VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,

MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

RAZISKAVA POTREB IN POSLOVNI NAČRT ZA USTANOVITEV START UP PODJETJA »MALI KORENJAK« - VARSTVO OTROK NA DOMU

Kandidatka: Sabina Šuen

Študentka izrednega študija

Številka indeksa: 11190260076

Program: ekonomist

Mentor: Franjo Šauperl, univ.dipl.ekon.

Maribor, julij 2012

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Sabina Šuen, št. indeksa 11190260076, sem avtorica diplomske naloge z naslovom Raziskava potreb in poslovni načrt za ustanovitev start up podjetja« Mali korenjak« - varstvo otrok na domu, ki sem jo napisala pod mentorstvom Franja Šauperla, univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

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

Maribor, julij 2012 Podpis študenta:

ZAHVALA

Posebno zahvalo želim izkazati mentorju gospodu Franju Šauperlu, univ. dipl. ekon., ki mi je v začetku dal veliko upanja za dosego cilja postati diplomantka. Hvala za vzpodbudne besede, pomoč, srčnost in neprecenljive nasvete pri izdelavi diplomskega dela.

Hvala vsem predavateljem Višje strokovne šole Academia za vso posredovanje znanja na izredno prijazen način.

Hvala lektorju Nejcu Turnšku za lektoriranje diplomskega dela.

Hvala sošolcem in sošolkam, posebej Mateji, Danieli in Renati, za nepozabne trenutke tako v šoli kot izven nje, za vso pomoč, podporo in vzpodbudo v času šolanja. Skozi študij smo postale «štiriperesna deteljica«. Sklenili smo nova, dragocena prijateljstva.

Hvala sodelavkam, da so me razumele in potrpele, ko vse ni bilo tako kot bi moralo biti, predvsem pa moji bivši vodji Alenki Šket Kraševec, ki mi je omogočila študij in verjela vame.

Največja zahvala pa mojemu partnerju Dušanu in sinu Nejcu. Brez njunega razumevanja, potrpežljivosti in pomoči mi ne bi nikoli uspelo. Verjela sta, da zmorem, bila sta moja luč in sonce na poti do diplome.

POVZETEK

Z ustanovitvijo start up podjetja »Mali korenjak« - varstvo otrok na domu bomo pomagali staršem, ki se slej ali prej soočijo s problemom varstva otrok. Varstvo otrok bomo ponudili predvsem izven delovnega časa institucionalnih oblik varstva, kot so vrtci in šole. Sedež podjetja bo na domu direktorice v občini Duplek, na področju katere bo podjetje tudi ponujalo storitve. Ideja je nastala na podlagi lastnih izkušenj in poznavanja potreb okolja. V času študija, predvsem pri predmetu podjetništvo, smo pridobili potrebna znanja, kako idejo o ustanovitvi podjetja tudi uresničiti.

Poslovni načrt, ki smo ga izdelali pri predmetu podjetništvo, smo razvili v diplomsko delo. V prvem delu diplomskega dela smo navedli nekaj osnovnih trditev o podjetništvu, podjetniški priložnosti in podjetniškem procesu ter principih poslovnega načrtovanja.

Z anketiranjem smo opravili raziskovalni del.
Jedro diplomske naloge predstavlja poslovni načrt kot prvi zelo pomemben korak od ideje do dejanske ustanovitve podjetja. Na podlagi poslovnega načrta smo prišli do pomembne ugotovitve, da smo na pravi podjetniški poti in da je naša ideja tudi prava poslovna priložnost.

Ključne besede: podjetništvo, raziskava, poslovni načrt, storitve, varstvo otrok na domu, poslovna priložnost, poslovna uspešnost.

ABSTRACT

Research needs and business plan for the establishment of a start up company "Mali korenjak" – Child Care at Home.

With the establishment of the company Mali korenjak – Child Care at Home – we will be able to help parents who have problems with child care. We will especially focus on child care outside the working hours of the institutional forms of care such as kindergardens and schools.

Company's headquarters will be at director's home in municipality of Duplek and the company will provide services there. The idea arose on the basis of director's own experience and knowledge of community needs. During the studies, especially at the subject Entrepreneurship, we gained necessary skills and knowledge of how to put the idea of starting a business into reality.

We developed the business plan, which was made at the subject Entrepreneurship, into diploma thesis. In the first part of diploma thesis we stated some basic facts about entrepreneurship, business opportunity and business process, and principles of business planning.

The research part was done using interviews.

The very part of the diploma thesis represents the business plan – the first very important step on the road from idea to actual establishment of the company. On the basis of the business plan we found out that our business path is the right one and our idea represents a real business opportunity.

Keywords: entrepreneurship, research, business plan, business success, services, child care at home, business oportunity, business success.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD 12
1.1 Opredelitev obravnavane teme 12
1.2 Namen, cilji in osnovne trditve 12
1.3 Predpostavke in omejitve 14
1.4 Predvidene metode raziskovanja 14
2 PODJETNIŠTVO IN POMEN POSLOVNEGA NAČRTA 15
2.1 Opredelitev pojma podjetništvo 15
2.2 Podjetniška priložnost 16
2.3 Podjetniški proces in podjetniške funkcije pri izvajanju storitev 17
2.4 Principi poslovnega načrtovanja v storitveni dejavnosti 18
3 RAZISKOVALNI DEL 19
3.1 Opredelitev problema 19
3.2 Priprava na raziskavo 19
3.3 Pripomočki za raziskavo 19
3.4 Analiza anketnih odgovorov 21
3.5 Sklepne ugotovitve raziskave 38
4 POSLOVNI NAČRT 40
4.1 Dejavnost podjetja 40
4.2 Kratkoročni cilji podjetja 40
4.2.1 Kratkoročni cilji 41
4.2.2 Dolgoročni cilji podjetja 41
4.2.3 Strategija podjetja 41
4.2.4 Predmet ponudbe 42
4.3 Analiza trga 42
4.3.1 Ciljne skupine kupcev 42
4.3.2 Lokacija kupcev 42
4.3.3 Značilnosti trga 43
4.3.4 Kupci 43
4.3.5 Konkurenca 43
4.3.6 Prednosti konkurence 44

4.3.7 Slabosti konkurence ... 44
4.3.8 Tržni nastop konkurence ... 44
4.3.9 Swot analiza ... 44
4.4 Načrt tržnih ciljev in strategij ... 45
4.4.1 Želeni tržni delež ... 45
4.4.2 Oblika prodaje ... 45
4.4.3 Lokacija prodaje ... 46
4.4.4 Cenovna politika ... 46
4.4.5 Politika konkurenčnosti ... 46
4.4.6 Strategija izkoriščanja prednosti in odpravljanja slabosti ... 46
4.4.7 Strategija izkoriščanja tržnih priložnosti in premagovanja ovir na trgu ... 46
4.4.8 Strategija pridobivanja in ohranjanja kupcev ... 47
4.4.9 Strategija konkurenčnosti ... 47
4.4.10 Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promoviranja ... 47
4.4.11 Strategija rasti obsega trga ... 48
4.4.12 Strategija trženjske kulture ... 48
4.4.13 Strategija poprodajnih aktivnosti ... 48
4.5 Ekonomika poslovanja ... 48
4.5.1 Podjetniška kalkulacija izbranega reprezentanta in cenik ... 48
4.6 Načrtovanje prodaje ... 49
4.6.1 Osnove za realistično napoved prodaje ... 49
4.6.2 Osnove za pesimistično napoved prodaje ... 49
4.6.3 Osnove za optimistično napoved prodaje ... 50
4.6.4 Pogoji prodaje ... 50
4.7 Napoved prodaje ... 50
4.7.1 Količinska napoved prodaje ... 50
4.7.2 Vrednostna napoved prodaje ... 50
4.8 Načrt nabave, reklame in drugih tržnih dejavnikov ... 51
4.8.1 Osnove za napoved nabave ... 51
4.8.2 Pogoji nabave ... 51
4.8.3 Vrednostna napoved nabave ... 52
4.8.4 Načrt reklame in promocije ... 53

4.8.5 Logotip in predstavitev podjetja ... 53
4.8.6 Načrtovani reklamni mediji ... 53
4.8.7 Drugi vplivni tržni dejavniki ... 54
4.9 Načrt organizacije človeških virov ... 54
4.9.1 Makro organizacija ... 54
4.9.2 Mikro organizacija ... 54
4.9.3 Načrt človeških virov ... 55
4.9.4 Načrt stroškov dela ... 55
4.10 Načrt pogojev dela ... 55
4.10.1 Znanje ... 55
4.10.2 Poslovni prostori ... 56
4.10.3 Oprema ... 56
4.10.4 Vlaganja v naložbe ... 56
4.10.5 Viri v naložbe ... 57
4.11 Drugi načrtovani pogoji poslovanja ... 57
4.11.1 Načrtovane konkurenčne prednosti ... 57
4.11.2 Ukrepi za zagotavljanje celovite kakovosti ... 57
4.12 Pričakovana kritična tveganja in problemi ter protiukrepi ... 57
4.12.1 Kritična tveganja in problemi ... 57
4.12.2 Ukrepi za premagovanje kritičnih tveganj in problemov ... 58
4.13 Terminski načrt ... 58
4.14 Finančni načrt ... 58
4.14.1 Izhodišča za finančno načrtovanje ... 58
4.14.2 Načrt stroškov in finančnih odhodkov v prvem normalnem letu poslovanja 59
4.14.3 Načrt stroškov ... 59
4.14.4 Načrt izkaza poslovnega izida ... 60
4.14.5 Načrt kazalcev poslovanja ... 60
4.14.6 Načrt izkaza denarnih tokov ... 60
4.14.7 Načrt praga rentabilnosti – donosnosti ... 60
4.14.8 Načrt izkaza stanja ... 60
4.14.9 Komentar k finančnemu načrtu ... 60
5 ZAKLJUČEK ... 62

6 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI 63
6.1 Literatura 63
6.2 Internetni viri 64
7 PRILOGE 65
7.1 Anketni vprašalnik 65
7.2 Finančne tabele 69

KAZALO TABEL

Tabela 1: Število rojstev v občini Duplek 20
Tabela 2: Spol anketirancev 21
Tabela 3: Starost anketirancev 22
Tabela 4: Kraj bivanja anketirancev 23
Tabela 5: Status anketirancev 24
Tabela 6: Delovni čas anketirancev 25
Tabela 7: Anketiranci po številu otrok 26
Tabela 8: Težave v službi zaradi varstva 26
Tabela 9: Vzrok težav v službi 27
Tabela 10: Obisk vrtca ali šole 28
Tabela 11: Ustreznost delovnega časa vrtca ali šole 29
Tabela 12: Oblike varstva izven delovnega časa vrtca ali šole 30
Tabela 13: Željena oblika varstva 31
Tabela 14: Prevoz otrok 32
Tabela 15: Varstvo v zasebnem podjetju 33
Tabela 16: Ustrezno varstvo 34
Tabela 17: Pričakovane kompetence zasebnega podjetja 35
Tabela 18: Potreba po varstvu v prihodnje 36
Tabela 19: Plačilo dnevnega varstva 37
Tabela 20: Swot analiza 45
Tabela 21: Želen tržni delež 45
Tabela 22: Kalkulacija 49
Tabela 23: Količinska napoved prodaje 50
Tabela 24: Vrednostna napoved prodaje 51
Tabela 25: Vrednostna napoved nabave režijskega materiala in režijskih storitev 52
Tabela 26: Načrt človeških virov 55
Tabela 27: Načrt stroškov dela 55
Tabela 28: Oprema 56
Tabela 29: Vlaganje v naložbe 56
Tabela 30: Viri v naložbe 57

Tabela 31: Terminski načrt aktivnosti 58
Tabela 32: Načrt stroškov in finančnih odhodkov v prvem normalnem letu poslovanja 59

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Število rojstev v občini Duplek 20
Graf 2: Spol anketirancev 21
Graf 3: Starost anketirancev 22
Graf 4: Kraj bivanja anketirancev 23
Graf 5: Status anketirancev 24
Graf 6: Delovni čas anketirancev 25
Graf 7: Anketiranci po številu otrok 26
Graf 8: Težave v službi zaradi varstva 27
Graf 9: Vzrok težav v službi 28
Graf 10: Obisk vrtca ali šole 29
Graf 11: Ustreznost delovnega časa vrtca ali šole 30
Graf 12: Oblike varstva izven delovnega časa vrtca ali šole 31
Graf 13: Željena oblika varstva 32
Graf 14: Prevoz otrok 33
Graf 15: Varstvo v zasebnem podjetju 34
Graf 16: Ustrezno varstvo 35
Graf 17: Pričakovane kompetence zasebnega podjetja 36
Graf 18: Potreba po varstvu v prihodnje 37
Graf 19: Plačilo dnevnega varstva 38

KAZALO SLIK

Slika 1: Logotip podjetja 53

1 UVOD

1.1 Opredelitev obravnavane teme

Današnji tempo življenja, ko predvsem službene obveznosti zahtevajo vedno več časa in ko slednjega primanjkuje za kvalitetno preživljanje prostega časa, postavlja starše predvsem po izteku porodniške dobe pred zahtevno vprašanje, kam z otrokom. Številni starši vključijo otroka v vrtec, a se kmalu soočijo s problemom glede prevoza otrok v vrtec in domov, varstva otroka izven delovnega časa vrtca, v popoldanskem in večernem času. Tudi v občini Duplek je vedno manj staršev, ki imajo srečo, da so njihovi starši že v pokoju in lahko pazijo na vnuke ali poskrbijo za ustrezen in pravočasen prevoz otrok v vrtec in domov ali na katero koli želeno mesto. Še bolj pomembno pa je, da otrok preživlja čas, ko ni v vrtcu, v domačem okolju. Predvsem občutek stalnosti in varnosti sta v tem primeru za otroka v ospredju, saj sta zelo pomembna.

V diplomski nalogi predstavljamo raziskavo potreb in poslovni načrt za podjetje »Mali korenjak«. Z njim smo preverili, ali je poslovna ideja tudi poslovna priložnost. Namen podjetja je varstvo in oskrba otrok na njihovem domu, v domačem okolju, kjer se otroci počutijo najbolj varne ter prevoz otrok.

V diplomski nalogi je s poslovnim načrtom predstavljena podjetniška ideja za start up podjetje, ki smo ga nadgradili z raziskavo in analizo trga.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomskega dela je na osnovi pripravljenega poslovnega načrta in s pomočjo raziskave ter analize trga preveriti, ali je poslovna ideja varstva in nege otrok na domu lahko poslovna priložnost. Na podlagi svoje ideje in znanja, ki je bilo pridobljeno s študijem na višji strokovni šoli za ekonomiste, je izdelana raziskava ter analiza trga ter sestavljen poslovni načrt, v katerem so zajeti glavni dejavniki, ki vplivajo na ustanovitev in uspešnost podjetja, prednosti in slabosti konkurence, kakor tudi finančni kazalniki. Na osnovi dobljenih

rezultatov smo ugotavljali smiselnost ustanovitve podjetja za varstvo in oskrbo ter prevoz otrok, zato je zasnovano poslovanje podjetja za prva štiri leta delovanja.

Cilji diplomskega dela so:

- v kratkem teoretičnem delu povzeti smisel podjetništva in poslovnega načrtovanja;
- z analizo in raziskavo trga s pomočjo anketiranja na terenu ugotoviti potrebe po varstvu otrok na domu, pričakovanjih staršev ter posebnostih, ki jih le-ti od izvajalca varstva na domu pričakujejo, ter rezultate uporabiti za oblikovanje predmeta ponudbe, poslovne strategije in napovedi prodaje storitev varovanja otrok na domu;
- s SWOT analizo ugotoviti možnosti in ovire na trgu ter prednosti in slabosti v primerjavi s konkurenco ter rezultate raziskave uporabiti v poslovnem načrtu za prva štiri leta poslovanja pri izboru sprejemljivih možnosti, načrtovanju premagovanja ovir na trgu ter politike izkoriščanja naših prednosti in odpravljanja naših slabosti;
- analizirati ustrezno literaturo, in druge vire na izbrano temo, in s tem spoznati dejavnike uspešnosti, ki vplivajo na ustanovitev podjetja;
- določiti ukrepe in tveganja za poslovno idejo;
- narediti poslovni načrt za poslovno idejo in ugotoviti, ali je poslovna ideja tudi poslovna priložnost.

Osnovne trditve:

- varstvo in nega otrok ter prevoz otrok predstavlja poslovno priložnost;
- vse več staršev se sooča s problemom zaupanja otroka v varstvo, ko le-ti niso v vrtcu ali šoli;
- povpraševanje po storitvi varstva in nege otrok na njihovem domu ter prevoza otrok je na trgu vse večje;
- zaradi vse večjih delovnih in izven delovnih obveznosti, starši vedno bolj iščejo varstvo in nego ter prevoz otrok;
- poslovni načrt daje odgovor na vprašanje, ali je poslovna ideja tudi poslovna priložnost.

1.3 Predpostavke in omejitve

Osnovna predpostavka diplomskega dela je vedno večja potreba delodajalcev po fleksibilnem delovniku, kar posledično predstavlja za starše delovne obveznosti tudi v popoldanskem in večernem času. S tem se v času delovnih obveznosti veča potreba staršev po varstvu in negi otrok ter prevozov otrok.

Omejitve smo videli predvsem pri raziskavi konkurence, saj veliko število ljudi opravlja delo na črno, in je podatke težko pridobiti. Omejitve so se pojavile tudi pri izpolnjevanju anketnih vprašalnikov, nezadostni odzivnosti in dejstvu, da se je vrnilo premalo število anketnih vprašalnikov. Problem smo rešili z osebnim anketiranjem.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

Raziskovalni del diplomskega dela smo opravili z anketnim vprašalnikom. Uporabili smo tudi podatke iz internetnih strani, ki smo jih raziskali in analizirali. Anketni vprašalnik smo izdelali sami in ga razdelili osebno med gospodinjstva v občini Duplek. Nanj so odgovarjali starši, ki imajo otroke stare od enega do deset let. Zbrane podatke smo analizirali, obdelali ter jih v diplomskem delu tudi grafično prikazali. Uporabili smo tudi druge metode raziskovanja, kot je SWOT analiza, opazovanje konkurence, primerjalna analiza varstva na domu in varstva v vrtcih, uporaba statistike demografskih gibanj v občini Duplek ipd..

2 PODJETNIŠTVO IN POMEN POSLOVNEGA NAČRTA

2.1 Opredelitev pojma podjetništvo

V Slovarju slovenskega knjižnega jezika pojma podjetnik, tako kot ga danes razumemo, ne najdemo; opredeljen je le kot lastnik podjetja. Sicer pa slovar opredeljuje pojme, povezane s podjetništvom, takole: »podjeten je tisti, ki se pri svojem delu uspešno loteva več nalog; podjetnež je podjeten človek; podjetništvo je opredeljeno kot prizadevanje za dosego čim večjega finančnega uspeha ob tveganju, podjetnost je lastnost, značilna za podjetnega človeka« (Pšeničny, 2000, 7).

Čeprav obstaja množica definicij o podjetništvu, pravzaprav enotne definicije ne najdemo, saj različni avtorji v literaturi na različne načine opredeljujejo podjetništvo. V nadaljevanju bomo navedli nekaj, vsebinsko dokaj podobnih opredelitev, pojma podjetništvo.

Podjetništvo predstavlja pomembno gonilno silo gospodarskega napredka, saj kot način obnašanja posameznikov in podjetij usmerja v ustvarjanje nečesa novega (Antončič, 2002, 3).

Podjetništvo je trenutno najuspešnejša metoda za zapolnjevanje vrzeli med znanostjo in trgom, za ustanavljanje novih izdelkov in storitev na trg. Podjetniške dejavnosti postavljajo ekonomske temelje in zagotavljajo delovna mesta ter s tem pomembno vplivajo na gospodarstvo nekega območja. Glede na možne učinke za celotno gospodarstvo in zaposlovanje nekega območja bi moralo podjetništvo postati osrednja točka gospodarskega razvoja (Antončič in dr. 2002, 16).

Podjetništvo je proces ustvarjanja in oblikovanja priložnosti v prizadevanje za vzpostavitev kontrole nad obstoječimi ter razpoložljivimi viri. Podjetništvo je proces ustvarjanja splošnih dobrin, ki jih ustvarjajo posamezniki, ustvarja novo dodano vrednost proizvodu ali storitvi, ki je predmet menjave na trgu (Vidic, 1997, 29).

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 spodbudo za njeno uresničitev (Šauperl, 2009, 9).

Podjetništvo opredeljujemo kot prilagodljiv proces ustvarjanja splošnih dobrin (proizvodov in storitev) s ciljem ustvarjanja nove dodane vrednosti (Šauperl, 2009, 9).

Eden od utemeljiteljev podjetništva, dr. Aleš Vahčič, citira znana harvardska profesorja – Stevensona in Kaoa: »Podjetništvo je poskus ustvariti dodano vrednost s pomočjo odkrivanja poslovnih priložnosti, obvladovanja tveganja, ki ustreza tej priložnosti in s pomočjo komunikacijskih in poslovnih sposobnosti in znanja mobilizirati človeške, finančne in materialne vire, potrebne za uspeh podjetja« (Vahčič, 1998, 50).

2.2 Podjetniška priložnost

Podjetniška priložnost je sklop koristnih okoliščin za določen namen. Priložnost nastane v trenutku, ko vzpostavimo povezavo med obstoječim in želenim stanjem v nekem procesu. Če se stvar izide tudi s stopnjo koristnosti in dobičkom, govorimo o podjetniški priložnosti (Pšeničny in dr., 2000, 92).

Opredelitev in ovrednotenje priložnosti je najtežja naloga v podjetniškem procesu, saj v tem delu procesa podjetnik oceni, ali bo določeni izdelek ali storitev prinašal dobiček glede na potrebna sredstva. Proces ovrednotenja vključuje pregled nad obstojem in obsegom priložnosti, njeno dejansko in zaznano vrednostjo, tveganjem in donosnostjo, njeno ustreznost osebnim sposobnostim in ciljem podjetnika, ter njeno razlikovalno prednost v konkurenčnem okolju. (Antončič in dr., 2002, 55).

Da bi poslovna ideja postala poslovna priložnost, si je treba odgovoriti na nekaj osnovnih vprašanj:
- Ali sem za izvajanje poslovne ideje resnično in dovolj motiviran, in ali sem ideji tudi

privržen?
- Ali imam za razvoj podjetja dovolj zmožnosti in znanja?
- Ali obstajajo zadostne potrebe na trgu za mojo idejo?
- Ali sem sposoben zagotoviti ustrezne kadrovske in materialne pogoje za uresničitev ideje?
- Kakšna je moja podjetniška vizija na dolgi rok?
- Kakšna je sploh lahko pričakovana poslovna uspešnost podjetniške ideje?
(Šauperl, 2009, 20)

2.3 Podjetniški proces in podjetniške funkcije pri izvajanju storitev

Pri ustanavljanju novega podjetja gre podjetnik skozi podjetniški proces. Ta zajema več faz, ki so med seboj odvisne. Najprej mora opredeliti in ovrednotiti priložnost, pripraviti poslovni načrt, določiti potrebna sredstva za realizacijo, nato pa izpeljati vodenje podjetja (Antončič, 2002, 54).

Podjetništvo ima svoje zakonitosti, ki jih je treba poznati in upoštevati v vsem podjetniškem poslovanju tako lastnikov kot upravljavcev in izvajalcev določenega poslovnega procesa, ima pa tudi svoje poslovne funkcije, ne oziraje se na velikost ali obliko podjetja (Šauperl, 2009, 10).

Celoten poslovni proces se tako dejansko odvija po poslovnih funkcijah. Opredelili smo se predvsem na področje storitvenih dejavnosti, kjer so pomembne naslednje poslovne funkcije:
Kadrovska funkcija zajema strukturo zaposlenih, kadrovske vire, izobraževanje kadrov, sistematizacijo delovnih mest, delovni čas, motiviranje zaposlenih. Zaposleni so s svojimi sposobnostmi, znanjem in motiviranostjo izhodišče vsakega poslovnega procesa.
Razvojna funkcija zajema razvijanje storitev, proučevanje dosežene razvojne stopnje storitve, modernizacija obstoječih in uvajanje novih storitev.
Naložbena funkcija zajema investiranje v znanje, potrebno opremo za izvajanje storitvene dejavnosti in v objekte.
Prodajna funkcija skuša, s pretvarjanjem storitev v denar, zagotoviti celovitost poslovnega procesa. V podjetjih postaja vedno bolj ena od najpomembnejših poslovnih funkcij. Prodajna

funkcija vključuje aktivnosti, ki so potrebne za zadovoljevanje želja in potreb kupcev na način, ki je kupcem najbolj prilagojen.

Nabavna funkcija je ena od osnovnih funkcij vsakega podjetja. Zagotavljati mora ustrezne nabavne dobrine od najboljših dobaviteljev v pravi količini, ob pravem času, na pravo mesto in ob ugodnih plačilnih pogojih (Završnik, 2008, 9).

Finančna funkcija skrbi predvsem za čim boljšo naložbo prostih denarnih sredstev, z upoštevanjem tveganja in zagotavlja plačilno sposobnost podjetja.

Računovodska funkcija zajema računovodsko načrtovanje, knjigovodstvo, računovodsko analizo in računovodski nadzor.

2.4 Principi poslovnega načrtovanja v storitveni dejavnosti

Poslovni načrt podjetnik pripravlja predvsem zase, zato da z njim celovito preveri vse elemente svojega bodočega podjema. Poleg tega je poslovni načrt pomemben tudi v odnosu do kupcev in dobaviteljev in za odnos podjetnika do finančnega okolja . Zato mora poslovno načrtovanje vedno vsebovati odgovore na naslednja vprašanja:

1. **Kaj** bomo delali?
2. **Kdo** bo uresničil podjem?
3. **Komu** je naš proizvod /storitev namenjen?
4. **Kaj** vse potrebujemo za podjem?
5. **Kje** bomo uresničilo podjem?
6. **Kako** bomo delali in kako prodali?
7. **Kdaj** bomo to naredili?
8. **Zakaj** bomo to naredili?

(Pšeničny in dr., 2000, 248)

3 RAZISKOVALNI DEL

3.1 Opredelitev problema

Občina Duplek v zadnjih letih beleži povečano število rojstev, zato tudi naraščа povpraševanje po varstvu otrok. Ker je večina staršev zaposlenih izven občine Duplek, se soočajo s problemom dodatnega varstva otrok, izven delovnega časa vrtcev in šol, problem pa predstavlja tudi prevoz otrok. Namen raziskave je ugotoviti potrebe po dodatnem varstvu otrok izven delovnega časa institucionalnih oblik varstva otrok, kot so vrtci in šole, ter pridobiti pomembne informacije za uspešen vstop na trg.

3.2 Priprava na raziskavo

Trg smo raziskali s pomočjo skrbno pripravljene ankete. Na podlagi rezultatov ankete smo želel dobiti podatke in informacije od naših potencialnih strank, ki so za ustanovitev podjetja, predvsem pa za uspešno poslovanje, ključnega pomena.
Anketo smo izvedli med prebivalci občine Duplek, tako da smo anketne vprašalnike razdelili po elektronski pošti. Področje občine Duplek dobro poznamo, prav tako imamo v tej občini dosti znancev z otroki, zato smo ankete razdelili tudi znancem osebno in jih prosili, da posredujejo anketni vprašalnik še svojim znancem in prijateljem. Predvsem nam je bilo pomembno, da anketni vprašalnik izpolnijo družine z otroki, saj je dejavnost, s katero se želimo ukvarjati, namenjena prav njim.

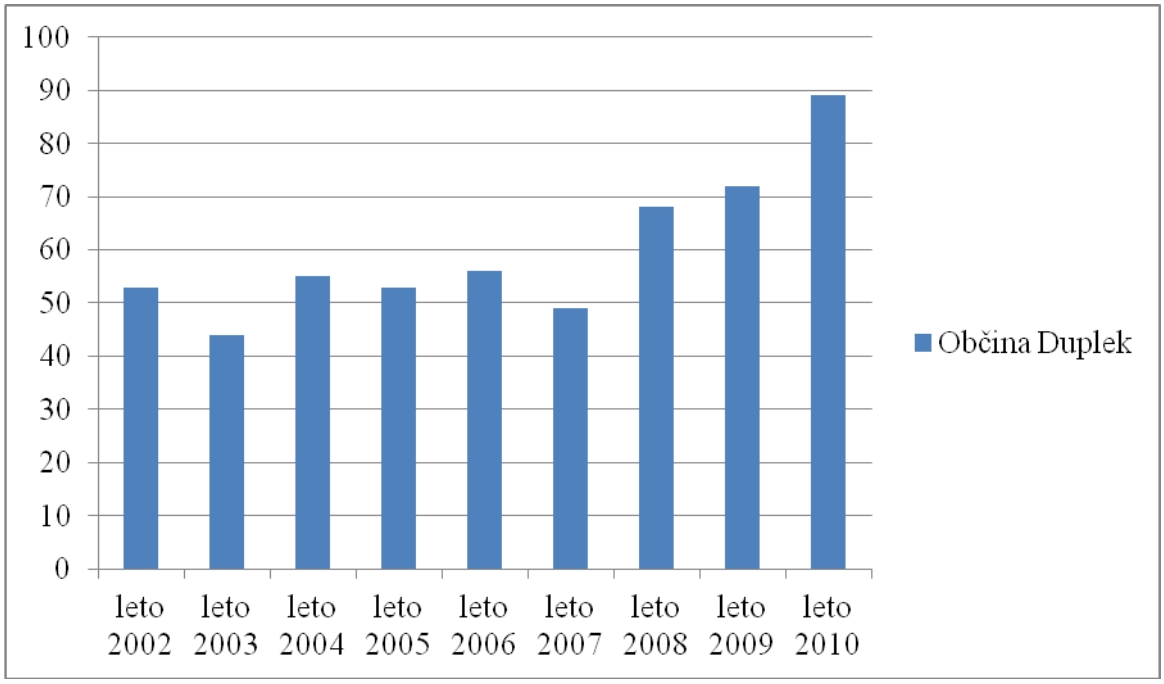
3.3 Pripomočki za raziskavo

Glede na poznavanje razmer, smo izhajali iz dejstva, da je področje občine Duplek takšno, kjer mladi ne odhajajo, ampak ostajajo s svojimi družinami v domačem okolju. Analizirali smo število rojstev v občini Duplek, pridobljenimi na spletni strani Statističnega urada RS.

LETO	ŠTEVILO ROJENIH OTROK V OBČINI DUPLEK
2002	53
2003	44
2004	55
2005	53
2006	56
2007	49
2008	68
2009	72
2010	89

Tabela 1: Število rojstev v občini Duplek

Vir: http://pxweb.stat.si/pxweb/Database/Obcine/Obcine.asp, 19.5.2012



Graf 1: Število rojstev v občini Duplek

Vir: http://pxweb.stat.si/pxweb/Database/Obcine/Obcine.asp, 19.5.2012

V zadnjih treh letih, predvsem pa v letu 2010 se je število novorojenih otrok znatno povečalo. Leta 2008 je bilo število novorojenih otrok 68, leta 2010 pa 89. Ta podatek nam kaže, da se je povečala potreba po varstvu otrok, in tukaj smo videli našo priložnost za ustanovitev podjetja.

Sestavili smo anketni vprašalnik z 18. vprašanji. V anketiranje smo vključili prebivalce občine Duplek, predvsem družine z otroki. Po elektronski pošti in osebno je bilo razdeljenih 82 anketnih vprašalnikov, od tega je bilo vrnjenih 70. Zbrane podatke smo analizirali in jih grafično prikazali v diplomski nalogi. Anketni vprašalnik je v prilogi tega diplomskega dela.

3.4 Analiza anketnih odgovorov

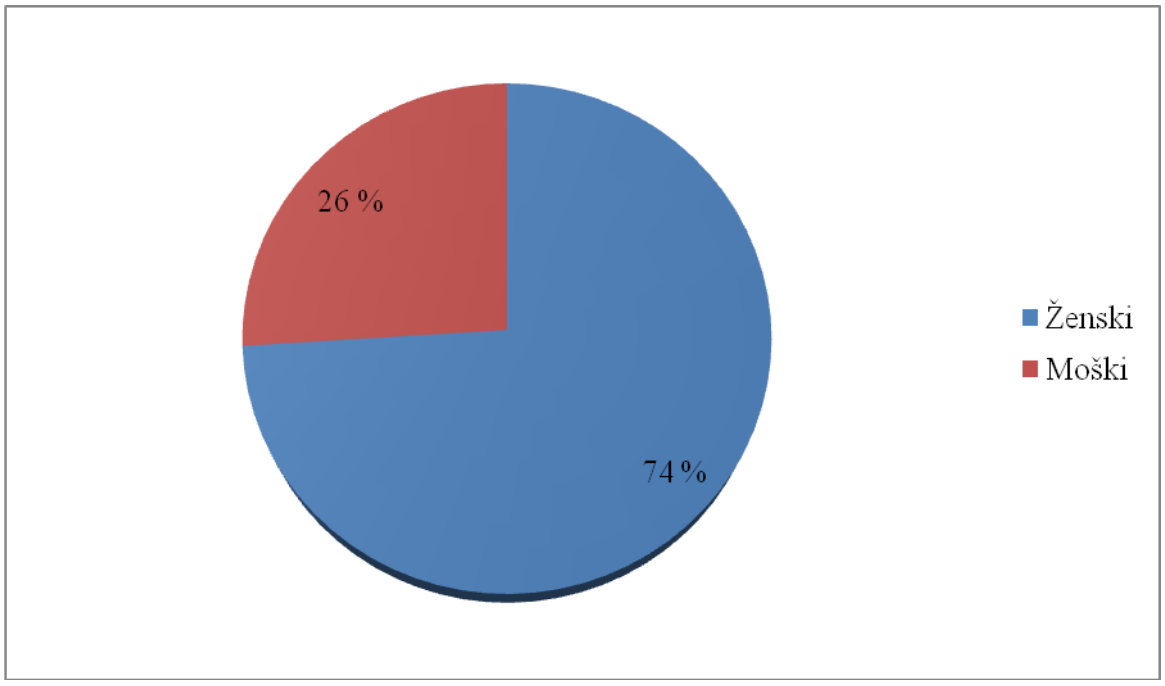
Vprašanja in odgovori anketirancev:

1. Vprašanje: **SPOL**

SPOL	**ODGOVORI**	**ODSTOTEK**
Ženski	52	74 %
Moški	18	26 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 2: Spol anketirancev

Vir: Anketa



Graf 2: Spol anketirancev

Vir: Lasten

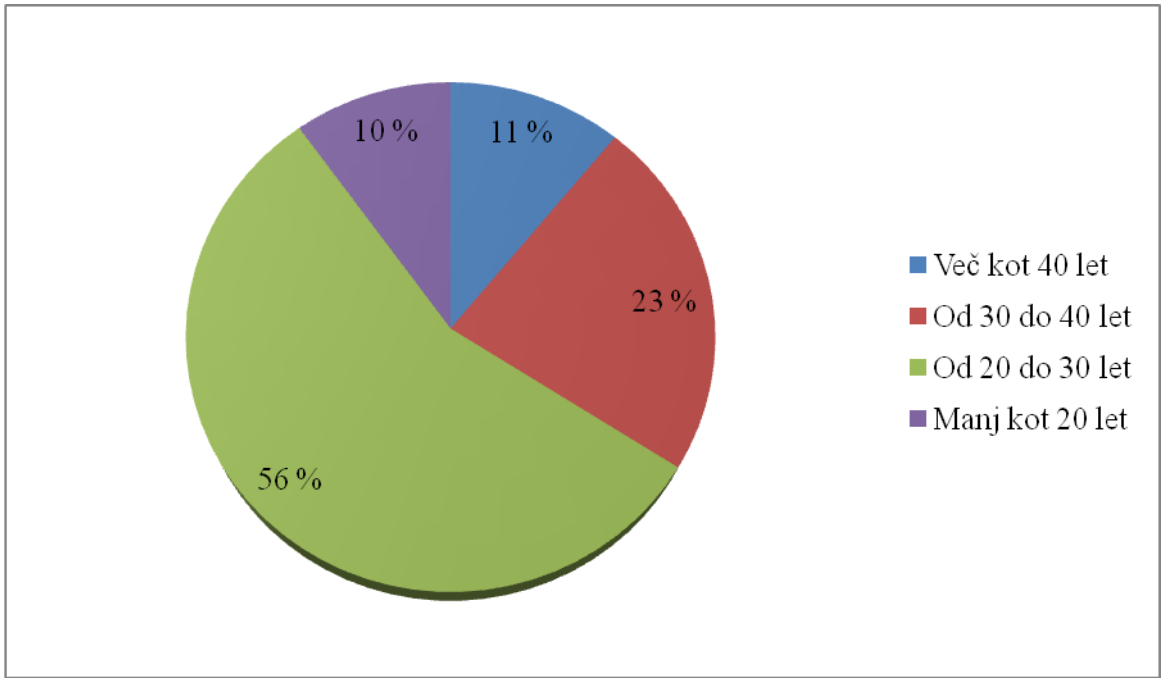
Na anketo je odgovarjalo 74 % žensk in 26 % moških. Ugotovili smo, da večji del skrbi in odločitev glede varstva otrok prevzemajo matere.

2. Vprašanje: **STAROST**

STAROST	ODGOVORI	ODSTOTEK
Manj kot 20 let	7	10 %
Od 20 do 30 let	39	56 %
Od 30 do 40 let	16	23 %
Več kot 40 let	8	11 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 3: Starost anketirancev

Vir: Anketa



Graf 3: Starost anketirancev

Vir: Lasten

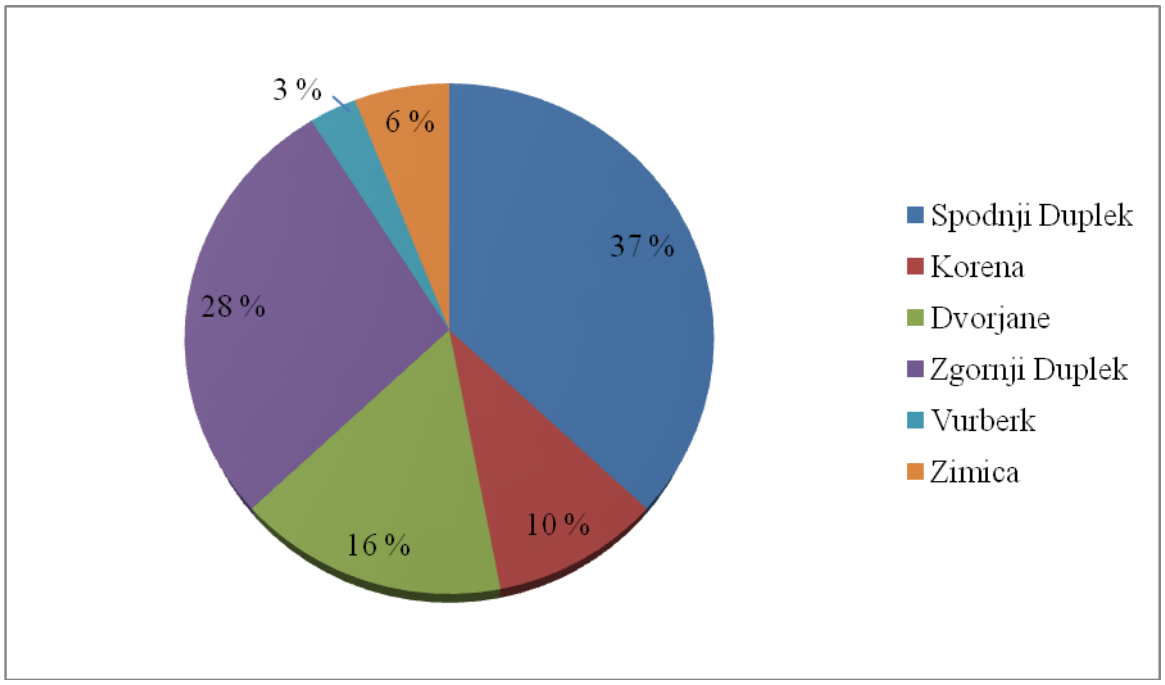
Večina anketirancev, kar 56 %, je starih med 20 in 30 let, sledijo anketiranci v starostni skupini med 30 in 40 let, in sicer 23 %. Mlajših od 20 let in starejših od 40 let je skoraj enako, in sicer je prvih 10 %, drugih pa 11 %.

3. Vprašanje: **KRAJ BIVANJA – VAŠKA SKUPNOST**

KRAJ BIVANJA	ODGOVORI	ODSTOTEK
Spodnji Duplek	26	37 %
Korena	7	10 %
Dvorjane	11	16 %
Zgornji Duplek	20	28 %
Vurberk	2	3 %
Zimica	4	6 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 4: Kraj bivanja anketirancev

Vir: Anketa



Graf 4: Kraj bivanja anketirancev

Vir: Lasten

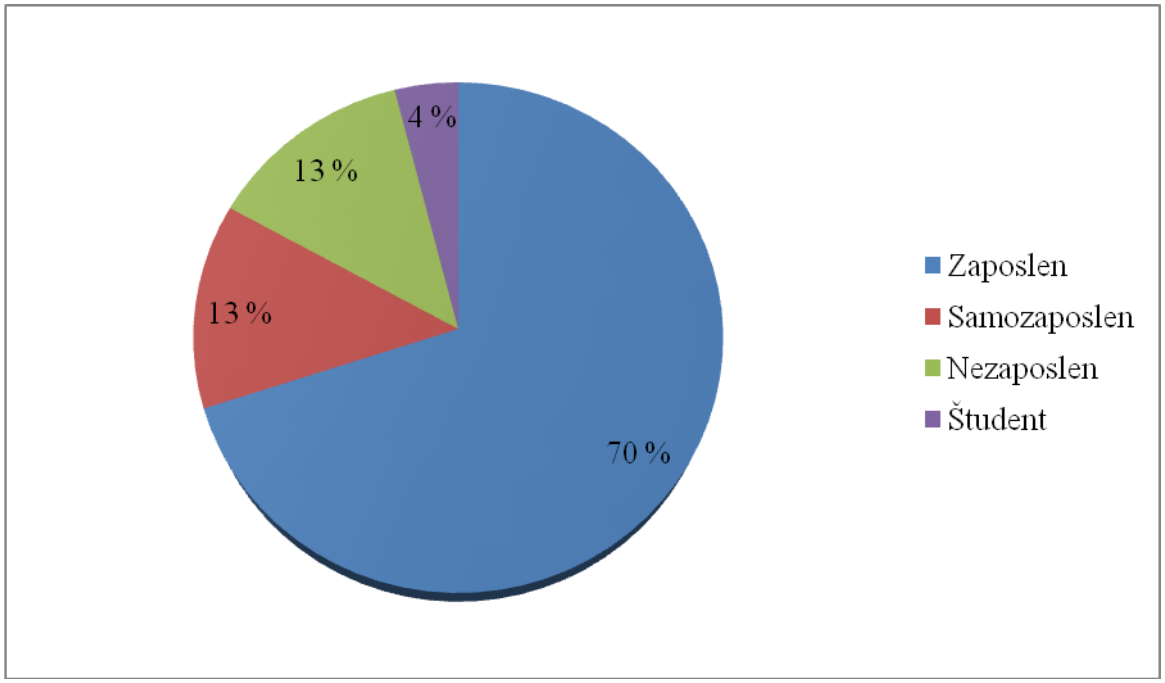
Največ anketirancev, 37 %, je prebivalcev vaške skupnosti Spodnji Duplek, sledijo vaščani Zgornjega Dupleka, 28 %, in Dvorjan, 16 %. 10 % jih prebiva v Koreni, 6 % v Zimici in najmanjši delež anketirancev predstavljajo vaščani Vurberka. Spodnji Duplek, Zgornji Duplek in Dvorjane so se v zadnjih nekaj letih, predvsem kar se tiče infrastrukture, bistveno hitreje razvijali kot ostale vaške skupnosti. Tudi to je prepričalo mlade družine v bivanje v teh krajih.

4. Vprašanje: **STATUS**

STATUS	ODGOVORI	ODSTOTEK
Zaposlen	49	70 %
Samozaposlen	9	13 %
Nezaposlen	9	13 %
Študent	3	4 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 5: Status anketirancev

Vir: Anketa



Graf 5: Status anketirancev

Vir: Lasten

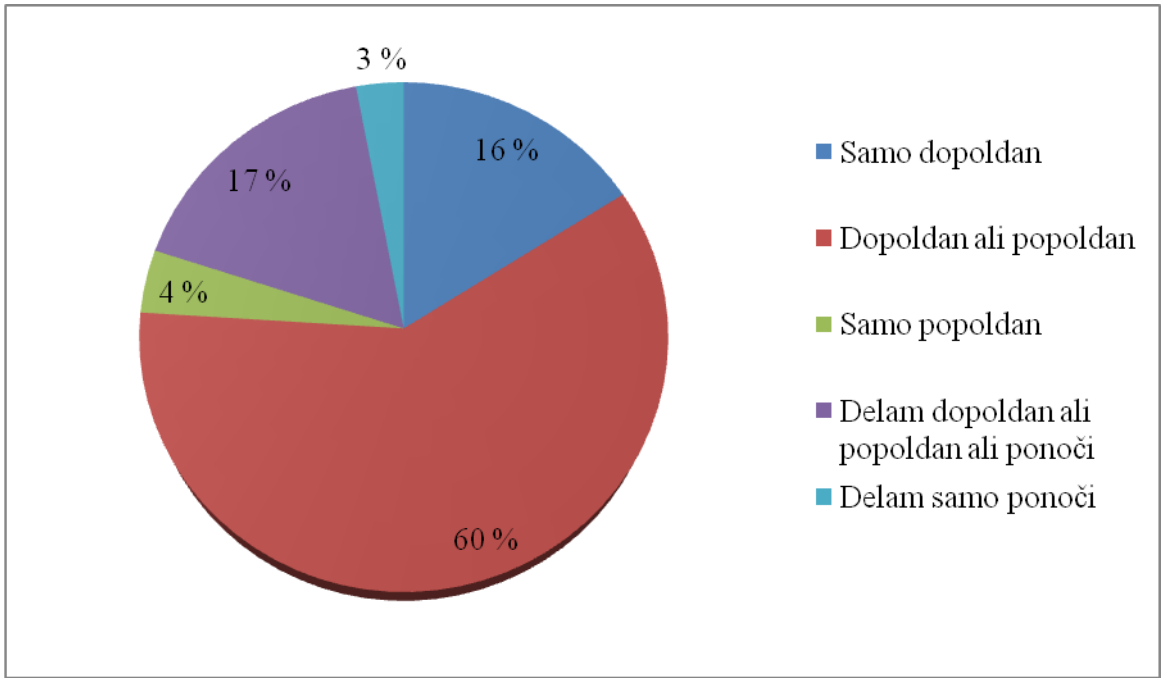
Največ anketirancev, kar 70 %, je zaposlenih. 13 % anketirancev je samozaposlenih, prav tako je 13% nezaposlenih in najmanjši delež predstavljajo študentje, 4 %. Odstotek zaposlenih je glede na splošno brezposelnost v državi presenetljiv, kar pa za nas predstavlja eno od priložnosti za uspešen prodor na trg.

5. Vprašanje: **KAKŠEN JE VAŠ DELOVNI ČAS?**

DELOVNI ČAS	ODGOVORI	ODSTOTEK
Samo dopoldan	11	16 %
Dopoldan ali popoldan	42	60 %
Samo popoldan	3	4 %
Delam dopoldan ali popoldan ali ponoči	12	17 %
Delam samo ponoči	2	3 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 6: Delovni čas anketirancev

Vir: Anketa



Graf 6: Delovni čas anketirancev

Vir: Lasten

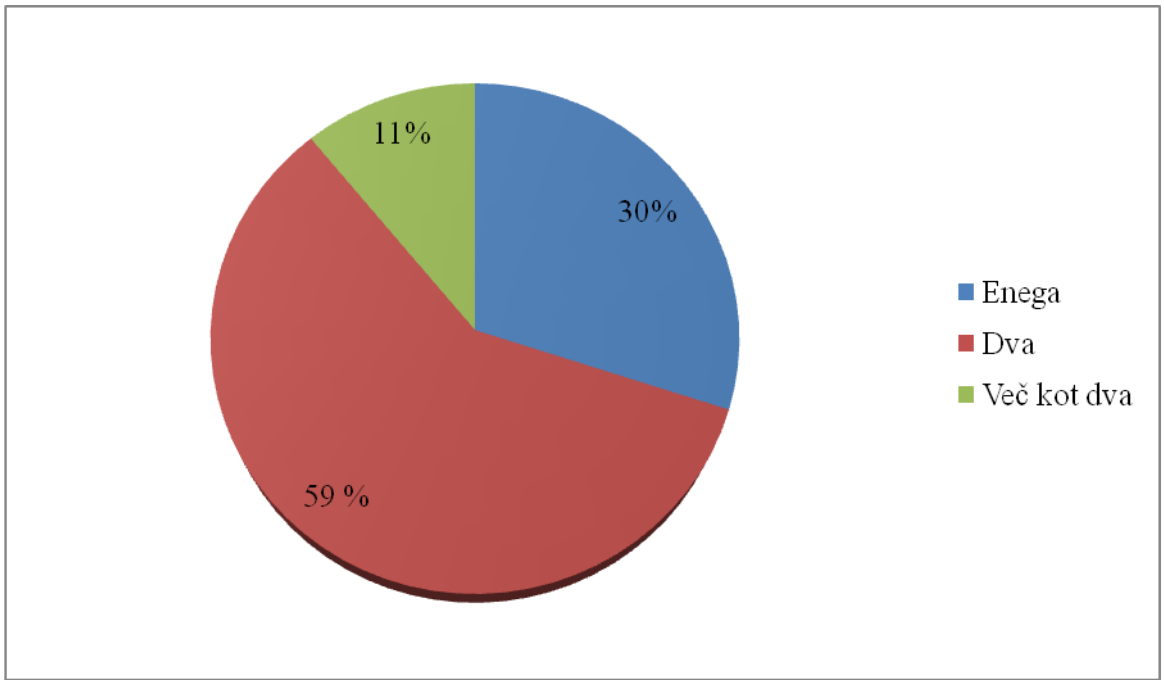
Kar 60% anketirancev ima dvoizmenski delovnik. Samo dopoldanski delovni čas ima le 16 % anketirancev, kar 60% pa jih dela dopoldan in popoldan. 17 % anketirancev dela tri izmene, to je dopoldan, popoldan in ponoči, 3 % anketirancev dela samo ponoči, 4 % pa samo popoldan. Izražena je potreba delodajalcev po vedno bolj fleksibilnem delovniku, starši vedno več različnega časa namenjajo službenim obveznostim.

6. Vprašanje: **KOLIKO OTROK IMATE?**

ŠTEVILO OTROK	ODGOVORI	ODSTOTEK
Enega	21	30 %
Dva	41	59 %
Več kot dva	8	11 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 7: Anketiranci po številu otrok

Vir: Anketa



Graf 7: Anketiranci po številu otrok

Vir: Lasten

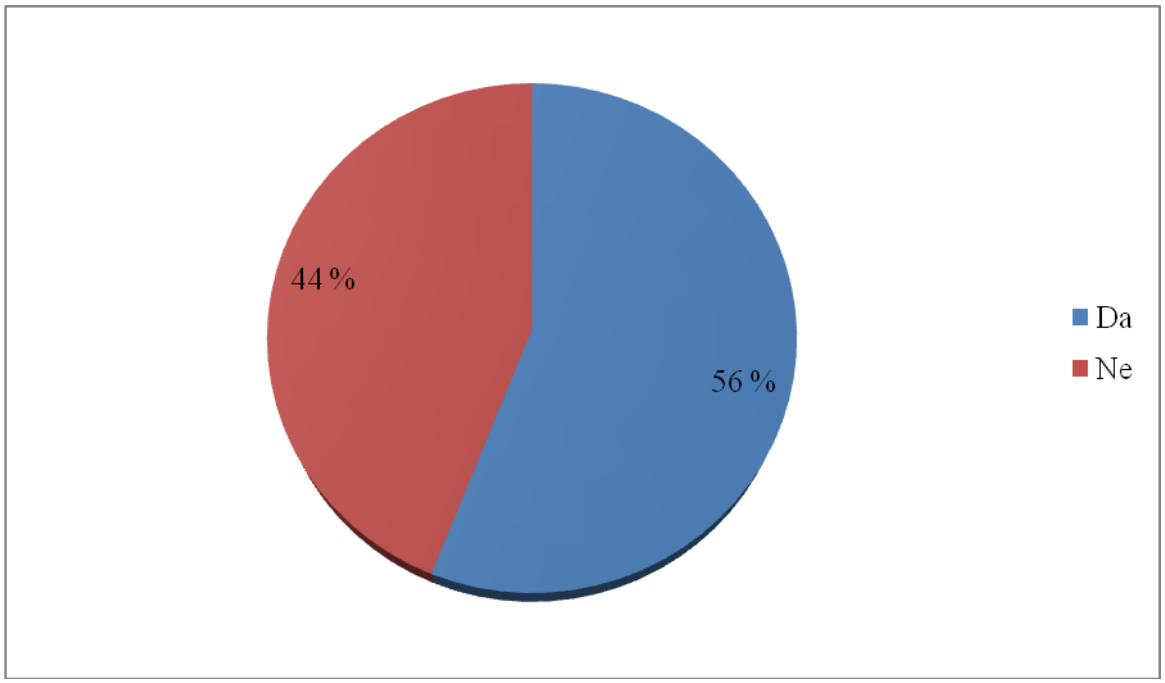
Več kot dva otroka ima 11 % anketiranih, sledijo starši z enim otrokom, 30 %, in kar 59 % anketiranih ima dva otroka.

7. Vprašanje: **ALI IMATE ZARADI VARSTVA OTROK TEŽAVE V SLUŽBI?**

TEŽAVE V SLUŽBI	ODGOVORI	ODSTOTEK
Da	39	56 %
Ne	31	44 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 8: Težave v službi zaradi varstva

Vir: Anketa



Graf 8: Težave v službi zaradi varstva

Vir: Lasten

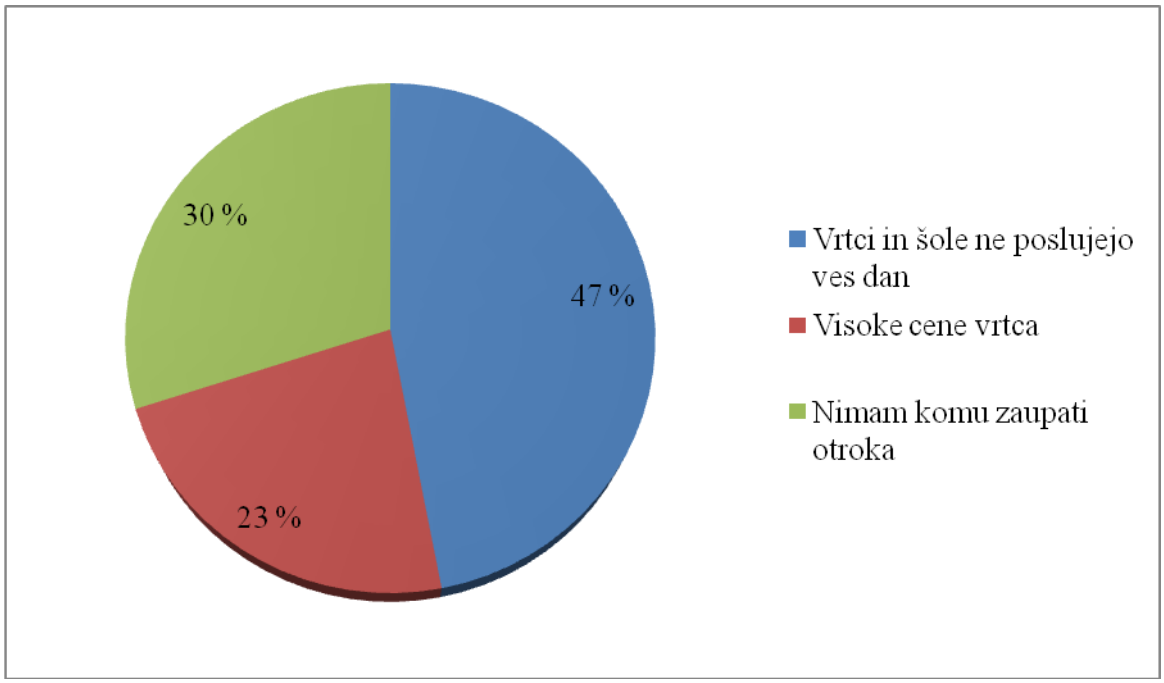
Težav v službi zaradi varstva otrok nima 44 % anketiranih, se pa s težavami sooča 56 % anketiranih, kar je za ustanovitev našega podjetja dobra popotnica.

8. Vprašanje: **ZAKAJ PRIHAJA DO TEH TEŽAV?**

TEŽAVE	**ODGOVORI**	**ODSTOTEK**
Vrtci in šole ne poslujejo ves dan	33	47 %
Visoke cene vrtca	16	23 %
Nimam komu zaupati otroka	21	30 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 9: Vzrok težav v službi

Vir: Anketa



Graf 9: Vzrok težav v službi

Vir: Lasten

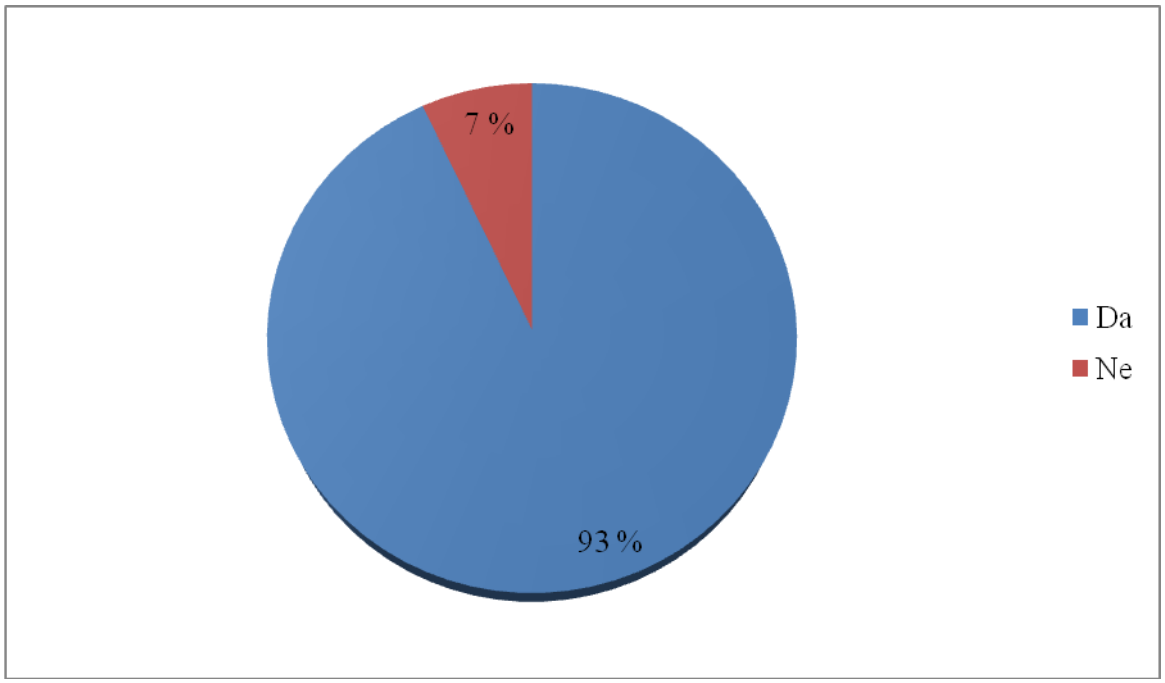
Težave v službi, ki jih imajo anketirani zaradi varstva otrok, so posledica poslovanja vrtca ali šol, kar je potrdilo kar 47 % anketiranih. 30 % jih navaja, da otroka nimajo komu zaupati, 23 % anketiranih pa meni, da so cene vrtca previsoke. Zadnji odstotek je zelo pomemben podatek pri ustanavljanju našega podjetja.

9. Vprašanje: **ALI KATERI OD VAŠIH OTROK OBISKUJE VRTEC ALI OSNOVNO ŠOLO?**

VRTEC ALI ŠOLA	ODGOVORI	ODSTOTEK
Da	65	93 %
Ne	5	7 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 10: Obisk vrtca ali šole

Vir: Anketa



Graf 10: Obisk vrtca ali šole

Vir: Lasten

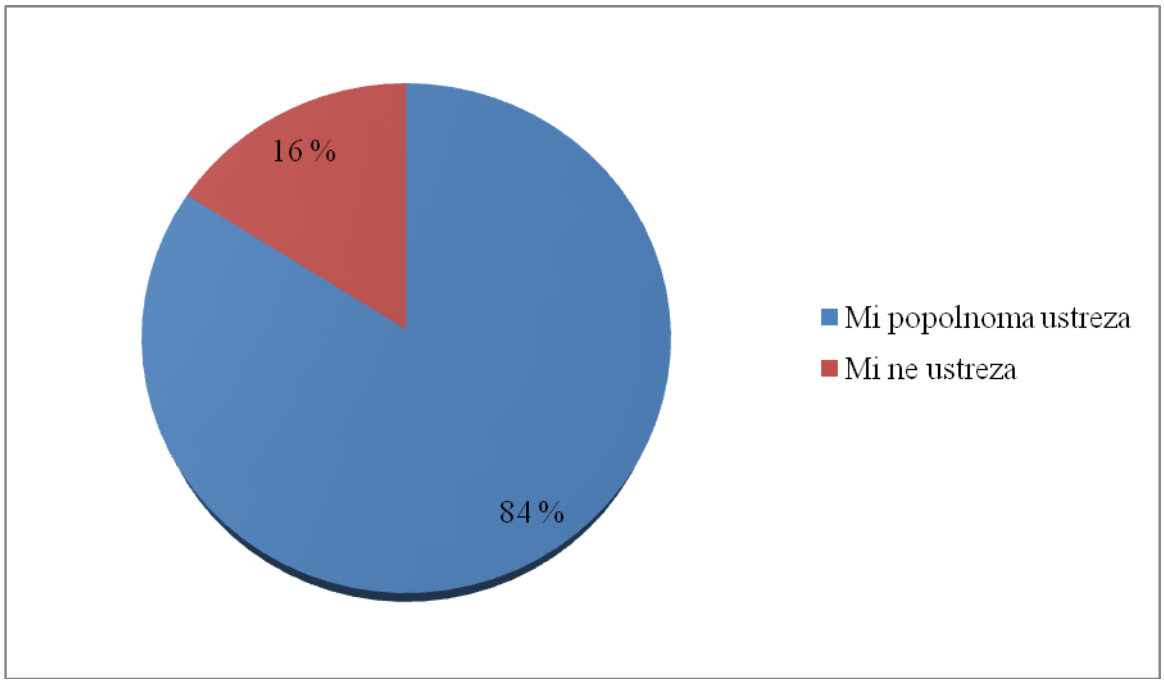
93 % anketiranih ima otroke, ki obiskujejo vrtec ali šolo, in le 7 % anketiranih nima otrok v vrtcu ali osnovni šoli. Podatek za nas ni bil presenetljiv, saj smo pri delitvi anketnih vprašalnikov izbrali ciljno skupino staršev, ki imajo otroke, stare od enega do deset let.

10. Vprašanje: **KAKO VAM USTREZA DELOVNI ČAS VRTCA ALI OSNOVNE ŠOLE GLEDE NA VAŠE DELOVNE OBVEZNOSTI?**

DELOVNI ČAS	ODGOVORI	ODSTOTEK
Mi popolnoma ustreza	11	16 %
Mi ne ustreza	59	84 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 11: Ustreznost delovnega časa vrtca ali šole

Vir: Anketa



Graf 11: Ustreznost delovnega časa vrtca ali šole

Vir: Lasten

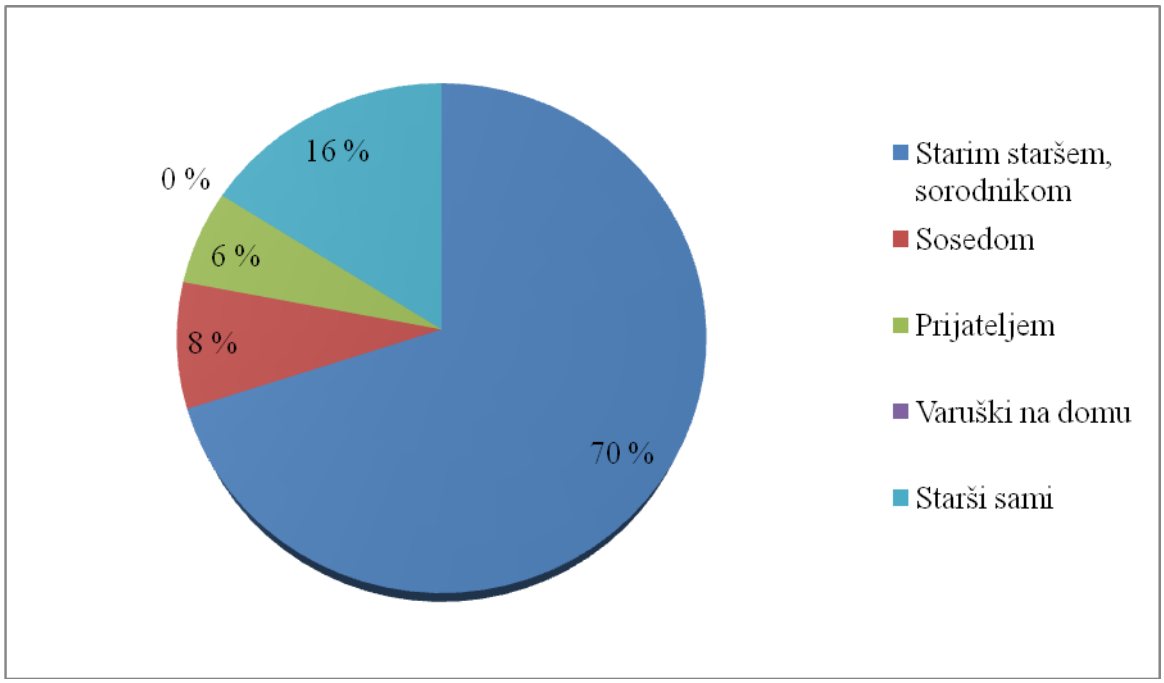
Kar 84 % anketirancem delovni čas vrtcev ali šol ne ustreza, je pa 16 % anketirancev z delovnim časom vrtcev ali šol zadovoljnih.

11. Vprašanje: **KOMU ZAUPATE OTROKA V VARSTVO, IZVEN DELOVNEGA ČASA VRTCA ALI OSNOVNE ŠOLE?**

OTROK V VARSTVO	ODGOVORI	ODSTOTEK
Starim staršem, sorodnikom	49	70 %
Sosedom	6	8 %
Prijateljem	4	6 %
Varuški na domu	0	0 %
Starši sami	11	16 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 12: Oblike varstva izven delovnega časa vrtca ali šole

Vir: Anketa



Graf 12: Oblike varstva izven delovnega časa vrtca ali šole

Vir: Lasten

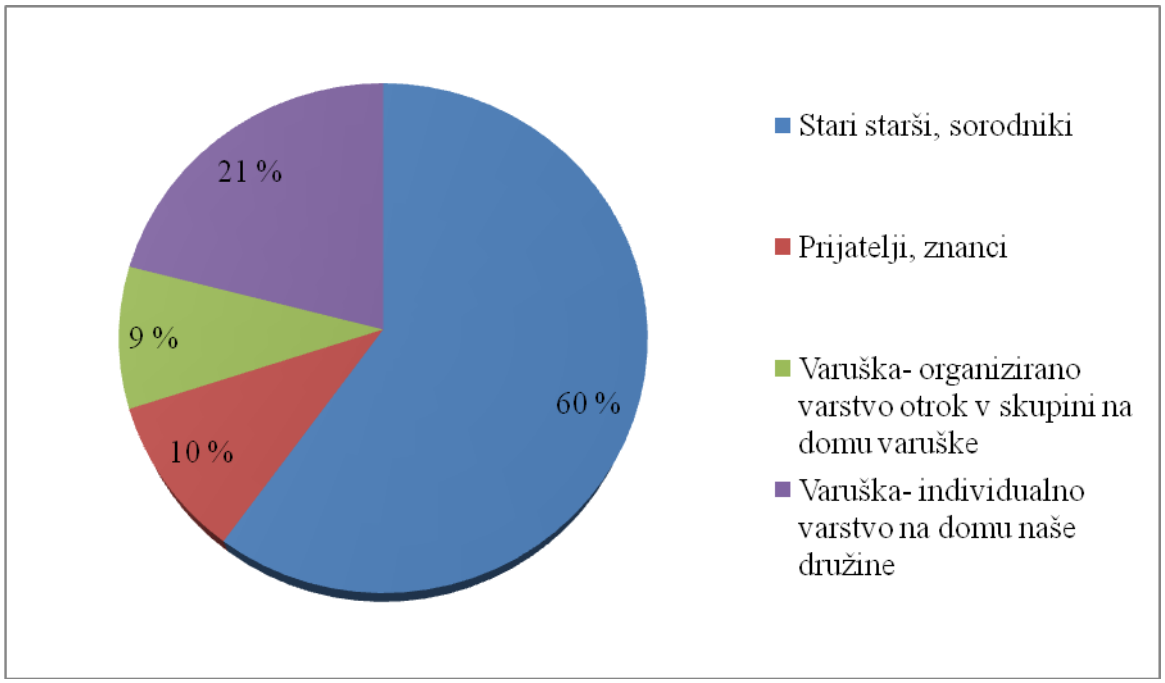
Izven delovnega časa vrtca ali šole, 70 % anketiranih zaupa svoje otroke predvsem starim staršem in sorodnikom. Anketirancev, ki za otroka poskrbijo sami, je 16 %, 8 % otroke v varstvo zaupa sosedom, 6 % prijateljem, varuške na domu pa anketirani nimajo.

12. Vprašanje: **KAKŠNO OBLIKO VARSTVA VAŠIH OTROK SI ŽELITE V ČASU VAŠIH DELOVNIH IN IZVEN DELOVNIH OBVEZNOSTI , KADAR VRTEC ALI ŠOLA NE POSLUJETA?**

OBLIKA VARSTVA	**ODGOVORI**	**ODSTOTEK**
Stari starši, sorodniki	42	60 %
Prijatelji, znanci	7	10 %
Varuška- organizirano varstvo otrok v skupini na domu varuške	6	9 %
Varuška- individualno varstvo na domu naše družine	15	21 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 13: Željena oblika varstva

Vir: Anketa



Graf 13: Željena oblika varstva

Vir: Lasten

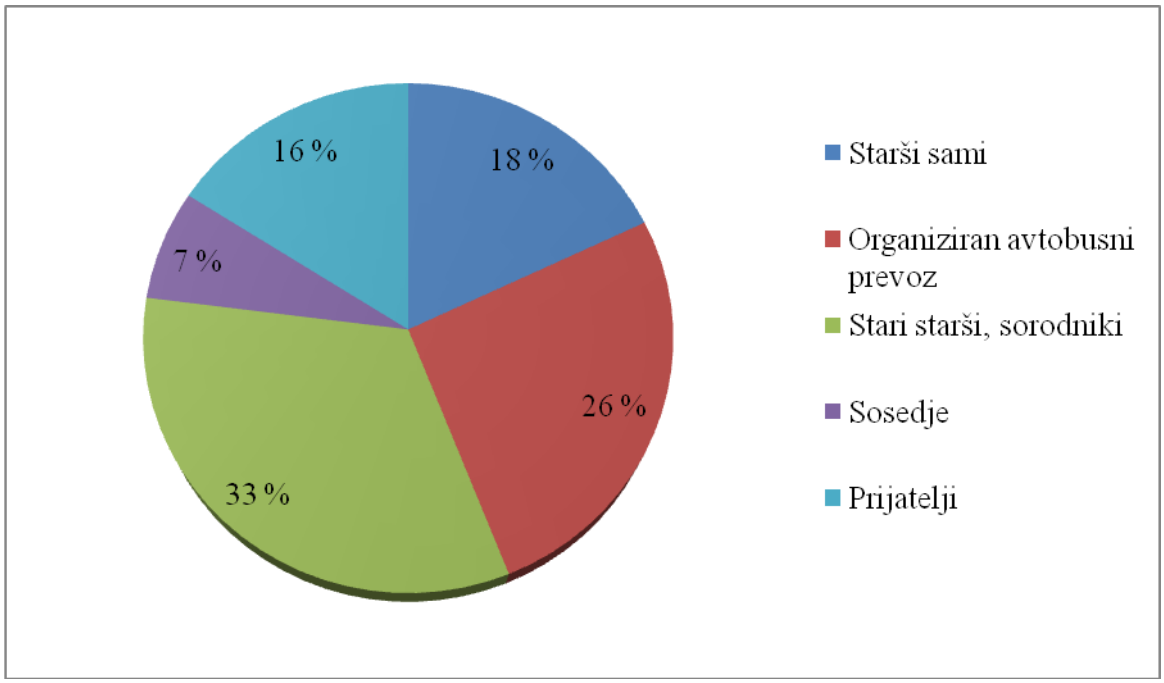
Kadar vrtec in šola ne poslujeta, kar 60 % anketiranih želi svoje otroke zaupati starim staršem in sorodnikom. 21 % anketiranih ima željo zaupati otroka varuški na domu družine, 10 % prijateljem in znancem, 9 % anketiranih pa varuški na domu varuške. Predpostavljamo, da anketirani najbolj zaupajo svojim staršem oziroma sorodnikom, a preostali odstotek so naši potencialni kupci storitev, kar pa je za nas zelo spodbudno.

13. Vprašanje: **KAKO IMATE POSKRBLJENO GLEDE PREVOZA OTROK V VRTEC ALI ŠOLO IN DOMOV?**

PREVOZ OTROK	**ODGOVORI**	**ODSTOTEK**
Starši sami	13	18 %
Organiziran avtobusni prevoz	18	26 %
Stari starši, sorodniki	23	33 %
Sosedje	5	7 %
Prijatelji	11	16 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 14: Prevoz otrok

Vir: Anketa



Graf 14: Prevoz otrok

Vir: Lasten

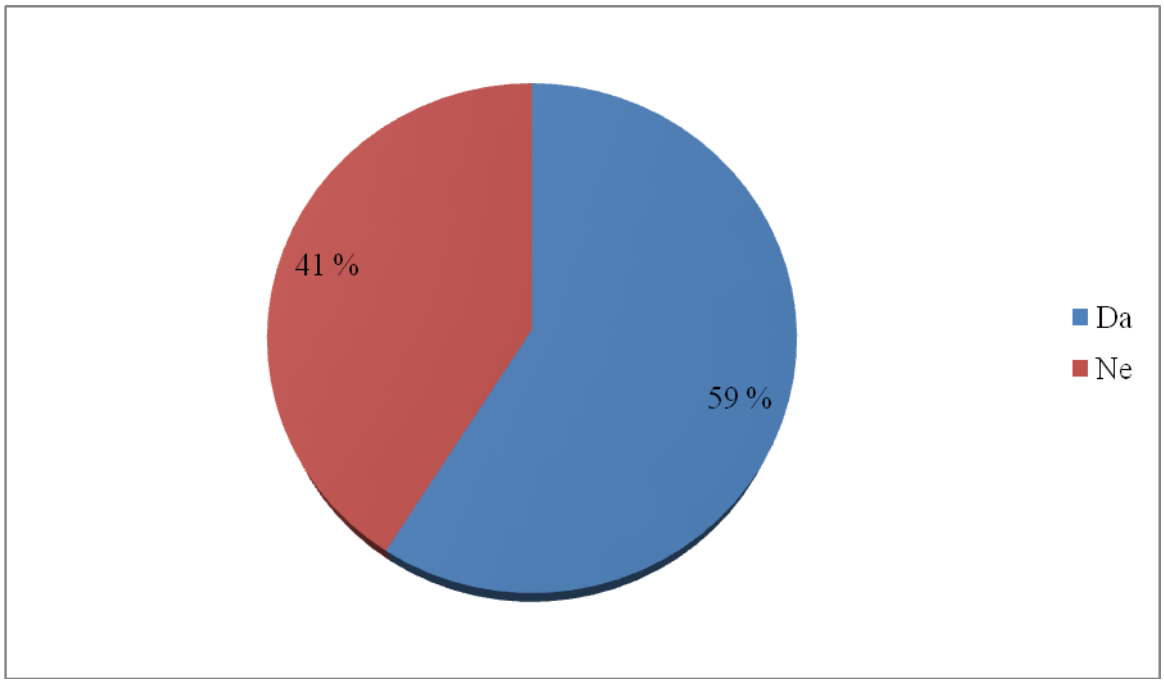
Anketirancev, katerih otroke v vrtec ali šolo pospremijo stari starši oziroma sorodniki, je 33 %. 26 % anketiranih koristi za prevoz otrok organiziran avtobusni prevoz. Anketiranih, kateri v vrtec ali šolo vozijo otroke sami, je 18 %, 16 % vozijo otroke prijatelji, 7 % pa sosedje.

14. Vprašanje: **ALI BI ZAUPALI VAŠEGA OTROKA V VARSTVO IN NEGO ZASEBNEMU PODJETJU/VARUŠKI, KI SE S TAKŠNO DEJAVNOSTJO UKVARJA?**

ZAUPANJE V VARUŠKO	ODGOVORI	ODSTOTEK
Da	41	59 %
Ne	29	41 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 15: Varstvo v zasebnem podjetju

Vir: Anketa



Graf 15: Varstvo v zasebnem podjetju

Vir: Lasten

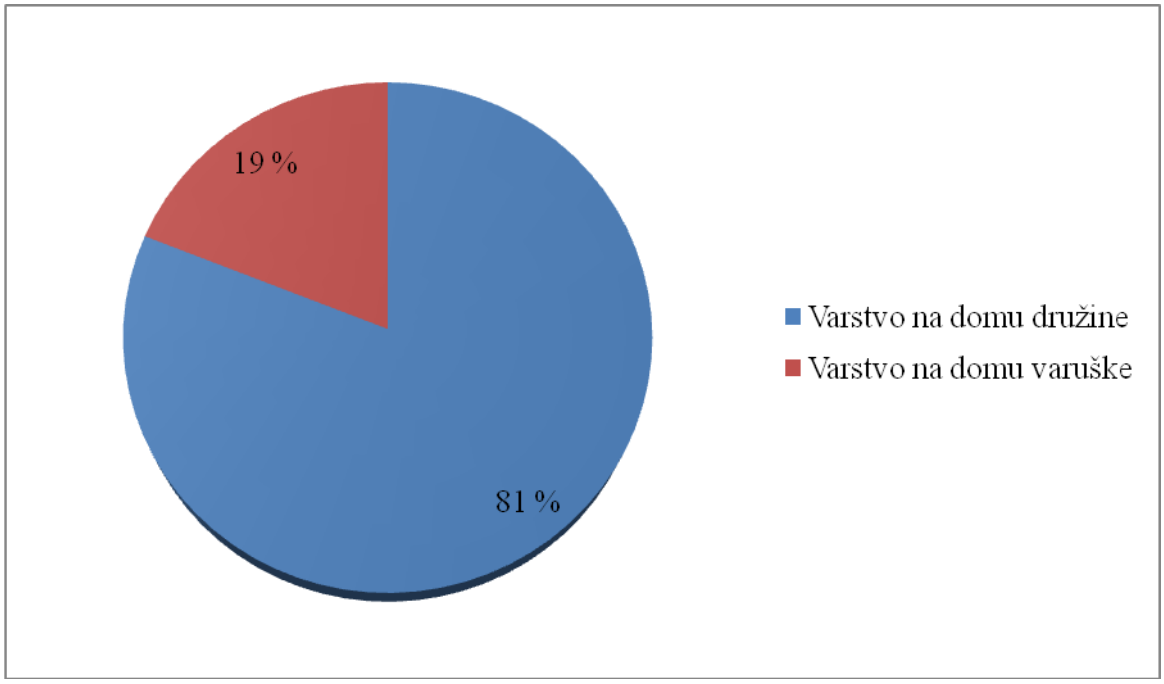
Varuški, oziroma zasebnemu podjetju, ki se ukvarja z varovanjem otrok, bi svoje otroke zaupalo 59 % anketiranih, 41 % anketiranih se pa za takšno obliko varstva ne bi odločilo. Odgovori na to vprašanje nam kažejo, da je naša poslovna ideja lahko tudi poslovna priložnost.

15. Vprašanje: **KAJ BI VAM BOLJ USTREZALO?**

USTREZNO VARSTVO	**ODGOVORI**	**ODSTOTEK**
Varstvo na domu družine	57	81 %
Varstvo na domu varuške	13	19 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 16: Ustrezno varstvo

Vir: Anketa



Graf 16: Ustrezno varstvo

Vir: Lasten

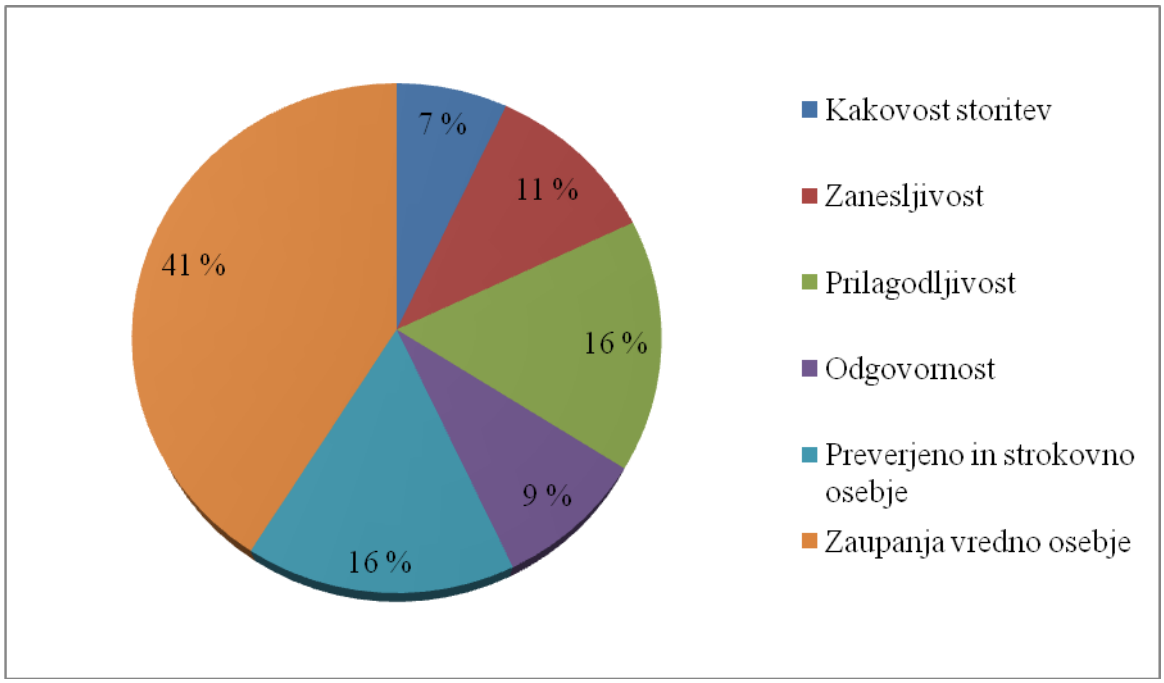
Varstvo na domu družine bi najbolj ustrezalo 81 % anketiranim, na domu varuške pa 19 %. Predpostavljamo, da si starši želijo, da so otroci v domačem okolju, kjer se počutijo najbolj varno.

16. Vprašanje: **KAJ PRIČAKUJETE OD ZASEBNEGA PODJETJA/VARUŠKE, KI BI MU ZAUPALI VARSTVO OTROKA**?

PRIČAKOVANJA	**ODGOVORI**	**ODSTOTEK**
Kakovost storitev	5	7 %
Zanesljivost	8	11 %
Prilagodljivost	11	16 %
Odgovornost	6	9 %
Preverjeno in strokovno osebje	11	16 %
Zaupanja vredno osebje	29	41 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 17: Pričakovane kompetence zasebnega podjetja

Vir: Anketa



Graf 17: Pričakovane kompetence zasebnega podjetja

Vir: Lasten

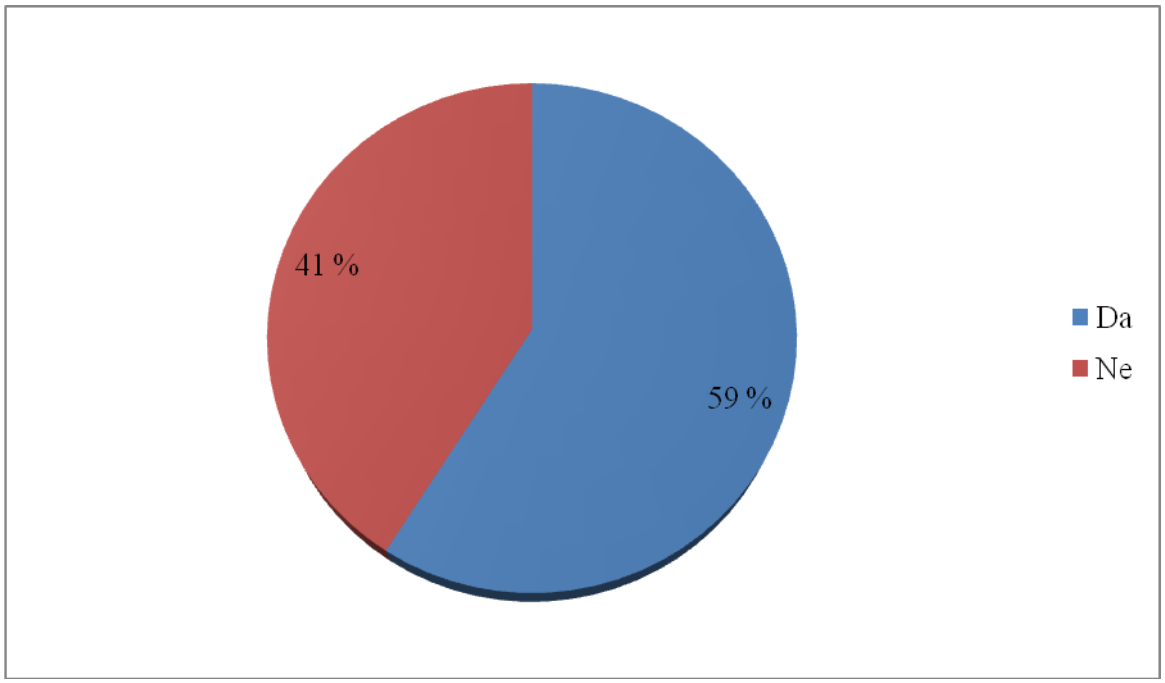
Od zasebnega podjetja, oziroma varuške, kar 41 % anketiranih pričakuje zaupanja vredno osebje. Sledi 16 % anketiranih, ki želijo preverjeno in strokovno osebje, enak odstotek pričakuje prilagodljivost. 11 % anketiranih pričakuje zanesljivost, 7 % pa kakovost storitev.

17. Vprašanje: **BOSTE IMELI MORDA NOVO POTREBO PO VARSTVU V NASLEDNJIH TREH LETIH?**

POTREBA PO VARSTVU	ODGOVORI	ODSTOTEK
Da	41	59 %
Ne	29	41 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 18: Potreba po varstvu v prihodnje

Vir: Anketa



Graf 18: Potreba po varstvu v prihodnje

Vir: Lasten

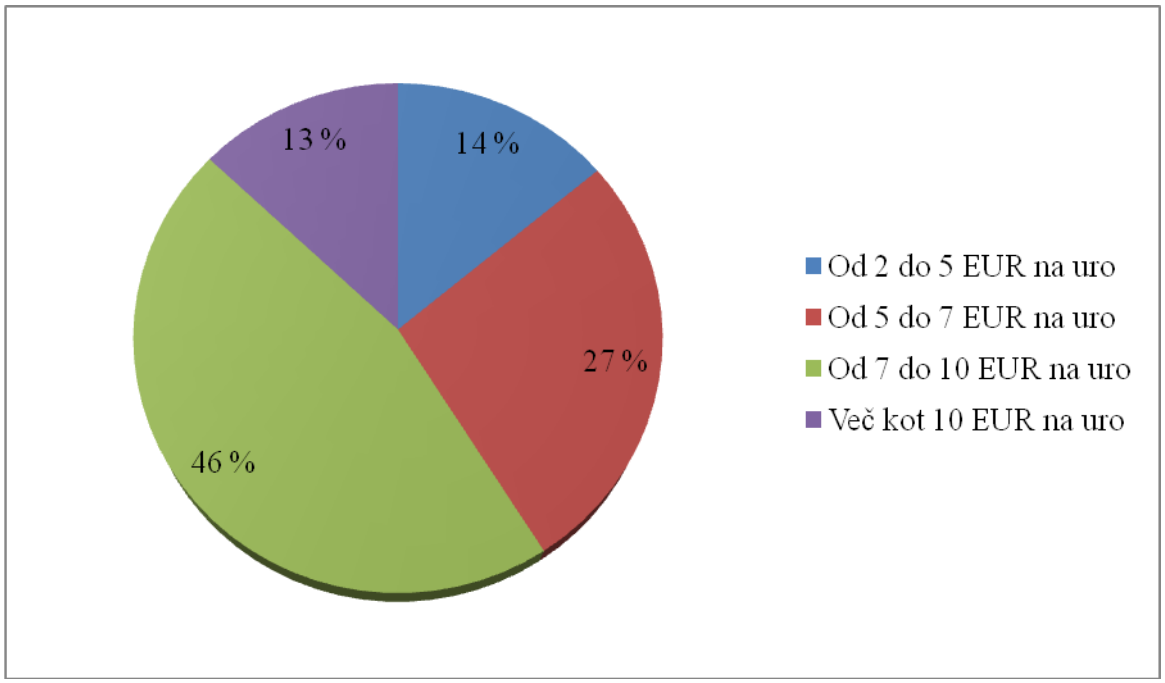
V naslednjih letih bo imelo potrebo po varstvu otrok 59 % anketiranih, 41 % anketiranih pa te potrebe ne predvideva.

18. Vprašanje: **KOLIKO DENARJA STE PRIPRAVLJENI DATI ZA DNEVNO VARSTVO ?**

ZNESEK	ODGOVORI	ODSTOTEK
Od 2 do 5 EUR na uro	10	14 %
Od 5 do 7 EUR na uro	19	27 %
Od 7 do 10 EUR na uro	32	46 %
Več kot 10 EUR na uro	9	13 %
Skupaj	70	100 %

Tabela 19: Plačilo dnevnega varstva

Vir: Anketa



Graf 19: Plačilo dnevnega varstva

Vir: Lasten

Za dnevno varstvo otrok je 14 % anketiranih pripravljenih prispevati od 2 do 5 EUR na uro. Sledijo anketirani, ki so pripravljeni plačati od 5 do 7 EUR na uro, teh je 27 %. Kar 46 % anketiranih bi plačalo od 7 do 10 EUR na uro, 13 % je takih, ki bi za varstvo otrok plačali več kot 10 EUR na uro.

3.5 Sklepne ugotovitve raziskave

Od 82 poslanih anketnih vprašalnikov, smo prejeli kar 70 izpolnjenih, kar je bil izreden odziv naših anketirancev. Zadovoljni smo, da so anketo izpolnili starši, ki so ciljna skupina za koriščenje storitev našega podjetja. V veliko pomoč so nam bili znanci, sosedje in prijatelji, za kar smo se jim iskreno zahvalili.

Največ anketiranih je starih od 20 do 30 let, imajo pa v povprečju dva otroka. Zaposlenih je kar 60 %, kar je, glede na vsesplošno brezposelnost v državi, presenetljiv in dober podatek. 65 % anketiranih ima v službi težave zaradi varstva otrok, saj delovni čas vrtcev in šol ni prilagojen zahtevam delodajalcev po večizmenskem delovniku, ki ga opravlja kar 77 %

anketiranih. Od tega jih dela 60 % dopoldan ali popoldan, 17 % pa opravlja ob dopoldanskem in popoldanskem še nočno delo. Kar 70 % anketiranih je primoranih za dodatno varstvo otrok, v času delovnih obveznosti, prositi sorodnike. Je pa razveseljiv in za nas predvsem spodbuden podatek, da bi 59 % anketiranih zaupalo svojega otroka v varstvo in nego varuški ali zasebnemu podjetju s to dejavnostjo. Od slednjega pričakuje kar 41 % anketiranih zaupanja vredno osebje. Kar pravzaprav ne preseneča, saj če nekomu zaupaš svojega otroka, potem vanj verjameš in pričakuješ, da bo za otroka lepo poskrbel. Pomemben podatek je, da bi 81 % anketiranim najbolj ustrezalo varstvo na domu otrok. Čeprav nimamo podatka zakaj, smatramo, da je ta oblika varstva za starše pomembna zato, da je otrok v domačem, zanj najbolj varnem, okolju. Naša naloga je, glede na to, da anketirani nimajo varuške na domu, da jih v to obliko varstva in v prednosti, ki jih prinaša, prepričamo.

Z rezultati ankete smo zelo zadovoljni, saj so pokazali, da je naša odločitev prava in da naša poslovna ideja lahko postane tudi poslovna priložnost.

4 POSLOVNI NAČRT

Poslovni načrt pripravi podjetnik ali podjetniška skupina, ki želi pri poslu sodelovati; ti se običajno posvetujejo s strokovnjaki z različnih področij. Najpogosteje je osnova za pridobivanje sredstev, ki so potrebna za pričetek posla. Tako ga najpogosteje zahtevajo vlagatelji, bankirji in lastniki tveganega kapitala, ki bodo v podjetje vložili denar ali ga preprosto kreditirali. Poslovni načrt je namenjen tudi lastnikom, zaposlenim, dobaviteljem, strankam, strokovnjakom, skratka vsem, ki so vpleteni v poslovni proces (Ruzzier, 2008, 283-284).

4.1 Dejavnost podjetja

Podjetje se bo ukvarjalo s storitveno dejavnostjo. Na trgu bo nudilo kvalitetne storitve s področja varstva otrok različnih starosti. Storitve bomo ponudili predvsem zaposlenim staršem, ki nimajo ustreznega dopolnilnega varstva za svoje otroke, in bomo dosegljivi, kadar koli bodo naše storitve potrebovali. Storitve obsegajo nudenje varstva in oskrbe otrok na njihovem domu, v domačem okolju, kjer se otroci počutijo najbolj varne. Naša posebnost bi bila ponudba staršem, da nas pokličejo, kadar koli v primeru izrednih situacij, ko nujno potrebujejo varstvo za svoje otroke.

Storitev lahko opredelimo kot dejanje ali delovanje, ki ga ena stran lahko ponudi drugi in je po svoji naravi neotipljiva ter tudi ne pomeni posredovanja česar koli (Kotler, 1998, 464). Podobno tudi Potočnik storitev opisuje kot posebno dejanje ali delovanje, ki ga izvajalec storitve ponudi uporabniku (Potočnik, 2000, 1).

4.2 Kratkoročni cilji podjetja

Naš osnovni cilj je predvsem postati prepoznavno in zaupanja vredno podjetje na področju varstva in oskrbe otrok na domu ter zadovoljiti želje in potrebe naših kupcev. Na področju občine Duplek bomo ponudili staršem storitev, ki je na tem področji še ni na tržišču.

4.2.1 Kratkoročni cilji

- Pridobivanje potrebnega startnega števila strank.
- Zadovoljevanje potreb strank.
- Prilagodljivost.
- Odzivnost.
- Izpolnjevanje strankinih pričakovanj.
- Prepoznavnost.
- Doseči okoli 31.000 € prometa v prvem letu poslovanja.
- Prvo leto doseči 5 % dobiček.
- Prvo leto bo podjetje nudilo pomoč pri varovanju in negi.

4.2.2 Dolgoročni cilji podjetja

- V drugem letu poslovanja dodatno zaposliti enega delavca.
- V tretjem letu zaposlimo še enega dodatnega delavca, v četrtem pa še dodatno dva delavca.
- Povečati število zaposlenih na 4 dodatne delavce.
- Zraven varstva in nege otok, staršem dodatno ponuditi še prevoze otrok. Dodatna storitev bo vključevala prevoz otrok do želenih ustanov, kot so vrtec, šola, knjižnica, na športne aktivnosti, in pa do podjetij, kjer so zaposleni starši, da se le-ti lahko skupaj s svojimi otroci takoj po službenih obveznosti odpravijo po opravkih.
- V četrtem letu doseči promet s petimi zaposlenimi v višini preko 152.000 €.
- Povečati dobiček nad 20 %.

4.2.3 Strategija podjetja

Svoje cilje bomo poskušali doseči s kvaliteto naših storitev, pravočasnim izvajanjem le-teh, s prilagodljivostjo, predvsem pa z zaupanjem naših strank in otrok v zaposlene. Delali bomo na kvalitetnem in korektnem osebnem pristopu do naših malih varovancev in do njihovih staršev. Pri varstvu otrok bomo poskrbeli za varnost in kakovostno preživljanje časa ob upoštevanju načel vzgoje, ki jo izvajajo starši.

Vlagali bomo v razvoj zaposlenih, ki bodo s svojo usposobljenostjo staršem in otrokom v oporo. Celotna strategija podjetja bo usmerjena v zadovoljevanje potreb in želja naših strank ter njihovo zvestobo.

4.2.4 Predmet ponudbe

Varstvo otrok – storitev bo na razpolago staršem, kadar koli se bodo znašli v stiski kam z otrokom, predvsem v izrednih situacijah, kot so nujne obveznosti in opravila izven delovnega časa, pa tudi kadar bodo v službi.
Nega otrok – med varstvom bomo poskrbeli tudi za dobro počutje otrok, predvsem pa za kakovostno preživljanje časa, kadar nam bodo zaupani v varstvo. Po dogovoru s starši bomo po potrebi pripravili otrokom tudi potrebne obroke hrane in poskrbeli za njihovo osebno higieno.
Prevozi- poskrbeli bomo za prevoze otrok, v kolikor bodo starši želeli, da jih pripeljemo bodisi na razne športne aktivnosti ali do staršev v službo.

4.3 Analiza trga

4.3.1 Ciljne skupine kupcev

Ciljna skupina so predvsem zaposleni starši, ki se soočajo s problemom varstva otrok. Usmerjeni bomo k staršem, ki potrebujejo varstvo otrok predvsem zaradi težav, ki jih imajo v službi zaradi varstva otrok, ter k staršem, ki otroka v času službenih in drugih obveznosti nimajo komu zaupati.

4.3.2 Lokacija kupcev

Podjetje bo kratkoročno osredotočeno predvsem na delovanje na področju občine Duplek z okolico, nato pa tudi na štajersko-podravsko regijo.

4.3.3 Značilnosti trga

Delovni čas zaposlenih staršev je vse daljši, vse več je obveznosti tudi po službi. Potreba po dodatnih izobraževanjih po delovnem času, tudi na zahtevo delodajalcev, je vse večja.
Poseljenost prebivalstva v občini raste, mlade družine se selijo izven mesta zaradi višje kakovosti življenja, s tem pa se veča tudi število novorojenih otrok.
Na delovna mesta starši odhajajo izven občine bivanja, delovni čas pa imajo običajno v različnih delih dneva. Po otroka v vrtec, zaradi oddaljenosti kraja, kjer so starši zaposleni, delovnega časa in ostalih obveznosti, nimajo možnosti priti pravočasno. Pogosto se znajdejo v dilemi, komu izven delovnega časa institucionalnega varstva zaupati otroka. Ne morejo peljati otroka na razne aktivnosti ali pa nimajo varstva za otroka v večernih in nočnih urah, kadar le-to nujno potrebujejo. Znajdejo se na različne načine, v največjo pomoč pri vsem tem pa predstavljajo stari starši in sorodniki.
Na podlagi omenjenih značilnosti trga smo prepričani, da bo ponudba naših storitev še kako dobrodošla in kupcev bo vedno več.

4.3.4 Kupci

- Starši otrok, starih od enega do deset let.
- Izobrazba naših strank ni pomembna.
- Plačilno sposobni starši.
- Stranke bodo iz občine Duplek in okolice.

4.3.5 Konkurenca

Naši konkurenti so: Vrtec Duplek s svojimi enotami v Spodnjem Dupleku, Zgornjem Dupleku in v Dvorjanah ter Vrtec Korena. Našo konkurenco predstavljajo tudi posamezniki, osebe, ki storitve varstva otrok na domu opravljajo kot delo na črno.

4.3.6 Prednosti konkurence

Financiranje javnih vrtcev je zagotovljeno iz proračuna lokalne skupnosti. Le-te zagotavljajo sredstva za plače in prejemke ter davke in prispevke za zaposlene ter za materialne stroške. V proračunu lokalne skupnosti se zagotavljajo tudi sredstva za investicijsko vzdrževanje in sredstva za investicije v nepremičnine in opremo (http://www.pfmb.uni-mb.si/files/stud_gradivo_oddelek/6701_Zakon_o_vrtcih.pdf).
Naši konkurenti, ki delo opravljajo na črno, kar je predvsem posledica povečane brezposelnosti, imajo neobdavčene in zato nizke cene storitev.

4.3.7 Slabosti konkurence

Javni vrtci se težje prilagajajo potrebam in željam staršem, predvsem glede časa poslovanja. V občini Duplek so organizirane oblike pomoči varstva otrok v ustanovah, kot sta vrtec in šola, ni. Osebam, ki opravljajo delo na črno, pa manjka predvsem strokovnosti, kakovost storitev je zelo vprašljiva in tveganje je večje, kajti zlorab je veliko.

4.3.8 Tržni nastop konkurence

Oglasi in reklame v lokalnem brezplačnem časopisu, na radijskih postajah podravske regije in letaki ter vizitke v nabiralnikih vsakega gospodinjstva in na najbolj obiskana mesta v občini.

4.3.9 Swot analiza

Z analizo možnosti in ovir ter prednosti in slabosti bomo analizirali zunanje in notranje okolje našega podjetja ter tako spoznali, kakšne možnosti za uspeh ima naša ideja v izbranem okolju. Končna strategija je seveda, da gradimo na prednostih, odpravimo pomanjkljivosti, izkoristimo priložnosti ter se izognemo nevarnostim.

+MOŽNOSTI (priložnosti): - potrebe strank po storitvi - prilagojen delovni čas glede na potrebe strank - povečano povpraševanje - delovni čas zaposlenih staršev - porast števila novorojenih otrok	OVIRE (nevarnosti): - neprepoznavnost - neizkušenost - plačilna nedisciplina - nezadostno poznavanje naše storitve - zahteve kupcev - pojav nove konkurence
+ PREDNOSTI: - prilagodljiv delovni čas - konkurenčna cena - kakovostna storitev - korekten in zaupanja vreden odnos - želja po uspehu	SLABOSTI: - omejena finančna sredstva - neuveljavljenost na trgu - premalo delovnih izkušenj - preveliko povpraševanje

Tabela 20: Swot analiza

Vir: Lasten

4.4 Načrt tržnih ciljev in strategij

4.4.1 Želeni tržni delež

	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Do 5%	x			
Od 5-15%		x		
Nad 15%			x	x

Tabela 21: Želen tržni delež

Vir: Lasten

4.4.2 Oblika prodaje

Naše podjetje bo prodajalo lastne samostojne storitve v višini 100 %.

4.4.3 Lokacija prodaje

Občina Duplek 80 % in Štajersko podravska regija 20 %.

4.4.4 Cenovna politika

V podjetju bomo ponudili konkurenčne cene in se potrudili, da jih bomo tudi obdržali.

4.4.5 Politika konkurenčnosti

Politika konkurenčnosti se bo kazala predvsem v zaupanja vrednih zaposlenih, ki bodo opravljali naše storitve kakovostno in odgovorno, ter tako zadovoljili potrebe in želje strank. Prav tako se bo konkurenčna prednost kazala v ceni, prilagodljivosti opravljanja storitev in prodajnih pogojih.

4.4.6 Strategija izkoriščanja prednosti in odpravljanja slabosti

Maksimalno bomo izkoristili prednosti, ki jih imamo, in si prizadevali za odpravo slabosti, ki se bodo pojavile na naši poslovni poti.

4.4.7 Strategija izkoriščanja tržnih priložnosti in premagovanja ovir na trgu

Tržne priložnosti želimo izkoristiti s kvalitetno opravljenim delom, zaupanja vrednimi zaposlenimi, s strankam prilagojenim delovnim časom pa bomo delali na prepoznavnosti podjetja. Ovire bomo sprejeli kot priložnost za nove ideje ter izboljšave in jih uspešno premagovali.

4.4.8 Strategija pridobivanja in ohranjanja kupcev

Na prehodu v 21. stoletje se je trženje drastično premaknilo iz pridobivanja novih potrošnikov, oziroma kupcev, do osredotočanja na ohranjanje kupcev oziroma krepitev dolgotrajnih odnosov do kupcev (Smith in Taylor, 2004, 4).

Posamezne kupce bomo pridobili s kvalitetno opravljenim delom in delovnim časom, prilagojenim njihovim potrebam. Vzpostavili bomo zaupljiv odnos s starši, nato pa prijateljski odnos z otrokom, da ugotovimo, ali se otrok v naši družbi počuti zadovoljno in srečno, predvsem pa varno. Tako bomo ohranjali zaupanje in zvestobo naših strank. Zavedamo se, da sta življenje in kakovost bivanja vsakega otroka neprecenljiva. S privolitvijo staršev bomo otrokom podarili male pozornosti ob različnih priložnosti. Tako si bomo ustvarili dober ugled podjetja in zvestobo naših kupcev.

4.4.9 Strategija konkurenčnosti

Pozorni bomo na konkurenco in jo dobro spremljali ter prilagajali cene. Izkoristili bomo slabosti konkurence v naše prednosti, v storitvi bomo ponudili več od konkurence.

4.4.10 Strategija vstopanja na trg, reklamiranja in promoviranja

Tržno komuniciranje v grobem obsega oglaševanje, pospeševanje prodaje, osebno prodajo in stike z javnostmi. Mnogi ekonomisti mu prištevajo še veliko več, vendar se podjetja osredotočajo na uporabo instrumentov tržnega komuniciranja (Smith, Taylor, 2004, 9).

Naše podjetje bomo promovirali predvsem v lokalnem časopisu, pripravili bomo letake, vizitke in zgibanke s podatki našega podjetja. Razdelili jih bomo v nabiralnike vseh gospodinjstev, v občinsko stavbo in v zdravstveni dom v občini. Poskrbeli bomo, da nas bodo zadovoljni in zvesti kupci priporočali svojim prijateljem in znancem.

4.4.11 Strategija rasti obsega trga

S kvalitetno opravljenim delom, odgovornostjo in sočutjem do otrok, bomo pridobili zaupanje strank v naše storitve. Stranke nas bodo z veseljem priporočale prijateljem in znancem, zato se bo trg uspešno širil.

4.4.12 Strategija trženjske kulture

Spoštovali bomo dogovore s strankami, zagotavljali bomo kakovostne in zanesljive storitve, odnos do kupcev bo predvsem zaupanja vreden in spoštljiv.

4.4.13 Strategija poprodajnih aktivnosti

Po opravljenih storitvah bomo na podlagi razgovorov pridobili od staršev informacije glede zadovoljstva s storitvijo in upoštevali dodatne želje in potrebe.

4.5 Ekonomika poslovanja

Naj bo še tako dober asortiment ponudbe, naj bodo še tako dobre tržne možnosti, naj se še tako trudimo, če ni dosežena primerna gospodarnost poslovanja podjetja, nismo naredili ničesar. Zato je ekonomika poslovanja podjetja pomembna tako s samega operativnega in strateškega vidika podjetja ter podjetnika, kakor tudi z vidika dolgoročnega obstoja (Šauperl, 2009, 60).

4.5.1 Podjetniška kalkulacija izbranega reprezentanta in cenik

Kalkulacijske osnove:

- delež kalkuliranega reprezentanta v strukturi prihodka: 100 %,
- planirana količina kalkuliranega reprezentanta letno: 1.694 ur.

Kalkulacija:

Zap.št	Postavka	Algoritem	vrednost
1.	Strošek dela	16.800: 1.694	9,92
2.	Strošek poslovanja	(29.663,20 – 16.800) : 1.694	7,59
3.	Lastna cena	1 + 2	17,51
4.	Želen dobiček	5 %	0,87
5.	Prodajna cena brez DDV	3 + 4	18,38

Tabela 22: Kalkulacija

Vir: Lasten

Komentar k podjetniški kalkulaciji: v prvem letu poslovanja je predvidenih oziroma planiranih 1.694 opravljenih ur varstva otrok. Kalkulacija reprezentanta pokaže kalkulirano ceno za uro varstva na osnovi naših načrtovanih stroškov prvega leta ter načrtovanega dobička v prvem letu, vrednost 18,38 €. Z ozirom na tržne cene, in našo načrtovano prodajno ceno, kaže podjetniška kalkulacija rahlo preseganje, ki se da nadoknaditi z usmerjenim obvladovanje stroškov ali rahlim povečanjem prodanih ur.

4.6 Načrtovanje prodaje

4.6.1 Osnove za realistično napoved prodaje

Osnove za napoved realistične prodaje je poznavanje trga in strank ter poznavanje konkurentov.

4.6.2 Osnove za pesimistično napoved prodaje

Vzrok za pesimistično napoved je povečanje konkurence, upad povpraševanja in recesija.

4.6.3 Osnove za optimistično napoved prodaje

Vzrok za optimistično napoved prodaje storitev je povečanje povpraševanja glede na vsako letno povečano število rojstev in nova delovna mesta za mlade starše, predvsem zaradi odpiranja trga delovne sile izven meja Slovenije, kar je zaradi bližine meje možno izkoristiti.

4.6.4 Pogoji prodaje

Pogoji prodaje so stalni, osebni stiki z naročniki ter njihovo zadovoljstvo, gotovinska plačila in plačila s plačilnimi karticami.

4.7 Napoved prodaje

4.7.1 Količinska napoved prodaje

Predmet prodaje	Enota mere	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Varstvo otrok na domu	Ura	1.694	3.388	5.082	8.470

Tabela 23: Količinska napoved prodaje
Vir: Lasten

4.7.2 Vrednostna napoved prodaje

Osnova za realistično napoved je predpostavka možnosti 7 urnega varstva na dan po zaposlenem, 22 delovnih dni in 11 mesecev .

Predmet prodaje	Povprečna Vrednost (ura/EUR)	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Varstvo na domu	18,00	30.492	60.984	91.476	152.460
Skupaj realistična napoved (7 ur/dan – zaokroženi zneski)		31.000	61.000	91.000	152.000
Skupaj pesimistična napoved (6 ur/dan)		26.136	52.272	78.408	130.680
Skupaj optimistična napoved (8 ur/dan)		34.848	69.696	104.544	174.240
Mesečna realistična napoved		2.541	5.082	7.623	12.705

Tabela 24: Vrednostna napoved prodaje

Vir: Lasten

4.8 Načrt nabave, reklame in drugih tržnih dejavnikov

4.8.1 Osnove za napoved nabave

Predmet nabave je potrošni material za potrebe opravljanja storitve.

4.8.2 Pogoji nabave

Potrošni material bomo nabavljali in plačevali mesečno. Na podlagi sklenjene pogodbe bomo material nabavljali pri podjetju Office 1 Superstor, ki ima poslovalnico na Teznu v Mariboru.

4.8.3 Vrednostna napoved nabave

Neposredne nabave materiala za izvajanje procesa varstva v našem primeru ni. Nastopajo pa režijski material, literatura in režijske storitve.

Predmet nabave / material	Leto 1 (EUR)	Leto 2 (EUR)	Leto 3 (EUR)	Leto 4 (EUR)
Pisarniški material	180 €	180	180	200
Strokovna literatura	100	200	320	500
Bančne storitve	150	100	50	20
Internet in telefonija	200	200	310	310
Mobilna telefonija	190	380	570	700
Poštne storitve	100	150	180	200
Upravne takse in odvetniške storitve	250	/	/	/
Zdravstvene storitve	70	70	140	210
Varstvo pri delu	30	30	30	60
Ocena tveganja	90	/	/	/
Oglaševanje	160	160	200	200
Izobraževanje	670	670	700	1.400
Preostali stroški	100	100	150	180
Skupna vrednost nabave in storitev	2.290	2.240	2.830	3.980

Tabela 25: Vrednostna napoved nabave režijskega materiala in režijskih storitev

Vir: Lasten

4.8.4 Načrt reklame in promocije

Naš promocijski splet bo na začetku zajemal tiskane oglase v lokalnih občinskih novicah in radijske oglase na najpogosteje poslušanih radijskih postajah na območju občine. Nato bomo kot najbolj uporaben način pridobivanja strank, s privolitvijo pristojnih, razdelili letake in zgibanke v nabiralnike gospodinjstev in v ustanovah v občini, kjer se dnevno oglasi največ občanov, to je zdravstveni dom, lekarna, knjižnica, občinska stavba in lokali.

4.8.5 Logotip in predstavitev podjetja



Slika 1: Logotip podjetja

Vir: Lasten

Ime našega podjetja bo: MALI KORENJAK d. o. o, Zgornja Korena 49, 2242 ZGORNJA KORENA.

4.8.6 Načrtovani reklamni mediji

Osredotočili se bomo predvsem na oglaševanje preko letakov in zgibank, ki jih bomo razdelili po različnih mestih, kjer se starši največkrat zadržujejo. Stroški izdelave znašajo 160 €, kasneje bo naša najboljša promocija zadovoljstvo strank, predvsem pa naših malih varovancev.

4.8.7 Drugi vplivni tržni dejavniki

Ekonomski: vpliv konkurence, nihanje povpraševanja, gospodarska kriza.

Tehnološki: tehnološkega vpliva nimamo.

Zakonodajni: občine ne subvencionirajo tovrstnih storitev, visoki davki in premalo ugodnih posojil s strani države.

Sezonski: sezonskih nihanj nimamo.

4.9 Načrt organizacije človeških virov

4.9.1 Makro organizacija

Podjetje bo registrirano kot družba z omejeno odgovornostjo (d. o. o). Statusna oblika podjetja bo družba z omejeno odgovornostjo, d. o. o. Družba bo ustanovljena z enim družbenikom (ustanoviteljem). Za enoosebno družbo smo se odločili iz razloga, ker je v praksi najprimernejša za poslovanje v manjšem obsegu (Cepec, 2010, 21).

4.9.2 Mikro organizacija

Delovni čas bomo prilagajali potrebam strank. Naše storitve bodo strankam na voljo 24 ur. Upravljanje podjetja bo v pristojnosti direktorice. Naročila strank bomo sprejemali preko elektronske pošte in telefona, pa tudi na samem sedežu podjetja.

4.9.3 Načrt človeških virov

Delovno mesto	Stopnja izobrazbe	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Direktor/vsa ostala dela	V I.	1	1	1	1
Varuška	V.	0	1	2	4
Skupaj zaposleni		**1**	**2**	**3**	**5**

Tabela 26: Načrt človeških virov

Vir: Lasten

4.9.4 Načrt stroškov dela

Delovno mesto	Bruto Plača/mes	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Direktor	1.400,00€	16.800,00€	16.800,00€	16.800,00€	16.800,00€
Varuška	1.000,00€	0€	12.000,00€	24.000,00€	48.000,00€
Skupaj bruto plače	**/**	**16.800,00€**	**28.800,00€**	**40.800,00€**	**64.800,00€**
Prehrana (4 EUR/dan/delavec)	/	1.056,00€	2.112,00€	3.168,00€	5.280,00€
Regres za dopust (700EUR/letno)	/	700,00€	1.400,00€	2.100,00€	3.500,00€
Skupaj stroški zaposlencev	**/**	***18.556,00€***	***32.312,00€***	***46.068,00€***	***73.580,00€***

Tabela 27: Načrt stroškov dela

Vir: Lasten

Računovodske posle nam bo vodil zunanji računovodski servis, katerega mesečni strošek bo znašal v povprečju 100,00 €.

4.10 Načrt pogojev dela

4.10.1 Znanje

Vsak zaposlen mora imeti ustrezno izobrazbo in pridobiti status varuha predšolskih otrok na domu, ki ga ureja Ministrstvo za šolstvo in šport. Za izobraževanje vsakega novega

zaposlenega bomo namenili 670,00 €, v kolikor ne bo imel potrebnega statusa, ter poskrbeli za permanentno izobraževanje. Spremljali bomo zakonodajo in predpise ter sledili novim smernicam.

4.10.2 Poslovni prostori

Poslovni prostori za podjetje se nahajajo v stanovanjski hiši na domačem naslovu, v lasti direktorice podjetja, zato stroški najemnine odpadejo. V hiši je dovolj prostora za igro in počitek otrok, prav tako pa je okolica hiše varna in primerna za izvajanje aktivnosti. Del dejavnosti se bo pa po željah strank odvijal tudi na domovih otrok.

4.10.3 Oprema

Vrsta opreme	Vrednost	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Pisarniška oprema	3.000,00 €	3.000,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €
Računalniška oprema	2.500,00 €	2.500,00 €	200,00 €	150,00 €	150,00 €
Druga oprema (mobilni telefon, prenosni telefon, fax in ostalo)	900,00 €	900,00 €	150,00 €	150,00 €	300,00 €
Skupaj vrednost opreme	6.400,00 €	6.400,00 €	550,00 €	400,00 €	650,00 €

Tabela 28: Oprema

Vir: Lasten

4.10.4 Vlaganja v naložbe

Vrsta naložbe	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Znanje	670,00 €	670,00 €	700,00 €	1.400,00 €
Poslovni prostor	/	/	/	/
Oprema	6.400,00 €	550,00 €	400,00 €	650,00 €
Trajna obratna sredstva	430,00 €	6.280,00 €	6.400,00 €	5.450,00 €
Skupaj vlaganja v naložbe	**7.500,00 €**	**7.500,00 €**	**7.500,00 €**	**7.500,00 €**

Tabela 29: Vlaganje v naložbe

Vir: Lasten

4.10.5 Viri v naložbe

Finančni viri	Leto 1	Leto 2	Leto 3	Leto 4
Lastna sredstva	7.500,00 €	7.500,00 €	7.500,00 €	7.500,00 €
Subvencije	/	/	/	/
Krediti	/	/	/	/
Skupaj finančni viri za naložbe	**7.500,00 €**	**7.500,00 €**	**7.500,00 €**	**7.500,00 €**

Tabela 30: Viri v naložbe

Vir: Lasten

4.11 Drugi načrtovani pogoji poslovanja

4.11.1 Načrtovane konkurenčne prednosti

V podjetju Mali korenjak d.o.o., se bomo potrudili pridobiti in ohraniti zaupanje strank, otrokom pa ponudili visoko kakovost bivanja. Prilagajali se bomo potrebam in željam, ki jih bodo izrazile stranke, predvsem pa bomo konkurenčnost ohranjali s kvaliteto naših storitev, zaupanja vrednimi zaposlenimi in konkurenčnimi cenami.

4.11.2 Ukrepi za zagotavljanje celovite kakovosti

Udeležili se bomo strokovnih seminarjev, zagotavljali bomo stalna dodatna izobraževanja zaposlenih. Celovito kakovost bomo dosegali na podlagi upoštevanja mnenj staršev.

4.12 Pričakovana kritična tveganja in problemi ter protiukrepi

4.12.1 Kritična tveganja in problemi

Določenim problemom se ne bomo zlahka izognili, česar se dobro zavedamo. Kritična tveganja so lahko: bolniška odsotnost zaposlenih, velika brezposelnost, pojav plačilne nesposobnosti, znižanje cen pri konkurenci, neuveljavljenost na trgu. Uspešnost našega poslovanja bo tako odvisna tudi od izbire ustreznih ukrepov za odpravo pričakovanih tveganj.

4.12.2 Ukrepi za premagovanje kritičnih tveganj in problemov

V primeru bolniške odsotnosti zaposlenih bomo iskali nadomestni kader s pomočjo Zavoda za zaposlovanje. Kljub veliki brezposelnost bomo s kakovostno opravljenimi storitvami starše prepričali v pomembnost in prednosti naših storitev ter se jim prilagodili s cenovno politiko. Gradili bomo na zvestobi in zaupanju strank v naše storitve, ter tako premagovali konkurenco, in z dobrimi priporočili zvestih ter zadovoljnih strank prodirali na trg izven občine Duplek.

4.13 Terminski načrt

Aktivnost	**Termin**
Priprava poslovnega načrta	april leta 0
Pridobitev finančnih virov	maj leta 0
Ureditev poslovnih prostorov	julij leta 0
Nabava opreme	julij leta 0
Ustanovitev podjetja	1.1. leta 1
Zaposlitev /samozaposlitev	1.1. leta 1
Zaposlitev drugega zaposlenca	1.1. leta 2
Dodatno zaposlovanje v tretjem letu	1.1. leta 3
Dodatno zaposlovanje v četrtem letu	1.1. leta 4

Tabela 31: Terminski načrt aktivnosti

Vir: Lasten

4.14 Finančni načrt

4.14.1 Izhodišča za finančno načrtovanje

Pri finančnem načrtu smo naredili prikaz za prva štiri leta poslovanja podjetja. Izhajali smo iz realistične napovedi storitev, napovedi nabave, stroškov dela in poslovanja ter načrtovane naložbe v opremo.

4.14.2 Načrt stroškov in finančnih odhodkov v prvem normalnem letu poslovanja

Oznaka	Vrsta stroška	Mesečni znesek/EUR	Letni znesek/EUR
A	**Spremenljivi – direktni stroški**		
1.	Nabava materiala		
2.	Spremenljivi del bruto plač	/	/
3.	Drugi spremenljivi stroški	/	/
Skupaj spremenljivi stroški			
B	**Stalni stroški – fiksni stroški**		
4.	Stalni del bruto plač	1.400,00	16.800,00
5.	Režijske tuje storitve	100,00	1.200,00
6	Režijski material in drobni inventar	91,66	1.100,00
7.	Amortizacija	106,67	1.280,00
8.	Energija in poštne storitve	58,00	696,00
9.	Najemnina	/	/
10.	Reklama	13,00	160,00
11.	Zavarovanje	125,00	1.500,00
12.	Potni stroški	166,67	2.000,00
13.	Prehrana	88,00	1.056,00
14.	Regres	58,33	700,00
15.	Ostalo	41,66	500,00
Skupaj stalni stroški		**2.471,93**	**29.663,20**
C	Finančni odhodki		
16.	Obresti za tuje vire	/	/
A+B+C	**SKUPAJ STROŠKI IN ODHODKI**	**2.471,93**	**29.663,20**

Tabela 32: Načrt stroškov in finančnih odhodkov v prvem normalnem letu poslovanja

Vir: Lasten

4.14.3 Načrt stroškov

Računalniški izpis Tabela 1 v prilogi 2.

4.14.4 Načrt izkaza poslovnega izida

Računalniški izpis Tabela 2 v prilogi 2.

4.14.5 Načrt kazalcev poslovanja

Računalniški izpis Tabela 3 v prilogi 2.

4.14.6 Načrt izkaza denarnih tokov

Računalniški izpis Tabela 4 v prilogi 2.

4.14.7 Načrt praga rentabilnosti – donosnosti

Računalniški izpis Tabela 5 v prilogi 2.

4.14.8 Načrt izkaza stanja

Računalniški izpis Tabela 6 v prilogi 2.

4.14.9 Komentar k finančnemu načrtu

Poslovni izid ali izkaz uspeha nam pove, kako je podjetje poslovalo v določenem obdobju, s prikazom prihodkov in odhodkov, ali je ustvarilo dobiček ali izgubo, ki predstavlja razliko med prihodki in odhodki (Šauperl, 209, 136). Podjetje bo vsa 4 leta poslovalo z dobičkom. V prvem letu znaša dobiček 1.002,6 €, v drugem letu je že 6.429,6 € dobička. V tretjem letu, kljub dodatnim zaposlenim, znaša že 10.326,6 €. V četrtem letu se še poveča na 22.005,6 €.

Gospodarnost nam kaže razmerje med celotnimi prihodki in odhodki. Kazalec gospodarnosti je večji od 1 in je v prvem letu 1,05, kar pomeni, da je za 5 % več prihodkov kot odhodkov (podjetje je poslovalo z dobičkom), v drugem letu je kazalec gospodarnosti 1,16, v tretjem letu 1,18 in v četrtem letu 1,24.

Donosnost prihodkov je v prvem letu 4,31 %, v drugem letu 14,05 %, v tretjem letu 15,13 % in v četrtem letu 19,30 %. To predstavlja dejavnosti primerno donosnost.

Denarni tok je zapis v denarju, ki je na voljo v določenem trenutku. Denarni tok tvorijo prejemki (prilivi) in izdatki (odlivi). Vpliva na to, kakšna bo plačilna sposobnost podjetja (Šauperl, 2009, 136). Naše podjetje bo likvidno, saj izkazuje skozi vso načrtovano obdobje pozitivni končni znesek gotovine.

Prag rentabilnosti je točka, kjer se izenačijo prihodki in odhodki. V našem primeru je to v prvem letu pri 95,69 % realizaciji načrtovane prodaje, v drugem letu pri 85,95 %, v tretjem letu pri 84,87 % in v četrtem letu pri 80,70 % realizaciji prodaje.

Izkaz stanja ali bilanco stanja si lahko predstavljamo kot miselno shemo v obliki »tehtnice« z uravnoteženim stanjem med tehtancem in utežmi in tako prikazuje izkaz stanja uravnoteženost sredstev na eni strani in virov sredstev na drugi strani. Ta uravnoteženost je pomembna za presojo bonitete podjetja. Ključno vrednost v oceni bonitete predstavlja stalno premoženje in trajni viri premoženja ter dolgoročne rezervacije. V našem primeru predstavlja stalno premoženje po prvem letu poslovanja 64 % skupnega premoženja in trajni viri ter dolgoročne rezervacije 100 % vseh virov premoženja, kar je zelo ugodna slika.

5 ZAKLJUČEK

Z diplomsko nalogo smo opravili raziskavo potreb po dejavnosti varstvo otrok na domu v občini Duplek. Na podlagi rezultatov ankete smo ugotovili, da je varstvo otrok na domu storitev, ki jo starši, glede na tempo življenja, zelo potrebujejo. Zaradi varstva otrok se soočajo s težavami v službi, saj večina dela tudi v času, ko vrtci ne poslujejo.

Naredili smo poslovni načrt in prišli do zaključka, da ima naše podjetje vse pogoje za uspešen začetek delovanja in boljše pogoje kot konkurenca. Zastavili smo si tako kratkoročne kot dolgoročne cilje podjetja ter določili strategijo uresničevanja le teh. Z metodo anketiranja smo analizirali trg, proučili smo konkurenco ter prišli do ugotovitve, da so starši otrok v občini Duplek naklonjeni koriščenju naših storitev, in da je naša prednost v odnosu do konkurence v prilagodljivosti delovnega časa in izvajanju storitev na domu družine, kjer se otrok počuti najbolj varno.

Z izkazom poslovnega izida dokazujemo uspeh poslovanja, saj bo podjetje v prvih štirih letih poslovanja, kljub predvidenim dodatnim zaposlitvam, poslovalo z dobičkom, ki bo z leti naraščal.

Ob zavedanju, da bomo na naši poti trčili na marsikatere ovire, smo odločeni, da jih bomo s trdim delom in zaupanjem strank ter naših malih varovancev, uspešno premagovali. Vsaka ovira bo namreč hkrati tudi priložnost za nove izzive in izboljšave.

Višješolski strokovni študij na Academii je bil za avtorico izredna izobraževalna in življenjska izkušnja. Pridobljena znanja med študijem, na podlagi prijazno in strokovno posredovane vsebine predmetov, avtorica koristno uporablja pri svojem delu.
V času nenehnih sprememb in prilagajanj, ki ga živimo, pa odpira diplomsko delo novo karierno pot, na kateri vidi avtorica nove poslovne uspehe in izzive.

»Skrivnost uspeha ni v tem, da pred problemom bežite, se ga skušate znebiti ali da pred njim ohromite; skrivnost uspeha je, da zrastete, tako da ste večji od vsakega problema.« Harv Eker

6 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

6.1 Literatura

1. Antončič, B., Hisrich, R.D., Vahčič, A., Petrin, T.: *Podjetništvo*, GV založba, Ljubljana, 2002.
2. Cepec, J., Ivanc, T., Kežmah, U., Rašković, M.: *Pot v podjetništvo s.p. ali d.o.o*., GV založba, Ljubljana, 2010.
3. Kotler, P,: Marketing Management – *Trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje in nadzor*, 2. popravljena izdaja, Slovenska knjiga, Ljubljana, 1998.
4. Ivanuša-Bezjak, M. ; Mag. Kralj M. ; Mag. Kuhar S. : *Moja pod do diplome*, Maribor 2010.
5. Potočnik, V.: *Trženje storitev*, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2000.
6. Pšeničny, V., e tal.: *Podjetništvo, podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces, podjem*, GEA College – Visoka šola za podjetništvo, Portorož, 2000.
7. Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D.: *Podjetništvo*, Društvo za akademske in aplikativne raziskave, Koper, 2008.
8. Smith, Russel, Taylor: *Marketing communication*, An integrated approach, London and Sterling, Kogan Page, 2004.
9. Šauperl, F.: *Podjetništvo*, Academia, Maribor, 2008.
10. Šauperl, F. : *Delovni listi za poslovni načrt*, Maribor 2009.
11. Šauperl, F.: *Navodilo za uporabo računalniške aplikacije za poenostavljen finančni načrt poslovanja pri predmetu podjetništvo*, Academia d.o.o., Maribor, 2009.
12. Tomažič, A.: *Velika priložnost*, GV založba, Ljubljana, 2008.
13. Timmons, J. A.: *The Entrepreneurial Mind*, Andover, Brick House, 1998.

14. Vidic, F.: *Kako razviti uspešno podjetje*, GEA College, Ljubljana, 1997.

15. Vahčič, A. in dr.: *Osnove podjetništva*, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, 1998.

16. Završnik, B.: *Management nabave in oskrbnih verig*, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor, 2008.

6.2 Internetni viri

1. http://pxweb.stat.si/pxweb/Database/Obcine/Obcine.asp, dne 19.5.2012.
2. http://www.pfmb.uni-mb.si/files/stud_gradivo_oddelek/6701_Zakon_o_vrtcih.pdf, dne 20.5.2012.

7 PRILOGE

7.1 Anketni vprašalnik

Spoštovani,

sem Sabina Šuen, študentka Višje strokovne šole Academia, program ekonomist. Za temo diplomske naloge sem si izbrala ustanovitev podjetja, katerega glavna dejavnost je varstvo otrok na njihovem domu, predvsem v času izven organizirane institucionalne oskrbe otrok. Raziskati želim potrebe po omenjeni dejavnosti, zato vas prosim za sodelovanje.
Za vaš čas in odgovore se vam iskreno zahvaljujem. Vprašalnik je anonimen.

1. Spol

a) Moški
b) Ženski

2. Starost

a) Manj kot 20 let
b) Od 20 do 30 let
c) Od 30 do 40 let
d) Več kot 40 let

3. Kraj bivanja – vaška skupnost

a) Spodnji Duplek
b) Korena
c) Dvorjane
d) Zgornji Duplek
e) Vurberk
f) Zimica

4. Status

a) Zaposlen

b) Samozaposlen

c) Nezaposlen

d) Študent

5. Kakšen je vaš delovni čas?

a) Samo dopoldan

b) Dopoldan ali popoldan

c) Samo popoldan

d) Delam dopoldan ali popoldan ali ponoči

e) Delam samo ponoči

6. Koliko otrok imate?

a) 1.

b) 2.

c) Več kot dva

7. Ali imate zaradi varstva otrok težave v službi?

a) Da

b) Ne

8. Zakaj prihaja do teh težav?

a) Vrtci in šole ne poslujejo ves dan

b) Visoke cene vrtca

c) Nimam komu zaupati otroka

9. Ali kateri od vaših otrok obiskuje vrtec ali osnovno šolo?

a) Da

b) Ne

10. Kako vam ustreza delovni čas vrtca ali osnovne šole glede na vaše delovne obveznosti?

a) Mi popolnoma ustreza

b) Mi ne ustreza

11. Komu zaupate vašega otroka v varstvo, izven delovnega časa vrtca ali osnovne šole?

a) Starim staršem, sorodnikom

b) Sosedom

c) Prijateljem

d) Varuški na domu

e) Starši sami

12. Kakšno obliko varstva vaših otrok si želite v času vaših delovnih in izven delovnih obveznosti , kadar vrtec ali šola ne poslujeta?

a) Stari starši, sorodniki

b) Prijatelji, znanci

b) Varuška- organizirano varstvo otrok v skupini na domu varuške

c) Varuška- individualno varstvo na domu naše družine

13. Kako imate poskrbljeno glede prevoza otrok v vrtec ali šolo in domov?

a) Starši sami

b) Organiziran avtobusni prevoz

b) Stari starši, sorodniki

c) Sosedje

d) Prijatelji

14. Ali bi zaupali vašega otroka v varstvo in nego zasebnemu podjetju/varuški, ki se s takšno dejavnostjo ukvarja?

a) Da

b) Ne

15. Kaj bi vam bolj ustrezalo?

a) Varstvo na domu družine

b) Varstvo na domu varuške

16. Kaj pričakujete od zasebnega podjetja/varuške, ki bi mu zaupali varstvo otroka?

a) Kakovost storitev

b) Zanesljivost

c) Prilagodljivost

c) Odgovornost

d) Preverjeno in strokovno osebje

e) Zaupanja vredno osebje

17. Boste imeli morda novo potrebo po varstvu v naslednjih treh letih?

a) Da

b) Ne

18. Koliko denarja ste pripravljeni dati za dnevno varstvo?

a) Od 2 do 5 EUR na uro

b) Od 5 do 7 EUR na uro

c) Od 7 do 10 EUR na uro

d) Več kot 10 EUR na uro

Hvala za sodelovanje!

7.2 Finančne tabele

Tabela 1: NAČRT STROŠKOV

v EUR

Vrsta stroškov	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
A. SPREMENLJIVI STROŠKI				
1. Nabavna vrednost materiala	0,0	0,0	0,0	0,0
2. Nabavna vrednost blaga	0,0	0,0	0,0	0,0
3. Stroški proizvodnih storitev	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Stroški zalog	0,0	0,0	0,0	0,0
5. Spremenljivi del plač - bruto	0,0	0,0	0,0	0,0
6. Pogodbena ali avtorska dela	0,0	0,0	0,0	0,0
Skupaj spremenljivi stroški	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
B. STALNI STROŠKI				
1. Stalni del plač - bruto	16.800,0	28.800,0	40.800,0	64.800,0
2. Davki in prispevki na plače in pog. dela	2.671,2	4.579,2	6.487,2	10.303,2
3. Režijske tuje storitve	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0
4. Režijski material in drobni inventar	1.100,0	2.200,0	4.800,0	5.700,0
5. Amortizacija	1.280,0	1.280,0	1.280,0	1.280,0
6. Stroški zakupa	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Energija in PTT	696,0	696,0	696,0	696,0
8. Najemnina				
9. Reklama	160,0	160,0	200,0	200,0
10. Zavarovanje	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0
11. Drugi stroški	4.256,0	12.012,0	20.268,0	36.980,0
v tem : - potni stroški	2.000,0	5.000,0	6.500,0	9.200,0
- prehrana	1.056,0	2112,00	3.168,0	5.280,0
- regres	700,0	1.400,0	2.100,0	3.500,0
- ostalo	500,0	3.500,0	8.500,0	19.000,0
Skupaj stalni stroški	**29.663,2**	**52.427,2**	**77.231,2**	**122.659,2**

C. ODHODKI FINANCIRANJA

1. Obresti dolgoročnih kreditov				
2. Obresti kratkoročnih kreditov				
Skupaj odhodki financiranja	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**

D. IZREDNI ODHODKI

E. SKUPNI STROŠKI	**29.663,2**	**52.427,2**	**77.231,2**	**122.659,2**

Tabela 2: NAČRT IZKAZA POSLOVNEGA IZIDA

v EUR

Postavka	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
1. PRIHODKI	**31.000,0**	**61.000,0**	**91.000,0**	**152.000,0**
1.1. Prihodki od prodaje	31.000,0	61.000,0	91.000,0	152.000,0
1.2. Prihodki od financiranja				
1.3. Izredni prihodki				
2. ODHODKI	**29.663,2**	**52.427,2**	**77.231,2**	**122.659,2**
2.1. Stroški začetnih zalog				
2.2. Stroški končnih zalog				
2.3. Stroški nakupa materiala	0,0	0,0	0,0	0,0
2.4. Nabavna vrednost blaga	0,0	0,0	0,0	0,0
2.5. Stroški storitev	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0
2.6. Amortizacija	1.280,0	1.280,0	1.280,0	1.280,0
2.7. Plače bruto	16.800,0	28.800,0	40.800,0	64.800,0
2.8. Davki in prispevki	2.671,2	4.579,2	6.487,2	10.303,2
2.9. Ostali stroški poslovanja	7.712,0	16.568,0	27.464,0	45.076,0
2.10. Odhodki od financiranja	0,0	0,0	0,0	0,0
2.11. Izredni odhodki				
2.12. Pokritje izgube prejšnjih let				
3.DOBIČEK PRED OBDAVČENJEM	**1.336,8**	**8.572,8**	**13.768,8**	**29.340,8**
4. DAVEK OD DOBIČKA	**334,2**	**2.143,2**	**3.442,2**	**7.335,2**
5. ČISTI DOBIČEK	**1.002,6**	**6.429,6**	**10.326,6**	**22.005,6**
6. SREDSTVA ZA REPRODUKCIJO (2.6 + 5)	**2.282,6**	**7.709,6**	**11.606,6**	**23.285,6**

Tabela 3: KAZALCI USPEŠNOSTI

Kazalec	Enačba	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
GOSPODARNOST	prihodki(1) ---------- odhodki(2)	1,05	1,16	1,18	1,24
DONOSNOST PRIH.	dobiček(3) ---------- x 100 prihodki(1)	4,31	14,05	15,13	19,30

Tabela 4: NAČRT IZKAZA DENARNEGA TOKA

v EUR

Postavka	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
1. ZAČETNI ZNESEK GOTOVINE	**7.500,0**	**3.716,8**	**12.685,4**	**25.191,0**
2. VPLAČILA	**31.000,0**	**61.000,0**	**91.000,0**	**152.000,0**
2.1. Prejemki od prodaje	31.000,0	61.000,0	91.000,0	152.000,0
2.2. Prejemki izrednih prihodkov				
2.3. Prejemki in financiranja				
2.4. Subvencije				
2.5. Druga vplačila				
3. IZPLAČILA	**34.783,2**	**52.031,4**	**78.494,4**	**125.121,4**
3.1. Nakup opreme	6.400,0	550,0	400,0	300,0
3.2. Vlaganja v zgradbe				
3.3. Nakup materiala in blaga	0,0	0,0	0,0	0,0
3.4. Plačilo kooperacije in storitev	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0
3.5. Plače in prispevki	19.471,2	33.379,2	47.287,2	75.103,2
3.6. Stroški poslovanja	7.712,0	16.568,0	27.464,0	45.076,0
3.7. Anuitete in obresti				
3.8. Davek na dobiček		334,2	2.143,2	3.442,2
3.9. Druga izplačila				
4. KONČNI ZNESEK GOTOVINE	**3.716,8**	**12.685,4**	**25.191,0**	**52.069,6**

Tabela 5: PRAG RENTABILNOSTI

vrsta izračuna	enačba	leto 1	leto 2	leto 3	leto 4
1. Količinski (v kom)	stalni stroški / pc/ep - ss/ep				
2. Vrednosti (v %)	stalni stroški / prihod.-sprem.str. x 100	95,69	85,95	84,87	80,70
3. Prag pokritja stalnih str.(v%)	stalni stroški / prihodki x 100	95,69	85,95	84,87	80,70

::

Tabela 6: NAČRT IZKAZA STANJA

v EUR

	per. 31.12. 1	per. 31.12. 2	per. 31.12. 3	per. 31.12. 4
PREMOŽENJE (aktiva)				
A. STALNO PREMOŽENJE	**7.500,0**	**7.500,0**	**7.500,0**	**7.500,0**
1. Neopredmetena dolgoročna sredstva (patenti, licence, zagonski stroški)				
2. Opredmetena osnovna sredstva (zemljišče, zgradbe, stroji, oprema)	7.500,0	7.500,0	7.500,0	7.500,0
3. Dolgoročne finančne naložbe (delnice, obveznice)				

B. GIBLJIVO PREMOŽENJE	**2.500,0**	**6.429,6**	**10.326,0**	**22.005,6**
1. Zaloge (materiala, proizvodov, blaga)				
2. Dolgoročne terjatve (dana posojila)				
3. Kratkoročne terjatve (kupci)				
4. Kratkoročne finančne naložbe				
5. Denar in vrednostni papirji	2.500,0	6.429,6	10.326,0	22.005,6
6. Aktivne časovne razmejitve				
C. SKUPAJ PREMOŽENJE	**10.000,0**	**13.929,6**	**17.826,0**	**29.505,6**
D. ZUNAJ BILANČNO PREMOŽENJE (LEASING)				

VIRI PREMOŽENJA (pasiva)

A. TRAJNI VIRI PREMOŽENJA	**8.502,6**	**13.929,6**	**17.826,0**	**29.505,6**
1. Osnovni kapital	7.500,0	7.500,0	7.500,0	7.500,0
2. Revalorizacijske rezerve				
3. Nerazporejeni dobiček	1.002,6	6.429,6	10.326,0	22.005,6
B. DOLGOROČNE REZERVACIJE	1.497,4			
C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI (dolgoročni krediti)				
D. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI (dobavitelji, predujmi, kratkoročni krediti)				
E. PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE				
F. SKUPAJ VIRI PREMOŽENJA	**10.000,0**	**13.929,6**	**17.826,0**	**29.505,6**
G. ZUNAJ BILANČNI VIRI PREMOŽENJA				