je uspešnost poslovanja nadaljevanje dosedanje uspešnosti in da je trend naraščanja poslovne uspešnosti plansko zagotovljen tudi skozi nadaljna 4 leta.

V prihodnjih letih tako pričakujemo nadaljnjo rast dobička, kajti povečali smo število zaposlenih in sledila bo tudi rast proizvodnje.

Zavedamo se pomembnosti vlaganja v tehnološko opremo in posodabljanje proizvodnje, kar nam bo omogočalo konkurenčnost na zahtevnem evropskem tržišču.

Zaradi velikih začetnih vlaganj smo že v začetku vložili v podjetje veliko lastnega kapitala, sedaj pa načrtujemo poleg ustvarjenih sredstev za reprodukcijo v dosedanjem poslovanju še najetje dolgoročnega bančnega kredita v višini 130.000 € z obrestno mero 7 % in z dobo odplačevanja 6 let.

Donosnost kapitala v proizvodnem podjetju je kljub tu načrtovanim vlaganjem zadovoljiva. V prihodnjih letih bomo s povečanim obsegom prodaje ob nizkih stalnih stroških dosegali še višjo rentabilnost.

5 ZAKLJUČEK

Z vizijo podjetja za proizvodnjo lesno obdelovalnega orodja, smo našli tržno nišo in priložnost, da v lastnem podjetju uporabimo pridobljena znanja in bogate izkušnje s področja izdelave orodij in strojev ter popeljemo dobro delujoče podjetje v nadaljnjo rast.

Zavedamo se zmožnosti obstoječe konkurence, vendar nam obseg tržišča, visoka stopnja motivacije, inovativni pristop, tehnična znanja, prilagodljivost kupčevim zahtevam in poznavanje trga dajejo zagotovilo, da bomo v nekaj letih zavzeli pomemben tržni delež.

Zaupamo v poslovno idejo in vemo, da bo podjetje ToolCo d.o.o. dolgoročno uspešno ter se bo zmožno še dodatno uveljaviti na trgu in se kosati z izzivi prihodnosti.

V letih poslovanja sem se velikokrat srečal s pojmom poslovni načrt, vendar sem komaj skozi šolanje na višji šoli za komercialiste Academia, predvsem pa pri predmetu podjetništvo dobil celovit vpogled, kako pomembno je imeti zemljevid podjetniške poti. Vem, da lahko v poslu uspemo tudi brez dodelanega poslovnega načrta, prepričan pa sem, da je z njim lažje in predvsem uspešnejše.

6 SEZNAM UPORABLJENE LITERATURE IN VIROV

6.1 Literatura

1. Antončič, B. et. Al. : *Podjetništvo,* GV Založba, Ljubljana, 2002.
2. Bernik, J. : *Management in vodenje*, Visoka šola za podjetništvo, Portorož, 2000.
3. Boltavzer, Z. : *Podjetništvo-študijsko gradivo*, A.Marksl, Maribor, 2003.
4. Cassar, R. : *Kako pripraviti poslovni načrt – Priročnik*, PCMG Euroinfo center, Ljubljana, 2003.
5. Gavez,S. : *ABC podjetništva*, Lokvanj, Maribor, 1991.
6. Glas,M. :*Moj poslovni načrt*, PCMG Ljubljana, Ljubljana, 1999.
7. Glas, M. : *Podjetništvo 2 - Pripravljam poslovni načrt*, Zavod RS za šolstvo, Ljubljana, 2005.
8. Glas, M., Vidic, F. in Tomšič, J. : *Poslovni načrt (CD ROM)*, GEA College, Ljubljana, 2000.
9. Halloran, J. W. : *The entrepreneur`s guide to starting a successful business*,

   McGraw-Hill, New York, 1992.
10. Ivanuša - Bezjak M. : *Kaj moram vedeti o podjetništvu*, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 1996.
11. Kotler, P. : *Management trženja*, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2004.
12. Kovač, B.: *Uvod v podjetništvo-analiza poslovnega načrta*, Univerza v Ljubljani, Ljubljana, 1990.
13. Kovač, Z. et Al. : *Podjetništvo, ustvarjalnost, inovacije*, Visoka komercialna šola Celje, Celje, 2005.
14. Plut, E. : *Poslovni načrt (CD ROM)*, Creativ Plus, Ljubljana, 2000.
15. Pšeničny, V., Berginc, J., Letonja, M. in Pavlin, I. : *Podjetništvo (CD ROM),* Visoka strokovna šola za podjetništvo, Portorož, 1993.
16. Rajter, M., Zupančič, V., Vovk Škerl, P., Kralj, M. in Gorenak, Š. : *Podjetništvo*, Visoka komercialna šola Celje, Celje, 2008.
17. Stutely, R. : *Uspešen poslovni načrt*, Primath, Ljubljana, 2003.
18. Šauperl, F. : *Podjetništvo*, Višja strokovna šola Academia Maribor, Maribor, 2007.

19. Timmons, J. A. : *The Entrepreneurial Mind*, Brick House, Andover, 1989.

20. Vahčič, A. et Al. : *Osnove podjetništva*, Ekonomska fakulteta Ljubljana, Ljubljana, 2000.

6.2 Internetni viri

1. http://www.in-prime.net, dne 20.7.2011

2. http://www.toolco.si, dne 15.6.2011

7 PRILOGE

Priloga 1– Spremni dopis z vprašalnikom

ToolCo d.o.o.
Proizvodnja orodja in strojev za obdelavo lesa
Pajkova 6 - 2000 Maribor - Slovenija
WEB: www.toolco.si
e-mail: info@toolco.si

Spoštovani,

Pri podjetju **TOOLCO d.o.o.** stremimo k nenehnemu razvoju naših proizvodov in zagotavljanju kakovostnih storitev. Da bi le te bolje prilagodili vašim potrebam, želimo izvedeti tudi vaše mnenje.

Prosimo vas, da si vzamete nekaj minut in izpolnite priloženi vprašalnik ter nam s tem pomagate izpopolniti našo ponudbo.
Zagotavljamo vam anonimnost, podatke pridobljene z anketo bomo uporabili le v lastne statistične namene.

Prosimo, da nam izpolnjen vprašalnik v priloženi kuverti ali pa po elektronski pošti vrnete najkasneje do 30.5.2011.

Ob morebitnih vprašanjih smo za vas dosegljivi na številki:
02 33 18 419 ali po e-mailu info@toolco.si

Za izpolnitev vprašalnika se vam najlepše zahvaljujemo.

Lep pozdrav,

ToolCo d.o.o.

Ervin Zupančič

VPRAŠALNIK

1.	**Proizvodna panoga, kamor se uvršča vaše podjetje:**	Označite z X
a)	mizarska delavnica	☐
b)	izdelava notranje opreme	☐
c)	izdelava stavbnega pohištva	☐
d)	izdelava talnih in stenskih oblog	☐
e)	izdelava sodov	☐
f)	drugo	☐

2.	**Vrsta materiala, ki ga pretežno obdelujete:**	Vpišite v %
a)	mehki masivni les	%
b)	trdi masivni les	%
c)	iverne plošče	%
d)	MDF	%
e)	drugo	%
	Skupaj:	100 %

3.	**Velikost podjetja glede na število zaposlenih:**	Označite z X
a)	mikro podjetje (1-5 zaposlenih)	☐
b)	majhno podjetje (6-15 zaposlenih)	☐
c)	srednje veliko podjetje (16-50 zaposlenih)	☐
d)	veliko podjetje (51 in več zaposlenih)	☐

4.	**Vrsta orodja, ki ga uporabljate:**	Vpišite v %
a)	monolitni rezkarji z rezili iz hitroreznega jekla	%
b)	monolitni rezkarji z rezili iz karbidne trdine	%
c)	rezkarji z izmenljivimi rezili	%
d)	profilne glave z izmenljivimi profilnimi noži	%
e)	drugo	%
	Skupaj:	100 %

5.	**Orodje, ki ga kupujete je pretežno:**	Vpišite v %
a)	orodje standardne oblike in mer po katalogu proizvajalca	%
b)	orodje nestandardne oblike in mer, narejeno po naročilu	%
	Skupaj:	100 %

6.	**Način nakupa orodja:**	Označite z X
a)	pretežno preko posrednika / zastopnika	☐
b)	pretežno neposredno od proizvajalca	☐

7.	**Povprečen čas od naročila do potrebe po orodju:**	Označite z X
a)	do 7 dni	☐
b)	8 do 20 dni	☐
c)	več kot 21 dni	☐

8.	**V kakšnem odstotku se odločate za:**	Vpišite v %
a)	za nakup vedno novega orodja	%
b)	za generalno obnovo orodja	%
	Skupaj:	100 %

9.	**Način vzdrževanja / ostrenja orodja:**	Označite z X
a)	v podjetju imamo lastno ostrilnico oz. stroj za ostrenje orodja	☐
b)	orodje nam ostri pogodbeno podjetje, kamor orodje dostavimo sami	☐
c)	orodje nam ostri pogodbeno podjetje, ki tudi poskrbi za prevzem in dostavo orodja	☐

10.	**Pogostost potrebe po ostrenja orodja:**	Označite z X
a)	vsak dan	☐
b)	vsakih 2 do 14 dni	☐
c)	redkeje, kot pa vsakih 14 dni	☐

11.	**Kakšen pomen ima po vaši oceni,**	Zelo majhen	Majhen	Srednje pomemben	Velik	Zelo velik
	spoštovanje dogovorjenega dobavnega roka orodja?	☐	☐	☐	☐	☐

12.	**Kakšen pomen ima po vaši oceni,**	Zelo majhen	Majhen	Srednje pomemben	Velik	Zelo velik
	višja cena naročenega orodja, če je zato dobavni rok izredno kratek?	☐	☐	☐	☐	☐

13.	**Kakšen pomen ima po vaši oceni,**	Zelo majhen	Majhen	Srednje pomemben	Velik	Zelo velik
	svetovanje ob nakupu orodja?	☐	☐	☐	☐	☐

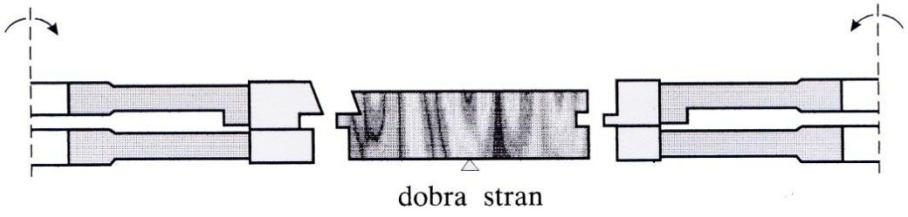
14.	**Kakšen pomen ima po vaši oceni,**	Zelo majhen	Majhen	Srednje pomemben	Velik	Zelo velik
	višja kakovost orodja, če je zato cena nekaj višja?	☐	☐	☐	☐	☐

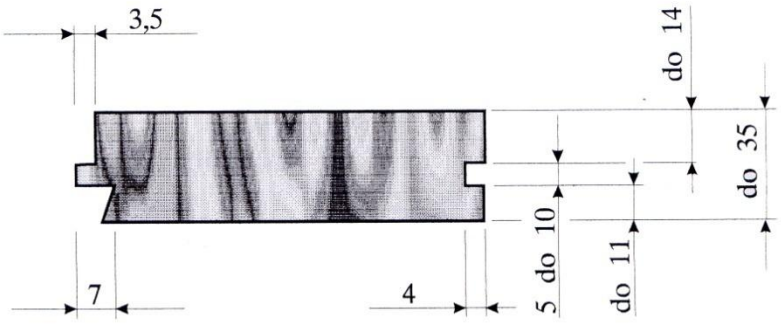
Še enkrat hvala za vaše sodelovanje.

Priloga 2– Primer izdelka





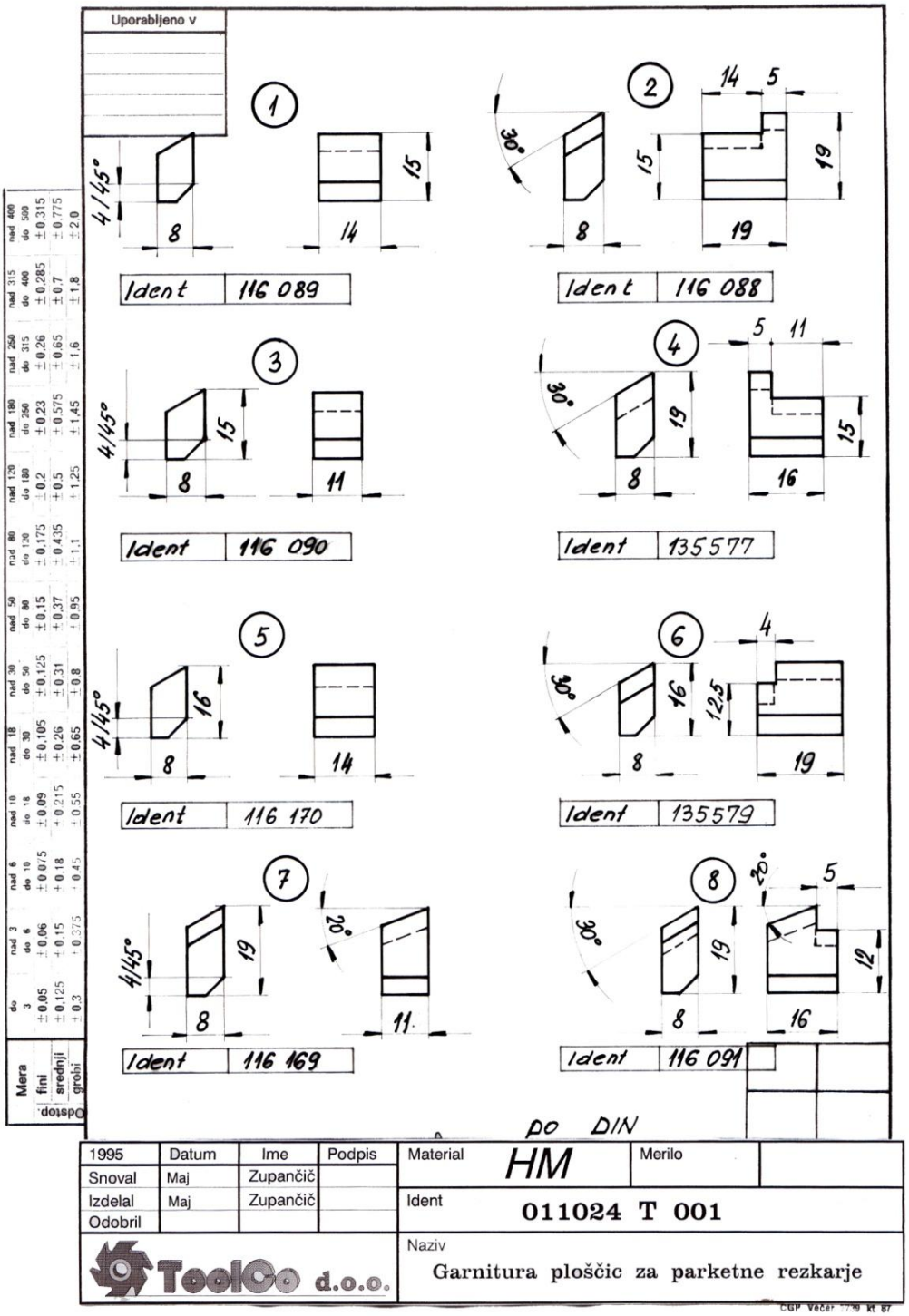




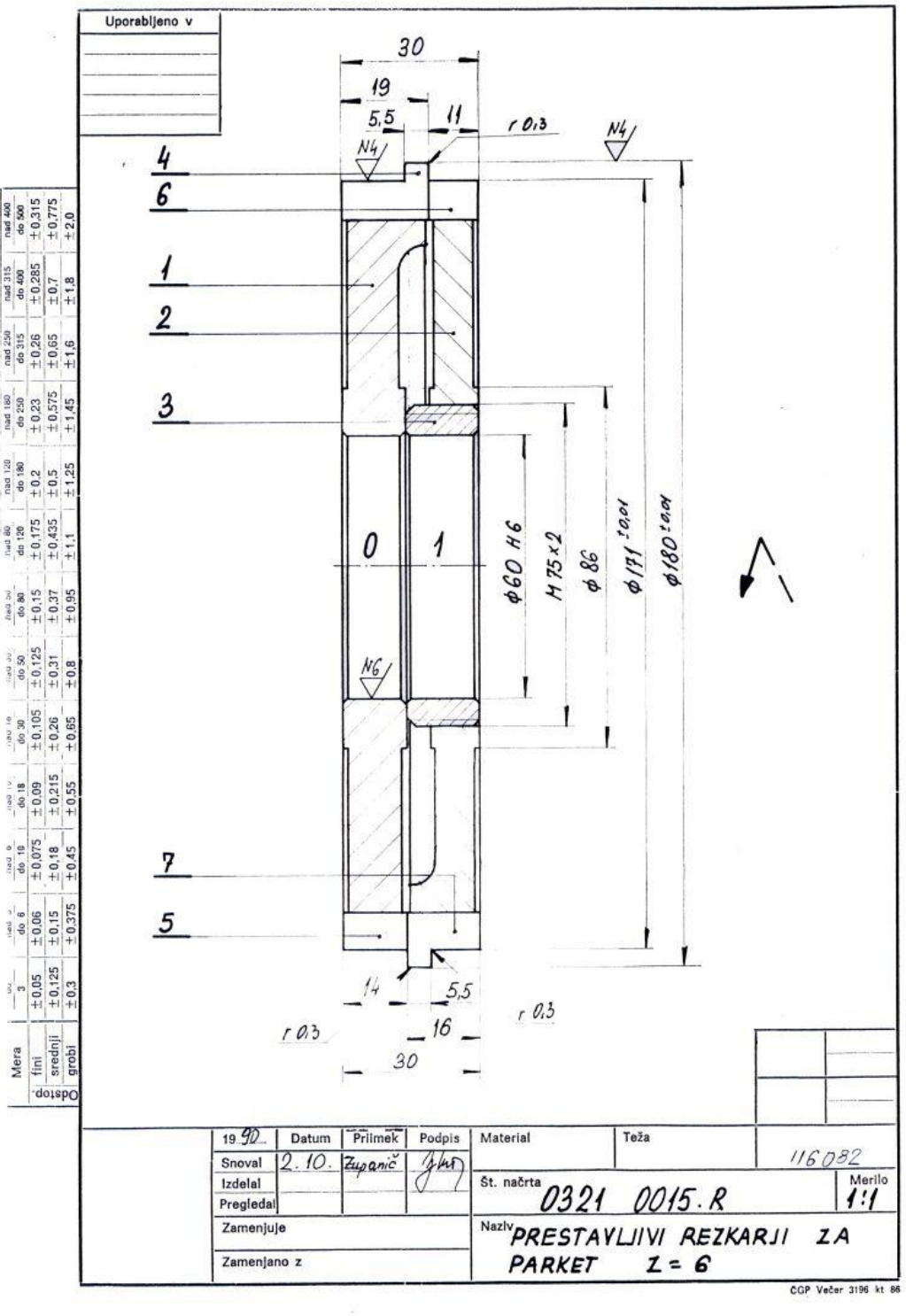
profil spoja po standardu DIN 280 PA

Premer rezkarja ∅D (mm)	Premer izvrtine ∅d (mm)	Število rezil	Kvaliteta
180	30-60	6	HM

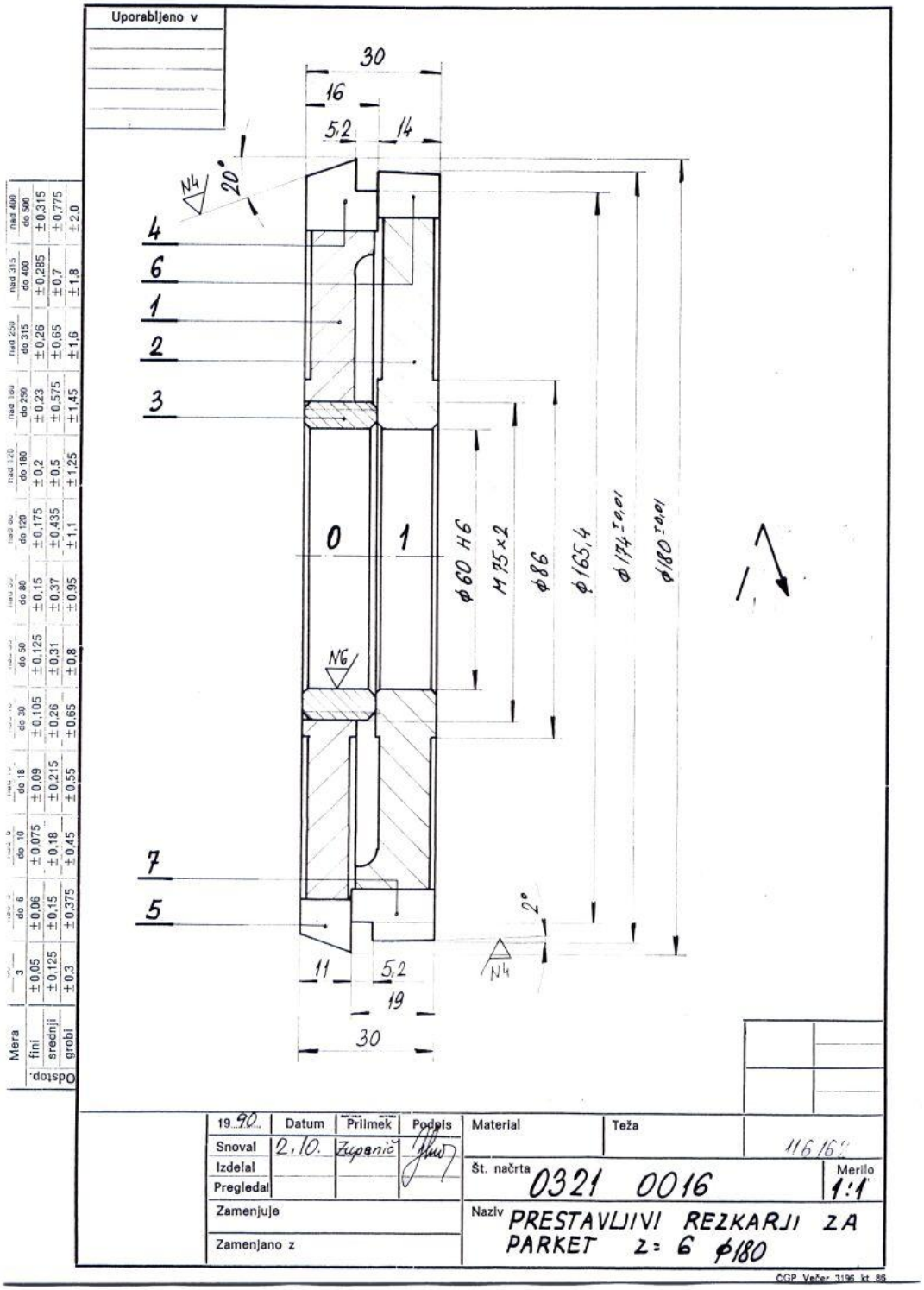
Priloga 3 – Tehnološka shema



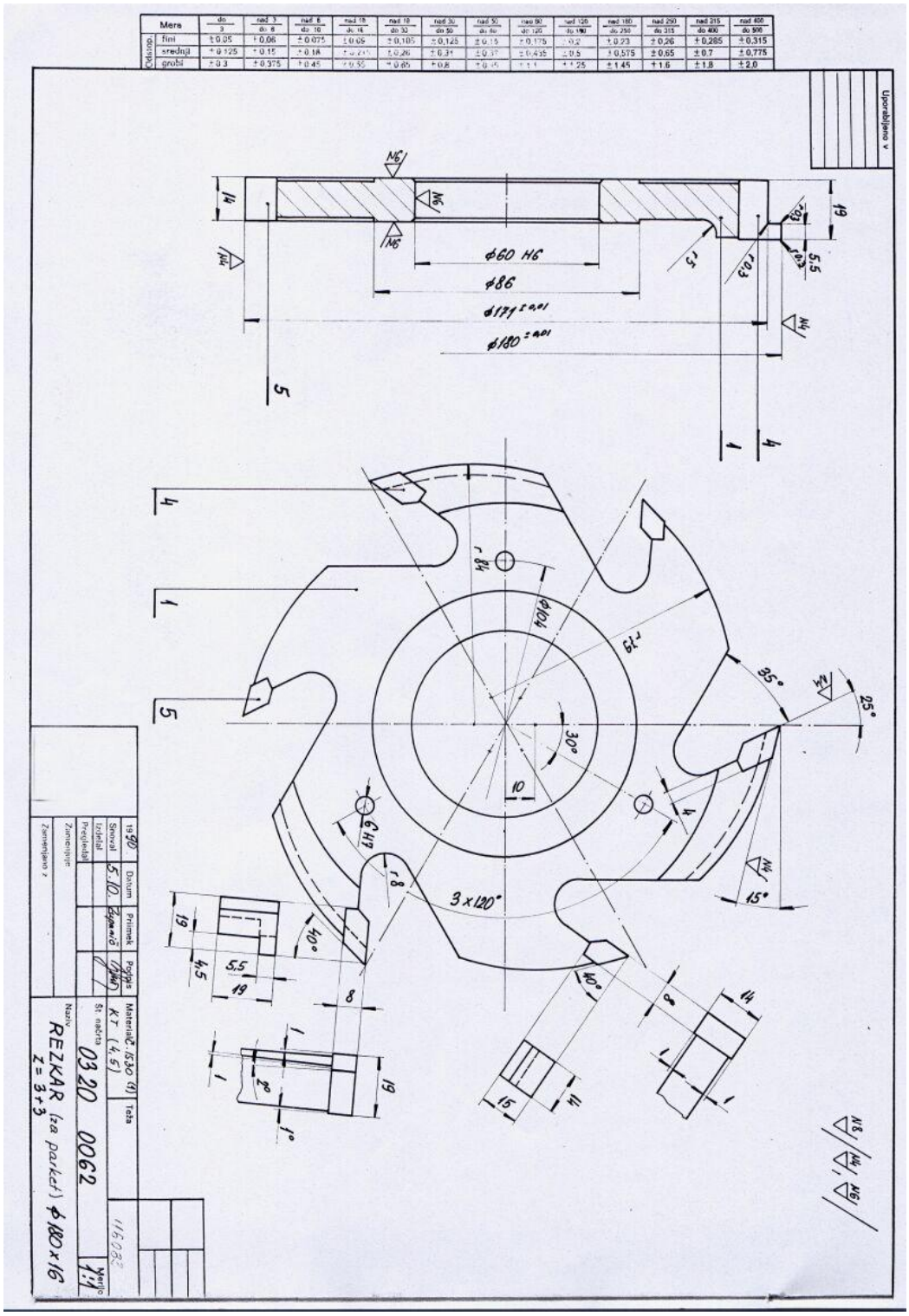
Priloga 4 – Načrt izdelka Prestavljivi rezkar za parket z =6 , sestava desne polovice



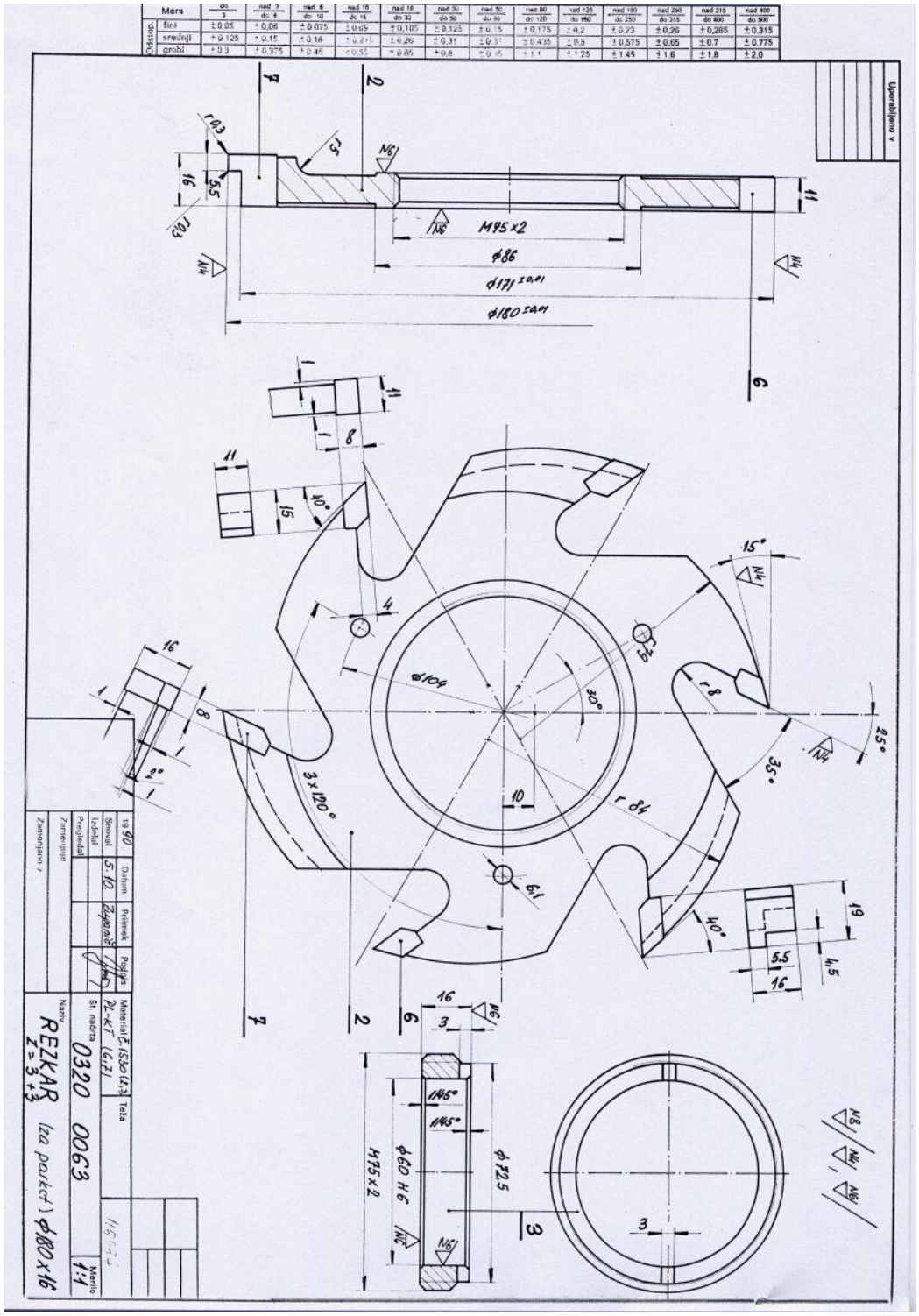
Priloga 5 - Načrt izdelka Prestavljivi rezkar za parket z =6 , sestava leve polovice



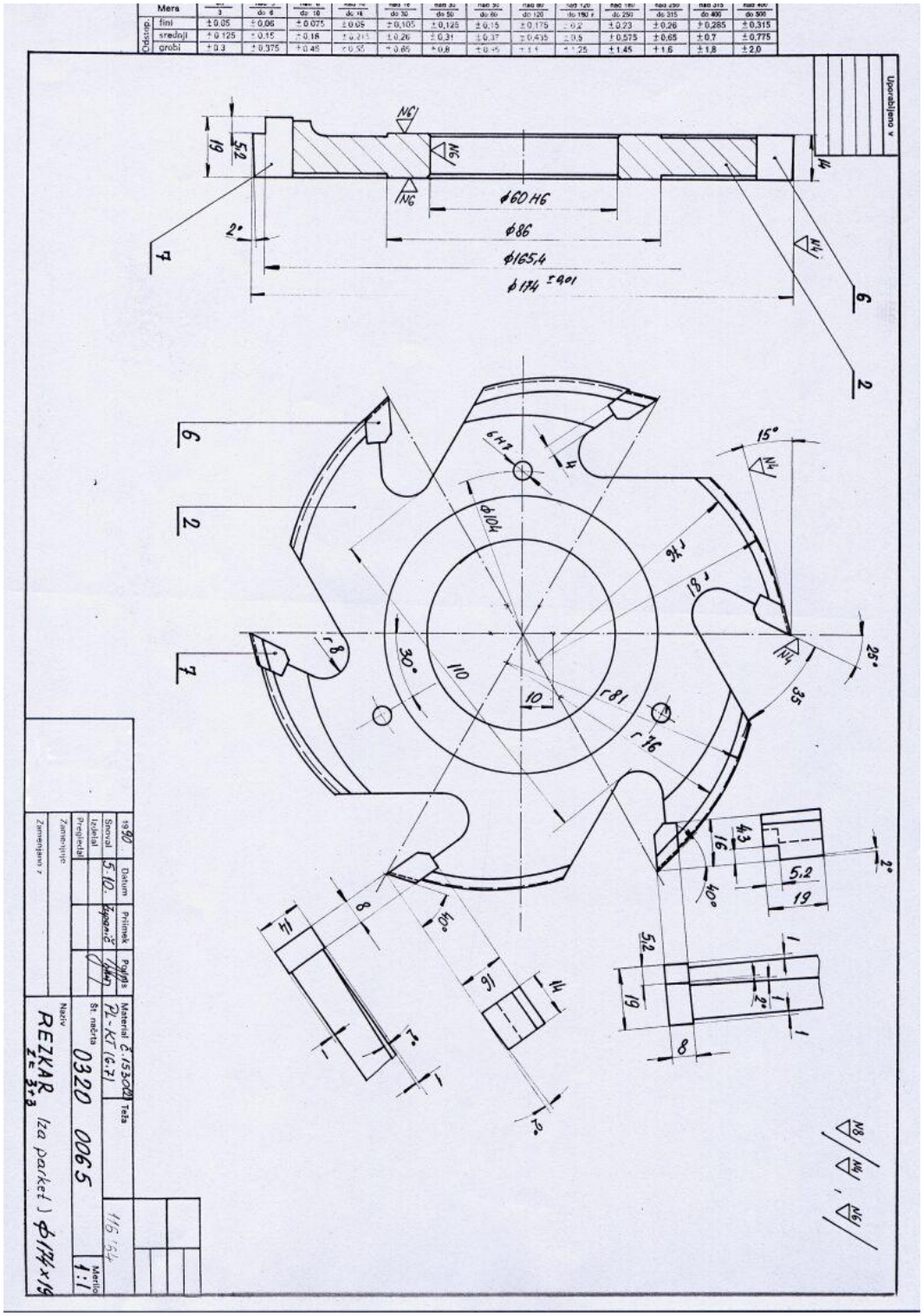
Priloga 6 – Načrt izdelka Rezkar 180 x 16



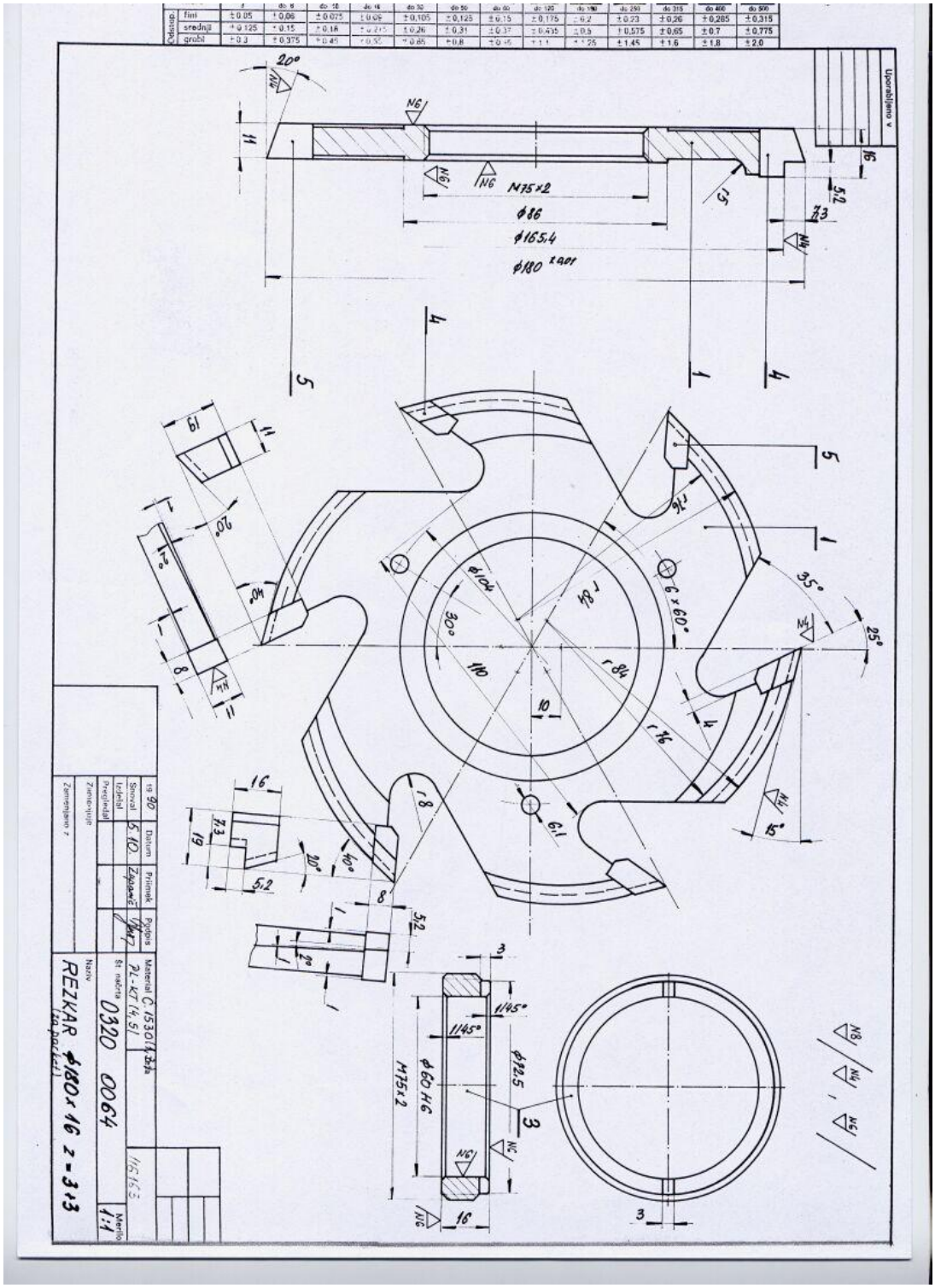
Priloga 7 - Načrt izdelka Rezkar 180 x 16



Priloga 8 - Načrt izdelka Rezkar 174 x 19



Priloga 9- Načrt izdelka Rezkar 180 x 16



Priloga 10– Operacijski list garniture rezkarjev za parket 180xBx60

Naziv:	Garnitura rezkarjev za parket 180xBx60 DIN 280
Številka risbe:	032100.15
	032100.16
Ident:	116082
Delovni nalog:	348/2344
Kosov:	1 garnitura

Op.	Delovno mesto	Delovna operacija	Tpz min	Tpv min
10	1410	Rezanje s plazmo CAD Id. 145678	5	10
15	1510	Struženje po načrtu	15	10
20	1610	Rezkanje označenih sedežev	20	15
25	1230	Robkanje	10	5
30	1230	Razmaščevanje	5	5
35	1320	Trdo lotati ploščice iz karbidne trdine	15	10
40	1230	Ščetkanje	5	5
45	1730	Brušenje izvrtine	10	10
50	1780	Brušenje profila	20	10
55	1830	Uravnovešanje	10	5
60	1910	Barvanje	15	5
65	1000	Kontrola	3	3
70	1230	Embaliranje	5	5

SKUPAJ:	138	98
	236 min	

Priloga 11-Materialni list garniture rezkarjev za parket 180xBx60

Naziv:	**Garnitura rezkarjev za parket 180xBx60 DIN280**
Številka risbe:	**032100.15** **032100.16**
Ident:	**1166082**
Delovni nalog:	**348/2344**
Kosov:	**1 garnitura**

Poz.	Kol.	EM	Naziv
1	20	kg	Pločevina St52, debeline 15 mm
2	20	kg	Pločevina St52, debeline 20 mm
3	1,2	kg	Palica St52, fi 75 mm
4	24	kos	Ploščica HM L40 - garnitura
5	0,02	kg	Zlata spojka Ag 120 L
6	0,5	L	Bencin pralni
7	0,1	kg	Barva Duroplast RAL6021
8	1	kos	Škatla s pokrovom 190x190x60

Načrtovana tehnološka oprema za 1. leto delovanja po tem poslovnem načrtu

Priloga 12



Naziv:	-	Univerzalna stružnica KNUTH
tip:	-	DM 1000 A
max. premer struženja	-	∅ 400 mm
max. dolžina struženja	-	1000 mm
svetlina vretena	-	∅ 53 mm
število pomikov	-	115
vzdolžni pomik	-	0,04 do 1,06 mm
prečni pomik	-	0,02 do 0,53 mm
vrtljaji glavnega vretena	-	30 do 1600 obr/min
dimenzija (DxŠxV)	-	2200x1230x960 mm
teža	-	1450 kg
oprema:	-	digitalno pozicioniranje, komplet stružnih nožev, dodatna stružna glava, vrtljiva konica

dobavitelj: KNUTH Slovenija d.o.o.
Prešernova 25
1000 Ljubljana

Priloga 13



Naziv:	-	CNC stružnica KNUTH
tip:	-	NUMTRON 400
max. premer struženja	-	∅ 400 mm
max. dolžina struženja	-	1000 mm
svetlina vretena	-	∅ 65 mm
moč motorja vretena	-	5,5 kW
točnost pozicioniranja X os	-	0,02 / 300 mm
točnost pozicioniranja Z os	-	0,02 / 200 mm
vrtljaji glavnega vretena	-	22 do 2000 obr/min
dimenzija (DxŠxV)	-	2460x1240x1540 mm
teža	-	2600 kg
oprema:	-	Siemens krmilje, centralno mazanje, vpenjalna glava,

program za grafično programiranje SYMA PC CAM

dobavitelj: KNUTH Slovenija d.o.o.
Prešernova 25
1000 Ljubljana

Priloga 14



Naziv:	-	Univerzalni rezkalni stroj KNUTH
tip:	-	WF 1
max. širina rezkanja	-	270 mm
max. dolžina rezkanja	-	700 mm
max. višina rezkanja	-	300 mm
moč motorja vretena	-	4 kW
število pomikov	-	8
hitrost pomika	-	26-290 mm/min
vrtljaji glavnega vretena	-	110 do 1660 obr/min
dimenzija (DxŠxV)	-	1310x1380x1650 mm
teža	-	900 kg
oprema:	-	digitalno pozicioniranje, primež, delilnik, komplet stebelnih rezkarjev in krožnih rezkarjev

dobavitelj:

KNUTH Slovenija d.o.o.
Prešernova 25
1000 Ljubljana

Priloga 15



Naziv:	-	CNC rezkalni stroj KNUTH
tip:	-	Vector 610
max. širina rezkanja	-	300 mm
max. dolžina rezkanja	-	610 mm
max. višina rezkanja	-	310 mm
moč motorja vretena	-	5,5 kW
točnost pozicioniranja X os	-	0,02 / 300 mm
točnost pozicioniranja Y os	-	0,01 / 200 mm
točnost pozicioniranja Z os	-	0,01 / 100 mm
hitrost pomika	-	10 do 1000 mm/min
vrtljaji glavnega vretena	-	63 do 3150 obr/min
dimenzija (DxŠxV)	-	1710x1650x1850 mm
teža	-	2500 kg
oprema:	-	Siemens krmilje, centralno mazanje, vpenjalna
CAM		delilnik, komplet orodja

dobavitelj: KNUTH Slovenija d.o.o.
Prešernova 25
1000 Ljubljana

Priloga 16



Naziv:	-	Steberni vrtalni stroj KNUTH
tip:	-	VBF 40
max. premer vrtanja v jeklo	-	∅ 38 mm
dimenzija mize	-	250 x 850 mm
hod pinole	-	120 mm
moč motorja vretena	-	2,2 kW
število pomikov	-	4
vrtljaji glavnega vretena	-	120 do 1600 obr/min
dimenzija (DxŠxV)	-	990x1150x1860 mm
teža	-	750 kg
oprema:	-	samozatezna glava, primež, delilnik

dobavitelj: KNUTH Slovenija d.o.o.
Prešernova 25
1000 Ljubljana

Priloga 17



Naziv:	-	Tračna žaga KNUTH
tip:	-	ABS 280
max. mere žaganja okroglo	-	∅ 280 mm
max. mere žaganja kvadratno	-	260 x 260 mm
hitrost rezanja	-	21 do 84 mm/min
moč motorja vretena	-	1,1 kW
dimenzija (DxŠxV)	-	1900x1350x1200 mm
teža	-	500 kg
oprema:	-	dodatni žagin list, valjčna proga

dobavitelj:

KNUTH Slovenija d.o.o.
Prešernova 25
1000 Ljubljana

Priloga 18



Naziv:	-	Brusilni stroj KNUTH
tip:	-	RSM 1000
max. premer brušenja	-	∅ 315 mm
max.dolžina brušenja	-	1000 mm
premer notranjega brušenja	-	∅ 13 do ∅ 125 mm
globina notranjega brušenja	-	140 mm
hitrost brusne plošče	-	28 m/s
moč motorja vretena	-	4 kW
dimenzija (DxŠxV)	-	3200x1750x1700 mm
teža	-	4000 kg
oprema:	-	komplet brusnih kolutov, končna merila

dobavitelj:

KNUTH Slovenija d.o.o.
Prešernova 25
1000 Ljubljana

Priloga 19



Naziv:	-	Brusilni stroj KNUTH
tip:	-	HFS 4080 V
max. mere obdelovanca	-	600 x 300 mm
max.višina brušenja	-	300 mm
hitrost pomika	-	5 do 25 m/min
moč motorja vretena	-	2,2 kW
dimenzija (DxŠxV)	-	2200x1600x1700 mm
teža	-	1700 kg
oprema:	-	komplet brusnih kolutov, merila, magnetna miza

dobavitelj:

KNUTH Slovenija d.o.o.
Prešernova 25
1000 Ljubljana

Priloga 20



Naziv:	-	Električni viličar CLARK
tip:	-	CE 16
max. nosilnost	-	1600 kg
max.višina dviga	-	3000 mm
moč motorja pomika	-	2 x 5,2 kW
moč motorja dviga	-	10 kW
dimenzija (DxŠxV)	-	2200x1600x2200 mm
teža	-	1700 kg
oprema:	-	podaljšek vilic, polnilec akumulatorja

dobavitelj:

CLARK Slovenija d.o.o.
Vurnikova 4
3000 Celje

Priloga 21



Naziv:	-	Ročni paletni viličar CLARK
tip:	-	PV 2500
max. nosilnost	-	2500 kg
dolžina vilic	-	1150 mm
delovni dvig	-	200 mm
dimenzija (DxŠxV)	-	1540x550x1200 mm
teža	-	75 kg

dobavitelj:

CLARK Slovenija d.o.o.
Vurnikova 4
3000 Celje

Priloga 22

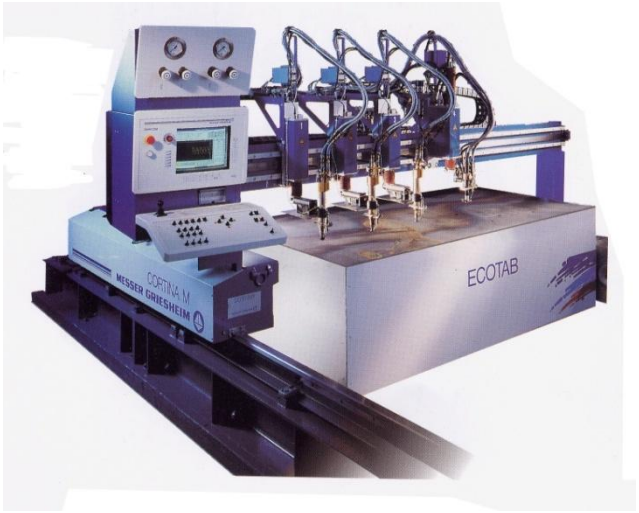


Naziv	-	Batni kompresor BELFIRE
tip	-	KT 1200/750
Pretok	-	1200 l/min
Maksimalni tlak	-	10 bar
Volumen tlačne posode	-	750 L
Teža	-	500 kg

dobavitelj:

ABAC d.o.o.
Kersnikova 4
2000 Maribor

Priloga 23



Naziv:	-	CNC rezalnik MESSER
tip:	-	Cortina IV
dimenzije obdelovanca	-	1500 x 3000 mm
način rezanja	-	plazma – 4 gorilniki
		propan butan – 4 gorilniki
max. debelina rezanja	-	jeklo – 35 mm (plazma)
		jeklo – 100 mm (propan butan)
		inox – 20 mm (plazma)
vodenje	-	CNC krmilnik Siemens
oprema	-	grafični program ProfiCut 2003

dobavitelj: ROTIS d.o.o.
Štantetova 3
1000 Ljubljana

Priloga 24



Naziv	-	Pomično merilo
Tip	-	Format DP 150
Natančnost	-	+ - 0,02 mm
Kvaliteta	-	inox
Merilno območje	-	0 do 150 mm

dobavitelj:

BTS Company d.o.o.
Bratislavska 3
1000 Ljubljana

Priloga 25



Naziv	-	Komplet merilnih ur Format
Tip	-	Format MN 10/150
Natančnost	-	+ - 0,01 mm
Kvaliteta	-	po DIN 863
Število v garnituri	-	4
Merilno območje	-	10 do 150 mm

dobavitelj:

BTS Company d.o.o.
Bratislavska 3
1000 Ljubljana

Priloga 26



Naziv	-	Komplet mikrometrov Format
Tip	-	Format DM 0/125
Natančnost	-	+ - 0,001 mm
Kvaliteta	-	po DIN 863
Število v garnituri	-	4
Merilno območje	-	0 do 125 mm

dobavitelj:

BTS Company d.o.o.
Bratislavska 3
1000 Ljubljana

Priloga 27



Naziv	-	Kombinirano tovorno vozilo SEAT
Tip	-	INCA 1,4 D
Prostornina motorja	-	1600 ccm
Moč motorja	-	60 kW
Nosilnost	-	650 kg
Nakladalne mere (DxŠxV)	-	1500 x 1300 x 1700 mm

dobavitelj:

Avto Jarc d.o.o.
Na podrtem 3
2000 Maribor