VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA

MARIBOR

POSLOVNI NAČRT ZA PRODAJO ZAŠČITNIH OBLEK ŠPELA BERNJAK, S. P.

Kandidatka: Špela Bernjak

Vrsta študija: študentka izrednega študija

Študijski program: Varovanje

Mentor predavatelj: Vida Perko, univ.dipl.ekon.

Lektor: Ksenija Pečnik, prof.

Maribor, 2016

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Špela Bernjak, sem avtorica diplomskega dela z naslovom Poslovni načrt za prodajo zaščitnih oblek Špela Bernjak, s. p., ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Vida Perko, univ.dipl.ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia Maribor,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS 16/07 – uradno prečiščeno besedilo, 68/08, 110/2013 in 56/2015); (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom Višje strokovne šole Academia Maribor skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32.a členom ZASP dovoljujem Višji strokovni šoli Academia Maribor objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Poznanovci, februar 2016 Špela Bernjak

ZAHVALA

Zahvaljujem se svoji mentorici mag. Vidi Perko za koristne nasvete, veliko pomoč pri pisanju diplomskega dela, hitre odgovore in prevod povzetka.

Hvala lektorici Kseniji Pečnik za lektoriranje.

Zahvala gre tudi mojim staršem, ki so me ves čas študija spodbujali, motivirali ter mi omogočili šolanje in hkrati delno pomagali pri financiranju študija na VSŠ Academia.

Zahvaljujem se tudi sorodnikom za motivacijo in sošolcu Mitji Žnidariču za različne nasvete in pomoč.

POVZETEK

Pri vsakodnevnem delu je vse bolj opaziti, da varnost iz dneva v dan pridobiva na pomenu, kar je eden od razlogov, da se bo naše podjetje ukvarjalo s prodajo zaščitnih oblačil (in opreme) in šivanjem slednjih po meri. Izdelava poslovnega načrta v okviru diplomskega dela predstavlja našo pot do uresničitve podjetniške ideje. V načrtu ugotavljamo, ali bi se poslovna ideja obnesla v praksi. Podjetje, ki se ukvarja s prodajo zaščitnih oblačil, Špela Bernjak, s. p., svojo dejavnost opravlja v lastnih prostorih stanovanjske hiše na naslovu Poznanovci 36, 9202 Mačkovci. Naše podjetje ima že urejene poslovne prostore (pisarno, proizvodnjo, toaletne prostore, ter skladišče), velikost skupnih prostorov znaša ca. 55m^2. Glede na načrtovano ponudbo podjetja smo analizirali tržišče z vidika trgovine in ponudbe varnostnih oblačil in že na začetku ugotovili, da bo podjetje spadalo med bolj pomembne ponudnike zaščitnih oblačil, konkretno v pomurski regiji. Predstavili smo svoje kupce, ki jih razvrščamo na zaposlene, aktivne, samostojne in vse ostale, za katere ima zaščitna obleka v varnostnem smislu velik pomen. Izbrane imamo dobavitelje, saj bo nabava v našem primeru potrebna in nujna. Pregledali smo tudi lokalno/regionalno konkurenco, ki ji pripisujemo tekmovalnost z večjim številom podjetij po Sloveniji. Z raziskavo trga smo ugotovili, da je v pomurski regiji manjša ponudba na tem področju, in prišli do zaključka, da je naša ideja prava poslovna priložnost in da se ne bojimo konkurence na analiziranem območju. Za naše podjetje smo opredelili določeno ciljno skupino kupcev. V poglavju o ekonomiki pa smo načrtovano dejavnost tudi finančno preračunali in tabelarično prikazali načrtovano vrednost pričakovane prodaje za štiri leta. Izdelali smo kalkulacijo za naključno izbrani reprezentant za naše podjetje, v kateri smo navedli material, strošek dela, strošek poslovanja, lastno ceno in želeni dobiček prodajne cene. Dogovorjeno je, da direktor in solastnik podjetja na začetku prispevata vsak po 11.000 € začetnega kapitala, kar pomeni skupno 22.000 €. Začetni kapital bo namenjen predvsem za dodatno potrebno nabavo opreme za uspešno delovanje podjetja. Vsi zaposleni smo strokovno usposobljeni, imamo ustrezno znanje in večletne izkušnje na področju trgovine oz. prodaje, dodatno pa se bomo tudi izobraževali ali usposabljali, če bo potrebno in koristno za naše podjetje in trg. Namen priprave poslovnega načrta je začrtati smernice zato, da bi naše podjetje lahko bilo uspešno v regiji in kasneje tudi v nacionalnem merilu, vsekakor pa bi si v prihodnosti želeli delovati tudi na tujih trgih, predvsem najprej v Avstriji, saj nas od avstrijske meje loči le nekaj kilometrov.

Ključne besede: poslovni načrt, zaščitna oblačila, trgovina, trženje.

ABSTRACT

A BUSINESS PLAN FOR PROTECTIVE CLOTHING SELLING ŠPELA BERNJAK S.P.

People at work pay every day more attention on their work safety. This is also one of the reasons why our company decided to start the business with the protective clothing (and protective equipment) and with sewing of the protective clothing. The preparation of the business plan is the part of this and the way to implement this business idea. The business plan was prepared to prove whether this business idea could be successful in the practice. The company will sell the protective clothing and will be named "Špela Bernjak s.p.". The business will be carried out in our own place in the house on the address "Poznanovci 36, 9202 Mačkovci". Our company has already prepared our business premises (the office, the production, the toilets and the warehouse). All together it is about 55m^2. In accordance to the planned commercial programme (offer) of the company there was the research carried out in the field of protective clothing (offer and inquiry) and found out that our company will be one of the most significant companies in the field of protecting clothing in the Pomurje region. We listed the buyers and among them our employees, the active and the self-employed people and all other buyers for which the protecting clothing is from the protective point of view very important. We also selected our potential suppliers especially because the supply is for our company very important. We identified the local / regional competition which is very competitive especially with there higher number of companies around Slovenia. In the marketing research we found out that in the Pomurje region there is no significant competition. This is in accordance with our idea that this could be a good business opportunity. We also described the specific target group of buyers. In the chapter economics there are financial tables prepared with calculations of the planned activities with the planned sales value for the next four years. We calculated a randomly selected item from our company programme with all the material, staff costs, operating costs, our own price and the planned profit. The director and the co-owner agreed to invest in the company each of them the same amount of about 11.000€ of the starting capital (which represents a total of 22.000€). The starting capital will be used for an additional purchase of equipment for more successful functioning of our company. All the employees in the company have the appropriate knowledge and many years of experience in the field of trade and sales. Despite this we plane the additional education and training (if needed) for more efficient functioning of our company on the market. The purpose of the preparation of the business plan were also the

guidelines for a successful business start in the region and later also on the national market. And, the plan is to step into the foreign markets (especially in Austria) sometime in the future. The fact is that our company is only few kilometres away from the Austrian border (market).

Keywords: Business Plan, Protective Clothing, Commerce, Marketing.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD 11

1.1 OPIS PODROČJA IN OPREDELITEV PROBLEMA 12

1.2 NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE 12

1.3 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE 12

1.4 UPORABLJENE RAZISKOVALNE METODE 12

2 VARNOST V SLOVENIJI IN MOŽNOSTI NA PODROČJU PODJETNIŠTVA .. 14

2.1 PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI DANES 14

2.2 DEJAVNOST PONUDBE ZAŠČITNIH OBLAČIL IN DRUGE ZAŠČITNE OPREME 15

3 TRŽNA RAZISKAVA 17

3.1 OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA 17

3.2 PRIPRAVA NA RAZISKAVO IN KLJUČNA VPRAŠANJA RAZISKAVE 18

3.3 IZVEDBA ANKETE KOT ORODJA TRŽNE RAZISKAVE 26

3.4 ANALIZA IN UGOTOVITVE IZ TRŽNE RAZISKAVE 26

4 POSLOVNI NAČRT PODJETJA 28

4.1 POVZETEK POSLOVNEGA NAČRTA 28

4.2 OPIS POSLOVNEGA SUBJEKTA 28

4.3 TRŽIŠČE, PANOGA, RAZVOJNE MOŽNOSTI 29

4.4 PODJETJE, PROIZVODI, STORITVE 30

4.5 TRŽNE RAZISKAVE, KUPCI, DOBAVITELJI, KONKURENCA 32

4.5.1 Kupci 32

4.5.2 Dobavitelji 32

4.5.3 Konkurenca 33

4.6 NAČRT TRŽENJA, SWOT-ANALIZA, CILJI IN STRATEGIJE 36

4.6.1 Načrt trženja 36

4.6.2 SWOT-analiza 36

4.6.3 Cilji in strategije 37

4.6.4 Poslanstvo in vizija 38

4.7 MANAGEMENT, ORGANIZACIJA, LASTNIŠTVO 38

4.8 POSLOVNI PROSTORI IN OPREMA 39

5 EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA 40

5.1 PODJETNIŠKA KALKULACIJA 40
5.2 NAČRT PRODAJE 41
5.3 NAČRT NABAVE 42
5.4 OSNOVNA SREDSTVA IN AMORTIZACIJA 43
5.5 STROŠKI POSLOVANJA PODJETJA 45
5.6 NAČRTOVANI IZKAZ POSLOVANJA PODJETJA 47
5.7 KAZALNIKI USPEŠNOSTI POSLOVANJA PODJETJA 48
6 KRITIČNA TVEGANJA IN UKREPI 50
7 TERMINSKI NAČRT 51
8 SKLEP 52
9 VIRI, LITERATURA 54
10 PRILOGE 55

KAZALO SLIK

SLIKA 1: STRUKTURA PRIHODKA OD PRODAJE PO SKUPINAH 30
SLIKA 2: LOGOTIP PODJETJA 31
SLIKA 3: TLORIS POSLOVNEGA SUBJEKTA 39

KAZALO TABEL

TABELA 1: OSNOVNI PODATKI PODJETJA 29
TABELA 2: IZBRANI DOBAVITELJI 33
TABELA 3: NAKLJUČNO IZBRANI KONKURENTI 34
TABELA 4: KALKULACIJA IZBRANEGA REPREZENTANTA, V € 40
TABELA 5: KOLIČINSKA NAPOVED PRODAJE V 4 LETIH POSLOVANJA 41
TABELA 6: KOLIČINSKA NAPOVED PRODAJE V 4 LETIH POSLOVANJA, V € 42
TABELA 7: VREDNOSTNA NAPOVED NABAVE V 4 LETIH POSLOVANJA, V € 43
TABELA 8 : OBSTOJEČA OSNOVNA SREDSTVA/OPREMA PODJETJA, V € 44
TABELA 9: AMORTIZACIJA OSNOVNIH SREDSTEV, V € 44
TABELA 10: NAČRT ZAPOSLOVANJA DELAVCEV PO IZOBRAZBI 45
TABELA 11: STROŠKI OZIROMA PLAČE ZAPOSLENIH, V € 45

TABELA 12: STROŠKI ZA MALICO IN REGRES ZAPOSLENIH, V € 46
TABELA 13: NAČRTOVANI STROŠKI POSLOVANJA PODJETJA, V € 46
TABELA 14: IZKAZ POSLOVANJA PODJETJA (POENOSTAVLJENA RAZLIČICA IZKAZA), V € 47
TABELA 15: PRAG RENTABILNOSTI PODJETJA, V € 48
TABELA 16: EKONOMIČNOST PODJETJA 49
TABELA 17: DONOSNOST PODJETJA 49
TABELA 18: TERMINSKI NAČRT 51

KAZALO GRAFIKONOV

GRAF 1: SMISELNOST IN POMEMBNOST ZAŠČITNIH OBLAČIL ZA VARNOST PRI DELU 18
GRAF 2: OBISK TRGOVINE Z ZAŠČITNIMI OBLAČILI ZA VARNOST PRI DELU 19
GRAF 3: POGOSTOST OBISKA TRGOVINE Z ZAŠČITNIMI OBLAČILI ZA VARNOST PRI DELU, NA PRIMER V ENEM LETU 19
GRAF 4: MNENJE ANKETIRANIH O TEM, ALI JE NA NAŠEM TRŽIŠČU DOVOLJ TRGOVIN Z ZAŠČITNIMI OBLAČILI ZA VARNOST PRI DELU 20
GRAF 5: OBMOČJE, NA KATEREM SO ANKETIRANCI OBISKALI ALI KUPOVALI OBLAČILA V TRGOVINI Z ZAŠČITNIMI OBLAČILI ZA VARNOST PRI DELU 20
GRAF 6: KATERA ZAŠČITNA OBLAČILA BI ANKETIRANI KUPILI ALI SO JIH ŽE KDAJ KUPILI V ENI OD TRGOVIN Z ZAŠČITNIMI OBLAČILI 21
GRAF 7: TRDITVE, KI PRIDEJO V POŠTEV PRI NAKUPU/PRODAJI ZAŠČITNIH OBLAČIL 21
GRAF 8: PRIPRAVLJENOST ANKETIRANIH ZA DOBRO KAKOVOST ZAŠČITNIH OBLAČIL ZA VARNOST PRI DELU PLAČATI DANO CENO (POMEMBNOST CENE PRI NAKUPU) 22
GRAF 9: POMEMBNOST TEGA, DA JE PRODAJALEC V TRGOVINI POUČEN O PRODAJI ZAŠČITNIH OBLAČIL 22
GRAF 10: ALI ANKETIRANE K ODLOČITVI ZA NAKUP ŠE DODATNO SPODBUDIJO REKLAME NA TV, INTERNETU, V ČASOPISIH, NA RADIJU, INFORMACIJE OD DRUGIH STRANK ITD. 23
GRAF 11: ALI ANKETIRANI RADI KUPUJEJO OBLAČILA PREK SPLETA ALI RAJE GREDO OSEBNO V TRGOVINO 23
GRAF 12: SPOL ANKETIRANIH 24
GRAF 13: STAROST ANKETIRANIH 24
GRAF 14: STATUS ANKETIRANIH 25
GRAF 15: STATUS ANKETIRANIH (PODJETJE, DRUŠTVO, POSAMEZNIK) 25

GRAF 16: REGIJA ANKETIRANIH 26

1 UVOD

V diplomski nalogi bo izdelan poslovni načrt za podjetje Špela Bernjak, s. p. Naše podjetje se bo ukvarjalo s prodajo zaščitnih oblačil s poudarkom na varnosti. Namen našega poslovnega načrta bo v vpeljavi obveščanja strank ter drugih z raznimi oglasi, letaki ipd., da se bodo v čim večjem številu odločili za našo zaščitno opremo za preprečitev delovnih nezgod. Naša storitev bo za stranke preprosta, poceni ter jim bo zelo olajšala delo, kjer se zahteva ali pa je smiselno uporabljati zaščitna oblačila.

Delovna obleka, obutev in osebna varovalna oprema je vsaka oprema, ki jo delavec nosi, drži ali kako drugače uporablja pri delu, tako da varuje sebe ali druge pred enim ali več istočasno nastopajočimi tveganji za varnost in zdravje (Tofolini, 2009).

Cilji diplomskega dela v obliki poslovnega načrta za prodajo zaščitnih oblačil podjetja Špela Bernjak, s. p., so predstaviti poslovno idejo podjetja, raziskati dejavnosti, s katerimi se bo podjetje ukvarjalo, pripraviti tržno raziskavo in na koncu analizo z ugotovitvami uspešnosti podjetja.

Z izdelavo poslovnega načrta, ki vsebuje celovito in podrobno obrazložitev poslovanja podjetja, podjetnik načrtuje poslovne aktivnosti od ideje do njene uresničitve in do končnega rezultata, ki je v večini primerov dobiček podjetja. Pri večini podjetnikov je temeljni razlog za izdelavo poslovnega načrta zagotavljanje kapitala, saj investitorji, tako banke kot skladi tveganega kapitala, zahtevajo pisno opredelitev podjetniške priložnosti. Po drugi strani pa poslovni načrt podjetniku služi za natančno oceno poslovne zamisli, njenih prednosti in slabosti. Na ta način se izogne dragim napakam (Vahačič, 1998).

Kot že rečeno, nam dober poslovni načrt lahko pomaga razrešiti vrsto tipičnih napak (Vahačič, 1998). Te so:

- pomanjkljiva strokovna in osebna zmožnost podjetnika za določen posel,
- pomanjkljiva tržna znanja zlasti s področja prodaje,
- prepogosto menjavanje osebja zaradi nestvarnih zahtev,
- napačno izbrana lokacija obrata,
- neprimerna struktura finančnih virov in neugodni pogoji financiranja,
- precenjen trg,
- pomanjkljivo načrtovanje finančnih tokov,
- pomanjkljivosti in napake pri vodenju računovodstva, nestvarne ocene stroškov,

- pomanjkljive kalkulacije,
- neprimerna statusna oblika podjetja itd.

1.1 Opis področja in opredelitev problema

Z oblikovanjem poslovnega načrta bomo ugotavljali, ali bi se podjetniška ideja o prodaji zaščitnih oblačil za varnost pri delu v podjetju Špela Bernjak, s. p., obnesla.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomskega dela je skozi teoretični in praktični del predstaviti dejavnosti, s katerimi bi se ukvarjalo obravnavano podjetje: prodajo zaščitnih oblačil za varnost pri delu, posredništvo pri prodaji zaščitnih oblačil, izposojanje zaščitnih oblačil ter trgovino na drobno. Podjetje hkrati želi postaviti nova merila v kakovosti in ceni, pridobiti zadostno število strank za dosego visokega prometa prvo polno leto poslovanja ter za vsa 4 leta poslovanja, in ustvariti poslovni dobiček. Cilj poslovnega načrta je ugotoviti, ali bi se ta dejavnost dejansko obnesla in bila dobičkonosna. V praktičnem delu bomo s pomočjo ankete raziskali, ali je za kupce bolj pomembna kakovost ali cena, ali jih večina kupuje v trgovini ali prek spleta in ali jim je pomembno strokovno izobraženo osebje v trgovini pri prodaji zaščitnih oblačil za varnost pri delu. Cilj diplomskega dela je priprava poslovnega načrta za novo nastalo podjetje z naslovom »Poslovni načrt za prodajo zaščitnih oblačil za varnost pri delu Špela Bernjak, s. p.«

1.3 Predpostavke in omejitve

Predpostavljamo, da se pogoji delovanja poslovnega subjekta v času priprave in pisanja diplomske naloge ne bodo znatno spremenili.

Omejitve so možne predvsem zaradi pridobivanja ustrezne literature, ker gre za ozko specializirano področje zaščitnih oblačil. Omejitve predstavlja tudi čas izvedbe ankete na terenu oz. zadostno število prejetih odgovorov od ustreznih fizičnih in/ali pravnih oseb

1.4 Uporabljene raziskovalne metode

Diplomsko delo bo temeljilo na usmerjenem razvojno-raziskovalnem in aplikativnem pregledu z uporabo naslednjih metod dela:

- deduktivna metoda (predvidevanje bodočih dogodkov),

- komparativna metoda (primerjanje, primerjave in stopnjevanja),
- metoda analize (razčlenjevanje ugotovitev na posamezne dele),
- metoda deskripcije (opisovanje teorije in pojmov),
- metoda klasifikacije (definiranje pojmov),
- metoda kompilacije (povzemanje stališč drugih avtorjev in lastne ugotovitve),
- metoda opazovanja (spoznanje procesov),
- metoda posploševanja (oblikovanje splošnih zaključkov),
- metoda sinteze (povezovanje teorije in izide iz prakse v celoto),
- metoda slikovnega prikazovanja in interpretacija slik,
- metoda tabelarnega in grafičnega prikazovanja ter interpretacija grafov in tabel,
- statistična metoda (zbiranje podatkov, obdelovanje podatkov ...).

2 VARNOST V SLOVENIJI IN MOŽNOSTI NA PODROČJU PODJETNIŠTVA

Varnost je človekova pravica, ki je opredeljena v 34. členu Ustave Republike Slovenije in ima posebno mesto med človekovimi pravicami in temeljnimi svoboščinami. Za uresničevanje pravice do varnosti v prvi vrsti skrbi država s svojimi institucijami, ki razpolagajo s sredstvi prisile. Zagotavljanje varnosti, reda in miru je temeljna naloga države, saj ljudje lahko le v varnem okolju uresničujemo tudi ostale pravice in izpolnjujemo svoje obveznosti in dolžnosti. Posameznik torej išče svoje varstvo predvsem v sistemu, to je v določeni ureditvi oziroma organizaciji, saj lahko sebe in svoje bližnje varuje le do določene meje, ki pa je odvisna od obsega nevarnosti ter okolja, v katerem deluje (Gaber in Jarc, 2014).

Varnost je stanje, pri katerem sta zelo pomembna:

- stanje stabilnosti in
- življenjska nemotenost, pri čemer govorimo o delovanju in poslovanju.

Občutek varnosti je eden od najpomembnejših elementov za psihični in fizični razvoj ter dojemanje realne stvarnosti. Varnost je dana potreba in dobrina, ki jo človek potrebuje.

»Podjetništvo izziv je in tveganje hkrati, ki daje veliko lahko, a tudi kaj krati, bogato nam morda dodano prgišče, le vztrajnost zato se v podjetniku išče« (Šauperl, 2009).

Podjetništvo opredeljujemo kot prilagodljiv proces ustvarjanja splošnih dobrin (proizvodov in storitev) s ciljem ustvarjanja nove dodane vrednosti. Podjetništvo je torej proces ustvarjanja poslovnih idej in oblikovanja določene ideje v poslovno priložnost z vzpostavitvijo kontrole nad obstoječimi ter 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, 2009).

2.1 Podjetništvo v Sloveniji danes

Podjetništvo je kot nogometna igra. Igralci so podjetja in žoga denar. Vsi igralci želijo dobiti žogo in jo imeti čim dlje časa pri sebi. Tako je tudi v podjetništvu, podjetja želijo denar, in zato, da denar dobijo, opravljajo različne dejavnosti (Šubelj, 2011).

Podjetništvo je prizadevanje za dosego čim večjega finančnega uspeha ob čim manjšem tveganju (Ivanuša-Bezjak, 1996).

V Sloveniji bi moral biti v tem trenutku eden najpomembnejših dejavnikov pospeševanje podjetništva oz. realizacija poslovnih idej, vendar pri nas ni veliko investitorjev in še vedno ne dovolj novih podjetnikov, ki bi bili pripravljeni investirati. Republika Slovenija se še vedno veliko preveč ukvarja s spremembami zakonov o podjetništvu, za pomoč novo nastalim podjetjem pa je še vedno na voljo premalo sredstev in druge podpore.

Podjetništvo v Sloveniji v smislu varnosti naložbe je danes še vedno najbolj odvisno od uspešnosti teh podjetij pri njihovem prodoru na svetovne trge. Slovenski trg je majhen, na drugi strani pa globalni trgi vse bolj pritiskajo na novonastala podjetja in jih motivirajo, da poiščejo financiranje, ekipe, partnerje itd., kar bi jim v prihodnje omogočilo rast in globalni preboj. Slabost podjetništva v Sloveniji je v tem, da je še vedno majhno in nepovezano ter se ne zaveda, da si vsi konkurirajo skupaj na globalnem trgu. Rešitev tega je večje povezovanje in zavedanje tega pri skupnem nastopanju na trgu in višja stopnja konkurenčnosti. Podjetništvo v Sloveniji ima še veliko prostora za razvoj novonastalih podjetij. Ne nazadnje je potrebno veliko truda, odrekanja in tudi sreče, da uspemo v podjetništvu. Podjetje je enostavno ustvariti, vendar so po našem mnenju stranke ključnega pomena, da z omejenimi sredstvi pridemo do poslovnega uspeha oziroma do denarja, predvsem pa, da se podjetje obdrži.

2.2 Dejavnost ponudbe zaščitnih oblačil in druge zaščitne opreme

- *PIRS*

V Poslovnem informatorju Republike Sloveniji (v nadaljevanju PIRS) smo našli podatek o številu podjetij, ki so v Sloveniji registrirana za prodajo oblačil in obutev. Za celotno Slovenijo je v ta poslovni register vpisanih 47.500 podjetij, od tega spada 2.154 podjetij v panogo prodaje različnih oblačil in obutve. Na področju pomurske regije naj bi bilo tako 22 podjetij, ki se ukvarjajo s prodajo različnih oblačil. Štajerska, Pomurska in Koroška imajo skupaj 366 podjetij za prodajo oblačil in obutve, od tega 16 za prodajo zaščitnih oblačil. Upoštevati je treba, da je PIRS plačani poslovni imenik, ki ne vsebuje podatkov o vseh v Sloveniji registriranih podjetjih, omogoča pa dobro oceno stanja. Na koncu ugotavljamo, da je v Sloveniji še vedno premalo podjetij za prodajo zaščitnih oblačil, sploh v Pomurju. Na osnovi teh podatkov smo mnenja, da bi z ustvarjanjem novega podjetja v tej panogi in z dobrim in premišljenim vodenjem ter oblikovanjem uspešnega in kreativnega podjetja ter tima

lahko postali velik konkurent ostalim podjetnikom, ki se ukvarjajo s podobno dejavnostjo oz. imajo podobno ponudbo (Slovenska knjiga d. o. o.).

- *AJPES (EPRS)*

Če pogledamo podatke spletne strani Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (v nadaljevanju AJPES), lahko ugotovimo, da je v poslovni subjekt vpisanih 82.952 ali 41,0 % samostojnih podjetnikov, 2.806 ali 1,4 % pravnih oseb javnega prava, 8.516 ali 4,2 % pravnih oseb zasebnega prava, 23.863 ali 11,8 % društev, 11.472 ali 5,7 % drugih fizičnih oseb, ki opravljajo registrirane dejavnosti oz. s predpisom določene dejavnosti, 72.060 ali 35,7 % gospodarskih družb in 387 ali 0,2 % zadrug. S prodajo različnih oblačil se ukvarja 243 podjetnikov po vsej Sloveniji, od tega je 101 podjetje, ki opravlja dejavnost kot samostojni podjetnik. Izključno za prodajo zaščitnih oblačil pa so registriranih le 3 podjetniki (Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve).

- *BONITETE.SI*

Podatke smo primerjalno poiskali še v plačljivi bazi Bonitete.si (http://www.bisnode.si). Za celotno Slovenijo je v to bazo vpisanih skupno 167 podjetij, ki se ukvarjajo s prodajo zaščitne opreme, zaščitnih oblačil in zaščitnih sredstev. Verjetno jih je še več, vendar tega nimajo označeno kot svojo osnovno dejavnost. Konkretno smo torej za Pomurje našli 3 registrirana podjetja s tovrstno prodajo in 43 takšnih podjetij na področju podravske regije (BISNODE, D. O. O.).

3 TRŽNA RAZISKAVA

Vsako novo nastalo podjetje običajno opravi določene raziskave, kot je na primer zbiranje podatkov o kupcih, kaj kupujejo, ali se raje odločajo za kakovost in temu primerno ceno, ali se izdelki prodajajo enako čez vse letne čase, odločanje kupcev za blago ali večja potreba po nakupu zaradi dobrega in prepričljivega oglaševanja, popustov, osebnega stika (prodajalec – kupec) ipd. S tržno raziskavo s pomočjo anketnega vprašalnika smo izpraševali fizične in pravne osebe o področju zaščitnih oblačil, ki so predmet poslovnega načrta za prodajo zaščitnih oblačil Špela Bernjak, s. p. Rezultati raziskave so prikazani v naslednjih poglavjih.

Ugotavljamo, da bo podjetje spadalo med boljše ponudnike zaščitnih oblek v pomurski regiji in celo v Sloveniji. V največji meri želimo zadovoljiti pričakovanja naših strank, saj nas bodo odlikovale neverjetna organiziranost in prilagodljivost, izjemna natančnost ter unikatnost.

Kot ponudnik zaščitnih oblek želimo postavljati nova merila kakovosti v modnem svetu. Zavzemamo se za vpeljevanje svetovanja za celostno podobo. Prav tako želimo skozi leta postati najzanesljivejši in največji ponudnik zaščitnih oblek v naši regiji in nato posledično tudi v državi. Kratkoročni cilji podjetja v prvem letu poslovanja so, da se uspešno uveljavimo na trgu, postanemo konkurenčni, pridobimo zadostno število strank za dosego 140.000 € prometa prvo polno leto poslovanja (11.667 € na mesec ali 530 € na dan) in do 7 % dobiček s 3 zaposlenimi v podjetju. Dolgoročni cilji podjetja v 4 letih poslovanja pa se nanašajo na širitev ponudbe z regionalnega trga na nacionalni trg ter postati najboljši ponudnik varnostnih – zaščitnih oblek, zadovoljiti stranke v vseh pogledih (tako s kakovostjo oblek kot z našo profesionalnostjo in dostopnostjo). Mladim oblikovalcem zaščitnih oblačil bi želeli nuditi možnost zaposlitve pri nas, še pred tem pa bi jim želeli omogočiti nadgradnjo svojega znanja o pomenu varnosti in zaščite oblek pri delu. Delati želim s priznanimi oblikovalci iz tujine. V četrtem letu bi želeli doseči 225.000 € prihodkov (18.750 € na mesec ali 850 € na dan) in 16 % dobiček s 6 zaposlenimi.

3.1 Opredelitev raziskovalnega problema

Pri raziskovanju problema smo zbrali odgovore na dana vprašanja oziroma potrebne podatke. Anketiranje smo izvedli pri potencialnih kupcih oz. pri fizičnih in pravnih osebah v naši regiji. Pri raziskovanju in pregledovanju tako zbranih podatkih smo prišli do nekaterih novih zamisli, teorij o prodaji zaščitnih oblačil ter o možnostih širitve potreb pri kupcih zaščitnih oblačil. Anketni vprašalnik se je nanašal na tržno raziskavo prej opredeljenega problema.

Podatki in zaključki so nakazali možne rešitve danih problemov ter predstavljajo osnovo za ugotovitve diplomskega dela in ključ do uspeha novo nastalega podjetja Špela Bernjak, s. p.

3.2 Priprava na raziskavo in ključna vprašanja raziskave

V raziskavi trga s pomočjo anketnega vprašalnika je sodelovalo 50 anonimnih anketirancev, njihove odgovore pa smo v analizi v celoti upoštevali.

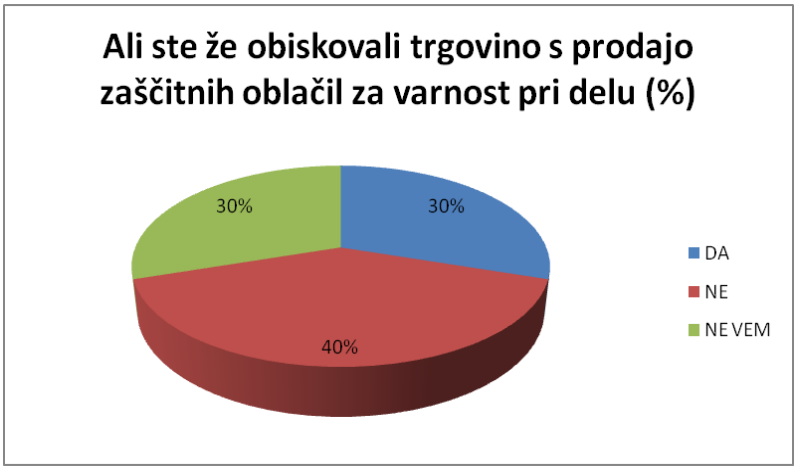
Prvo vprašanje se je nanašalo na to, ali so zaščitna oblačila za varnost pri delu smiselna oz. ali se anketirancem zdijo pomembna. V analizi smo ugotovili, da je večini oz. 76 % anketirancev pomembna zaščitna obleka, 2 % sta mišljenja, da ni pomembna, medtem ko 20 % anketirancev tega ne zna presoditi oz. nimajo mnenja, ali je zaščitna obleka pomembna.



Graf 1: Smiselnost in pomembnost zaščitnih oblačil za varnost pri delu

Vir: Lasten

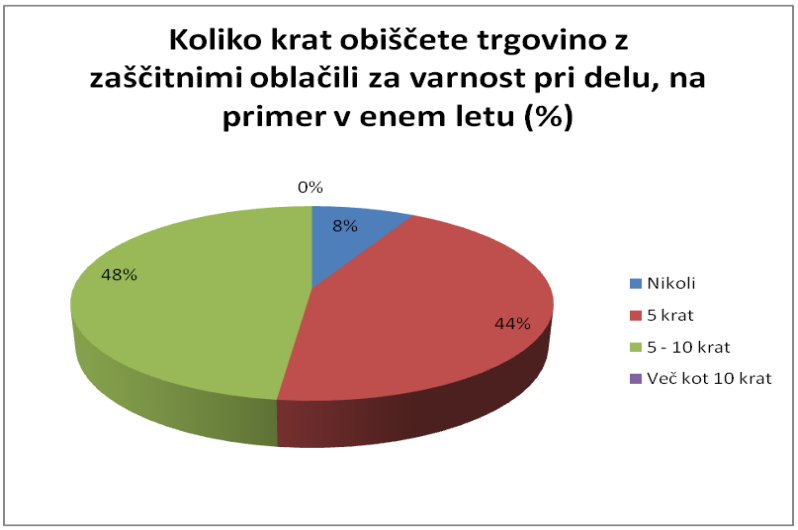
Naslednje vprašanje sprašuje, ali so se anketirani že kdaj kot kupci ali samo kot obiskovalci trgovine znašli v eni od trgovin z zaščitnimi oblačili. 40 % anketirancev še ni obiskalo tovrstnih trgovin, 30 % anketirancev jih je že obiskalo, 30 % anketirancev pa se ne spomni.



Graf 2: Obisk trgovine z zaščitnimi oblačili za varnost pri delu

Vir: Lasten

Tretje vprašanje se je nanašalo na to, kolikokrat anketirani obiščejo trgovino z zaščitnimi oblačili v enem letu. Največ oz. 48 % anketirancev obišče trgovino z zaščitnimi oblačili 5–10-krat, 44 % jih meni, da do 5-krat, in 8 % anketirancev navaja, da nikoli ne kupujejo v tovrstnih trgovinah oziroma ne obiščejo trgovin z zaščitnimi oblačili.



Graf 3: Pogostost obiska trgovine z zaščitnimi oblačili za varnost pri delu, na primer v enem letu

Vir: Lasten

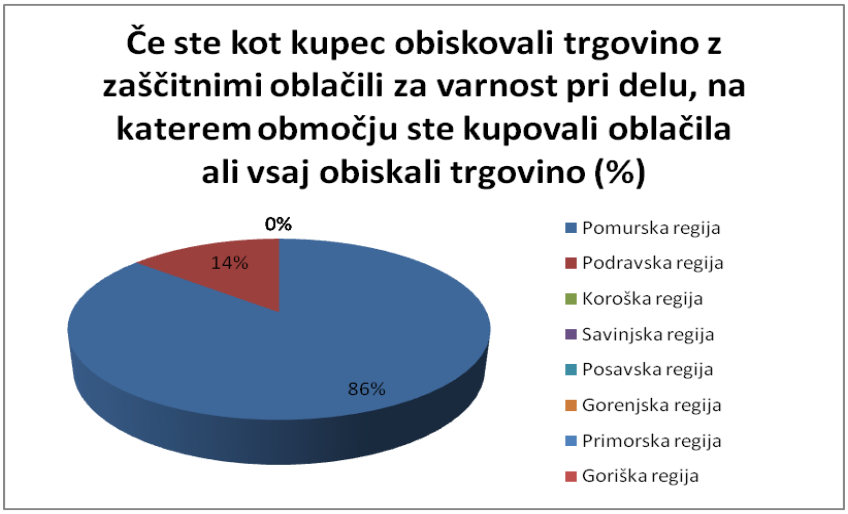
Naslednje vprašanje se nanaša na to, ali anketiranci mislijo, da je dovolj trgovin z zaščitnimi oblačili na našem tržišču oz. v Sloveniji. Kar 30 % anketirancev pravi, da ne vedo. 48 % anketirancev je presenetljivo odgovorilo, da je trgovin z zaščitnimi oblačili premalo, medtem ko jih je 22 % odgovorilo, da je na našem trgu dovolj tovrstnih trgovin.



Graf 4: Mnenje anketiranih o tem, ali je na našem tržišču dovolj trgovin z zaščitnimi oblačili za varnost pri delu

Vir: Lasten

Pri naslednjem vprašanju smo ugotavljali, v kateri regiji v Sloveniji so anketiranci kot kupci ali obiskovalci obiskali trgovino z zaščitnimi oblačili. Iz zbranih podatkov je razvidno, da so množično obiskovali trgovine z zaščitnimi oblačili v prekmurski regiji, sledila je podravska regija, druge regije pa niso bile omenjene. Ker je večina anketiranih z območja pomurske regije, smo takšne odgovore nekako predvideli.

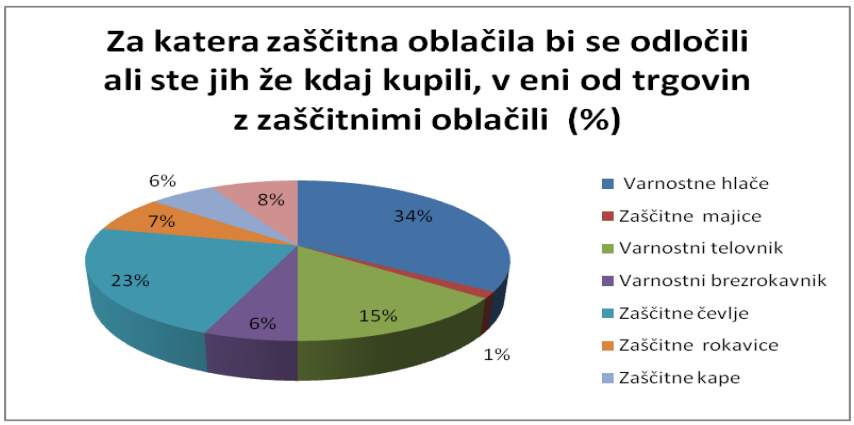


Graf 5: Območje, na katerem so anketiranci obiskali ali kupovali oblačila v trgovini z zaščitnimi oblačili za varnost pri delu

Vir: Lasten

Šesto vprašanje se je nanašalo na to, katera zaščitna oblačila bi anketirani kot kupci verjetno najprej kupili oz. so jih že kupili. Na voljo so imeli več odgovorov, saj smo navedli nekaj primerov zaščitnih oblačil. Najmanj anketiranih je oz. bi kupilo zaščitne majice (1 %), sledijo

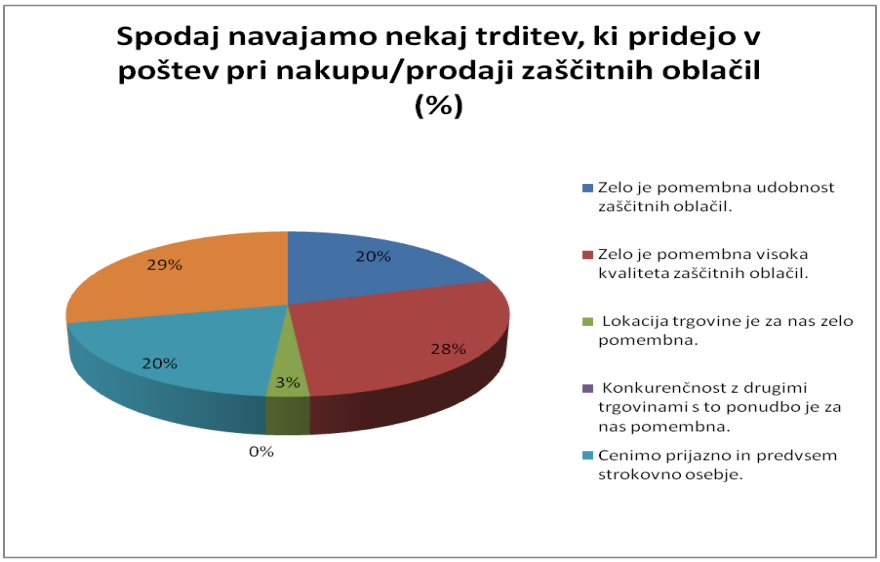
varnostni brezrokavnik in zaščitne kape (s po 6 %), zaščitne rokavice (7 %), odsevna oblačila (8 %) ter varnostni telovnik (15 %); največ anketiranih pa je izbralo varnostne hlače (34 %).



Graf 6: Katera zaščitna oblačila bi anketirani kupili ali so jih že kdaj kupili v eni od trgovin z zaščitnimi oblačili

Vir: Lasten

Pri sedmem vprašanju smo navedli nekaj trditev, ki so pomembne pri nakupu oz. pri prodaji zaščitnih oblačil. Anketiranci so imeli možnost obkrožiti več trditev. Večini so najpomembnejše akcijske cene (29 %), visoka kakovost pa sledi z 28 %. S po 20 % sledita udobnost oblačil in prijazno/strokovno osebje. Veliko manj anketirancev se je odločilo, da je pomembna tudi lokacija trgovine (samo 3 %).



Graf 7: Trditve, ki pridejo v poštev pri nakupu/prodaji zaščitnih oblačil

Vir: Lasten

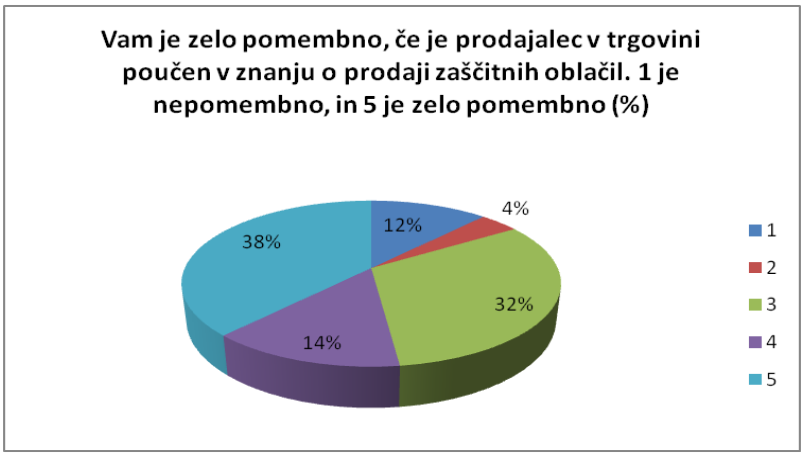
62 % anketirancev je cena pri nakupu zelo pomembna, medtem ko 38 % anketirancev na njo pri nakupu ne gleda tako zelo.



Graf 8: Pripravljenost anketiranih za dobro kakovost zaščitnih oblačil za varnost pri delu plačati dano ceno (pomembnost cene pri nakupu)

Vir: Lasten

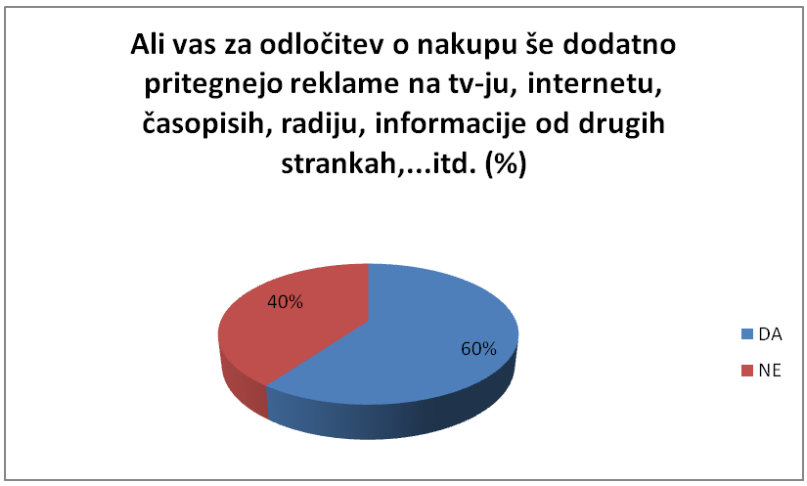
Podatki o poučenosti oz. o znanju prodajalcev pri prodaji zaščitnih oblačil so naslednji: 38 % anketirancem je to zelo pomembno, 32 % je srednje pomembno, 14 % je to pomembno, 4 % je to manj pomembno ter 12 % nepomembno.



Graf 9: Pomembnost tega, da je prodajalec v trgovini poučen o prodaji zaščitnih oblačil

Vir: Lasten

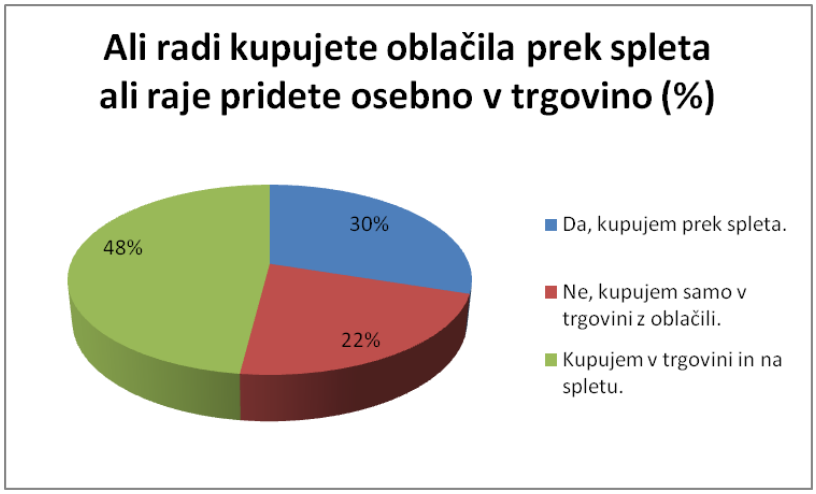
Pri vprašanju, ali jih k nakupu še dodatno pritegnejo reklame, je velika večina anketirancev (60 %) odgovorila, da jih pritegne kakršnakoli reklama, medtem ko jih je 40 % navedlo, da jim to ni pomembno.



Graf 10: Ali anketirane k odločitvi za nakup še dodatno spodbudijo reklame na TV, internetu, v časopisih, na radiju, informacije od drugih strank itd.

Vir: Lasten

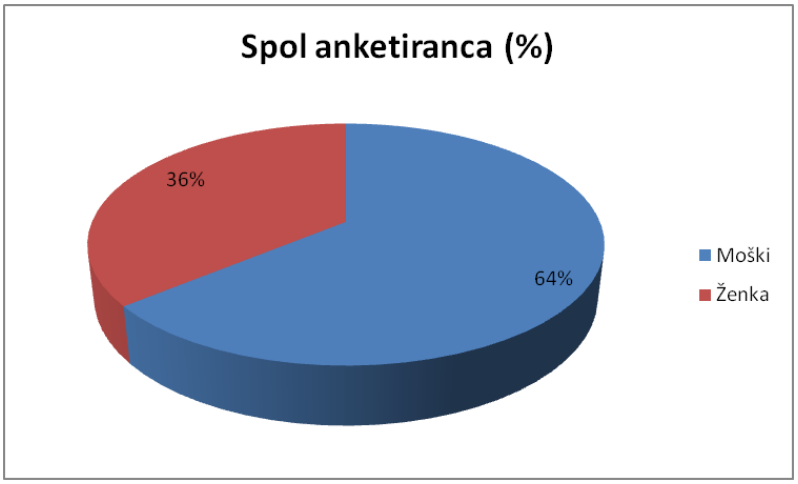
Pri vprašanju o nakupovanju prek spleta ugotavljamo, da 48 % anketirancev kupuje prek spleta in v trgovini, medtem ko jih samo prek spleta kupuje že 30 % in samo v trgovini še vedno 22 % anketirancev.



Graf 11: Ali anketirani radi kupujejo oblačila prek spleta ali raje gredo osebno v trgovino

Vir: Lasten

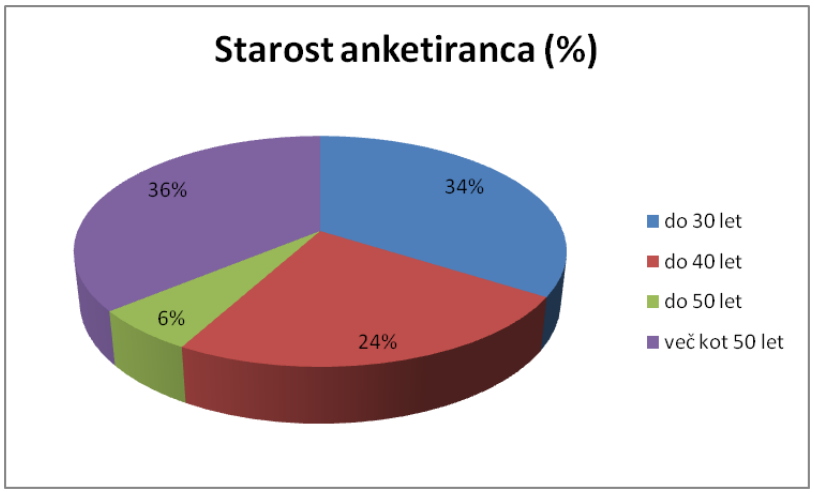
Na koncu so sledila še vprašanja o značilnostih anketirane populacije. Ugotavljamo, da je sodelovalo 18 žensk (36 %) in 32 moških (64 %).



Graf 12: Spol anketiranih

Vir: Lasten

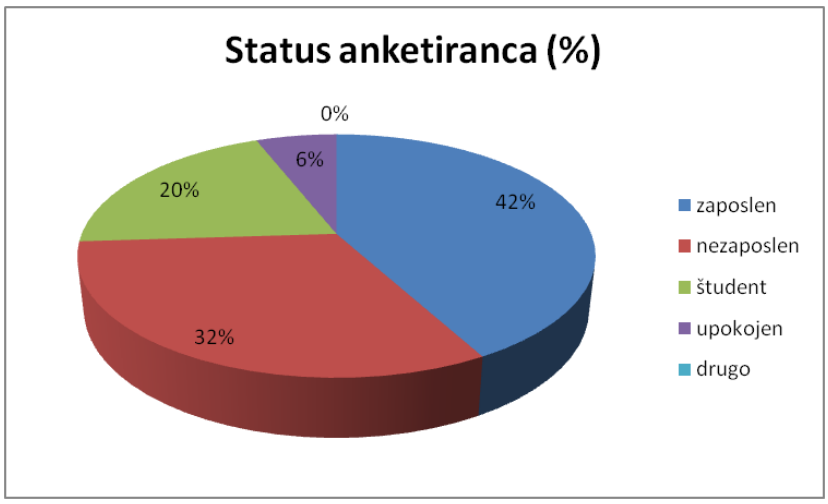
Glede starosti anketirancev je iz zbranih podatkov razvidno, da jih je bilo največ starih več kot 50 let (36 %), v starosti do 30 let jih je bilo 34 %, sledijo stari do 40 let (24 %) in do 50 let (6 %).



Graf 13: Starost anketiranih

Vir: Lasten

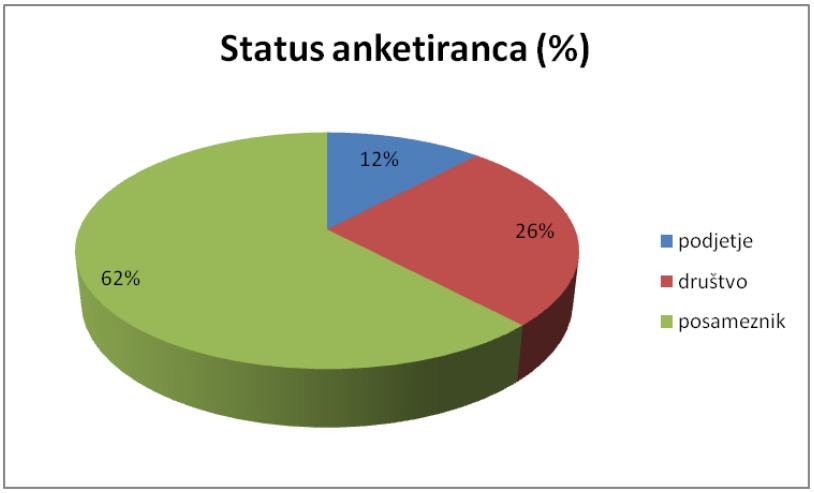
Zaposlitveni status anketirancev je naslednji: 42 % zaposlenih, 32 % nezaposlenih, 20 % je študentov in 6 % upokojencev.



Graf 14: Status anketiranih

Vir: Lasten

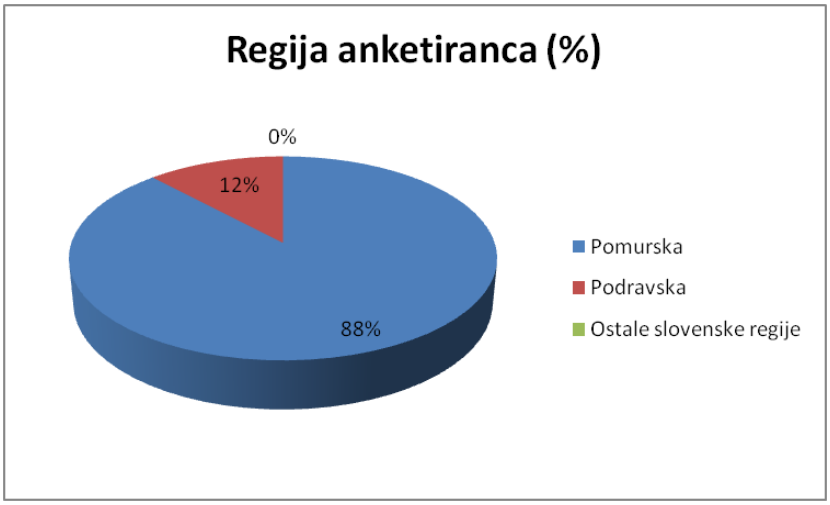
V smislu fizične osebe, pravne osebe, društva ipd. je sodelovalo največ posameznikov (62 % anketirancev), nato 26 % anketirancev kot društev in 12 % anketirancev kot podjetij.



Graf 15: Status anketiranih (podjetje, društvo, posameznik)

Vir: Lasten

Večina anketirancev prihaja iz pomurske regije (88 %) in manjši del oz. 12 % iz podravske regije.



Graf 16: Regija anketiranih

Vir: Lasten

3.3 *Izvedba ankete kot orodja tržne raziskave*

Anketiranje smo v največji meri izvajali prek telefona pa tudi osebno oziroma terensko (pred trgovskim centrom BTC Murska Sobota), kjer smo srečali veliko število različnih ljudi. Pomagali smo si tudi z vprašalniki, ki smo jih pošiljali prek elektronske pošte. V telefonskem delu ankete smo prejeli tudi nekatere zavrnitve, češ da ne želijo sodelovati v anketi, prav tako nismo prejeli vseh povratnih odgovorov prek elektronske pošte. Anketiranci so bili tudi znanci, družina, prijatelji in ostali. Večina jih je bila iz Pomurja in z Goričkega. Uspelo nam je zbrati ciljno število anketirancev, to je 50. Med anketiranci bi želeli izpostaviti tudi Lovsko skupino Radovci ter anketirance z različnih poklicnih področij (strojnike, mizarje, vodovodarje, gasilce, električarje, ribiče), ki opravljajo zelo specifične poklice, ki zahtevajo obvezno zaščitno opremo oz. obleko za varnost pri delu.

3.4 *Analiza in ugotovitve iz tržne raziskave*

Na podlagi vseh zbranih odgovorov (natančno 50 anketirancev) smo opravili analize posameznih vprašanj ter sklepali o trgu in prodaji zaščitnih oblačil za varnost pri delu. S podatki, ki smo jih pridobili od fizičnih in nekaterih pravnih oseb, smo prišli do naslednjih ugotovitev: velika večina anketirancev meni, da je so za varnost pri delu zelo pomembna

oblačila in da je v Sloveniji premalo tovrstnih trgovin; zato bomo v novo nastalem podjetju strankam nudili le najboljše in najbolj kakovostne izdelke, šivali bomo čim bolj kakovostna zaščitna oblačila za varnost pri delu ter tako konkurirali že prej nastalim podjetjem. Hkrati bomo šivali visoko kakovostne zaščitne obleke po meri. Delovne zaščitne obleke bodo iz materiala, odpornega na različne praske in trganje, ter v skladu s predpisi in zahtevami na tem področju. Prav tako bodo odporne na različne vnetljive snovi, oblačila bodo lahka in predvsem iz dihajočega materiala.

Poskrbeli bomo, da bodo kupci opravili najboljši nakup pri nas, ponudili pa jim bomo tudi različne popuste in programe zvestobe (za večje število nakupov pri nas). Hkrati smo z anketo pridobili podatke o tem, katere vrste zaščitnih sredstev oz. oblačil bi kupci najbolj kupovali. Tako smo se odločili, da bomo ponujali največ zaščitnih čevljev, varnostnih brezrokavnikov in varnostnih zaščitnih hlač. Naše podjetje bo prav tako zelo upoštevalo potrebe in želje strank, zato bomo izdelovali in šivali različna zaščitna oblačila po naročilu. Ker velika večina rada kupuje izdelke prek spleta, bomo oblikovali spletno trgovino, kjer bo možno kupiti vse izdelke, ne bomo pa sprejemali naročil za šivanje po meri. Nudili bomo možnost vračanja izdelkov po 8 dneh in zamenjavo ali nakup druge zaščitne obleke, prav tako pa tudi svetovanje. Ker kupce (vsaj večino) pritegnejo razni oglasi (TV, internet, radio itd.), bomo tudi mi skrbeli za oglaševanje v že omenjenih medijih (npr. na http://www.sobotainfo.si, http://www.pomurec.com – najbolj bran pomurski spletni portal), prav tako bomo mesec dni pred odprtjem trgovine delili letake na različnih mestih, predvsem po regiji pa tudi drugje po Sloveniji, in prijazno vabili v našo trgovino. Ker je 31 % anketirancev zelo pomembna cena, bodo skrbno pazili, kako bomo oblikovali cene glede na visoko kakovost zaščitnih oblačil, ki jih nameravamo ponujati (da bodo po možnosti dostopna vsem). Analiza izbranih podatkov nam služi tudi za načrtovanje ciljev in možnosti za uspešen razvoj novo nastalega podjetja. Skušali se bomo koliko je mogoče prilagajati željam in potrebam strank oz. kupcev.

4 POSLOVNI NAČRT PODJETJA

4.1 Povzetek poslovnega načrta

Za naše novonastalo podjetje Špela Bernjak, s. p., v nadaljevanju predstavljamo poslovni načrt za prodajo zaščitnih oblačil s poudarkom na varnosti pri delu. Sedež novo nastalega podjetja bo na naslovu Poznanovci 36, 9202 Mačkovci, torej v pomurski regiji, in sicer v prostorih našega prebivališča. Naše podjetje se bo ukvarjalo izključno s prodajo zaščitnih oblek in prav tako s šivanjem zaščitnih oblek po meri in želji stranke. Za to dejavnost smo se odločili, ker se nam zdi, da so kakovost, udobnost in cena zaščitnih sredstev ter tudi oblačil v podjetjih na prvem mestu. Cilj tega dokumenta je predstaviti poslovno idejo našega podjetja, raziskati ponudbo dejavnosti, s katero se bo ukvarjalo naše podjetje, pripraviti tržno raziskavo in na koncu analizirati ugotovitve. Za novo nastalo podjetje bomo torej raziskali trg in kupce, panoge in razvojne možnosti. Proučili bomo tudi dobavitelje in konkurente.

V poslovnem načrtu bomo načrtovali prodajo zaščitnih oblačil za štiri leta vnaprej, izdelali načrt ciljev, pripravili SWOT-analizo ter navedli kratkoročne in dolgoročne cilje za štiri leta poslovanja podjetja. Izdelali bomo analizo notranjega in zunanjega okolja (prednosti in slabosti podjetja v primerjavi s konkurenco ter priložnosti in ovire na trgu). Skušali bomo čim bolj proučiti in upoštevati podjetniško okolje v pomurski regiji. Za nemoteno delovanje podjetja bomo potrebovali surovine, zato bomo načrtovali vrednostno nabavo v štirih letih. Za dobro delovanje podjetja bomo načrtovali tudi število zaposlenih in predvidene plače za štiri leta poslovanja. Prav tako bomo načrtovali potrebno opremo. Pripravili bomo podjetniško kalkulacijo izbranega reprezentanta. Opisali bomo delovno področje, potrebne materiale, surovine ipd. Na koncu bomo izdelali terminski načrt, ki nam bo pokazal časovni okvir in soodvisnost aktivnosti, ter zapisali še ugotovitve. Pri ustanovitvi podjetja bo direktorica podjetja za prodajo zaščitnih oblačil prispevala 11.000 €, prav toliko tudi solastnik Elemer Bernjak, kar pomeni, da bo naš osnovni oziroma začetni kapital znašal 22.000 €.

4.2 Opis poslovnega subjekta

Naše podjetje se bo ukvarjalo s prodajo in tudi šivanjem zaščitnih oblek po meri in želji stranke. Spadamo torej v panogo trgovskih podjetij, specializiranih za zaščitna oblačila. Hkrati pa ne bomo samo prodajalci, temveč bomo imeli tudi lastno šiviljsko dejavnost. Nudili bomo najboljše strokovno svetovanje pri nakupu, ugodno ceno in dobro kakovost zaščitnih

oblek. Podjetje bo poslovalo v prostorih naše hiše. Cilji so, da raziščemo trg, kupce, predstavimo poslovno idejo ter podjetje samo, izdelamo načrt poslovnega sistema, načrtujemo nabavo surovin ter materialov ter tako izdelamo najboljši poslovni načrt. Poslovni načrt bomo izdelali s pomočjo različnih metod. Zbirali in obdelali bomo različne podatke, naredili analize in jih primerjali med seboj ter na koncu zapisali ugotovitve. Čisto na koncu bomo z izbranimi podatki ugotovili, ali se nam bo podjetniška ideja o novo nastalem podjetju za prodajo zaščitnih oblačil v podjetju »Špela Bernjak, s. p.,« obnesla. Cilji poslovanja bodo biti prepoznavna in uspešna trgovina. Ugotovitve bodo prikazane v naslednjih poglavjih. V tabeli 1 so na kratko prikazani osnovni podatki o obravnavanem poslovnem subjektu.

Tabela 1: Osnovni podatki podjetja

Dolgo ime podjetja:	*Podjetje za prodajo zaščitnih oblačil Špela Bernjak, s. p.*
Kratko ime podjetja:	*Špela Bernjak, s. p.*
Sedež podjetja:	*Poznanovci 36, 9202 Mačkovci*
Direktorica:	*Špela Bernjak*
Solastnik:	*Elemer Bernjak*
Pravno organizacijska oblika:	*Samostojni podjetnik posameznik (s. p.)*
Glavna dejavnost:	*Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z oblačili*
Osnovni kapital:	*20.000 €*
Telefon:	*051/620-578*
Elektronska pošta:	*spela.bernjak9@gmail.com*
Spletna stran:	*http://www.zascitna-oblacila.bernjak.com*

Vir: Lasten

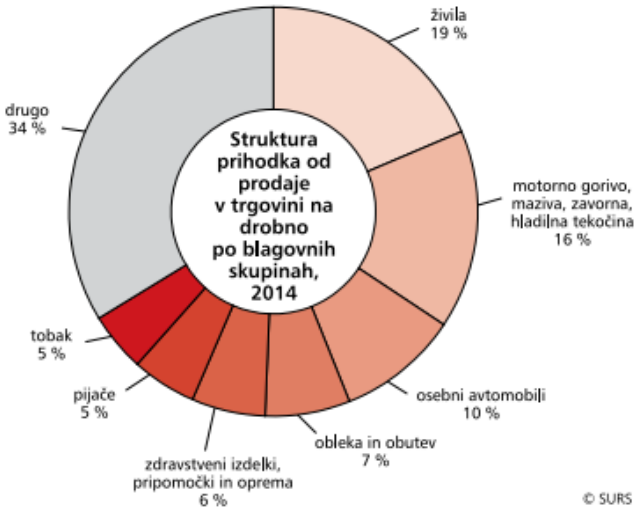
4.3 Tržišče, panoga, razvojne možnosti

Ker bo podjetje delovalo v panogi trgovine na drobno, v nadaljevanju predstavljamo nekaj podatkov o trendih na področju trgovine v Sloveniji v zadnjih letih.

V Sloveniji je bilo v letu 2014 registriranih 130.051 podjetij (94,7 %). Oseb, ki so delale v podjetju, je bilo skupno 579.800 ali 35,3 %. Iz podatkov je razvidno, da so skupaj ustvarili 82 mlrd. € oziroma 21,4 % prihodka ter 19 mlrd. € ali 22,1 % dodane vrednosti. Če gledamo statistiko v letu 2013, je bilo registriranih 126.754 podjetij, kar je manj kot v letu 2014 in predstavlja tudi nižjo zaposlitev, prihodke od prodaje, manjšo dodano vrednost ter plače. Podatki sicer kažejo, da se število podjetij iz leta v leto povečuje.

Če analiziramo podatke podjetij, ki so bila registrirana na področju trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil, je bilo tukaj v letu 2014 registriranih 25.705 podjetij. Torej je bila vsaka peta oseba v Sloveniji zaposlena v panogi trgovine oz. je delala v trgovski dejavnosti ali pri vzdrževanju in popravilih motornih vozil. Skupno je bilo izplačanih 1.822 mio. € plač. Podjetja na drobno so ustvarila 12.091 mio. € prihodka s prodajo blaga v trgovini na drobno, v trgovinah s prodajo blaga na debelo pa so ustvarila 11.762 mio. € prihodka (Statistični urad Republike Slovenije, 2015).

Na sliki spodaj prikazujemo prihodke od prodaje v trgovini na drobno in posamezne skupine z deleži prodaje.



Slika 1: Struktura prihodka od prodaje po skupinah

Vir: http://www.stat.si/dokument/8732/statopis_2015.pdf, 26. 2. 2016

4.4 Podjetje, proizvodi, storitve

Podjetje Špela Bernjak, s. p., je trgovsko in proizvodno podjetje. Kot glavna dejavnost je registrirana trgovina z zaščitnimi oblačili za varnost pri delu. Gre torej za specializirano

prodajalno. Načeloma pa bomo opravljali trgovsko dejavnost in še nekaj dodatnih dejavnosti, ki so:

- trgovina na drobno,
- prodaja zaščitnih oblačil različnih vrst,
- posredovanje pri prodaji zaščitnih oblačil,
- izposoja oblačil in opreme,
- šivanje po meri.

Po standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD) bo podjetje kot glavno dejavnost registriralo naslednjo dejavnost.

- trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s tekstilom, šifra te dejavnosti je G 47.51,

Sicer pa smo »osebno izkaznico« že predstavili v predhodnih točkah. Gre za:

- pravno organizacijsko obliko samostojnega podjetnika posameznika (s. p.),
- kratko ime podjetja bo »Špela Bernjak, s. p.«,
- dva solastnika,
- malo podjetje s 3 zaposlenimi,
- sedež podjetja v prekmurski regiji;

Spodaj prikazujemo logotip podjetja Špela Bernjak, s. p.



Slika 2: Logotip podjetja

Vir: Lasten

4.5 Tržne raziskave, kupci, dobavitelji, konkurenca

4.5.1 Kupci

V našem podjetju bodo kupci velikega pomena, zato pričakujemo naslednje kupce tovrstnih zaščitnih oblačil:

- ženske in moške, stare od 20 do 60 let,
- samostojni,
- zaposleni,
- aktivni,
- ljudje, ki jim zaščita oblek in varnost pri delu pomenita veliko.

4.5.2 Dobavitelji

Ker se bo naše podjetje ukvarjalo s prodajo in tudi šivanjem zaščitnih oblačil za dosego varnosti pri delu, bomo potrebovali različne surovine in materiale. Potrebovali bomo šivalni stroj, pribor za šivalni stroj, šiviljski pribor, sukance, trakove, elastike, čipke in vrvice. V podjetju bomo nabavljali tudi potrošni materiali, kot na primer pisarniški papir, pisala, tiskalnik in kartuše, rednike, čistila, WC-papir ipd. Za vse stroške nabave surovin in materialov ter blaga bomo v nadaljevanju pripravili načrt nabave po nekih načrtovanih oz. ocenjenih okvirnih vrednostih za štiri leta poslovanja podjetja.

Prav zaradi vsega naštetega bo nabava zelo pomembna. Ves čas se bomo trudili iskati najprimernejše dobavitelje. Njihove cene in vse ostale pogoje pa bomo redno spremljali in primerjali. Kratek pregled dobaviteljev podjetja je predstavljen v tabeli 2

Tabela 2: Izbrani dobavitelji

Izbrani dobavitelj	Plačilni pogoji	Dobavni pogoji	Drugi pogoji
Boxmark leather, Proizvodnja in trgovina, d. o. o., Plese 2, Murska Sobota	- 5 % popust na določeno količino za 3 mesece, - plačilo takoj po povzetju, - osebno plačilo	- osebni prevzem takoj oziroma rok dobave največ 3 dni od dneva naročila	- reklamacija zaradi uničenega materiala, - vračilo kupnine ali zamenjava izdelka
Pletenje, vse za prosti čas in dom na enem mestu (http://www.pletenje.eu)	- po povzetju (gotovina, kartica), - predračun, - brezplačna poštnina	- 2–10 dni	- možna reklamacija
Me – plast Kozina, d. o. o., vse za šiviljstvo (http://www.me-plast.com)	- osebno plačilo	- takoj	- ni reklamacije
Lango, d. o. o. (http://www.liupka.com/)	- dostava pošta Slovenije, - brezplačna poštnina, - osebni prevzem	- najkasneje v 7 dneh	/

Vir: Lasten

4.5.3 Konkurenca

Danes ima vsako podjetje vsaj nekaj konkurentov. Naše podjetje bo tekmovalo z velikim številom konkurentov po Sloveniji, zato jih bomo pozorno opazovali in se ustrezno prilagajali. Opazovali bomo cene drugih konkurentov v prodaji zaščitnih oblačil, pripravljeni bomo na konkurente, če bodo imeli akcijske prodaje ali druga dodatna znižanja. Svojim kupcem bomo v tem primeru ponudili brezplačno šivanje enega kosa zaščitnega oblačila po meri, pri nakupu dveh izdelkov pa bomo tretjega podarili. Tekmovali bomo tudi s cenami, poskušali bomo narediti visoko kakovostno zaščitno obleko po ceni, ki bo dostopna vsakemu.

Ker želimo naše stranke obdržati, bomo ponujali tudi popuste pri naslednjem nakupu. S tem smo prepričani, da bodo stranke prihajale še raje kot prej.

Neposredni konkurenti bodo tisti konkurenti, s katerimi se moramo najprej soočiti. To so konkurenti, ki se ukvarjajo z isto dejavnostjo in v naši bližini, zato moramo postati enakovredni ali boljši za obstanek na trgu. Imamo tudi posredne konkurente, tiste bolj oddaljene in tudi vse ostale trgovine s prodajnimi prostori oz. ponudbo zaščitnih oblačil na spletu.

Sicer pa je za prodajo oz. proizvodnjo zaščitnih oblačil v Sloveniji po podatkih PIRS registriranih 13 podjetij, po podatkih BIZI pa 7 podjetij, od tega 1 podjetje v pomurski regiji.

Tabela 3 prikazuje nekaj izbranih konkurentov po Sloveniji s prednostmi in slabostmi.

Tabela 3: Naključno izbrani konkurenti

	Izbrani konkurenti iz Slovenije	**Prednosti (+)**	**Slabosti (–)**
1.	RECINKO, Družba za proizvodnjo, storitve in trgovino, d. o. o., KOČEVJE	- iz majhnega podjetja s 15 zaposlenimi se je razvilo v podjetje z več kot 120 zaposlenimi, - je d. o. o., - podjetje ima certifikat ISO 9001:2008, - se širi in na novo zaposluje	- invalidsko podjetje - ne ukvarja se zgolj s šivanjem zaščitnih oblačil, ni specializirano za zaščitna oblačila, - ukvarja se tudi z nogavičarstvom, s storitvami in z upravljanjem, - podjetje se ne nahaja v pomurski regiji
2.	UNIDEL, Podjetje za zaposlovanje in usposabljanje invalidnih oseb, d. o. o.	- invalidsko podjetje - podjetje se ne nahaja v pomurski regiji - podjetje je bolj izkušeno	- podjetje je bolj izkušeno - podjetje je dokaj prepoznavno - ima veliko izbiro zaščitnih oblačil

		- podjetje je dokaj prepoznavno - ponuja veliko izbiro zaščitnih oblačil	
3.	KELC, Proizvodnja, storitve in trgovina, d. o. o., PTUJ	- dosega visoke cene - izdelki so zelo kakovostni - podjetje se ne nahaja v pomurski regiji	- velika izbira zaščitnih oblačil - kakovostni izdelki - konkurenčnost
4.	PREVENT & DELOZA, d. o. o., CELJE	- podjetje je specializirano - velika izbira zaščitnih oblačil - visoke cene	- testirajo vsako novo zaščitno oblačilo - prejemniki več certifikatov - uporabljajo kakovostne materiale - prepoznavnost podjetja
5.	STIK, d. o. o., PTUJ	- manjša izbirna ponudba zaščitnih oblačil - dolgoletno delovanje podjetja	- večje podjetje - nosilec certifikata za poslovno odličnost in zaupanja vredno podjetje

Vir: Lasten

4.6 Načrt trženja, SWOT-analiza, cilji in strategije

»The marketing concept emerged in the mid-1950s as a customer-centered, sense-and-respond philosophy. The job is to find not the right customers for your products, but the right products for your customers.« (Kotler, 2000).

4.6.1 Načrt trženja

V podjetju Špela Bernjak, s. p., se bomo ukvarjali s proizvodnjo in prodajo zaščitnih oblačil za varnost pri delu. Za vsako posamezno leto bomo načrtovali količinsko prodajo, ki bo razvidna iz tabele na koncu tega poglavja. Svojo tržno usmeritev smo razčistili z danimi prednostmi in slabostmi. Naša priprava tržnega načrta bo analizirana v smislu celotnega potencialnega tržišča za vsak proizvod oz. storitev posebej.

V nadaljevanju opredeljujemo tržni splet oz. marketing miks podjetja, ki je sestavljen iz štirih osnovnih sestavin:

- izdelek: podjetje se bo ukvarjalo s prodajo in proizvodnjo naslednjih izdelkov oz. storitev s področja zaščite oz. varnosti pri delu: zaščitni čevlji, zaščitna oblačila, visokovidna oblačila, sredstva za zaščito glave, telovniki, višinska varovalna oprema in zaščitne rokavice. Med storitvami, ki jih bo ponujalo naše podjetje, je treba omeniti šivanje po meri oz. želji stranke;
- cena: podjetje bo oblikovale cene tako, da bodo v skladu s kakovostjo izdelkov oz. storitev, hkrati pa dostopne vsakomur. Cene bodo pokrivale vse stroške in pričakovani dobiček;
- distribucija: v podjetju bomo organizirali prodajo na več načinov: enega predstavlja prodaja v prodajnem prostoru, drugega predstavlja prodaja prek spletne strani. Prodaja bo zaenkrat potekala 100 % na domačem trgu, kasneje tudi v tujini;
- promocija: v podjetju se bomo promovirali (sebe in našo ponudbo) z letaki, pred večjimi trgovskimi centri, pošiljali bomo reklame po pošti, oglaševali prek lastnega spletnega portala, redno pa tudi prek radijskih postaj in v časopisih.

4.6.2 SWOT-analiza

Gre za analizo notranjih značilnosti (podjetja, zaposlenih ipd.) in zunanjega okolja (podjetja). Pri SWOT-analizi kot orodju strateške analize poskušamo ugotoviti prednosti in slabosti podjetja oz. podjetnika (kot notranje značilnosti, na katere ima vpliv) pa tudi priložnosti in

ovire (kot zunanje značilnosti, na katere nima vpliva, lahko pa se jim prilagodi oz. jih skuša predvideti in se tudi ustrezno pripraviti).

Prednosti podjetja oziroma podjetnika (notranje značilnosti):

- motivirano vodstvo,
- kakovost izdelkov (oblačil),
- pravočasnost dobaviteljev in dobave,
- nagrajevanje zaposlenih,
- učinkovito tržno komuniciranje,
- samostojnost podjetnika in podjetja,
- lasten objekt, kjer sta proizvodni in prodajni prostor,
- dovolj zmogljivosti (resursov) za možnost širitve.

Slabosti podjetja v primerjavi s konkurenco (notranje značilnosti):

- malo podjetniških izkušenj,
- zaenkrat še slabša prepoznavnost na trgu,
- zaenkrat še brez stalnih kupcev oz. strank,
- kupci pričakujejo nekaj več kot od obstoječih ponudnikov.

Priložnosti podjetja na trgu (zunanje značilnosti):

- vedno zahtevnejše potrebe po modnih oblačilih,
- novi trgi v bližini, tudi v tujini (npr. Avstrija),
- možnost uveljavitve prepoznavnosti na trgu,
- varstvo pri delu in zdravje postajata vse bolj pomembna za podjetje.

Ovire oziroma nevarnosti za podjetje na trgu (zunanje značilnosti):

- gospodarska kriza,
- pojav novih konkurentov,
- pomanjkanje virov financiranja,
- nenehne spremembe zakonodaje in zahtevni predpisi, ki jih je treba upoštevati,
- visoki davki.

4.6.3 Cilji in strategije

Kratkoročni cilji podjetja (prvo leto) so:

- uveljaviti se na trgu,
- postati konkurenčen,
- pridobiti zadostno število strank za dosego 70.600,00 € prometa prvo leto poslovanja oziroma 11.766,67 € na mesec ali 588,34 € na dan in do 7 % dobiček s 3 zaposlenimi.

Srednjeročni cilji podjetja (prva štiri leta) so:

- ponudbo prenesti na nacionalni trg,
- postati najboljši ponudnik zaščitnih oblačil,
- možna nadaljnja zaposlitev novih ljudi s širitvijo ponudbe in večjo izbiro proizvodov,
- pravilno ravnanje z ljudmi,
- v 4. letu doseči 194.850,00 € prihodka oziroma 32.475,00 € na mesec ali 1.623,75 € na dan ter 16 % dobiček s 6 zaposlenimi.

4.6.4 Poslanstvo in vizija

Vizija našega podjetja je, da bo v naslednjih 10 letih spadalo med najboljše ponudnike zaščitnih oblačil in opreme v Prekmurju in morda tudi v Sloveniji. Podjetje se bo prilagajalo v visoki meri in upoštevalo vsako željo stranke. Naša natančnost in unikatnost bosta poskrbeli, da se bodo stare stranke kot tudi nove vedno znova vračale k nam. Z ustvarjanjem naših izdelkov, ki bodo kar najbolj kakovostni in po dostopni ceni, bomo prisluhnili strankam in različnim predlogom kupcev. Storili bomo vse, da jim ponudimo tisto, kar si želijo in kar potrebujejo oz. kar iščejo, zato bomo upoštevali vse kritike, pripombe, pohvale, graje, spodbude itd. ter se tako dopolnjevali, spreminjali, dodajali, izpopolnjevali, nadgrajevali. Z leti poslovanja želimo postati največji ponudnik zaščitnih oblek v naši regiji in kasneje tudi v državi.

4.7 Management, organizacija, lastništvo

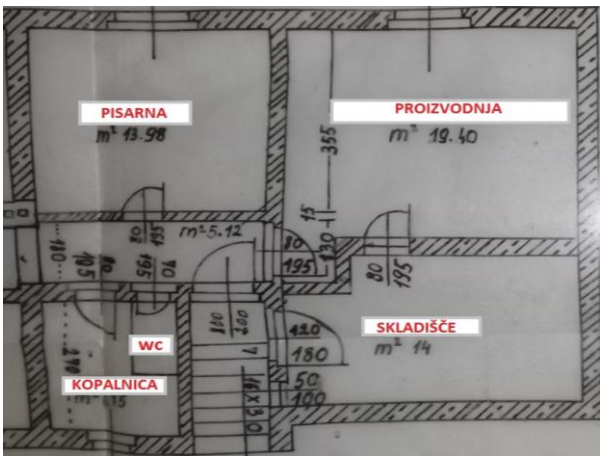
Naše podjetje bo v lasti direktorice Špele Bernjak, solastnik pa bo Elemer Bernjak. Za različne delovne naloge, koordinacijo podjetja ter nadzor doseganja ciljev bom skrbela direktorica. Zaposleni bodo nagrajeni za svoje delo v primeru, da pride do večje nepričakovane prodaje izdelkov. Organizirali bomo sestanke z vsemi zaposlenimi ter pregledali analizo poslovanja podjetja in iskali nove rešitve in možnosti za naše podjetje. Zaposlene bomo vsekakor spodbujali in motivirali k inovaciji poslovanja.

Za s. p. (status samostojnega podjetnika posameznika) smo se odločili zaradi tega, ker samostojni podjetnik za svoje posle odgovarja s svojim premoženjem, zaradi ugleda in prepoznave na trgu. Hitra in enostavna je tudi ustanovitev s. p. na točkah VEM. Enostavno je razpolagati z denarnimi sredstvi – podjetnik prosto razpolaga z denarjem na svojem računu. Kar se tiče administracije, so stroški nižji kot pri d. o. o. Pri samostojnem podjetniku ni ustanovitvenega kapitala, vendar bosta direktor in solastnik podjetja vsak posebej prispevala 11.000 €, skupno 22.000 €, kar bomo porabili za nabavo šivalnih strojev in potrebnega materiala.

4.8 Poslovni prostori in oprema

Ker bo podjetje delovalo na našem naslovu Poznanovci 36, imamo že urejen prostor za prodajo, svojo pisarno ter delovni prostor za šivanje zaščitnih oblačil po meri oziroma po želji stranke. Zraven prodajnega salona imamo prostor za skladišče, kjer lahko skladiščimo ves material, bodisi material, končne proizvode in obleke ali pa še nedokončane proizvode oz. zaščitne obleke. Naši prostori so kreativno in lepo urejeni. Delovno področje je opremljeno s stroji za šivanje, z eno veliko mizo ter dvema velikima omarama za shranjevanje materiala. Tudi pisarna je ustrezno opremljena s pisarniško mizo, stoli, z računalnikom in ostalimi potrebnimi pripomočki za normalno delovanje podjetja. Urejen imamo tudi zadnji prostor, ki je namenjen vsem zaposlenim. Tu bo tudi prostor za higieno s poostrenim higienskim režimom z navodili. Gre za toaletne prostore z umivalnikom ter omarico s toaletnimi pripomočki, tukaj bodo tudi čistila ipd.

Slika 3 prikazuje tloris poslovnega prostora podjetja v velikosti približno 55 m^2.



Slika 3: Tloris poslovnega subjekta

Vir: Lasten

5 EKONOMIKA POSLOVANJA PODJETJA

»Gospodarno poslovati vsakogar je želja, le če cvenka kaj ostane, razlog je veselja« (Šauperl, 2009).

Pri ekonomiki podjetja gre za načrtovanje prihodkov in odhodkov, za pregled nabave in prodaje podjetja (tako količinsko kot vrednostno). Hkrati gre za pregled načrtovanih stroškov poslovanja podjetja ter preračune oz. kalkulacije, ki bodo pokazali, ali je načrtovana poslovna ideja lahko uspešna ali ne. To še najbolje ponazarjajo kazalniki uspešnosti poslovanja.

5.1 Podjetniška kalkulacija

Podjetniška kalkulacija predstavlja izbrano postavko, v kateri navedemo material, strošek dela, strošek poslovanja, lastno ceno, želeni dobiček in višino prodajne cene.

- izbrani reprezentant: višinska varovana oprema,
- letna količina: 400 kom. višinske varovane opreme,
- delež v strukturi prodaje: letna vrednost prodaje višinske varovane opreme znaša 28.000 €, kar predstavlja v skupni vrednosti prodaje 140.000 € in 20 % delež.

Tabela 4 prikazuje podjetniško kalkulacijo za izbrani proizvod našega podjetja.

Tabela 4: Kalkulacija izbranega reprezentanta, v €

Št.	Postavka	Algoritem	Vrednost
1	Material	28.000 x 20 % / 400	14,00
2	Strošek dela	52.800 x 20 % / 400	26,40
3	Strošek poslovanja	(77.244 – 52.800) x 20 % / 400	12.22
4	Lastna cena	(1 + 2 + 3)	52,62
5	Želeni dobiček	7 % na lastno ceno	3,68
6	Prodajna cena	(4 + 5)	56,30

Vir: Lasten

Pri podjetniški kalkulaciji z izbranim reprezentantom (višinska varovana oprema) smo prišli do zaključka, da pri upoštevanju zneskov materiala, dela in poslovanja v finančnih tabelah in pri želenem dobičku, kot ga nakazuje kazalec gospodarnosti za prvo leto (7 % na lastno ceno), dobimo kalkulativno prodajno ceno 56,30 €. Prodajna cena v načrtu prodaje je 70 €, kar

pomeni, da je med kalkulativno in možno prodajno ceno še 13.70 € rezerve za morebitne višje stroške ali večji odstotek dobička.

5.2 Načrt prodaje

Zavedamo se velike konkurence, s katero se bomo morali boriti za pozornost in naklonjenost kupcev, zato smo oblikovali prodajno strategijo. Odločili smo se, da želimo prodajati predvsem za gotovino in kartična plačila. Skozi leto bomo ponujali tudi številne popuste in druge ugodnosti. Prodajni pogoji bodo sicer za vse kupce popolnoma enaki. Od prejema naročene količine bodo imeli možnost plačila v roku 8 dni po povzetju izdelka. V nadaljevanju predstavljamo količinsko in vrednostno napoved prodaje podjetja v naslednjih 4 letih.

Tabela 5: Količinska napoved prodaje v 4 letih poslovanja

Predmet prodaje	**Enota mere**	**1. leto***	**2. leto**	**3. leto**	**4. leto**
Zaščitna oblačila	Število oblek	210	410	450	500
Zaščitna obutev	Število obutev	90	200	250	300
Visokovidna oblačila	Število oblek	105	250	300	350
Zaščita glave	Število zaščit	30	80	100	150
Telovniki	Število oblek	214	430	450	500
Višinska varovana oprema	Število oprem	200	450	500	550
Zaščitne rokavice	Število rokavic	10	50	50	50
Ostalo (manjša, večja popravila kroja, šivanje vseh vrst oblačil)	Število ur	960	1.920	1.920	1.920

**Opomba: količinska načrtovana prodaja 6 mesecev v 1. letu, ker bo naše podjetje začelo delovati s 1. 6. 2016.*

Vir: Lasten

Tabela 6: Količinska napoved prodaje v 4 letih poslovanja, v €

Predmet prodaje	Povprečna vrednost	1. leto*	2. leto	3. leto	4. leto
Zaščitna oblačila	50,00	10.500,00	20.500,00	22.500,00	25.000,00
Zaščitna obutev	65,00	5.850,00	13.000,00	16.250,00	19.500,00
Visokovidna oblačila	60,00	6.300,00	15.000,00	18.000,00	21.000,00
Zaščita glave	60,00	1.800,00	4.800,00	6.000,00	9.000,00
Telovniki	50,00	10.700,00	21.500,00	22.500,00	25.000,00
Višinska varovana oprema	150,00	30.000,00	67.500,00	75.000,00	82.500,00
Zaščitne rokavice	65,00	650,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00
Ostalo (manjša, večja popravila kroja, šivanje vseh vrst oblačil)	5,00	4.800,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
Skupaj	**/**	**70.600,00**	**155.150,00**	**173.100,00**	**194.850,00**

**Opomba: vrednostna napoved prodaje 6 mesecev za 1. leto poslovanja, saj bo podjetje začelo delovati s 1. 6. 2016.*

Vir: Lasten

Vrednostna napoved prodaje je usklajena s količinsko napovedjo prodaje za 4 leta poslovanja podjetja in kaže na povprečno vrednost vsakega proizvoda posebej in izračun posameznega predmeta prodaje za vsa 4 leta poslovanja ter končen izračun prihodka glede prodajne cene za vsako leto posebej. Iz tabele izhaja, da v 1. letu poslovanja podjetja načrtujemo vrednost prodaje v višini 70.600,00 €, v naslednjih letih nadaljnjo rast in v 4. letu za 194.850,00 € prodaje.

5.3 Načrt nabave

Za delovanje našega podjetja bomo potrebovali surovine (blago ipd.) ter materiale kot na primer šivanke, sukance, gumbe, zadrge in različne vrste tekstilnega blaga, tudi igle za strojno šivanje in drobne pripomočke.

Za delovanje podjetja bomo potrebovali tudi potrošni material, kot so pisarniški papir, čistila, WC-papir ipd. (našteto sodi med režijski material in drobni inventar, kar v skupnem znesku upoštevamo med stroški). To je sicer številčno upoštevano pri stroških poslovanja podjetja.

Načrtovana nabava po vrednosti za naslednja 4 leta je predstavljena v tabeli 7.

Tabela 7: Vrednostna napoved nabave v 4 letih poslovanja, v €

Predmet nabave	**1. leto***	**2. leto**	**3. leto**	**4. leto**
Potrošni material	250,00	936,00	967,00	1.042,00
Surovine, materiali	9.100,00	19.000,00	22.600,00	24.000,00
Trgovsko blago	8.850,00	18.064,00	21.433,00	22.958,00
Skupaj	**18.200,00**	**38.000,00**	**45.000,00**	**48.000,00**

**Opomba: vrednostna napoved nabave 6 mesecev za 1. leto poslovanja, saj bo podjetje začelo delovati s 1. 6. 2016.*

Vir: Lasten

V tabeli navajamo strošek za ves potrošni material, surovine, druge materiale ter trgovsko blago, ki bo nujno potrebno za dejavnost, in izračun nabave za vsako leto posebej. Iz tabele je razvidno, da bodo stroški nabave v 1. letu poslovanja podjetja znašali 18.200,00 €, v nadaljnjih letih se še povečujejo, v 4. letu pa znašajo 48.000,00 €.

5.4 Osnovna sredstva in amortizacija

K osnovnim sredstvom za sodobno delovanje našega podjetja štejemo: pisarniško opremo, računalnik, blagajno, opremo za šivalnico, večfunkcijski šivalni stroj, likalnik in opremo prodajnega salona. Nekaj od navedenih sredstev imamo že nabavljenih, za ostalo pa bosta prispevala solastnika z osnovnim kapitalom.

Tabela 8 : Obstoječa osnovna sredstva/oprema podjetja, v €

Vrsta opreme	Vrednost
Pisarniška oprema	150,00
Računalnik	400,00
Blagajna	150,00
Oprema za šivalnico	400,00
Več funkcijski šivalni stroj	600,00
Likalnik	300,00
Oprema prodajnega salona	300,00
Skupaj:	**2.300,00**

Vir: Lasten

Tabela 9: Amortizacija osnovnih sredstev, v €

Osnovno sredstvo	Vrednost, v €	Amortizacijska stopnja	1. leto*	2. leto	3. leto	4. leto
Pisarniška oprema	150,00	20%	15,00	30,00	30,00	30,00
Računalnik	400,00	50%	100,00	200,00	200,00	200,00
Blagajna	150,00	20%	15,00	30,00	30,00	30,00
Oprema za šivalnico	400,00	20%	40,00	80,00	80,00	80,00
Več funkcijski šivalni stroj	600,00	20%	60,00	120,00	120,00	120,00
Likalnik	300,00	20%	30,00	60,00	60,00	60,00
Oprema prodajnega salona	300,00	20%	30,00	60,00	60,00	60,00
SKUPAJ	**2.300,00**	**/**	**290,00**	**580,00**	**580,00**	**580,00**

**Opomba: amortizacija 6 mesecev 1. leta poslovanja, saj bo podjetje začelo delovati s 1. 6. 2016.*

Vir: Lasten

V tabeli so navedena vsa osnovna sredstva, ki jih podjetje potrebuje. Gre za strošek podjetja, ki pa ni odliv denarja, temveč akumulacija za nabavo novega osnovnega sredstva, ko se bo to

potrošilo. Iz tabele 9 je razvidno, da znaša strošek amortizacije v 1. letu poslovanja 290 €, nato v vseh naslednjih treh letih po 580 €.

5.5 Stroški poslovanja podjetja

V tabeli 10 predstavljamo načrtovano število delavcev po izobrazbeni strukturi.

Tabela 10: Načrt zaposlovanja delavcev po izobrazbi

Delovno mesto	**Stopnja izobrazbe**	**1. leto**	**2. leto**	**3. leto**	**4. leto**
Direktor	7	1	1	1	1
Vodja komerciale	6	1	1	1	1
Šivilja	3	1	2	3	4
Skupaj:	**/**	**3**	**4**	**5**	**6**

Vir: Lasten

Načrt zaposlovanja delavcev prikazuje, da bodo prvo leto v podjetju skupno zaposleni 3 delavci, od tega 1 šivilja, 2. leto želimo zaposliti še 1 šiviljo, v 3. letu pa bi bile zaposlene 3 šivilje in v 4. letu 4.

Tabela 11: Stroški oziroma plače zaposlenih, v €

Delovno mesto	**Bruto plača/mesečno**	**1. leto***	**2. leto**	**3. leto**	**4. leto**
Direktor (solastnik)	2.100,00	12.600,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00
Vodja komerciale (solastnik)	1.430,00	8.580,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00
Šivilja	810,00	4.860,00	19.440,00	29.160,00	38.880,00
Skupaj plače	**4.340,00**	**26.040,00**	**61.800,00**	**71.520,00**	**81.240,00**

**Opomba: plača zaposlenih za 6 mesecev za 1. leto poslovanja, saj bo podjetje začelo obratovati s 1. 6. 2016.*

Vir: Lasten

V tabeli 11 so prikazani stroški oziroma plače zaposlenih v vseh 4 letih poslovanja (tudi stroški malic in regresa za letni dopust). Gre za poenostavljen pregled plač zaposlenih. Ker bo podjetje po pravno organizacijski obliki s. p., direktor kot soustanovitelj podjetja in samozaposleni dejansko ne bo prejemal plače, ampak bo njegovo, kar bo ostalo na računu po plačilu vseh prispevkov. Zaradi lažjega računanja smo upoštevali plače za vsako osebo.

Ker so direktor, vodja komerciale in šivilja doma le nekaj metrov stran od podjetja, se stroški prevoza ne bodo obračunavali. Predvidevamo, da bo naše podjetje uspešno v prodaji, zato bomo v 2. letu poslovanja izplačevali letne regrese za dopust, ki bodo znašali 700 € letno na osebo.

Tabela 12: Stroški za malico in regres zaposlenih, v €

Stroški malice in regresa	**1. leto***	**2. leto**	**3. leto**	**4. leto**
Malica (4 €/dan/delavec)	1.500,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00
Regres za dopust (700 €/leto)	0,00	2.800,00	3.500,00	4.200,00

**Opomba: malica zaposlenih za 6 mesecev za 1. leto poslovanja, saj bo podjetje začelo obratovati s 1. 6. 2016.*

Vir: Lasten

V tabeli 13 prikazujemo celotne načrtovane stroške poslovanja podjetja za 4 leta.

Tabela 13: Načrtovani stroški poslovanja podjetja, v €

Stroški poslovanja	**Mesec**	**1. leto***	**2. leto**	**3. leto**	**4. leto**
Elektrika, voda, ogrevanje	150,00	900,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Plača direktorja	2.100,00	12.600,00	25.200,00	25.200,00	25.200,00
Plača vodje komerc.	1.430,00	8.580,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00
Plača šivilje	810,00	4.860,00	19.440,00	29.160,00	38.880,00
Trgovsko blago	/	8.850,00	18.064,00	21.433,00	22.958,00
Surovine, materiali	/	9.100,00	19.000,00	22.600,00	24.000,00
Potrošni material	/	250,00	936,00	967,00	1.042,00
Amortizacija	/	290,00	580,00	580,00	580,00
Telefon, internet	50,00	300,00	600,00	600,00	600,00
Reklama	20,00	120,00	240,00	240,00	240,00
Malica	80,00	1.500,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00
Regres za dopust (l.)	700,00	/	2.800,00	3.500,00	4.200,00
Skupaj	**/**	**47.350,00**	**109.820,00**	**128.240,00**	**142.660 ,00**

**Opomba: načrtovani stroški poslovanja za 6 mesecev za 1. leto poslovanja, saj bo podjetje začelo obratovati s 1. 6. 2016.*

Vir: Lasten

Načrtovane stroške v poslovanju podjetja imamo navedene kot mesečne in letne stroške. Iz tabele 13 je razvidno, da se stroški poslovanja podjetja z leti spreminjajo oz. naraščajo. V 1. letu poslovanja podjetja (ki je sicer 6 mesecev) bodo ti znašali 47.350,00 €, v naslednjem letu 109.820,00 €, v 3. letu 128.240,00 € in v 4. letu 142.660,00 €.

5.6 Načrtovani izkaz poslovanja podjetja

Izkaz poslovanja podjetja prikazujemo v tabeli 4. Tabela je sestavljena iz vseh prihodkov in odhodkov. Poslovni izid poslovanja nam pove, ali bo naše podjetje zagotavljalo dobiček ali izgubo. Gre za poenostavljen izkaz poslovanja podjetja, ki upošteva vse prihodke in odhodke podjetja. Ne gre za prave izkaze poslovanja, kot so bilanca stanja, izkaz poslovnega izida, izkaz denarnega toka. Kljub temu to zadostuje za neko predvideno oceno rezultatov poslovanja podjetja.

Tabela 14: Izkaz poslovanja podjetja (poenostavljena različica izkaza), v €

Oz.	**Postavke**	**1. leto**	**2. leto**	**3. leto**	**4. leto**
A.	**PRIHODKI**				
1	Čisti prihodki od prodaje	70.600,00	155.150,00	173.100,00	194.850,00
2	Drugi poslovni prihodki	2.580,00	3.000,00	3.250,00	3.550,00
	Skupaj prihodki (1 + 2)	**73.180,00**	**158.150,00**	**176.350,00**	**198.400,00**
B	**ODHODKI**				
3	Stroški materiala in nabavna vrednost blaga	18.200,00	38.000,00	45.000,00	48.000,00
4	Stroški storitev	1.620,00	4.240,00	5.240,00	6.240,00
5	Stroški dela zaposlenih + regres	26.040,00	64.600,00	75.020,00	85.440,00
6	Amortizacija osnovnih sredstev	290,00	580,00	580,00	580,00
7	Drugi stroški	1.200,00	2.400	2.400,00	2.400,00
	Skupaj odhodki (3 + 4 + 5 + 6 + 7)	**47.350,00**	**109.820,00**	**128.240,00**	**142.660,00**
C	**Poslovni izid poslovanja**	**25.830,00**	**48.330,00**	**48.110,00**	**55.750,00**

Vir: Lasten

Iz poenostavljenega izkaza poslovnega izida je mogoče razbrati, da bo podjetje v vseh letih poslovanja dosegalo pozitivni poslovni izid. V 1. letu poslovanja bo poslovalo s 25.830,00 € dobička oz. za toliko več prihodkov od odhodkov. V 2. letu se dobiček poveča na 48.330,00 €, v 3. letu poslovanja pa se dobiček v primerjavi s prejšnjim letom poslovanja nekoliko zniža, in sicer na 48.110,00€. 4. leto bo 55.750,00 € dobička. Ob tem je treba pojasniti, da gre za pravno organizacijsko obliko s. p., kjer lastniku (ustanovitelju podjetja in samozaposlenemu) v bistvu na računu mesečno 1. leto ostane po 4.300,00 € in v drugem in tretjem letu nekoliko manj oz. približno 4.000,00 €, v četrtem letu pa spet nekoliko več, in sicer 4.600,00 €. Dobiček v bistvu ni tako velik.

5.7 Kazalniki uspešnosti poslovanja podjetja

Uspešnost poslovanja podjetja merimo s kazalniki, ki nam povedo delež pokritja stroškov, ekonomičnost poslovanja in podobno. Nekateri od njih so izračunani v nadaljevanju in zajemajo prikaz uspešnosti načrtovanega poslovanja podjetja.

V nadaljevanju prikazujemo tri izbrane kazalnike uspešnosti poslovanja: prag rentabilnosti, ekonomičnost in donosnost.

- *Prag rentabilnosti ali točka preloma:* upoštevati moramo vse prihodke od prodaje in stroške, ki se delijo na variabilne in fiksne. S pragom rentabilnosti ugotavljamo, od kod dalje podjetje s prihodki pokriva vse stroške poslovanja. Od te točke (točke preloma) dalje podjetje ustvarja dobiček.
- Prag rentabilnosti = fiksni stroški / 1 – variabilni stroški / prihodki

Tabela 15: Prag rentabilnosti podjetja, v €

Leta	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto
Prag rentabilnosti	28.729,75	70.979,75	82.399,74	93.819,75

Vir: Lasten

Podjetje bo v 1. letu doseglo prag rentabilnosti pri 28.729 €, drugo leto pri 70.979 €, naslednje leto pri 82.399 € in 4. leto pri 93.819 € ustvarjenih prihodkov.

- *Ekonomičnost podjetja*: prikazuje pokrivanje odhodkov s prihodki in če je v opazovanih letih kazalnik višji od 1, to pomeni, da so načrtovani prihodki višji od načrtovanih odhodkov. *Ekonomičnost* = prihodki/odhodki.

Tabela 16: Ekonomičnost podjetja

Leta	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto
Ekonomičnost	1,55	1,44	1,38	1,39

Vir: Lasten

Iz tabele 16 je razvidno, da bomo v 1. letu v podjetju ustvarili za 55 % več prihodkov od odhodkov, v 2. letu za 44 %, v 3. letu za 38 % in v zadnjem letu za odstotek več od prejšnjega leta, torej za 39 %.

- *Donosnost podjetja*: ugotavljamo, koliko dobička ustvarimo v primerjavi s prihodki. Donosnost dobimo tako, da (neto) dobiček delimo s prihodki.
- *Donosnost podjetja* = (neto) dobiček/prihodki.

Tabela 17: Donosnost podjetja

Leta	1. leto	2. leto	3. leto	4. leto
Donosnost	0,35	0,31	0,27	0,28

Vir: Lasten

Prvo leto poslovanja bo podjetje ustvarilo 35 € dobička na 100 € prihodka, drugo leto nekoliko manj, to je 31 € dobička na 100 € prihodkov, v 3. letu 27 € in v 4. letu poslovanja 28 €.

6 KRITIČNA TVEGANJA IN UKREPI

Z razvojem našega podjetja lahko nastopijo različna kritična tveganja in tudi problemi. Kritična tveganja v našem podjetju so lahko naslednja:

- neupoštevanje zadane strategije poslovanja,
- slaba prepoznavnost zakonodaje (odpuščanje brez vzroka, slabo ocenjevanje spretnosti pri delu, nasilje itd.),
- slaba motivacija zaposlenih, predvsem ko gre za rezultate dela in dobiček,
- postavljanje previsokih ali nizkih cen oblačil,
- slaba izpostavitev oglaševanja,
- bolezen, ki zahteva daljšo odsotnost podjetnika in s tem povzroči krizo podjetja,
- recesija,
- gospodarska kriza lahko prispeva k zmanjšanju števila strank,
- nova konkurenca v pomurski regiji.

Kritična tveganja bomo v podjetju poskušali že vnaprej predvidevati in jih tudi odpraviti ali se jim izogniti. Zavezali se bomo, da bo podjetje delovalo gladko, v primerih kritičnih tveganj pa bomo skušali ta odpraviti s premišljenim ravnanjem.

V primeru, da podjetnik za dalj časa zboli, bo funkcijo nadomeščanja direktorja prevzel solastnik. V primeru večje konkurence bomo ponudbo prilagodili oz. izboljšali. V primeru recesije se bomo poskušali usmeriti na tuje trge (bližnji trg Avstrije).

7 TERMINSKI NAČRT

Terminski načrt nam pokaže čas, v katerem roku bo poslovni načrt izdelan, kdaj bo podjetje ustanovljeno, do kdaj bodo proizvodnji prostori pripravljeni, nabavljena osnovna sredstva, čas zaposlitve direktorja in delavcev, predviden začetek poslovanja oziroma otvoritve trgovine, možnost širitve ponudbe ali širitev trga po Sloveniji.

Tabela 18: Terminski načrt

Aktivnost	Čas
Izdelava poslovnega načrta	Poslovni načrt bo izdelan do 15. 1. 2016
Ustanovitev podjetja	Podjetje bo ustanovljeno 1. 5. 2016
Priprava proizvodnih prostorov	Do 15. 1. 2016
Nabava osnovnih sredstev	Do 15. 1. 2016
Zaposlitve direktorja in delavcev	Do 12 mesecev delavci, možnost podaljšanja pogodbe ali zaposlitev za nedoločen čas, direktor za nedoločen čas
Začetek poslovanja / otvoritev trgovine	1. 6. 2016
Širitev (ponudbe)	Po 12 mesecih poslovanja
Širitev trga (cela Slovenija)	Še ni natančno določeno

Vir: Lasten

8 SKLEP

Želja vsakega posameznika je, da se počuti varno kjerkoli, tudi v svoji obleki, ki mu nudi dodatno zaščito med različnimi deli ali opravili. Počutiti se varno je pri vsakem posamezniku zelo pomembno, zato želimo ljudi opozarjati ali napeljevati k temu, da so v ustrezni zaščitni obleki, ki nudi predvsem dodatno zaščito pri ogroženem ali tveganem delu, zavarovani pred delovnimi nesrečami. S tem želimo ljudi prepričati in jim nuditi le najboljše ter preprečiti razne delovne nesreče in nezgode, ki se precej pogosto pojavljajo v delovnem okolju.

V diplomskem delu smo podrobneje (skozi teoretični in praktični del) opisali načrtovano dejavnost, s katero se bo ukvarjalo novo ustanovljeno podjetje, to je s prodajo zaščitnih oblačil s poudarkom na tistih za varnost pri delu.

Trg smo raziskali s pomočjo anketiranja na terenu. Rezultati raziskave kažejo, da je zaščitna obleka za večino anketirancev zelo pomembna in da tovrstne trgovine redno obiskujejo. Večina anketirancev je mnenja, da je na našem tržišču premalo trgovin z zaščitno opremo in da so pripravljeni za dobro kakovost odšteti dano (nekoliko višjo) ceno. Poslovna priložnost v Prekmurju je idealna, saj se na tem območju s tovrstno dejavnostjo ukvarja le eno podjetje. Rezultati raziskave kažejo tudi na to, da bi se jih največ odločilo za nakup zaščitnih hlač oziroma zaščitnih oblačil, zato lahko s to potrditvijo količinsko povečamo napoved prodaje in napovedujemo večje prihodke in večji dobiček podjetja. Zelo pomembno je, da je anketirancem na prvem mestu kakovost, saj bo se bo naše podjetje trudilo prodajati in šivati najboljše zaščitne obleke z najboljšimi materiali in surovinami, ki jih bomo dobavljali od najboljših izbranih ponudnikov. V anketi nas je nekoliko presenetila ugotovitev, da anketirancem ni toliko pomembna lokacija trgovine, kar je za nas zelo ugodno glede na to, da bomo obratovali na vasi. Torej lahko pričakujemo potrditev našega načrtovanega oz. predvidenega prometa, obstaja pa tudi velika verjetnost, da se bo podjetje kljub lokaciji zunaj urbanega mestnega okolja prijelo in ustvarjalo dobiček ter se tudi na podeželju lahko naprej razvijalo. Ugotavljamo tudi, da sta kupcem pomembna strokovno znanje in usposobljenost prodajalcev pri prodaji zaščitnih oblačil. Zato bodo zaposleni v našem podjetju ustrezno usposobljeni z dolgoletnimi izkušnjami, za kar se bomo trudili tudi vnaprej in jih dodatno usposabljali ter učili o novostih, najnovejših trendih in še višji kakovosti zaščitnih oblačil. Nenehno se bomo tudi dodatno izpopolnjevali in poskušali biti v čim večjo korist kupcem. Skušali bomo izpolnjevati vse želje naših strank.

Hkrati se zavedamo, da kupce zelo privabljajo raznorazne reklame po TV, internetu, časopisih, radiu ali drugih medijih, zato se bo naše podjetje reklamiralo pred odprtjem trgovine in tudi kasneje, ko bomo že poslovali (z redno mesečno promocijo). Z anketo smo potrdili, da večina kupcev rada kupuje tudi prek spleta, ne samo osebno, zato bo na naši spletni strani možno kupovati in naročati zaščitna oblačila. Vse naše trditve iz dispozicije diplomskega dela smo torej potrdili. Opredelili smo tudi kupce po skupinah. Navedli smo izbrane dobavitelje za vse potrebne materiale in surovine. Naključno smo izbrali nekaj konkurentov iz Slovenije in proučili njihove prednosti in slabosti. Za naše podjetje smo opredelili tudi tržni splet, sestavljen iz štirih sestavin (izdelek, cena, distribucija in promocija), ki so opisane in jasno določene. S SWOT-analizo smo ugotovili prednosti in slabosti podjetja pa tudi priložnosti in ovire v našem okolju. Opredelili smo lastništvo podjetja in organizacijsko obliko podjetja kot tudi poslovne prostore in opremo. Sicer pa bo podjetje delovalo na domačem naslovu Poznanovci 36, 9202 Mačkovci. Pri izračunu kalkulativne cene izbranega reprezentanta smo prišli do zaključka, koliko rezerve je za dobiček ali višje stroške podjetja. Pri ciljih in strategijah smo navedli kratkoročne in srednjeročne cilje podjetja za prva štiri leta poslovanja. Poslovni načrt pa vsebuje tudi načrt prodaje in nabave s količinsko in vrednostno napovedjo za obdobje štirih let. Ker v podjetju nastajajo različni stroški, smo te vrednostno opredelili, tudi strošek amortizacije za osnovna sredstva in stroške za plače zaposlenih, malice, regres in ostalo. S pomočjo izbranih kazalnikov uspešnosti poslovanja podjetja smo izračunali delež pokritja stroškov, ekonomičnost poslovanja in rentabilnost poslovanja.

Na osnovi danih ugotovitev lahko potrdimo predpostavko o tem, da bi se naša dejavnost lahko obnesla in bila dobičkonosna. Problem bi lahko bil le v novi konkurenci v Pomurju, slabem začetku poslovanja oz. vstopanja v ta posel. Kljub temu smo mnenja, da smo se iz prikazanih načrtov in projekcij nekaj naučili in bomo zato lahko učinkovito realizirali predstavljeno poslovno idejo.

9 VIRI, LITERATURA

Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve. (brez datuma). Prevzeto 26. 2. 2016 iz AJPES: http://www.ajpes.si/

BISNODE, D.O.O. (brez datuma). Prevzeto 26. 2. 2016 iz Bonitete.si: http://www.bisnode.si/produkt/bonitete/

Gaber, K. i. (2014). *Načrtovanje varnosti.* Ljubljana.

Ivanuša-Bezjak, M. (1996). *Kaj moram vedeti o podjetništvu.* Ljubljana: Gospodarski vestnik.

Kotler, P. (2000). *Marketing management.* Upper Saddle River (NJ) ; London [etc.]: Prentice Hall Internationa.

Slovenska knjiga d.o.o. (26. 2. 2016). Pridobljeno iz Poslovni informator Republike Slovenije: http://pirs.si/

Statistični urad Republike Slovenije. (2015). *Statøpis – Statistični pregled Slovenije 2015.* (M. Bajželj, Ured.) Prevzeto 26. 2. 2016 iz STAT: http://www.stat.si/statweb/Common/PrikaziDokument.ashx?IdDatoteke=8732

Šauperl, F. (2009). *Podjetništvo.* Maribor: Academia.

Šubelj, B. (2011). *Podjetništvo in poslovanje podjetja.* Bevke: Založba Smart-team.

Tofolini, K. (junij 2009). *Zaščitna delovna sredstva in varnost pri delu.* Pridobljeno iz Ministrstvo za izobraževanje, zanost in šport: http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/Strukturni_skladi/Gradiva/MUNUS2/MUNUS2_8Ciscenje5.pdf

Vahačič, A. (1998). *Planiranje novega podjetja.* Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

10 PRILOGE

Priloga 1: Anketni vprašalnik

ANKETNI VPRAŠALNIK

Sem študentka Špela Bernjak, študentka VSŠ Academia, in za pripravo diplomskega dela raziskujem trg prodaje zaščitnih oblačil (ki jih kupujejo kupci z različnimi poklici oz. iz različnih dejavnosti, npr.: varilci, električarji, mizarji, mehaniki, ribiči, lovci itd.). Vprašalnik zajema 12 vprašanj. Analizo odgovorov bom predstavila v diplomski nalogi. Že vnaprej se vam zahvaljujem za odgovore in čas.

1.) **Ali se vam zdijo zaščitna oblačila za varnost pri delu smiselna in pomembna (označite en odgovor)?**

- Da.
- Ne.
- Ne vem.

2.) **Ali ste že obiskali trgovino s prodajo zaščitnih oblačil za varnost pri delu (označite en odgovor)?**

- Da.
- Ne.
- Ne vem.

3.) **Kolikokrat obiščete trgovino z zaščitnimi oblačili za varnost pri delu, na primer v enem letu (označite en odgovor)?**

- Nikoli.
- 0–5.
- 5–10.
- Več kot 10-krat.

4.) **Ali je po vašem mnenju na našem tržišču dovolj trgovin z zaščitnimi oblačili za varnost pri delu (označite en odgovor)?**

- Da.
- Ne.

5.) Če ste kot kupec obiskali trgovino z zaščitnimi oblačili za varnost pri delu, na katerem območju ste kupovali oblačila ali vsaj obiskovali trgovino (označite lahko več odgovorov)?

- Pomurska regija.
- Podravska regija.
- Koroška regija.
- Savinjska regija.
- Posavska regija.
- Gorenjska regija.
- Primorska regija.
- Goriška regija.
- Obalno-kraška regija.
- Zasavska regija.
- Primorsko notranjska regija.
- Osrednjeslovenska regija.

6.) Za katera zaščitna oblačila bi se odločili ali ste jih že kdaj kupili v eni od trgovin z zaščitnimi oblačili (označite lahko več odgovorov)?

- Varnostne hlače.
- Zaščitne majice.
- Varnostni telovnik.
- Varnostni brezrokavnik.
- Zaščitne čevlje.
- Zaščitne rokavice.
- Zaščitne kape.
- Odsevna oblačila.

7.) Spodaj navajamo nekaj trditev, ki pridejo v poštev pri nakupu/prodaji zaščitnih oblačil. Obkrožite največ tri trditve, ki se vam zdijo najbolj pomembne!

- Zelo je pomembna udobnost zaščitnih oblačil.
- Zelo je pomembna visoka kakovost zaščitnih oblačil.
- Lokacija trgovine je za nas zelo pomembna.
- Konkurenčnost z drugimi trgovinami s to ponudbo je za nas pomembna.
- Cenimo prijazno in predvsem strokovno osebje.
- Akcijske cene so vedno dobrodošle.

8.) Ste pripravljeni za dobro kakovost zaščitnih oblačil za varnost pri delu plačati dano ceno ali vam je cena zelo pomembna pri izbiri nakupa (označite en odgovor)?

- Da, cena me ne moti.
- Ne, zelo gledam na ceno nakupa.

9.) **Vam je zelo pomembno, če je prodajalec v trgovini poučen o prodaji zaščitnih oblačil? Obkrožite številko od 1 do 5, 1 – nepomembno in 5 zelo pomembno.**

1 2 3 4 5

10.) Ali na vašo odločitev za nakup dodatno vplivajo reklame (TV, internet, časopis, radio, informacije od drugih strank itd.) (označite en odgovor)?

- Da.
- Ne.

12.) Ali radi kupujete oblačila prek spleta ali raje pridete osebno v trgovino (označite en odgovor)?

- Da, kupujem prek spleta.
- Ne, kupujem samo v trgovini z oblačili.
- Kupujem v trgovini in na spletu.

Podatki o anketirancu

Spol (obkrožite):

- Moški.
- Ženski.

Status (obkrožite):

- Zaposlen.
- nezaposlen.
- Študent.
- Upokojen.
- Drugo: _____

Status anketiranca:

- Podjetje.
- Društvo.
- Posameznik.

Regija anketiranca:

- Pomurska.
- Podravska.
- Ostale slovenske regije.